

"A FEA e a USP respeitam os direitos autorais deste trabalho. Nós acreditamos que a melhor proteção contra o uso ilegítimo deste texto é a publicação online. Além de preservar o conteúdo motiva-nos oferecer à sociedade o conhecimento produzido no âmbito da universidade pública e dar publicidade ao esforço do pesquisador. Entretanto, caso não seja do interesse do autor manter o documento online, pedimos compreensão em relação à iniciativa e o contato pelo e-mail bibfea@usp.br para que possamos tomar as providências cabíveis (remoção da tese ou dissertação da BDTD)."

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE

**OS FATORES LOCALIZACIONAIS DETERMINANTES DO INVESTIMENTO
DIRETO ESTRANGEIRO REALIZADO NA REGIÃO METROPOLITANA DE
CAMPINAS NO PERÍODO DE 1998 A 2002**

GUSTAVO MENONCIN DE CARVALHO PEREIRA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

São Paulo

2003

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Reitor:

Prof. Dr. Adolpho José Melfi

Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade:

Prof.^a. Dr.^a. Maria Tereza Leme Fleury

Chefe do Departamento de Administração:

Prof. Dr. Eduardo Gondin Pinheiro de Vasconcellos

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**

DEDALUS - Acervo - FEA



20600025275

**OS FATORES LOCALIZACIONAIS DETERMINANTES DO
INVESTIMENTO DIRETO ESTRANGEIRO REALIZADO NA REGIÃO
METROPOLITANA DE CAMPINAS NO PERÍODO DE 1998 A 2002**

Gustavo Menoncin De Carvalho Pereira

**Dissertação apresentada à Faculdade
de Economia, Administração e
Contabilidade da Universidade de São
Paulo, para concorrer ao Título de
Mestre, pelo curso de Pós-Graduação
em Administração.**

Orientador:

Prof. Dr. Marilson Alves Gonçalves

São Paulo

2003

T658 P4361
T85310



2000026276



Powered by RHDProStar - www.tecpress.com.br

FICHA CATALOGRÁFICA

Pereira, Gustavo Menoncin de Carvalho

Os fatores localizacionais determinantes do investimento direto estrangeiro realizado na região metropolitana de Campinas no período de 1998 a 2002 / Gustavo Menoncin de Carvalho Pereira. -- São Paulo : FEA/ USP, 2003.

110 p.

Dissertação - Mestrado
Bibliografia

1. Administração 2. Economia regional 3. Investimentos estrangeiros 4. Geografia econômica I. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP.

CDD – 658

Data da Defesa: ____ / ____ / ____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

DEDICATÓRIA

Esta dissertação de mestrado é dedicada a Dalmi de Carvalho Pereira (*in memoriam*) meu pai e mestre .

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, à Jamille, minha esposa, e Rafael, nosso filho, por serem a minha base, equilíbrio e estímulo: meus maiores agradecimentos por tudo o que fazem por mim.

Aos meus irmãos Cláudio, Alexandre e Patrícia e minha mãe, Anita - pela formação sólida do ambiente familiar onde me desenvolvi e fui criado.

Ao Prof. Dr. Marilson Alves Gonçalves pela sua confiança e entusiasmo sobre o tema a ser pesquisado e pela compreensão durante todo o tempo de desenvolvimento do mesmo, sempre incentivando e nunca me deixando desanimar ou desistir.

Meus agradecimentos ao Prof. Dr. Paulo Tromboni de Souza Nascimento e ao Prof. Dr. Antonio Rafael Namur Muscat que, durante o exame de qualificação, contribuíram com suas recomendações para o aprimoramento desta pesquisa tanto na parte teórica quanto na parte metodológica.

À Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), Companhia de Bebidas das Américas (AmBev) e Mogiana Alimentos S.A, por todas as concessões e oportunidades oferecidas que me deram a condição de realizar esta dissertação. Respectivamente, Isabel Bernardo Figueiredo, Paulo Esteves e Roberto Haaland, seus executivos quando de minhas passagens por estas empresas.

A todos os colegas da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), que me incentivaram durante o desenvolvimento deste trabalho, principalmente o Prof. Luís Fernando Andrade de Almeida, a Prof^ª. Laura Gallucci e o Prof. Carlos de Barros Monteiro Neto.

Aos professores do Curso de Pós Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo pela preparação e dedicação dispensadas a mim durante o curso: Prof. Dr. Abraham Yu, Prof. Dr. Oswaldo Scaico, Prof^ª. Dr^ª. Adriana Backx Noronha Viana, Prof. Dr. Jorge Luiz Biazzi, Prof. Dr. Antonio Carlos Aidar Sauaia, Prof^ª. Dr^ª. Ana Cristina Limongi Franca e Prof. Dr. Silvio Aparecido dos Santos.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. PRINCIPAIS QUESTÕES DA PESQUISA | 1 |
| 1.1 Introdução | 1 |
| 1.2 Evidências e Motivações para o Estudo | 2 |
| 1.3 Hipóteses | 7 |
| | |
| 2. CONSTRUÇÃO DO MODELO TEÓRICO DE PESQUISA | 9 |
| 2.1 Introdução | 9 |
| 2.2 Abordagens à Questão da Localização | 9 |
| 2.2.1 Econômica | 9 |
| 2.2.2 Planejamento de Produção, Logística e Cadeia de Suprimentos | 13 |
| 2.3 Modelos de Decisão da Localização e Fatores Localizacionais relacionados | 15 |
| 2.4 Investimento Direto Estrangeiro | 24 |
| 2.4.1 Definições e Teorias Explicativas | 24 |
| 2.4.2 A Motivação da Entrada de Empresas Multinacionais em Países Estrangeiros | 30 |
| 2.4.3 Impactos: Nova Geografia Econômica na Localização da Empresa Multinacional | 35 |
| 2.5 Modelo Teórico de Pesquisa | 40 |
| | |
| 3. ESCOLHA DA REGIÃO PARA APLICAÇÃO DO MODELO | 48 |
| 3.1 Introdução | 48 |
| 3.2 Guerra Fiscal Entre os Estados | 48 |
| 3.3 O Estado de São Paulo | 50 |
| 3.4 O Interior do Estado de São Paulo | 52 |
| 3.5 A Região Metropolitana de Campinas | 54 |
| | |
| 4. PARAMETRIZAÇÃO DA PESQUISA | 61 |
| 4.1 Metodologia | 61 |
| 4.2 O Período Pesquisado | 64 |
| 4.3 Amostra e População da Pesquisa | 66 |
| 4.4 Perfil das Empresas Multinacionais e dos Executivos Entrevistados | 71 |

| | |
|--|------------|
| 5. RESULTADOS | 74 |
| 5.1 Introdução | 74 |
| 5.2 Motivações para o Investimento Direto Estrangeiro | 75 |
| 5.3 Vantagens para o Sucesso Internacional | 77 |
| 5.4 Nova Geografia Econômica | 78 |
| 5.5 Fatores Localizacionais | 81 |
| 5.6 Técnicas de Análise | 83 |
| 5.7 Expectativas Atendidas e Não Atendidas | 85 |
| | |
| 6. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS | 87 |
| 6.1 Hipóteses Testadas | 87 |
| 6.2 Modelo Teórico de Pesquisa | 88 |
| 6.3 A Região Metropolitana de Campinas e a Nova Geografia Econômica | 89 |
| 6.4 Localização Geográfica do IDE na RMC como Fator Crítico de Sucesso | 91 |
| 6.5 Perfil das Empresas Motivadas a Realizar IDE na RMC | 92 |
| 6.6 Avaliação dos Fatores Localizacionais da RMC pelas Empresas Multinacionais | 93 |
| 6.7 Considerações Finais | 94 |
| 6.7.1 Contribuições do trabalho | 94 |
| 6.7.2 Limitações do Trabalho | 97 |
| 6.7.3 Questões decorrentes e sugestões de trabalhos futuros | 98 |
| | |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 100 |
| | |
| ANEXOS | 108 |

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|------------|---|----|
| FIGURA 1 - | Modelo De Meindl&Chopra para a Tomada de Decisão de onde Localizar uma Nova Instalação..... | 16 |
| FIGURA 2 - | Modelo de Carrol e Dean para a Tomada de Decisão de onde Localizar uma Nova Instalação..... | 18 |
| FIGURA 3 - | O Processo Estratégico de Seleção de Localização..... | 39 |
| FIGURA 4 - | Exemplo de Modelo de Análise e Classificação de Alternativas localizacionais..... | 43 |
| FIGURA 5 - | Modelo Teórico De Pesquisa..... | 47 |
| FIGURA 6 - | A Arquitetura Logística da Região Metropolitana de Campinas..... | 59 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | | |
|-------------|--|----|
| GRÁFICO 1 - | Intenções de Investimentos no Brasil Anunciadas na Imprensa pelas Empresas (1989 - 2003)..... | 3 |
| GRÁFICO 2 - | Participação do Capital Doméstico versus o Estrangeiro em Função da Alternativa Escolhida em Adentrar um Novo Mercado..... | 34 |
| GRÁFICO 3 - | Curva ABC: Acumulado do Valor dos IDE'S Anunciados versus Acumulado de Número de Empresas – 1999 a 2002..... | 70 |
| GRÁFICO 4 - | Critérios que Motivam o IDE na Década de 70 e na Década de 90 - Respostas das Empresas Pesquisadas..... | 75 |
| GRÁFICO 5 - | Tempo entre Decidir , Anunciar e Implantar o IDE na RMC, segundo as Empresas Pesquisadas..... | 80 |
| GRÁFICO 6 - | Modelos Teóricos que mais se Assemelharam ao Processo de Análise dos Fatores Localizacionais..... | 84 |

LISTA DE TABELAS

| | | |
|-------------|---|----|
| TABELA 1 - | Evolução das Teorias de Localização na Disciplina de Economia – Abordagem Neo Clássica (1890 - 1958) | 10 |
| TABELA 2 - | Evolução das Teorias de Localização na Disciplina de Economia – Abordagem Contemporânea (1960 - Atual)..... | 11 |
| TABELA 3 - | Aspectos Macro e Micro Econômicos tratados na Localização Industrial..... | 12 |
| TABELA 4 - | A Importância Relativa dos Fatores de Localização em Diferentes Instalações..... | 19 |
| TABELA 5 - | A Integração dos Processos de Gestão de Pessoas aos Métodos (Econômicos e de <i>Supply Chain Management</i>) de Tomada de Decisão para a Localização de Novas Instalações..... | 22 |
| TABELA 6 - | Fatores -Chave para a Decisão de Localização..... | 23 |
| TABELA 7 - | O Paradigma Eclético de Dunning..... | 28 |
| TABELA 8 - | Critérios Avaliados pelas Multinacionais para Decidir Localização de um Primeiro Investimento - Comparativo : Década de 70 e 90..... | 31 |
| TABELA 9 - | Critérios Avaliados pelas Multinacionais para Decidir Localização de uma Expansão de Empresa já Estabelecida - Comparativo : Década de 70 e 90..... | 32 |
| TABELA 10 - | Índice de Competitividade dos Estados Brasileiros 2001/2002..... | 51 |
| TABELA 11 - | Municípios Abrangidos pela Região Metropolitana de Campinas..... | 66 |
| TABELA 12 - | Distribuição dos IDE's Anunciados para as Cidades que Compõem a RMA em Milhões de US\$ com Destino a Novas Instalações Industriais – 1999 a 2002 | 67 |

| | | |
|-------------|--|----|
| TABELA 13 - | Distribuição dos IDE's Anunciados por Empresas com Destino a Novas Instalações Industriais na Região Metropolitana de Campinas - 1999 a 2002..... | 68 |
| TABELA 14 - | Distribuição dos IDE's Anunciados pelas Empresas Participantes da Pesquisa em Novas Instalações Industriais no Estado de São Paulo e na RMC – 1999 A 2002..... | 69 |
| TABELA 15 - | Representatividade do IDE Realizado pelas Empresas Pesquisadas sobre os Valores de Investimentos Anunciados no Estado de São Paulo - 1999 a 2002..... | 70 |
| TABELA 16 - | Dados das Empresas Participantes da Pesquisa e dos Entrevistados..... | 72 |
| TABELA 17 - | Motivação para o IDE na RMC – Percentual de Respostas Citando os Fatores, por Grupo Definido por Dunning..... | 76 |
| TABELA 18 - | Vantagens Apontadas pelas Empresas Multinacionais Pesquisadas como Fatores Críticos para o Sucesso Internacional..... | 78 |
| TABELA 19 - | Aspectos da Nova Geografia Econômica mais Citados pelas Empresas Pesquisadas..... | 79 |
| TABELA 20 - | Importância Relativa dos Fatores Localizacionais e a RMC..... | 81 |
| TABELA 21 - | Fatores Localizacionais Citados pelas Empresas Pesquisadas..... | 82 |
| TABELA 22 - | Técnicas de Análise Utilizadas para Seleção da Localização..... | 83 |

LISTA DE SÍMBOLOS, SIGLAS E ABREVIATURAS

| | |
|-------|---|
| BNDES | Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social |
| CLM | <i>Council of Logistics Managemen</i> |
| CMA | <i>Campinas Metropolitan Area</i> |
| FDI | <i>Foreign Direct Investment</i> |
| GMAC | <i>Global Relocation Trends Survey</i> |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| ICM | Imposto sobre Circulação de Mercadorias |
| IDE | Investimento Direto Estrangeiro |
| IDRC | <i>Intenational Development Research Council</i> |
| IPEA | Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada |
| NGE | Nova Geografia Econômica |
| OCDE | Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), |
| ONU | Organização das Nações Unidas |
| RMC | Região Metropolitana de Campinas |
| RMSP | Região Metropolitana de São Paulo |
| SAB | Sistema Anhangüera-Bandeirantes |
| SCM | <i>Supply Chain Management</i> |
| SEADE | Sistema Estadual de Análise de Dados |

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo investigar os fatores localizacionais determinantes do Investimento Direto Estrangeiro (IDE) em uma região, tomando-se por base a “Teoria da Localização” e a “Teoria Econômica”, dentro do contexto da “Nova Geografia Econômica”, sendo incorporados os conceitos de *motivação* (para realizar o investimento externo) e de *sucesso* (a partir das vantagens intrínsecas às empresas multinacionais).

Parte-se do pressuposto que a mudança nos fluxos de negócios internacionais (“Nova Geografia Econômica”) não influencia na decisão de uma empresa multinacional localizar suas atividades no estrangeiro.

Dessa forma, procura-se investigar os aspectos relativos aos fatores localizacionais considerados pelas empresas multinacionais, utilizando-se de um “Modelo Teórico de Pesquisa”, elaborado para dar compreensão e direção às questões. Pesquisou-se onde aplicar o modelo, e a Região Metropolitana de Campinas (RMC) apresentou características aderentes ao mesmo. Para responder às questões desta pesquisa, após uma seleção e identificação de empresas e executivos que passaram ativamente por estes processos, foram levantados dados em 18 entrevistas pessoais – diretores e gerentes – de 14 empresas, que representaram 62% de todo o valor investido por estrangeiros na região, de 1998 a 2002, período no qual o Brasil inseriu-se no novo contexto econômico mundial.

Os resultados mostram os fatores localizacionais considerados pela vivência destas empresas, e avaliam a utilização do modelo utilizado para a pesquisa, contribuindo para atualizar as abordagens às questões de localização.

Palavras-chave: Administração; Economia Regional; Investimentos estrangeiros; Geografia econômica

ABSTRACT

The purpose of this dissertation is to investigate the locational factors that determine the Foreign Direct Investment (FDI) in a certain region based, on the “Location Theory” and the “Economic Theory” within the context of the “New Economic Geography” incorporating the concepts of motivation (to make the foreign investment) and success (based on the advantages intrinsic to multinational companies).

It is assumed that the change in the flow of business (“New Economic Geography”) does not influence the multinational company’s decision to locate its activities abroad.

Thus one tries investigate the aspects related to locational factors considered by multinational companies, using a “Theoretical Research Model”, developed to provide understanding and direction to the issues. It has been researched where to apply the model and the Campinas Metropolitan Area (CMA) presented partisan characteristics. In order to answer this research’s questions, after a selection and identification of companies and executives that have actively gone through such processes, it was gathered data in 18 personal interviews – directors and managers – of 14 companies, which represented 62% of all the amount invested by foreigners in the region from 1998 to 2002, a period in which Brazil inserted itself in the new global economic context.

The results show that the locational factors taken into account by the experiences of these multinationals and evaluate the use of the model used for the research, contributing to update the approaches to the location issues.

Key words: Management; Regional Economics; Foreign investments; Economic Geography

1. PRINCIPAIS QUESTÕES DA PESQUISA

1.1 Introdução

Ao longo das décadas, as decisões corporativas a respeito de técnicas de produção e de localização passaram a ser guiadas pela competição global, não pelo patriotismo. Norte-americanos passaram a comprar produtos de empresas sediadas na Europa e na Ásia, e europeus e asiáticos a adquirir bens de empresas localizadas na América do Norte.

Antes da abertura dos mercados, os países estavam vivendo num espectro competitivo basicamente restrito aos seus territórios. Nesta situação, os fatores localizacionais dominantes eram os custos de mão de obra e a proximidade a mercados consumidores e aos fornecedores. A Teoria da Localização – modelagem das variáveis envolvidas neste tipo de decisão, simulando-se os custos operacionais de cada alternativa – em conjunto com a Teoria Econômica - aspectos macro e micro econômicos - tornaram-se as abordagens essenciais para que fossem tomadas as melhores decisões por parte das empresas estabelecidas.

A partir de 1990, com a determinação governamental de abrir o mercado, vários países, dentre eles o Brasil, despertaram para o tema competitividade, e as empresas, tanto brasileiras como estrangeiras, se viram obrigadas a se reestruturar sob a ameaça de desaparecerem. Isto alterou os fluxos de negócios internacionais, além de fazer com que empresas multinacionais passassem a procurar novas alternativas de onde localizar suas atividades.

Com o novo cenário, a questão da localização passou a ser tratada como uma decisão vital para que as empresas atingissem suas estratégias empresariais. Os fatores localizacionais adquiriram outra magnitude, tornando os países que abriram suas economias naturais candidatos a receberem estes investimentos. Por serem multinacionais, as empresas que investiram no estrangeiro se diferenciam de empresas nacionais, e procuraram maximizar os benefícios originados por estas diferenças, quando motivadas a realizar o Investimento Direto Estrangeiro (IDE).

Pelo fato de atualmente as empresas multinacionais não mais restringirem suas atividades dentro de um país (forçadas anteriormente por políticas governamentais

protecionistas), a questão principal que se propõe é discutir se a mudança dos fluxos de negócios internacionais, chamada de Nova Geografia Econômica (NGE), e seus fatores determinam ou não a localização das empresas. Para responder a esta questão, construiu-se um modelo, fundamentado por um conjunto de teorias atualmente desconexas, que foi a teste através de uma pesquisa de campo, com o objetivo de contribuir para a atualização das abordagens existentes à questão da localização.

1.2 Evidências e Motivações para o Estudo

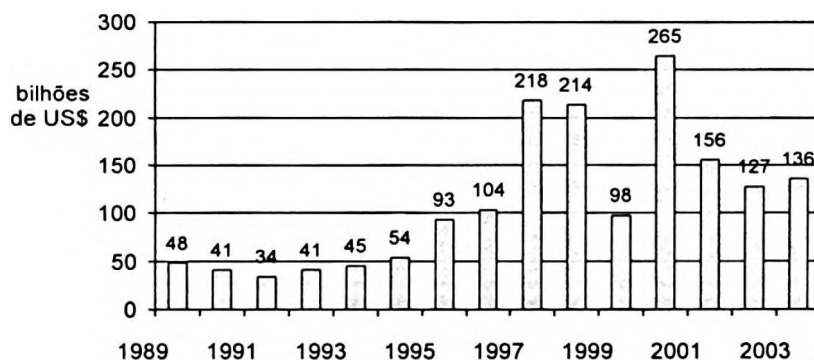
A motivação para este estudo originou-se em uma experiência profissional, tendo suas origens em 1995, quando fomos incumbidos de fazer o planejamento da malha logística para uma grande indústria química multinacional. Naquele momento, estava à disposição dos analistas e executivos da área de logística da empresa as melhores ferramentas computacionais para se analisar o comportamento de abrir e /ou fechar instalações, considerando a geografia das Américas do Norte e do Sul. Tivemos ocasião de verificar que as soluções apontadas pelo modelo matemático não respondiam plenamente às questões colocadas, apenas parte delas, aquelas que se referiam a custos operacionais; tentou-se buscar na literatura explicações que se adaptavam ao tamanho do problema, mas também não foram encontradas. Foi-se constatado que não havia como mensurar matematicamente todas as oportunidades e vantagens que uma empresa multinacional seria capaz de aproveitar utilizando-se das técnicas e modelos à disposição. Isto nos instigou a iniciar uma pesquisa que nos permitisse compreender o problema de maneira mais completa, pois pela falta de literatura técnica a respeito, muitas decisões de localizar atividades no estrangeiro eram tomadas com base no fluxo internacional – podemos dizer que seria algo como um “modismo” – sendo as dúvidas não cobertas pelos modelos disponíveis respondidas desta maneira.

No decorrer desta pesquisa, contatos com órgãos estudiosos deste fenômeno foram estabelecidos, e assim foi possível acompanhar o crescimento dos números de investimentos das empresas mundiais na implantação de novas indústrias por todo o mundo. O objetivo era entender a magnitude dos números envolvidos nestas questões. O Conselho de Pesquisa do Desenvolvimento Internacional, IDRC (*International Development Research*

Council), levantou que os vinte maiores investimentos mundiais somaram a quantia de US\$ 45 bilhões em 2001 e US\$ 30 bilhões em 2002.

O interesse pela pesquisa foi sendo diariamente motivado, principalmente pelos anúncios em órgãos de imprensa brasileira (jornais *Folha de São Paulo*, *Gazeta Mercantil*, *Valor Econômico*, *O Globo*, e *Jornal do Brasil*) dos investimentos futuros, que em 2000 atingiu US\$ 265 bilhões, e, para 2003, as empresas anunciam números de aproximadamente US\$ 136 bilhões de dólares. A *Simonsen e Associados*, divulgadora destes dados com frequência, toma a precaução de ressaltar que estes valores são anúncios de intenções – não investimentos anuais – podendo até mesmo valores anunciados em um ano no próximo serem contabilizados no próximo. Outros órgãos que utilizam deste critério para medir a atratividade do país a novos investimentos, são o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão), o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) e o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). O Gráfico 1 mostra a evolução dos anúncios de intenção de investimento no Brasil como anunciadas na imprensa pelas empresas.

GRÁFICO 1: INTENÇÕES DE INVESTIMENTOS NO BRASIL ANUNCIADAS NA IMPRENSA PELAS EMPRESAS (1989 - 2003)



□ Investimentos Anunciados

FONTES: BANCO DE DADOS DA SIMONSEN ASSOCIADOS,
REVISTAS E JORNAIS DE CIRCULAÇÃO NACIONAL

Em São Paulo, segundo estudo da Fundação SEADE (Sistema Estadual de Análise de Dados), no ano de 2001, o total de investimentos anunciados foi de US\$ 23,48 bilhões, contra US\$ 23,51 bilhões, em 2000, ou seja, praticamente o mesmo volume. Esta pesquisa do SEADE tem como objetivo coletar apenas os investimentos produtivos anunciados, ou seja, aqueles que, uma vez realizados, aumentarão a capacidade produtiva da

economia, passando a contribuir para o aumento da produção de bens e serviços e, conseqüentemente, para a geração de empregos em caráter permanente.

Estes valores são trabalhados por órgãos de pesquisa e de estatística de dados que se desenvolveram por todo o mundo. No caso dos números referentes às 20 maiores empresas, a fonte é a *Conway Data Inc* (também pertencente ao IDRC), órgão que a mais de 50 anos estuda os fatores que afetam a tomada de decisão de localização destes investimentos em novas indústrias. No caso do Brasil, o Governo Federal, através do Ministério do Planejamento, Orçamento, vem coletando e armazenando estes dados desde 1996, assim como instituições privadas, como a Simonsen Associados.

A análise do investimento direto estrangeiro, feita por outro órgão reconhecido internacionalmente, a empresa *AT Kearney*, leva em consideração vários índices que medem a atratividade dos países a receberem os investimentos externos, e, por conseqüência, as empresas multinacionais. O Brasil chegou a ser, em dezembro de 1998, o segundo país mais confiável para investimentos em novas instalações industriais, segundo levantamento realizado com presidentes e executivos das mil maiores empresas do mundo. Atualmente, este mesmo índice - *FDI Confidence Index* - coloca o Brasil na 13ª. posição.

Esta atratividade do país é oposta aos indicadores que avaliam o desempenho e a confiança em nossa economia, como o chamado “Risco Brasil”, que vem posicionando o país sempre entre as últimas economias mundiais. O país também figura, nos últimos anos, segundo o órgão norte americano GMAC (*Global Relocation Trends Survey*), entre os dez países emergentes que mais devem ser considerados pelos executivos de empresas multinacionais como destino para suas carreiras. É também comum, nos últimos anos, verificar na lista dos 20 maiores investimentos de empresas mundiais em novas instalações (*Conway Data*) notícias do Brasil. Na lista de 2001 figuravam investimentos governamentais, como a localização da Fundação para o Remédio Popular (FURP) numa área de 326 mil metros quadrados, como o investimento da Monsanto, na Bahia, gerando 1400 empregos diretos. Isto soma-se às edições anteriores, como a Embraer, em 2000, Rolls Royce, em 1999, Ford em 1998. Todos estes dados estão publicados no órgão de divulgação da entidade, a revista especializada em análises de escolhas de locais para a localização de novas instalações *Site Selection*.

As evidências de que no Brasil o tema também estava ganhando importância se baseavam nos fatos de que ano após ano o país estava modernizando seu parque industrial,

sendo que os investimentos em novas instalações multiplicaram-se por quatro vezes, desde a implantação do Plano Real, em 1994.

O período da abertura do mercado brasileiro aos IDE's nos anos 90, iniciado pelo governo Fernando Collor e incentivado pelos 8 anos do governo Fernando Henrique Cardoso colocou o país nos fluxos dos negócios internacionais, e, a partir do Plano Collor, atingiu fortemente alguns setores intensivos em mão de obra, por exemplo, que para buscarem competitividade, o fizeram por meio da realocação geográfica de suas atividades, com a transferência das regiões Sul/Sudeste para a Nordeste. As empresas que adotaram esta estratégia passaram a ser globalmente competitivas, pois foram beneficiadas pelo menor custo de mão de obra, adquiriram terrenos a menor custo e conseguiram diversas outras vantagens obtidas pela nova localização.

Estas políticas de abertura aos investimentos consolidaram-se a partir de janeiro de 1999, quando a última e importante variável regida e controlada pelo governo sofreu grande impacto: a taxa de câmbio, que se desvalorizou em mais de 50% em poucos dias.

Mesmo com a necessidade de mais R\$ (reais) para poder manter o mesmo faturamento em US\$ (dólares), o Brasil continuou se destacando no cenário mundial sendo classificado como um dos 11 países (AT Kearney, 2003) avaliados como os de maior potencial a receber investimentos estrangeiros. Nesta última avaliação feita pela AT Kearney, de acordo com três fatores (ambiente, custos e pessoas) ponderados segundo critérios desta entidade, o Brasil aparece como a terceira melhor opção, atrás da Índia e do Canadá, e empatado com o México. Os outros países considerados, na ordem da avaliação foram: Filipinas, Hungria, Irlanda, Austrália, República Tcheca, Rússia e China. Os pontos fortes do Brasil foram os recentes investimentos realizados em Tecnologia da Informação e na estrutura de telecomunicações, sendo que a principal diferença entre o Brasil e o México foi o baixo custo de mão de obra no Brasil. Fatores localizacionais importantes apontados pela avaliação incluem a proximidade com os Estados Unidos.

Estas iniciativas conhecidas e anunciadas, tanto de se investir no Brasil, como de mudar a posição geográfica de uma atividade, envolvem centenas de variáveis (mais de 1700, segundo o *Conway Data*) e um valor social e econômico na ordem de bilhões de dólares para o país. Estas variáveis são os fatores localizacionais a serem estudados dentre as diversas alternativas disponíveis para a realização do IDE em uma região.

Segundo Leme (1982:18), os problemas de localização têm interessado aos cientistas dos mais diversos campos, constituindo a Teoria de Localização um campo interdisciplinar, sendo as disciplinas de maior interesse no estudo da localização das indústrias a Economia, o Planejamento da Produção, as Ciências Sociais e as Ciências Regionais.

A importância relativa dos fatores localizacionais vem se alterando ao longo dos anos: em 1973 a análise do ambiente, seguida pelos fatores de trabalho, qualidade e suprimentos eram os fatores mais importantes considerados. Em 1993, a proximidade a clientes, acessos de transporte e custos de imóveis ocupava a maior importância, e em 2001 a disponibilidade e custos de mão de obra passaram a ser os principais direcionadores da decisão (Site Seletion, 1994, dados dos anos de 1973 e 1993; MMK Consulting, 2002, dados de 2001).

Nos últimos anos, as empresas têm sofrido mudanças em seus ambientes de negócios de forma dramática, e mover-se para um mercado globalizado envolve mudanças significativas. Um motivo importante para se investir no exterior vem do aumento da necessidade das empresas alcançarem vantagens competitivas. Muitos autores têm descrito a motivação das empresas em pesquisarem onde se localizar fora de seu país de origem (Cristopher, 1994; Dunning, 1994; Ferdows, 1997). Estes motivos podem ser identificados como se segue:

1. acesso aos fatores de baixo custo que se referem a mão de obra, materiais, capital e componentes, com o objetivo de maximizar a lucratividade sobre os custos de fabricação;
2. acesso aos recursos tecnológicos locais;
3. proximidade aos mercados, o que resulta em serviços melhores e mais rápidos.

Stern e Porter (2002:118) reforçam a importância da decisão da localização ao defender que, para administrar melhor a competitividade global, as empresas devem aproveitar os pontos fortes de sua localização geográfica.

As questões que motivaram esta dissertação foram aquelas geradas pela curiosidade de se criar um modelo que permita avaliar os diversos fatores localizacionais, de

uma maneira estruturada e seqüencialmente lógica, que determinam em que país as empresas multinacionais irão investir os grandes montantes destinados a este tipo de decisão.

1.3 Hipóteses

A Organização das Nações Unidas (ONU) avalia anualmente índices para medir o que faz de um país um receptor de IDE's. No relatório de 2002 (ONU, *World Investment Report 2002*), a instituição admite que não é possível, com os dados que tem disponíveis, capturar o conjunto de fatores que podem afetar o IDE. Fatores sociais, políticos e institucionais são difíceis de quantificar, e é particularmente difícil de se comparar o quanto eficiente é a implantação de políticas de atração de IDE's por países receptores. Muitos fatores econômicos e de competitividade são também difíceis de se comparar apenas compilando dados. Como conclusão, o relatório assume que as decisões para o IDE dependem, também, da percepção das empresas multinacionais, ou seja, como elas recebem, compilam e traduzem os fatores levantados a respeito de cada alternativa.

Os reflexos da abertura comercial dos países aos IDE's, exercem grande influência nos processos de decisão de localização de novas instalações por parte das empresas multinacionais. Este fato altera a importância relativa dos fatores localizacionais.

Fatores localizacionais são comumente citados como os apresentados na Teoria da Localização e na Teoria Econômica, e muitos deles se repetem nas duas abordagens. Em ambas, a avaliação do processo se restringe a fatores que podem ser mensurados quantitativa e qualitativamente, e não consideram vantagens e motivações aos investimentos – partem do princípio que ir para o país é um fato, não questionando o mesmo.

A partir das questões principais que motivaram esta dissertação, das evidências apresentadas sobre o tema e aproveitando-se da discussão de como modelar e avaliar os fatores localizacionais determinantes para o IDE, partiu-se para a formulação das hipóteses a serem testadas.

A hipótese básica para esta pesquisa partiu do pressuposto que a mudança nos fluxos de negócios internacionais (Nova Geografia Econômica) não influencia na decisão de uma empresa multinacional localizar suas atividades no estrangeiro.

Como hipóteses secundárias, foram levantadas:

- 1 a Guerra Fiscal não atrai o IDE;
- 2 fatores mensuráveis são predominantes sobre fatores subjetivos;
- 3 a localização geográfica é uma vantagem competitiva;
- 4 as empresas multinacionais se reúnem em uma região buscando estabelecer *clusters* para aproveitar as vantagens de escala (aglomeração);

Estas hipóteses (originadas pelas evidências e as questões motivadoras desta dissertação) para serem aceitas ou rejeitadas, necessitaram do desenvolvimento de um modelo teórico de pesquisa elaborado para dar compreensão e direção às questões da pesquisa.

2. CONSTRUÇÃO DO MODELO TEÓRICO DE PESQUISA

2.1 Introdução

Para construir o modelo, realizou-se uma revisão da literatura das abordagens existentes sobre o assunto, tomando-se como base a Teoria Econômica e a Teoria da Localização (focando nas disciplinas de Planejamento de Produção, Logística e Cadeia de Suprimentos), e buscando as referências e informações a respeito da NGE. Os conceitos de motivação (para realizar o investimento externo) e de sucesso (a partir das vantagens intrínsecas às empresas multinacionais) foram também conceitualizados para que, dessa forma, fosse possível investigar os fatores localizacionais considerados pelas empresas multinacionais. Sem este modelo, seria impossível dar compreensão e direção às questões.

2.2 Abordagens à Questão da Localização

2.2.1 Econômica

A importância da análise de localização é reconhecida pelo menos desde meados do século XIX, quando o economista alemão Joachim Von Thunen publicou *The isolated state*. Para Von Thunen (1826), os principais fatores determinantes do desenvolvimento econômico eram o preço da terra e o custo de transporte entre a produção e o mercado. Considerava-se o valor da terra e o custo de transporte como fatores da capacidade de um produto ter um preço adequado, capaz de cobrir todos os custos e resultar em operações lucrativas. Seu princípio básico era que o valor de um produto agrícola em determinado local de produção diminui proporcionalmente à sua distância do principal mercado vendedor. Ou seja, quanto mais longe do mercado consumidor do produto, menos acessível o preço fica, devido ao custo de se transportar o produto.

Com base no princípio de Von Thunen, Alfred Weber (1909) generalizou a Teoria da Localização, transportando-a de uma sociedade agrícola para uma sociedade

industrial. O esquema teórico de Weber compreendia inúmeros locais de consumo distribuídos em uma área e interligados por custos de transporte linearmente proporcionais à distância e ao peso transportado. O princípio de Weber concluía que se o processo de produção não tivesse peso crescente nem decrescente em função da localização de suas fontes de matérias primas e de seus mercados consumidores, as empresas constituiriam suas fábricas em um ponto intermediário mais conveniente.

Em boa parte da economia tradicional o espaço era ocasionalmente introduzido nos modelos, como cita Leme (1982:22), na explicação da renda da terra, ou como um elemento para diferenciação do produto, tornando imperfeita a concorrência. Não fazia propriamente parte integrante da Teoria Econômica, mesmo na escola neo-clássica, conforme a Tabela 1, onde os fenômenos como procura e oferta eram descritos como ocorrendo em um mesmo ponto.

TABELA 1 - EVOLUÇÃO DAS TEORIAS DE LOCALIZAÇÃO NA DISCIPLINA DE ECONOMIA ABORDAGEM NEO CLÁSSICA (1890 - 1958)

| CONCEITO | PIONEIROS | SUBSEQUENTES | LEITURAS |
|--|--|---|---|
| Equilíbrio Geral | August Lösch Louis Lefebvre (1958) Koopman & Beckmann (1957) Walter Isard (1956) | E. von Böventer (1962) M.Greenhut M.Beckmann | |
| Diferenciação de Preços | E.Hoover (1937) | M. Greenhut M.Beckmann (1968) | Hoover, 2000-Online Hayter, 1997, pp.167-9 Beckmann, 1968, pp.30-8 Johnston, (1994, 472-3) |
| Margem, Custos e Vendas | E.M. Rawstron (1958) | D.M.Smith (1966) M.D.Thomas | Johnston (1994, 578-9) Hayter, 1997, pp.116-7 Stutz (1998) pp.361-2 |
| Combinações entre as variáveis, Substituições e Compensações - <i>Trade Offs</i> | Alfred Marshall (1890) Andreas Predöhl (1925/28) Edgar Hoover (1948) Walter Isard (1956) Leon Moses (1958) | William Alonso (1968) B.Beyers & G.Krumme (1974) | Hayter, 1997, pp.117-120 Resource List |

FONTE: *Washington University - Economic & Business Geography*

NOTA: consulta realizada em 23 de novembro de 2002 (<http://faculty.washington.edu/~krumme/450/traditions.html>)

Diversos locais possíveis, cada um com suas potencialidades e fragilidades, surgem como boas opções e assim a decisão de localização torna-se uma decisão de *trade-off*: ganha-se um tipo de benefício abrindo mão de outro – e esta abordagem começa a ser estudada pelos autores Neo Clássicos, principalmente a partir de Losch onde estes diferentes campos estão sendo integrados dentro da teoria econômica geral, formando uma nova disciplina, a Economia Espacial.

A Teoria da Localização dentro da Economia fragmentou-se, então, em seus componentes de localização agrícola, industrial e urbana, sendo os mesmos tratados dentro da Economia Agrícola, Economia Industrial e da Economia Urbana.

A Economia Espacial continuou a se desenvolver e nas décadas seguintes, 60 e 70, questões como ganhos de escala, localização de centros de distribuição e reciclagem mostram a evolução dos conceitos de abordagem econômica atual, o denominando-se a Abordagem Contemporânea, como é demonstrada na Tabela 2.

TABELA 2 - EVOLUÇÃO DAS TEORIAS DE LOCALIZAÇÃO NA DISCIPLINA DE ECONOMIA ABORDAGEM CONTEMPORÂNEA (1960 - ATUAL)

| CONCEITO | PIONEIROS | SUBSEQUENTES | LEITURAS |
|---|--|---|---|
| Economias de Localização; Ganhos de Escala; Economias Externas; Aglomeração de Economias | Alfred Marshall (1890) E.A.G.Robinson | E. Hoover Vernon (1963) A.Scott M. Storper | Hayter, 1997, P.Krugman (1991) Stutz, 278-80 & 363ff. |
| Algoritmos de Localização | H.Kuhn & R.Kuenne (1962) L.Cooper (1967) | | |
| Localização de Centros de Distribuição; Localização de Plantas | Donald Dewey (1969) F.Scherer (1974) | | |
| Análise de Custos Transacionais; Oportunidades | Ronald Coase (1939); Williamson (1975) | K.Leffler (1991) Douglass North & many others Ghoshal & Moran(1996) | Hayter, pp.320-2; p.278(r) Johnston (194, 639-40) |
| Substituição de Materiais; Geração de Resíduos; Perdas de Processo; Questões de Meio Ambiente | Beyers & Krumme (1974) Howard Stafford (1977/85) J.H.Cumberland (1978) | T.J.Bartik (1988) | |

FONTE: *Washington University - Economic & Business Geography*

NOTA: consulta realizada em 23 de novembro de 2002 (<http://faculty.washington.edu/~krumme/450/traditions.html>)

Os principais pontos que a Economia releva em estudos de localização, podem ser agrupados em : Macrolocalização, que se refere à definição da região onde instalar a entidade e a Microlocalização, que estuda as condições físicas do terreno. Na Tabela 3 são listados os principais fatores localizacionais de cada um destes grupos econômicos.

Um último tópico a ser considerado como fator localizacional dentro do contexto econômico é como a escolha do local para a instalação da empresa e sua rede de subsidiárias mundial pode interagir ao influenciar o valor de mercado de uma empresa.

TABELA 3 - ASPECTOS MACRO E MICRO ECONÔMICOS TRATADOS NA LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL

| MACROLOCALIZAÇÃO | MICROLOCALIZAÇÃO |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> . Custo e Eficiência dos Transportes . Áreas de Mercado . Disponibilidade e Custos da mão de obra . Custo da Terra . Disponibilidade de Energia . Suprimento de Matérias Primas . Disponibilidade de águas . Eliminação de Resíduos . Dispositivos Fiscais e Financeiros . Economias de Aglomeração | <ul style="list-style-type: none"> . Condições do relevo . Qualidade do Solo . Vias de Acesso e Comunicação . Serviços Públicos . Capacidade da Infra Estrutura . Situação legal da Propriedade . Existência de Instalações . Outros dispositivos legais |

FONTE :KON, Anita *Economia Industrial*, 2001

Essa é uma omissão (Berry, 2002) que os estudos que avaliam a criação de valor gerada pelas operações das empresas cometem. Existem diferenças significativas entre escolher um país desenvolvido ou um outro em desenvolvimento, nos aspectos institucionais, financeiros, políticos, econômicos e sociais que pode influenciar a avaliação do acionista neste tipo de investimento. Além disto, existem importantes diferenças associadas com os diferentes níveis das operações multinacionais que podem prover as firmas com várias opções e habilidades de se investir nestas localidades.

No estudo realizado por Berry (2002), considerando 191 empresas norte americanas que realizaram IDE estrangeiro num período de 20 anos, a conclusão foi de que existem diferenças na avaliação do acionista ao decidir-se entre países em desenvolvimento ou países desenvolvidos e estas diferenças são originadas pelo nível que a rede de subsidiárias internacionais desta empresa se apresenta. Empresas com baixo nível de relacionamento entre suas subsidiárias, são incentivadas pelos acionistas a investir em países desenvolvidos.

Empresas cujas subsidiárias estão em um alto nível de relacionamento, tem como incentivo de seus acionistas a não expansão de suas atividades em países já desenvolvidos, e sim expandir as operações em países em desenvolvimento.

Esta classificação de países desenvolvidos geralmente inclui os Estados Unidos, Canadá, Nova Zelândia, Europa ocidental, Japão e Austrália; os países em desenvolvimento são todos os outros países do mundo (Europa oriental, Américas do Sul e Central, África, Ásia – com exceção ao Japão – e México).

Nos países em desenvolvimento, a tendência é de se encontrar alto risco políticos e financeiro, menores níveis de propriedade de capital intelectual, mais restrições financeiras, menos comprometimento a mercados abertos e diferenças grandes na maneira como os negócios são conduzidos.

Ainda Berry (2002), tendo com referência Bekaert et al (1998), cita que investimentos em países em desenvolvimento oferecem grandes retornos, maiores do que em países desenvolvidos, mas também maiores riscos.

Retornos e riscos podem aumentar ou diminuir o valor das empresas multinacionais – e a decisão de localizar a empresa pode levar a um ou a outro resultado.

2.2.2 Planejamento de Produção, Logística e Cadeia de Suprimentos

A localização de instalações normalmente é determinada por um fator mais crítico que os demais. Por exemplo, na localização de uma fábrica são preponderantes os aspectos econômicos, ao passo que no varejo a localização é determinada pelo potencial de receita de um determinado local. Localizar apenas uma instalação também é um problema consideravelmente diferente daquele de localizar diversas instalações de uma só vez. No primeiro, evita-se a necessidade de considerar forças competitivas, desagregação da demanda entre diversas instalações, efeitos na consolidação dos estoques e custos fixos de operação.

Podemos catalogar todas as possíveis aplicações da Teoria da Localização a partir da seguinte consideração feita por Leme (1982:357): “A teoria da localização pode ser considerada como o estabelecimento de uma correspondência entre localização no espaço geográfico e a produção de bens, a partir do conhecimento de certos fatores ditos localizacionais, admitida uma certa hipótese, a saber que a correspondência antes mencionada leve o máximo lucro para as firmas”

O Planejamento de Produção utiliza a Teoria da Localização de indústrias como um dos instrumentos que lhe fornece resposta à pergunta onde produzir, dentre todas aquelas perguntas que a área deve essencialmente responder: o que, onde, quando, quanto, como e com que produzir.

Justamente por esta complexidade, desenvolvendo-se desde a década de 60, os conceitos de gestão Logística tiveram com Bowersox, Smykay e Mossman, em *Physical Distribution Management: Logistics Problems of The Firm* (1961) os primeiros autores a sugerir os benefícios da gestão coordenada das operações logísticas.

Segundo o *Council of Logistics Management* (CLM): “Logística é a parcela do processo da cadeia de suprimentos que planeja, implanta e controla o fluxo eficiente e eficaz de matérias primas, estoque em processo, produtos acabados e informações relacionadas, desde seu ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender os requisitos dos clientes” (CLM:1998)

Os conceitos de Logística Industrial (McGee, 1977) e Logística Empresarial (Ballou, 1987) tornaram-se mais claros e estruturados, mostrando uma evolução deste pensamento. A logística associada com a entrega de matéria prima e de componentes para uma empresa e a entrega de produtos e mercadorias para seus clientes teve sua importância aumentada.

Yoshizaki (2000) conclui, a partir de CLM (1998) que a Logística é parte integrante ou subconjunto do *Supply Chain Management* (SCM), e define o SCM como “ a integração dos diversos processos de negócios e organizações, desde o usuário final até fornecedores originais, que proporcionam os produtos, serviços e informações que agregam valor para o cliente.”

A Gestão Integrada dos ativos logísticos passou cada vez mais a extrapolar fronteiras físicas, inicialmente integradas do recebimento de matérias primas à expedição de produtos acabados, até chegar nos atuais conceitos de Gestão de Cadeia de Suprimentos (*Supply Chain Management-SCM*).

Yoshizaki (2000), aponta as diferenças entre os conceitos de Logística e SCM:

- 1 intra-organizacional (ponto de vista de uma empresa)

- 2 inter-organizacional (ponto de vista de diversas empresas componentes da cadeia)

A questão intra-organizacional é a que atualiza os conceitos discutidos por Leme (1982) aos do CLM (1998): o gerenciamento da cadeia de suprimentos (SMC) envolve tanto as operações logísticas como as de manufatura, ou seja, integra a logística com a produção.

A abordagem dos conceitos de Logística e *Supply Chain Management* (SCM) aos estudos de localização surgiram em paralelo ao desenvolvimento dos conceitos. Ballou (2001:57) propõe a “pirâmide do Planejamento Logístico” onde define que a partir do Nível de Serviço desejado pelo cliente as empresas têm que se estruturar nas questões de Estoques, Modais de Transporte e Localização das entidades; Magee (1977) explora o conceito de que para o reexame da localização de fábricas deve-se considerar a dinâmica logística; Robeson e Copacino (1994) citam que as redes logísticas são largas e complexas, precisam atender ao nível de serviço desejado e devem ser eficientes em custo - *trade-offs* para a localização de entidades logísticas e Slack (1997) considera toda a rede logística e os impactos das opções no custo total operacional.

2.3 Modelos para a Decisão da Localização e Fatores Localizacionais Considerados

A Teoria da Localização teve grande desenvolvimento na disciplina de planejamento da produção, sendo que atualmente o assunto é tratado com o auxílio de modelos de decisão logísticos e de *Supply Chain Management*. Estes modelos permitem que suas fases sejam aplicadas em qualquer processo de tomada de decisão de localização, sendo que a importância dos fatores localizacionais é que possui maior ou menor peso, dependendo do tipo de instalação.

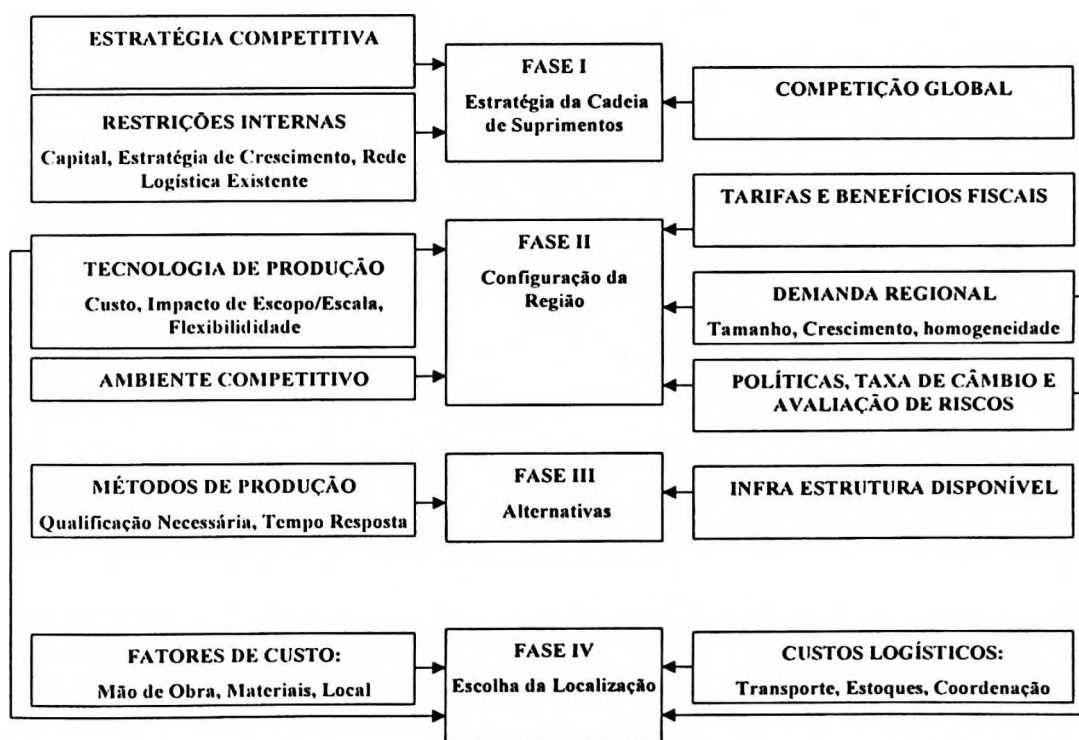
Gaither e Frazier (2001:179) salientam que as decisões quanto à localização de instalações não são tomadas de maneira apressada. Estas decisões de *trade-off* relativas à escolha de pontos estratégicos podem ser aflitivas, e normalmente são resolvidas somente depois de uma longa e cuidadosa ponderação dos prós e contras de cada localização.

Meindl e Chopra (2001:314) propõem uma estrutura teórica para a tomada de decisão de localizar uma nova instalação; esta estrutura se divide em quatro fases: Definição da Estratégica da Cadeia de Suprimentos, Configuração da Região, Alternativas de Localização e Escolha da Localização. A figura 1 apresenta este modelo e suas fases.

O objetivo da Fase I é de definir a estratégia para a gestão da cadeia de suprimentos que irá suportar a estratégia competitiva adotada pela empresa. Baseado na estratégia competitiva da empresa, uma análise da competição, economias de escala e escopo e nas restrições, os gestores devem determinar a estratégia para a cadeia de suprimentos.

Na Fase II identificam-se regiões onde as instalações serão localizadas, seus potenciais e capacidades. Baseado nas informações necessárias indicadas na figura, os gestores irão então identificar a configuração da região necessária para a cadeia de suprimentos. A configuração regional define o número aproximado de instalações na rede, regiões onde as instalações serão preparadas, e até mesmo se uma instalação irá produzir todos os produtos para um dado mercado ou apenas alguns para todos os mercados da rede onde a empresa está inserida.

FIGURA 1 - MODELO DE MEINDL&CHOPRA PARA A TOMADA DE DECISÃO DE ONDE LOCALIZAR UMA NOVA INSTALAÇÃO



FONTE :MEINDL & CHOPRA (2001:314) *Supply Chain Management*

A Fase III é a de selecionar um grupo de localizações desejadas dentro das regiões onde as instalações serão localizadas. O número de alternativas candidatas deverá ser muito maior que o número de instalações a serem instaladas, para que na Fase IV possa ser feita uma seleção precisa.

Na Fase IV decide-se a precisa localização e a capacidade para cada nova instalação. Este estudo é restrito às candidatas levantadas na Fase III. A rede é desenhada para maximizar o lucro total.

O modelo proposto de Meindl & Chopra é estratégico e perfeitamente alinhado com as novas práticas de gestão das cadeias onde as empresas estão inseridas, com a visão do todo. Este modelo adere às proposições do *Supply Chain Management*, bem como aborda as questões logísticas e de Planejamento de Produção. Notável, também, que muitos dos fatores micro e macro econômicos ligados à decisão de localização são por ele contemplados.

Um modelo anterior exemplifica e traz um detalhamento e melhor entendimento das decisões a serem tomadas (principalmente em relação às Fases II e III) : o modelo de Carrol e Dean (1980:87) se encaixa perfeitamente no de Meindl e Chopra, reforçando os conceitos econômicos e logísticos a serem considerados. A diferença é que Carrol e Dean vão até o detalhe da influência na comunidade e da área onde a nova instalação será localizada; por outro lado, não abordavam, na época, a necessidade de se alinhar, após definida a estratégia competitiva da empresa, a estratégia da cadeia de suprimentos.

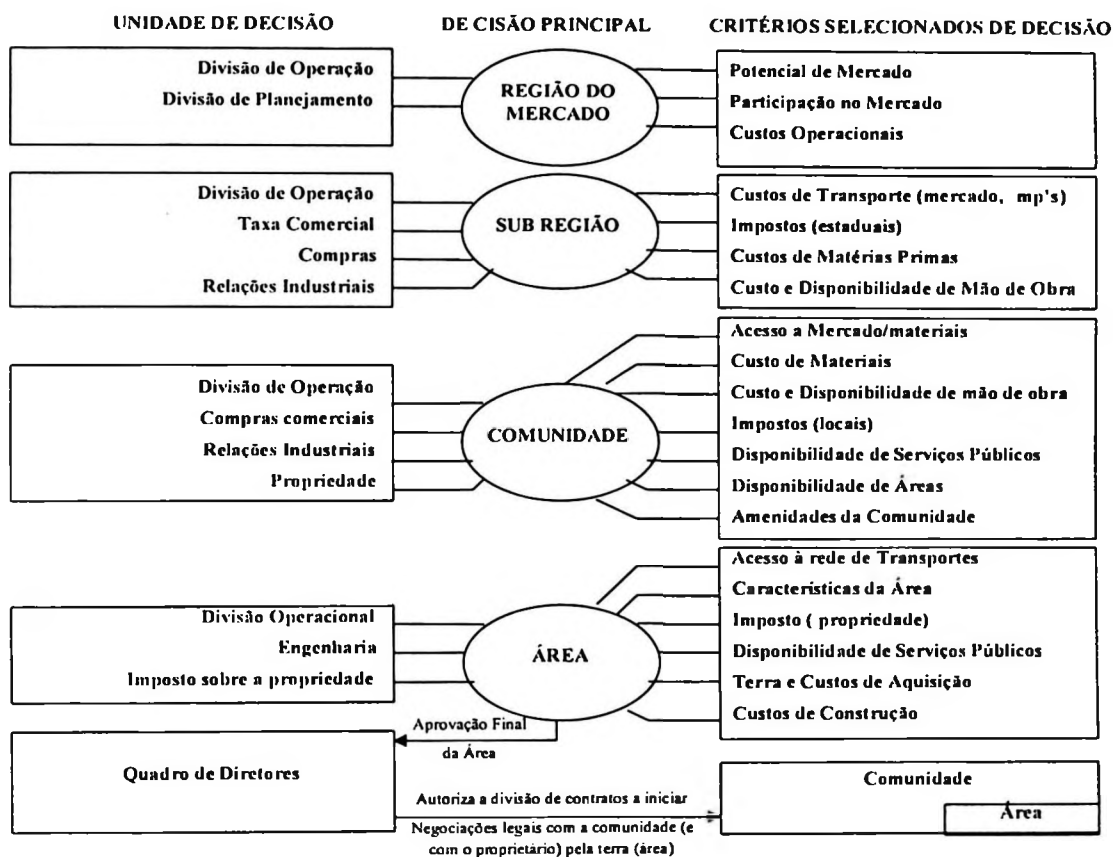
Com esta contribuição, pode-se facilmente identificar quais as unidades organizacionais envolvidas na decisão, os critérios selecionados para a decisão – os critérios e as unidades estão vinculados à decisão principal: a região de mercado, a sub região, a comunidade e a compra da área a ser localizada a nova instalação industrial.

Se for considerada a evolução das teorias nas diversas disciplinas, o modelo de Carrol e Dean, apresentado na figura 2, é a maior representação de uma fase de transição entre os modelos baseados nos aspectos meramente econômicos e aqueles que buscavam os fatores localizacionais da disciplina de planejamento da produção.

Na administração, a Teoria da Localização encontra aplicações fora do campo do Planejamento da Produção (Leme, 1982:22). Assim, os modelos desenvolvidos nesta Teoria podem ser aplicados a problemas como o da localização de lojas de varejo ou de armazéns de distribuição.

O modelo de Carrol e Dean se encaixa neste contexto, sendo sua abordagem prática a várias aplicações além da localização industrial.

FIGURA 2 - MODELO DE CARROL E DEAN PARA A TOMADA DE DECISÃO DE ONDE LOCALIZAR UMA NOVA INSTALAÇÃO



FONTE :CARROL E DEAN (1980:87) *A Bayesian Approach to Plant-Location Decision*

Uma técnica mais qualitativa é a dos sistemas de estimativa de fatores, que são, talvez, os mais utilizados amplamente entre as técnicas gerais de localização, porque fornecem um mecanismo para combinar diversos fatores (transporte, clima da mão de obra, condições de habitação, disponibilidade de energia, fornecimento de água, políticas de imposto e leis, entre outros) em um formato de fácil compreensão; mas um dos principais problemas dos esquemas de atribuição de pontos a estes fatores é que eles não consideram

ampla variação de custos que podem ocorrer dentro de cada fator. Outro problema com essa abordagem é que, frequentemente, os valores para alguns dos fatores incluídos na análise de decisão são altamente subjetivos, como por exemplo, a qualidade do sistema de educação pública e a qualidade de vida em determinada região.

Para ilustrar este tipo de análise, mais qualitativa, é apresentado na Tabela 4 a classificação de Gaither e Frazier (2001:183), da importância relativa dos fatores de localização em diferentes instalações.

TABELA 4 A IMPORTÂNCIA RELATIVA DOS FATORES DE LOCALIZAÇÃO EM DIFERENTES INSTALAÇÃO

| Fator que afeta a Decisão Quanto à Localização | Mineração, Lavra, Manufatura Pesada | Manufatura Leve | P&D e Manufatura High-Tech | Armazenamento | Venda a Varejo | Serviços ao Clientes com Fins Lucrativos | Serviços do Governo Municipal | Serviços de Saúde e Emergência |
|---|-------------------------------------|-----------------|----------------------------|---------------|----------------|--|-------------------------------|--------------------------------|
| 1. Proximidade de concentrações de clientes e cidadãos | C | C | B | B | A | A | A | A |
| 2. Disponibilidade e custos de mão-de-obra | B | A | B | B | B | A | B | B |
| 3. Atratividade da comunidade para recrutar profissionais | C | B | A | C | C | C | C | C |
| 4. Grau de organização sindical | A | A | C | B | B | B | C | B |
| 5. Custos de construção e terrenos | A | B | B | B | B | B | B | B |
| 6. Proximidade de instalações de transporte | A | B | C | A | B | C | C | C |
| 7. Custos de transporte das entradas | A | B | C | A | B | C | C | C |
| 8. Custos de transporte das saídas | B | B | C | A | C | C | C | C |
| 9. Disponibilidade e custos de serviços públicos | A | B | C | C | C | C | C | C |
| 10. Proximidade de matérias primas e suprimentos | A | B | C | C | C | C | C | C |
| 11. Restrições de zoneamento e impacto ambiental | A | B | C | C | C | B | C | C |

Observação: A = muito importante, B = importante, C = menos importante

FONTE :GAITHER E FRAZIER (2001:183) *Administração da Produção e Operações*

Observa-se na Tabela 4 que o próprio critério de se ponderar os fatores de acordo com o tipo de instalação que se está estudando (A = muito importante, B = importante,

C = menos importante) comprova a subjetividade deste tipo de técnica ao avaliar os fatores localizacionais.

Slack (1997:189) descreve que a decisão de localização para qualquer operação é determinada pela influência relativa dos fatores do lado da oferta e do da demanda, sendo que nem todos se aplicam a todas as decisões de localização feitas por todas as operações, mas fornecem uma indicação dos fatores que devem ser considerados para a tomada de decisões de localização.

No lado da demanda, por exemplo, os fatores que influenciam a qualificação da mão de obra devem ser considerados pois este fator é decisivo para a qualidade do produto ou o serviço que será oferecido aos clientes; já no lado do fornecimento, o custo da mão de obra, e não a sua qualificação, é que deve ser considerado para minimizar o custo na transformação de matérias primas em produtos e/ou serviços – este *trade-off* entre o menor custo de mão de obra, mas ao mesmo tempo que suporte a qualificação necessária para garantir o serviço e/ou a qualidade do produto ao cliente mostra de maneira clara como fatores tradicionalmente abordados passam a ter outro enfoque, mas continuam sendo os mais importantes a serem considerados. O que se altera, na verdade, é o agrupamento destes fatores pelo lado do fornecimento e pelo lado da demanda.

Este reagrupamento sugerido é base para entender as questões de localização industrial no conceito de Gestão da Cadeia de Suprimentos.

A seqüência de decisões quanto à localização, apresentada e discutida por todos os autores citados, é compilada de por Gaither e Frazier (2001:180), da seguinte forma, agrupando os fatores que afetam as mesmas:

1. decisão Nacional: estabilidade do Governo, Economia e Sistema Político; disponibilidade e custos de mão de obra; cotas de exportação e importação. taxas alfandegárias e comissões; taxas de câmbio da moeda; sistemas de transporte; oferta de energia; sistema de telecomunicações; disponibilidade de custos e materiais de suprimentos; clima; incentivos e restrições governamentais; peculiaridades culturais e econômicas; regulamentação quanto às operações.

2. decisão Regional: concentração e tendências de clientes e cidadãos; disponibilidade e custos de mão de obra; grau de organização sindical; custos de construção e de terras; oferta e custos de serviços públicos; disponibilidade de sistemas de transportes; custos dos transportes; disponibilidade e custos de materiais e suprimentos; clima; incentivos governamentais. Regulamentação ambiental.

3. decisão Comunitária: conscientizações e tendências de clientes e cidadãos; preferência da administração; serviços comunitários e impostos; atitudes comunitárias em relação às localizações; disponibilidade e custos de mão de obra; disponibilidade e custos de locais; custos de construção; disponibilidade de sistemas de transporte; custos dos transportes; disponibilidade e custos de materiais e suprimentos; serviços bancários; regulamentação e impactos ambientais; incentivos governamentais.

4. decisão quanto ao local: concentrações e tendências de clientes e cidadãos; custos e locais; tamanho dos locais; proximidade a sistemas de transportes; disponibilidade de serviços públicos; restrições de zoneamento; proximidade a indústrias de serviços relacionadas; impacto ambiental; disponibilidade e custos de materiais e suprimentos.

Pereira e Pereira (2001:18), apresentam uma proposta de se posicionar e ressaltar a importância de se adequar os modelos de localização apresentados aqui com os cinco processos sob a responsabilidade de Gestão de Pessoas que possuem forte influência na decisão de onde localizar uma nova instalação: agregar, recompensar, desenvolver, manter e monitorar (informações). Com isto, a interpretação das variáveis “custo de mão de obra” e “disponibilidade “ de mão de obra assume um papel mais abrangente, complexo e analítico. Esta proposta está na Tabela 5. Um estudo da empresa de consultoria KPMG para o governo do Canadá, em 2002, também resalta que os elementos-chave para a decisão de onde se localizar novas instalações devem ser divididos em dois grandes blocos: negócios e pessoas. Na Tabela 6 temos a disposição dos elementos chave nestes dois grandes blocos.

A definição da localização de instalações industriais envolve aspectos econômicos (macro e micro localização) e, associados a estes, a gestão da cadeia de suprimentos onde a

empresa que pretende tomar tal decisão está inserida. Modelos para a tomada deste tipo de decisão vêm da área de operações, e ambos contemplam os aspectos logísticos e econômicos, e devem também envolver a área responsável pela Gestão das Pessoas.

TABELA 5 - A INTEGRAÇÃO DOS PROCESSOS DE GESTÃO DE PESSOAS AOS MÉTODOS (ECONÔMICOS E DE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT) DE TOMADA DE DECISÃO PARA A LOCALIZAÇÃO DE NOVAS INSTALAÇÕES

| PROCESSO | ECONOMIA | | CADEIA DE SUPRIMENTOS | | OBSERVAÇÕES |
|-----------------------|---|------------------------------|-----------------------|---|--|
| | MACRO LOCALIZAÇÃO | MICRO LOCALIZAÇÃO | MEINDL & CHOPRA | CARROL & DEAN | |
| Agregar | Disponibilidade de Mão de Obra | - | Fases III e IV | Disponibilidade de Mão de Obra (Sub Região e Comunidade) | Permite o recrutamento e a seleção de pessoas |
| Recompensar | Custos de Mão de Obra | - | Fases III e IV | Custos de Mão de Obra (Sub Região e Comunidade) | Considera todo o sistema de remuneração, benefícios e serviços sociais |
| Desenvolver | Custos de Mão de Obra | - | Fases II, III e IV | Custos e Disponibilidade de Mão de Obra (Sub Região e Comunidade) e Amenidades (Comunidade) | Capacitar e incrementar o desenvolvimento profissional |
| Manter | - | Serviços Públicos | Fases II, III e IV | Amenidades (Comunidade) e Disponibilidade de Serviços Públicos (Comunidade e Área) | Administra a segurança, higiene, disciplina, qualidade de vida e as relações sindicais |
| Monitorar Informações | Custos e Disponibilidade de Mão de Obra | Vias de Acesso e Comunicação | Fases III e IV | Custos e Disponibilidade de Mão de Obra (Sub Região e Comunidade) | Sistema Gerencial de Informações das pessoas que trabalham na organização e que contemple dados sobre o desenvolvimento regional |

FONTE : PEREIRA (2001:18) , *I Encontro de Estudos Regionais e Urbanos*

Regiões que buscam o seu desenvolvimento também podem ganhar ou perderem oportunidades devido a tomada de decisão não abrangente ou até mesmo a incerteza de tomar ou não a mesma. A atratividade que algumas regiões podem oferecer às pessoas pode ser um fator determinante na geração de alternativas a serem avaliadas.

É importante também lembrar que sempre existirão riscos envolvidos na implantação de projetos desta natureza. Um novo assunto que a comunidade mundial tem colocado em pauta na análise dos fatores localizacionais é o terrorismo. Em 1986 (Conway, 1994:93) já eram listados vários fatores novos originados do terrorismo. Para o investidor em novas instalações, o primeiro e mais óbvio efeito disto é a limitação de opções para alternativas. Devido ao terrorismo, existem substancialmente menos nações e menos opções de localização no mundo, prudentes para se investir.

TABELA 6 FATORES -CHAVE PARA A DECISÃO DE LOCALIZAÇÃO

| | Fatores de Custo | Outros Fatores-Chave |
|-----------------|---|---|
| Negócios | Custos dos Negócios <ul style="list-style-type: none"> . Terra/Construir/Instalação . Salários/Benefícios . Transporte e Distribuição . Custos de Utilidades . Custos Financeiros . Taxas Federais/Estaduais | Ambiente de Negócios <ul style="list-style-type: none"> . Qualificação de Mão de Obra . Acesso a Mercados/Clientes . Acesso a Fornecedores . Infra Estrutura de Transporte . Disponibilidade de Serviços . Legislação do Local |
| Pessoas | Custo de Vida <ul style="list-style-type: none"> . Impostos . Custo de Moradia . Custo de consumir produtos . Custos com Saúde . Custos com Educação | Qualidade de vida <ul style="list-style-type: none"> . Criminalidade . Serviços de Saúde disponíveis . Escolas e Universidades . Clima . Cultura e Lazer |

FONTE :KPMG Marketing Canada's Cost Advantage , 2002

O fator localizacional terrorismo, apesar de não ser abordado nos modelos de tomada de decisão, após o atentado aos Estados Unidos por grupos terroristas, (AT Kearney ,

2001) vem fazendo com que os investidores se mostrem retraídos a ponto de provocar o primeiro declínio no crescente volume de IDE's, desde 1996.

A importância da decisão de onde localizar uma instalação decorre dos altos investimentos envolvidos e dos profundos impactos que as decisões de localização têm sobre os custos logísticos, a economia das regiões e as pessoas.

2.4 Investimento Direto Estrangeiro

2.4.1 Introdução, Definições e Teorias Explicativas

Segundo Hood & Young (1979:3), “uma empresa multinacional é aquela que realiza investimento direto no exterior e que controla e gera estabelecimentos produtivos ou outras atividades de valor em mais de um país, ou seja, uma empresa com estabelecimentos em vários países”.

A Organização das Nações Unidas (ONU) considera um investimento direto estrangeiro quando um só investidor adquire a participação de 10% ou superior numa firma estrangeira, podendo a empresa multinacional investir até 100% da nova instalação naquele país, quando opta por construir uma nova fábrica, por exemplo.

A economia da empresa multinacional se baseia nos fluxos de capitais que se deslocam dos países desenvolvidos e fluem para os países em desenvolvimento, tradicionalmente. É claro que a definição de um país desenvolvido e um país em desenvolvimento é questionável, e também que existem empresas multinacionais nos países definidos como em desenvolvimento, mas o foco desta pesquisa é justamente levantar os IDE feitos das empresas situadas em países estrangeiros para o Brasil, e não discutir definições.

Com este fluxo ocorre um aumento dos investimentos diretos e especulativos, nos chamados mercados emergentes – um termo utilizado no ambiente de negócios globalizado para caracterizar países ainda em desenvolvimento que pode apresentar riscos mas também proporcionam investimento lucrativos - e estes mercados são justamente de países que realizaram reformas conjunturais em suas economias com o objetivo de proporcionar a retomada e o crescimento dos IDE's.

No mundo do ambiente industrial (Conway Data, 2003) os fatores propícios ao desenvolvimento de mercados são os locais onde se encontram três principais fatores:

- a) mão de obra é disponível, treinada e qualificada;
- b) logística e potencialidades de distribuição que facilitem a adoção dos conceitos de *Supply Chain Management*;
- c) estabilidade política e econômica.

A intenção é de se valer do IDE para que o mesmo possa contribuir para o desenvolvimento econômico e industrial, e assim reestruturar as cadeias produtivas, alcançando assim maior competitividade externa. Este fenômeno se refere às empresas multinacionais que vêm cada vez mais investindo em países que não aquele de sua origem.

Estas empresas estão internacionalizando sua produção, sendo este um processo que ultrapassa as fronteiras nacionais, movimentando bens, serviços e capitais de um país para outro através do comércio internacional e dos IDE's .

Outra evolução foi a da concentração dos fluxos, anteriormente concentrados na esfera comercial. A partir da década de 90, fluxos cada vez maiores de IDE ocorrem, em forma de investimentos de grande valor; estes fluxos partir desta década estiveram associados ao processo de racionalização e modernização da estrutura produtiva, diminuição da linha de produtos, desverticalização da produção e terceirização de atividades complementares e da estrutura organizacional.

Outro fenômeno observado foi o intenso movimento de aquisições de empresas de capital nacional para então viabilizar a entrada de empresas estrangeiras.

Esta combinação da mudança tecnológica com a abertura de mercados regionais e globais tem sido a causa primária para a reconfiguração do tipo e amplitude das atividades que agregam valor pelas empresas, suas dimensões espaciais e suas estruturas organizacionais.

Segundo Dunning (1998) as empresas multinacionais na procura para explorar e expandir sua tecnologia desenvolvida para o exterior, o fazem de duas maneiras: aprofundando suas atividades de alto valor agregado nestas localizações e buscando alianças de sinergia com empresas estrangeiras. Com isto, desenvolvem várias transações relacionais com seus novos fornecedores, clientes e competidores.

Ainda conforme Dunning (1998) as empresas conduziam seus negócios com foco em manter seus investimentos nos mercados domésticos, realizando seus IDE's de maneira isolada. Isto mudou. As empresas estão buscando incrementar sua atuação para mercados globais e operações entre suas múltiplas plantas, criando assim o conceito de Plantas Globais, ou seja, plantas que podem servir a vários mercados, situadas em diferentes países, em diferentes momentos da economia global.

Para se explicar a produção no estrangeiro Dunning (1977 e 1979) propõe o Paradigma Eclético, baseado em três abordagens teóricas distintas: a) a Economia Industrial, que procura explicar como é possível que determinadas empresas adquiram e sustentem uma ou várias vantagens competitivas em relação às outras; b) a Teoria da Empresa, que busca explicar o modo que a empresa está organizada para criar, aumentar e usar estas vantagens; e c) a Teoria da Localização, que explica onde as empresas escolhem localizar suas atividades.

As vantagens específicas de propriedade podem ser de dois tipos: vantagens estruturais, relacionadas aos ativos possuídos com exclusividade pela empresa em relação aos demais concorrentes, como tecnologia superior ou processo de produção eficiente; e vantagens de transação, relacionadas aos benefícios obtidos pela empresa a partir da gestão comum de um conjunto de atividades relacionadas, no país e no exterior. Pode-se, também, adquirir vantagem específica de propriedade a partir de alianças com outras empresas (Dunning, 1995).

As vantagens de internalização são aquelas referentes à capacidade da empresa em transferir suas vantagens específicas de propriedade através das fronteiras nacionais de modo interno à sua própria estrutura. Isso se dá na medida em que ela percebe ser de seu melhor interesse internalizar o mercado para essas vantagens do que cooperar com outras firmas para explorá-las. Essa percepção é determinada pelos custos de coordenação e transação das modalidades alternativas.

As vantagens de localização são oriundas da utilização combinada dos fatores de produção disponíveis em outros países. Elas podem ser estruturais, quando relativas às diferenças nos custos dos fatores de um país para outro, ou de transação, quando associadas ao aproveitamento de oportunidades no mercado à redução de riscos e às condições de contrato com fornecedores e clientes. Ambientes onde se encontram aglomerados muitos recursos complementares aos de uma empresa podem criar benefícios adicionais devido a sua proximidade (Dunning, 1995).

Isto é o mesmo que Stern (2002) recomenda a empresários e executivos que desejam ter mais competitividade: localizar suas empresas em áreas de *cluster*, aglomerado de empresas do mesmo setor de atividade que lhes garante uma série de vantagens, que vão do acesso a mão-de-obra até fornecedores especializados.

No mesmo artigo, *Inovação e Localização de Mãos Dadas*, um estudo revela que o ambiente local também influi fortemente no sucesso das atividades inovadoras e mostra que há grandes diferenças entre o progresso relativo dos países membros da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e dos países emergentes no que se refere a vitalidade inovadora.

Nesta proposta, a vitalidade da inovação é determinada pela capacidade de inovação nacional, ou seja, o potencial de um país - como entidade política e econômica - de produzir um fluxo de inovações comerciais relevantes.

Para identificar as fontes de capacidade de inovação que permitem a uma nação inovar globalmente, criou-se (Stern, 2002) uma estrutura composta de três grandes elementos que também pode ser utilizada pelos executivos para avaliar a capacidade de inovação de suas empresas tanto regional como localmente: infra-estrutura da inovação, ou seja, combinação dos fatores que dão apoio à inovação em toda a economia de um país; ambiente para a inovação específica nos *clusters*; e qualidade das integrações.

Uma vez que a localização geográfica é crucial para a inovação, as empresas precisam expandir suas abordagens da gestão da inovação de acordo com a região, ou seja, desenvolver e comercializar a inovação de forma mais atraente, tomar medidas efetivas para garantir o acesso aos pontos fortes do local e aprimorar efetivamente o ambiente de inovação e comercialização nas áreas em que operam.

Ao considerar competir em um mercado externo, uma empresa pode escolher entre várias modalidades alternativas, como exportação, licenciamento ou investimento direto no exterior. No caso do investimento direto, uma determinada configuração pode ser entendida a partir de um conjunto de decisões tomadas previamente. Estabelecer instalações próprias de fabricação ou distribuição é uma escolha feita a partir de certas capacitações possuídas pela empresa, ou seja, qual a razão para se realizar o investimento. Decidir se instalar fisicamente ao invés, por exemplo, de licenciar, significa que algumas dessas competências permaneceram internalizadas, sendo uma resposta à questão de como fazer. Ao mesmo tempo a escolha da localização também deve ser considerada.

Podemos, então, resumir estes aspectos abordados pelo Paradigma Eclético de Dunning, apresentado na Tabela 7.

TABELA 7 - O PARADIGMA ECLÉTICO DE DUNNING

| VANTAGENS | | |
|---|--|--|
| Específica (proprietárias) das Empresas | Internalização (de vantagens específicas) | Localização |
| Dimensão e fatia do mercado da empresa (poder de mercado dos produtos e/ou dos fatores) | Minimização dos custos de transação (contratos, etc), por exemplo no domínio da implementação dos direitos da propriedade. | Potencial de mercado |
| Diversificação dos produtos dos processos; Diversificação dos riscos. | Informação assimétrica entre fornecedor e comprador de Informação (imperfeição dos mercados da informação) | Preço, qualidade e produtividade dos fatores de produção; Funções de produções locais; Recursos Naturais; Mão de obra barata, formada e eficiente; Recursos financeiros. |
| Vantagens da especialização | Necessidade de controles exigentes de qualidade através do produtor | Custos dos transportes e comunicações e demais necessidades de infraestrutura. |
| Tecnologia superior (protegida ou não por patentes e marcas) Capacidades especiais no domínio da gestão, marketing e finanças. | Evitar ou explorar intervenções estatais (por exemplo tarifas alfandegárias ou incentivos ao investimento) | Barreiras estatais ao comércio, regulamentos e controles.; Incentivos e requisitos dos investimentos. |
| Utilização dos recursos da empresa-mãe (por exemplo, através de preços de transferência) | Redução da incerteza do comprador e/ou do vendedor. | Clima de investimento, risc país |
| Economias de escala e de variedade na aquisição, produção, venda e financiamento. | Economias sistêmicas de controle de operações globais através de estruturas organizacionais alternativas. | Distância cultural ou psicológic |
| Flexibilidade na aquisição (comércio intra-empresa) e produção (localização) | Custos e benefícios de coordenação dinâmica derivados do acesso no estrangeiro e ativos. | <i>Cluster</i> de empresas relacionadas, que se aproveita de externalidades de aglomeração |

FONTE: DUNNING (1999)

As transformações globais têm causado uma reestruturação no setor industrial , com mudanças importantes nos padrões de competitividade mundial. A globalização –

entendida como o acirramento das rivalidades ou maior contestabilidade do mercado mundial – é, assim, o resultado desta reestruturação da estrutura produtiva.

Estes fenômenos têm impacto sobre o processo de internacionalização da produção, suas distintas formas e, conseqüentemente, os padrões de localização dos novos investimentos em escala mundial. Neste sentido, a empresa multinacional desempenha papel fundamental, não somente por ser o principal agente responsável pelos fluxos de investimento direto estrangeiro, como também por seu papel de agente fundamental de realização dos processos de “destruição criadora”, internacionalização da produção e globalização.

No estudo sobre a competitividade da indústria (UNICAMP, 1993), são agrupadas e apresentadas as oportunidades e restrições criadas pelas principais transformações globais para que as empresas multinacionais invistam em subsidiárias no estrangeiro. Estas transformações globais são assim listadas:

1. aceleração do progresso técnico;
2. novas tecnologias genéricas;
3. revolução na tecnologia da informação;
4. maior flexibilidade produtiva e organizacional;
5. difusão de relações contratuais cooperativas e de longo prazo entre agentes;
6. integração vertical da produção à escala mundial (globalização da produção internacional) com a fragmentação do processo de produção;
7. alianças estratégicas;
8. processo de concentração e centralização do capital em escala mundial;
9. internacionalização das atividades de Pesquisa e Desenvolvimento; laboratórios integrados internacionalmente;
10. minimização do conteúdo energético ou de materiais; surgimento de novos materiais;

As oportunidades geradas pelas transformações globais acima listadas indicam às empresas multinacionais os sinais da necessidade de se expandirem globalmente. Com esta

sinalização, a empresa multinacional tem de diagnosticar não apenas que existem oportunidades, mas, pela própria lista acima, a necessidade de se adentrar países e economias novas.

2.4.2 A Motivação da Entrada de Empresas Multinacionais em Países Estrangeiros

As empresas multinacionais têm uma contribuição específica para o processo de desenvolvimento econômico, como agentes de difusão do progresso técnico e como participantes do comércio internacional. O comportamento, desempenho e estratégia das empresas multinacionais obedecem à lógica do capital, e isto pode envolver diferentes dinâmicas de competitividade internacional, mais ou menos favoráveis ao país onde atuam estas empresas.

A motivação que faz com que uma empresa multinacional realize o IDE foi classificada por Dunning (1994) em quatro grandes tipos:

1. *resource seeking*;
2. *market seeking*;
3. *efficiency seeking*;
4. *strategic asset seeking*.

Uma empresa pode ter como objetivo de IDE o primeiro investimento em um país e/ou expandir uma empresa já estabelecida. *Resource seeking* são os investimentos orientados para a exploração de mão de obra não qualificada, ou recursos naturais, sendo que a disponibilidade é a principal vantagem da localização oferecida pelo país candidato a receber o IDE. No caso de *market seeking*, a referência é feita com vistas a explorar o mercado doméstico do país candidato e de seus vizinhos. Estas duas modalidades se referem ao primeiro objetivo, ou seja, o investimento inicial em um país.

Após o investimento inicial, em razão do desenvolvimento econômico, da liberalização comercial ou da concorrência, os investimentos de *market seeking* dão lugar aos de *efficiency seeking*, pois estes visam racionalizar a produção para explorar economias de especialização e localização.

No caso do *strategic asset seeking*, “o objetivo central das estratégias é adquirir recursos e competências que podem ajudar a empresa investidora a manter e aumentar suas competências competitivas nucleares nos mercados regionais ou globais” (Dunning, 1994:36).

Comprar ativos estratégicos implica poder comprometer-se com investimentos, e que os países possam atrair IDE pelas vantagens competitivas oferecidas por seus recursos e competências.

TABELA 8 - CRITÉRIOS AVALIADOS PELAS MULTINACIONAIS PARA DECIDIR LOCALIZAÇÃO DE UM PRIMEIRO INVESTIMENTO - COMPARATIVO : DÉCADA DE 70 E 90

| MOTIVAÇÃO | DÉCADA DE 70 | DÉCADA DE 90 |
|----------------------------|---|--|
| A. <i>Resource Seeking</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidade, preço e qualidade dos recursos naturais; 2. Infraestrutura para aproveitar os recursos a serem explorados, bem como para exportar os produtos que serão originados pelos mesmos; 3. Restrições governamentais sobre o IDE e/ou remessa de capital/ lucro para o exterior; 4. Incentivos a investimentos. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Os mesmos da década de 70, mas as oportunidades locais para melhorar a qualidade dos recursos e os processos e o transporte dos produtos acabados é um incentivo mais importante do que outro qualquer; 2. Disponibilidade de parceiros locais para em conjunto promover a exploraçõ do conhecimento e dos recursos de capital. |
| B. <i>Market Seeking</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Principalmente doméstico e ocasionalmente adjacente a mercados regionais 2. Custos salariais reais; custos de materiais; 3. Custos de transporte; barreiras ao comércio internacional; 4. Como no item A 3, mas também contemplando proteções de mercado | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mercados domésticos ampliados através de acordos entre países (MERCOSUL, NAFTA, ALCA, etc). 2. Disponibilidade e preço de trabalhos profissionais; 3. Presença e competitividade de firmas relacionadas, por exemplo, fornecedores mundiais; 4. Qualidade da Infraestrutura local e competência institucional; 5. Menores distorções relativas a dispersões espaciais, mas um acréscimo das aglomerações de economia <i>(clusters)</i> e opções de serviços locais; 6. Políticas macro e micro econômicas suportadas pelos países receptores de IDE; 7. Crescimento da necessidade de presença junto a usuários de setores de alta tecnologia; 8. Crescimento da importância de atividades promocionais de agências regionais e locais para o desenvolvimento. |

FONTE : WOLFF (2003)

Conforme Wolff, na Tabela 8 é apresentado um comparativo entre os critérios avaliados na década de 70 por empresas multinacionais para a decisão do investimento inicial em um país estrangeiro, versus os critérios avaliados na década de 90. Referimos, neste objetivo, ao *resource seeking* e ao *market seeking*.

Na Tabela 9, a mesma comparação é feita, mas agora do ponto de vista das empresas já estabelecidas.

TABELA 9 - CRITÉRIOS AVALIADOS PELAS MULTINACIONAIS PARA DECIDIR LOCALIZAÇÃO DE UMA EXPANSÃO DE EMPRESA JÁ ESTABELECIDADA - COMPARATIVO : DÉCADA DE 70 E 90

| MOTIVAÇÃO | DÉCADA DE 70 | DÉCADA DE 90 |
|-----------------------------------|---|--|
| C. <i>Efficiency seeking</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Foco principalmente no custo do produto (mão de obra, materiais, etc) 2. Liberdade para comercializar o comércio de produtos semi acabados e acabados; 3. Presença de economias de aglomeração (por exemplo, zonas de exportação, zonas francas) 4. Incentivos a investimentos. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Os mesmos da década de 70, mas com maior ênfase (Tabela 9) em B 2, 3, 4, 5 e 7, especialmente para tecnologia. 2. Papel fundamental do governo em remover obstáculos para a reestruturação da atividade econômica, facilitando o crescimento profissional dos recursos humanos, através de programas apropriados de educação e treinamento. 3. Disponibilidade de <i>clusters</i>, como parques científicos e industriais, suporte de tecnologia de informação e comunicação. |
| D. <i>Strategic Asset Seeking</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Proteção e condições para o crescimento dos ativos baseados em tecnologia próprios das empresas dos países receptores; 2. Variáveis institucionais dificultando ou impossibilitando que os ativos baseados em tecnologia pudessem ser adquiridos por empresa estrangeiras. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Como nos anos 70, mas com o crescimento da dispersão geográfica dos ativos baseados em tecnologia, conciliado com a necessidade das empresas em conseguir estes ativos de localidades estrangeiras, fez com que este se tornasse mais um motivo importante para atração do FDI. 2. O preço e a sinergia da disponibilidade dos ativos de investidores estrangeiros; 3. Oportunidades oferecidas para troca de idéias, tecnologias e aprendizado interativo. 4. Acesso a diferentes culturas, instituições e sistemas; também a diferentes demandas e preferências. |

FONTE: WOLFF (2003)

O fenômeno observado na Tabela 8 se repete, com a quebra do protecionismo por parte dos governos receptores de IDE e o aparecimento dos clusters ao invés de simplesmente zonas de livre comércio – passamos de concentrações de facilitadores a exportação para concentrações de facilitadores à produção.

As estratégias para a localização de novas instalações por parte das empresas multinacionais podem ser classificadas em três (Head, 2001:75-82):

1. estratégia de centralização: tudo é produzido em apenas um país, o país sede da empresa Multinacional; Mercado externos são servidos através da exportação;
2. estratégia replicante: cada subsidiária da empresa Multinacional é auto suficiente e independente; esta subsidiária pode conduzir todo o processo de produção sem precisar de materiais ou produtos semi acabados de subsidiárias de outros países;
3. estratégia da especialização: cada subsidiária se especializa num particular estágio da cadeia de produção, ou num serviço particular; estas subsidiárias dependem uma das outras, das quais produtos e serviços são importados.

Definida a estratégia, a empresa passa à próxima etapa, que é maneira de como adentrar em um novo mercado. Existem duas maneiras de se cumprir esta etapa:

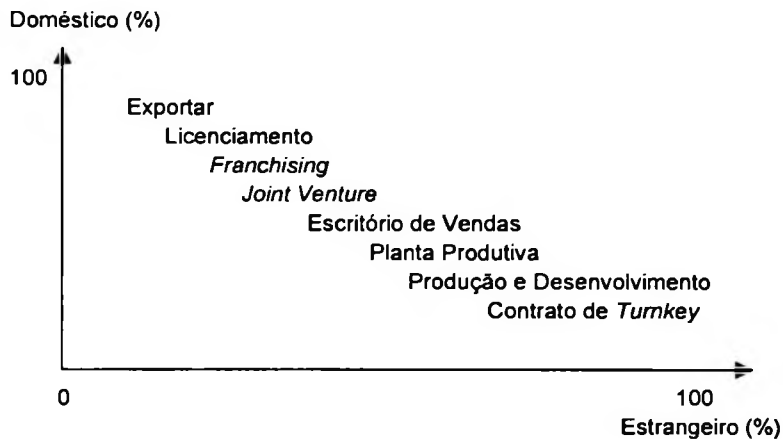
- a) interna - usando os próprios ativos da empresa: exportação, contratos *turnkey*, licenciamento de produtos, *franchising*, *joint ventures*, através de subsidiárias já existentes.
- b) externa - combinando os ativos da empresa com os de seus parceiros: redes corporativas, alianças estratégicas.

No Gráfico 2, é ilustrada a combinação de capital doméstico versus o externo, conforme a estratégia adotada pela empresa multinacional ao entrar em um novo mercado. Este gráfico mostra que quanto mais a empresa assume a posição de conduzir o projeto de

internacionalização, sem intermediários, menor a participação de capital do país de destino, e maior do país de origem.

A estratégia a ser definida pode ser a menos agressiva, como a exportação dos produtos para o país, até aquela de contratar um *turnkey*.

GRÁFICO 2 - PARTICIPAÇÃO DO CAPITAL DOMÉSTICO VERSUS O ESTRANGEIRO EM FUNÇÃO DA ALTERNATIVA ESCOLHIDA EM ADENTRAR UM NOVO MERCADO



FONTE: WOLFF (2003)

Outra alternativa que recentemente vem ganhando espaço entre as empresas multinacionais é a de transferir suas linhas de produção de um país para o outro. As razões para deixar um país são consistentes, pois pressões competitivas acenam com a necessidade de se transferir atividades de mão de obra intensa para países que apresentem custos mais baixos – trata-se da sobrevivência da própria empresa.

Uma pesquisa realizada pela *Engineering Employers Federation* (Evans, 2003:28) sugere que nos próximos cinco anos, um terço das companhias inglesas têm como expectativa incrementar sua produção em outros países fora da Inglaterra - 60% destas empresas alegaram que mover-se para um país com um menor custo era a principal razão para este fato.

Para analisar a viabilidade ou não desta decisão, as empresas primeiro respondem à questão que processos, produtos ou ambos serão realocados. Neste momento os conceitos de Economia da empresa Multinacional precisam entrar em consenso com os de *Supply Chain Management*: considera-as toda a cadeia de suprimentos onde a empresa está inserida e o impacto provocado na mesma quando realocando estas operações. Em paralelo, conhecer o que adiciona valor aos produtos que a empresa vende: pesquisa e

desenvolvimento, *design*, redes de distribuição, etc. Caso a empresa tenha dúvidas, ela deverá manter em sua matriz aquele que adiciona o maior valor.

Após isto, deve-se pensar na produção e na rede logística. A importância da localização não pode ser subestimada, porque uma vez decidido e implantado, escritório e malhas logísticas não podem ser facilmente desfeitas, erros podem ser custosos.

As mesmas alternativas apresentadas no Gráfico 2 são válidas para o caso de mudar a localização de uma planta de um país para o outro.

Dentre os motivos atuais que levam as multinacionais a decidirem realizar o IDE em um país, o estágio que a abertura comercial dos países receptores está, altera significativamente os determinantes e a forma do IDE operar.

A mudança (Moreira, 1999:370) de regime comercial faz com que a decisão de investir na indústria do país passe primordialmente por uma avaliação das vantagens localizacionais, ao mesmo tempo que deve criar incentivos para as empresas estrangeiras, instaladas ou não, para que busquem escalas competitivas e produtos, processos e produtividade mais próximos dos parâmetros internacionais.

A expectativa é que, como subproduto desse processo de adaptação ao novo regime, as empresas estrangeiras ampliem suas parcelas de mercado, em particular nos setores intensivos em capital, em detrimento da empresa de capital nacional, e assim haver uma elevação do grau de concentração da produção.

Também se espera, com esta motivação trabalhada pelos governos de países receptores, que as empresas estrangeiras passem a se integrar ao comércio internacional de forma mais efetiva e vantajosa para o país, em função da eliminação do viés protecionista contrário à exportação e dos ganhos de escala e especialização promovidos pelo novo regime.

2.4.3 Impactos: Nova Geografia Econômica na Localização da Empresa Multinacional

As preferências para o IDE dependem dos motivos que levam as empresas multinacionais a realizarem este investimento, como visto nas Tabelas 9 e 10, e a localização da produção no espaço geográfico envolve a análise de aspectos macro e micro econômicos que as empresas multinacionais têm de considerar para dimensionar o tamanho de suas operações, e em quais países devem se posicionar.

Tópicos envolvendo estratégia corporativa, análise localizacional, seleção de locais e desenvolvimento regional não são mais obscuros para os meios acadêmicos. Segundo Conway (1994:407) a geografia moveu-se das salas de aula para a sala das decisões executivas, sendo que o estudo da geografia com a economia torna-se fundamental para entender os fenômenos que justificam a presença das empresas em determinados locais.

Em Leme (1982:139), temos que a razão pela qual se concentra a produção de cada produto em unidades produtivas maiores, servindo a diversos mercados, está na possibilidade de se reduzir o custo unitário de transformação, devido às denominadas economias de escala – que pode ser de duas naturezas:

- a) localizacional, decorrente do fato da produção se concentrar em uma mesma localização;
- b) empresarial, resultante do fato da produção se concentrar dentro da empresa.

Leme (1982) cita Weber ao fazer uma distinção entre concentração industrial e aglomeração industrial. Por concentração entende-se qualquer reunião de unidades produtivas em uma mesma localização, independentemente da causa desta reunião. Aglomeração é a reunião de unidades produtivas devido a economias de escala internas ou externas, e surge apenas quando a reunião de unidades produtivas, servindo diversos mercados e situados em diferentes posições, se fizer para aproveitar as vantagens das economias de escala.

Suzigan (2000) lista as várias abordagens ao tema de aglomeração industrial:

- 1 dos distritos industriais italianos ou europeus de modo geral;
- 2 da inovação tecnológica na dinâmica industrial;
- 3 fundamentadas na economia regional para estabelecer relação entre geografia econômica e desempenho industrial;
- 4 focadas nas estratégias das empresas na busca por vantagens competitivas geograficamente restritas;
- 5 a nova geografia econômica (NGE);

A mudança nos fluxos de negócios internacionais tem impactado na geografia das atividades das multinacionais e do IDE, sendo que o fato que mais chama a atenção na geografia econômica mundial é justamente sua distribuição não uniforme. 50% de todo o

produto mundial é produzido por 15% da população mundial (Henderson, 2000) e 54% por países que ocupam apenas 10% da área do mundo. A metade mais pobre da população mundial produz 14% do produto mundial e 17 das 20 mais pobres nações estão no continente africano.

No contexto internacional, a demanda mundial (Puga, 1999) por produtos manufaturados está crescendo e ampliando as diferenças de ganhos entre os países que têm as indústrias e aqueles que não as têm. Fabricar num país industrializado começa a ficar insustentável perante a oportunidade de se produzir em outro com ganhos mais altos. Neste ponto as fábricas começam a se mover de centros estabelecidos para regiões de baixos custos; com esta primeira oportunidade identificada, os países receptores buscam estabelecer políticas públicas orientadas a consolidar aglomerações industriais como pólos geradores de crescimento, emprego, renda, desenvolvimento tecnológico e exportações.

Paul Krugman (1991, 1999), tamanha importância ao surgimento da NGE, denominou a mesma de a quarta onda, revolução dos retornos crescentes/competição imperfeita na economia, após a nova organização industrial, a nova Teoria do Comércio internacional e a nova Teoria do Crescimento. Segundo o autor, a NGE estuda a aglomeração espacial da atividade econômica, provendo uma fundamentação microeconômica para a análise de como este fenômeno afeta a estrutura da indústria e comércio, fazendo uma clara distinção (como Leme, 1982, fez) entre o que é a concentração industrial e o que é a aglomeração.

A reestruturação geográfica dos fluxos de comércio mundial de manufaturados provocada pela perda de competitividade de plantas sediadas na Europa e no Japão *vis-a-vis* a questão do dólar é comentado por Frisch e Franco (1991) como influência dominante na determinação dos fluxos de investimento “para fora” das economias centrais. Entre as razões citadas para que as firmas busquem atravessar fronteiras geográficas e não da indústria em operam em seu próprio país estão:

- 1) o IDE é a alternativa natural para empresas que possuem vantagens competitivas específicas não transferíveis entre indústrias;
- 2) a mobilidade intersetorial de recursos, pela rigidez;
- 3) a diversificação de plantas produtoras de bens comercializáveis entre as diferentes áreas monetárias tornou-se um comportamento racional, pois

cristalizaram-se as expectativas generalizadas sobre a permanência da volatilidade cambial.

Resumem os autores afirmando que existe um nexo entre as mudanças nos padrões de comércio em manufaturas, a distribuição da origem geográfica e setorial do IDE e as oportunidades de comércio para a periferia semi-industrializada.

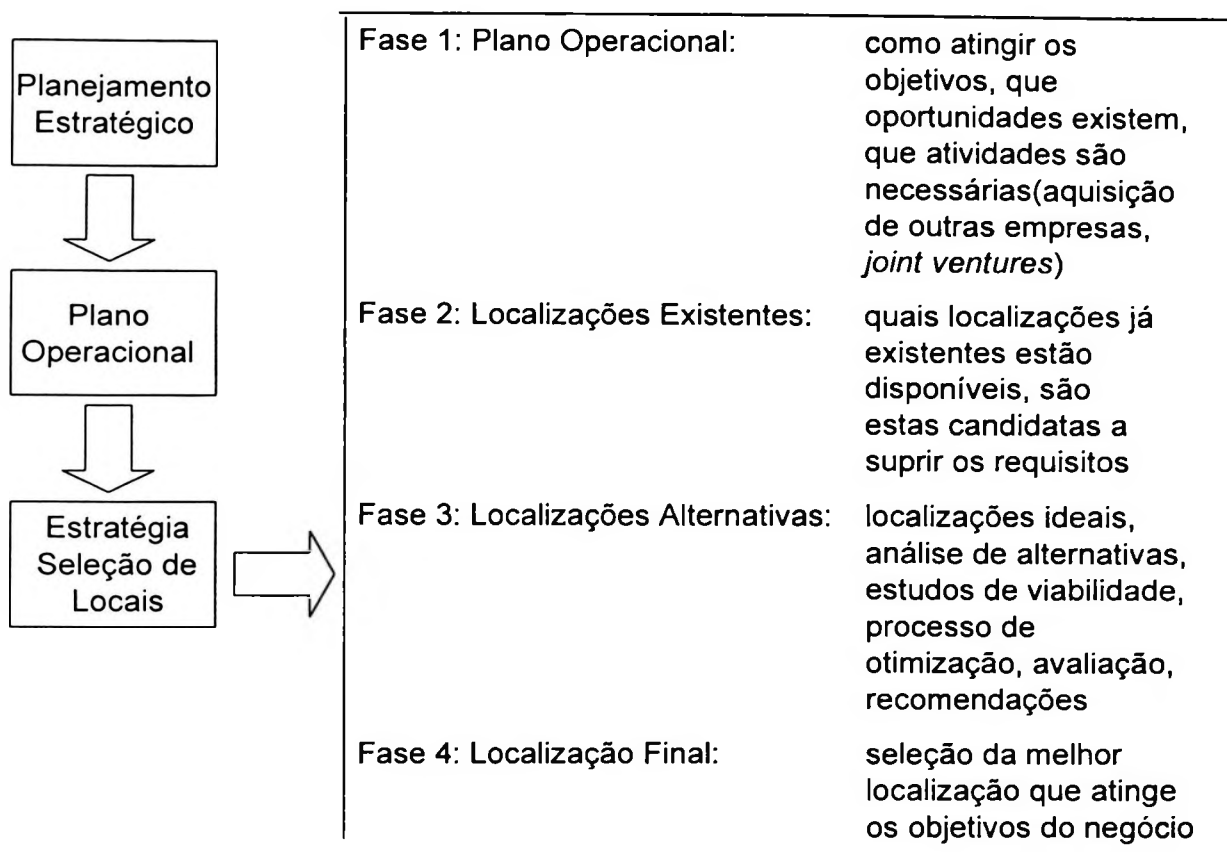
Segundo Stern e Porter (2002:119), a localização geográfica é crucial para a inovação e as empresas precisam expandir suas abordagens da gestão da inovação de acordo com a região, ou seja, desenvolver e comercializar a inovação de forma mais atraente, tomar medidas efetivas para garantir acesso aos pontos fortes do local e aprimorar efetivamente o ambiente de inovação e comercialização nas áreas que operam.

A NGE, portanto, passa a desempenhar importantes e estratégicos papéis para a condução dos negócios das empresas multinacionais. Modelos que buscam alinhar a decisão de localização com a estratégia da empresa, como o apresentado na Figura 3, reforçam que a escolha do local pode ajudar (Conway, 2002:46) as organizações a:

- 1) recrutar e manter as melhores pessoas;
- 2) expandir a base de clientes, mercados, produtos e serviços;
- 3) refinar a estrutura organizacional e cultural;
- 4) desenvolver programas de identificação da empresa com sua marca;
- 5) maximizar fluxos de trabalho e a comunicação;
- 6) reduzir custos e controlar riscos;
- 7) aumentar a produtividade.

As empresas multinacionais fazem o inventário de suas terras em todo o mundo, monitorando o percentual de áreas ocupadas por suas plantas no total de países em que possuem presença. O objetivo da NGE para as corporações é de localizar suas instalações em áreas que tenham como ideal servir seus clientes, aumentando seus negócios e mantendo suas vantagens competitivas.

FIGURA 3 - O PROCESSO ESTRATÉGICO DE SELEÇÃO DE LOCALIZAÇÃO



FONTE: ABB Asea Brown Boveri Ltd, World Development Federation, Madrid, Spain, 1999

As empresas estão se instalando em diversos países plantas que seguem as tendências apresentadas no Congresso Mundial *World Development Federation*, em Madrid, Espanha, 1999: multifuncionais, que também podem ser chamadas de plantas globais, ou seja, fábricas que podem suprir mercados de todo o mundo, independentemente da região onde estão instaladas. Outra característica importante deste tipo de desenho de fábrica é a capacidade da mesma se adaptar às novas tecnologias e produtos a serem desenvolvidos ao longo dos anos, não tornando suas instalações obsoletas.

No *Estudo de Competitividade por Cadeias Integradas* (UNICAMP, 2003) foi analisada a situação competitiva de 20 cadeias industriais brasileiras, e um dos objetivos era propor políticas que fomentassem a competitividade das cadeias, fornecendo embasamento para orientar a negociação brasileira nas novas rodadas de liberalização comercial. Este estudo, encomendado pelo Governo do Brasil, tem como origem a necessidade de rever

continuamente as políticas comerciais que atraem ou retraem IDE para o país. Um dos 4 grupos em que as cadeias foram classificadas, o grupo 4, é justamente aquele das cadeias competitivas, mas dependentes das estratégias das empresas de capital estrangeiro,.

As cadeias do Grupo 4 são aquelas em que predomina o comércio intra-firma, e o resultado do comércio exterior é função da estratégia corporativa. As principais ameaças identificadas à estas cadeias foram o desvio de investimentos para outros países e a perda de importância das filiais brasileiras na rede corporativa - com o aumento das importações, redução das exportações para as Américas e a diminuição da capacidade produtiva local .

Como oportunidades, o aumento da importância das filiais brasileiras na rede corporativa é o que apresentou o estudo: substituição de importações, aumento das exportações para as Américas e para a União Européia, aumento da capacidade produtiva local, atração de novos fornecedores, desenvolvimento de fornecedores locais e “transbordamentos” tecnológicos.

As políticas comerciais recomendadas foram: integração comercial como indução à produção; negociação como articuladora da liberalização comercial e acesso a mercados, comércio intra-firma e investimentos; ritmo de liberalização compatível com o desenvolvimento tecnológico e adensamento produtivo das atividades filiais locais.

As políticas de competitividade foram: apoio à integração produtiva, com as filiais integradas na rede de produção e de inovação das corporações e a atração de novos entrantes, priorizando segmentos mais intensivos em tecnologia e/ou que representem oportunidades comerciais e a preocupação do Governo do Brasil é a mesma citada no relatório da ONU, de 2002: como manter os países atrativos a receber IDE's.

2.5 Modelo Teórico de Pesquisa

A seleção de localizações ótimas para as instalações industriais de empresas multinacionais é um processo complexo. Cada situação é única, e escolher o local é uma das decisões mais críticas e difíceis que os executivos tomam.

Stafford (1980:3) define o processo de tomada de decisão de localização como uma arte, uma ciência inexata. Classifica a natureza da decisão de localização como a de expandir um local já operando ou uma nova instalação em um novo local e Krumme (1969)

classificou e mapeou os processos que envolvem decisões espaciais nas empresas. Estes processos, segundo Krumme, podem se originar por uma prática passiva, decidida por políticas de acessar mercados, ou ativa, orientadas pelo planejamento da produção. Em ambos os casos as empresas podem sobreviver ou não. Este modelo de Krumme aborda os fatores econômicos e os da Teoria de Localização em um único mapa, e ilustra como é importante para o sucesso e sobrevivência da empresa a consideração de diversos fatores econômicos e de produção para a condução do processo. Quando a empresa opta por se localizar em um espaço meramente por questões de ocupação, sem critérios, análises e estudos pré estabelecidos, as chances de sobreviver são originadas por subsídios governamentais, estruturas de mercado e até mesmo por acidente. Por outro lado, ao considerar a Teoria de Localização, as chances da empresa sobreviver e ter sucesso em suas novas instalações são, ao menos, avaliadas e o risco conhecido.

Existem, segundo Stafford (1980), considerável literatura na qual os pesquisadores reportam as respostas dos fabricantes para as questões do porquê suas instalações estão nos locais onde estão. Muito o que sabemos sobre a importância relativa dos vários fatores localizacionais vêm destes estudos. Na maioria dos casos, ainda segundo Stafford, estes estudos apresentam sempre dois elementos comuns:

- 1) estes levantamentos sempre ocorrem após o fato ter acontecido (*after the fact*), e nestes casos o tempo é consciente ou subconsciente razão para racionalizar ou justificar a localização escolhida;
- 2) são levantamentos estruturados, sempre *a priori*, ao redor das variáveis econômicas básicas, assim descritas pela teoria econômica, e, desde que os tomadores de decisão trabalham sobre a pressão de produzir resultados economicamente racionais, os mais óbvios, mas talvez mais importantes processos de decisão, não são adequadamente explorados.

Rees (1971), sugere que as entrevistas para os levantamentos a cerca destes estudos, que têm como objetivo levantar a importância relativa, devem ser feitas *in loco*, dispensando questionários escritos. Os resultados, segundo o autor, são muito mais próximos da realidade e se conformam à Teoria de Localização. A seguir são listado alguns princípios sob os quais os tomadores de decisão de localização parecem operar, lista esta obtida do trabalho *in loco* realizado e sugerido por Rees:

- a) o problema de localização não é uma preocupação comum; na maioria das vezes o mesmo é explicitado quando está claro que capacidade produtiva adicional é necessária;
- b) a maioria das decisões de localização de novas plantas são em resposta à necessidade de capacidade adicional;
- c) a velocidade que uma empresa responde pela demanda de capacidade varia de acordo com a qualidade, escopo e natureza das diretrizes de crescimento da empresa – organizações acostumadas a se expandir tendem a desenvolver planos específicos de crescimento e também tendem a se mover mais rapidamente de sua planta para a nova solução de capacidade adicional do que as empresas com taxas de crescimento mais modestas;
- d) os tomadores de decisão rapidamente e drasticamente transformam a infinita complexidade do problema de localização ótima em algo simples. Através de mapas, o espaço regional a ser considerado é simplificado e são selecionados poucas e finitas alternativas para a consideração detalhada. Nesta etapa, os fatores localizacionais de custos são predominantes;
- e) os tomadores de decisão também simplificam e controlam seu ambiente não entrando em análises complexas quando os ganhos não estão claros ou sem garantia. Na verdade, eles tentam evitar, quando possível, a implementação de qualquer solução a qual pode ser difícil e complexa de ser negociada com grupos ou agências governamentais;
- f) a decisão final é feita e/ou ratificada pelos mais altos escalões de executivos das empresas. As decisões de localização são vistas como de longo prazo, mas devem ser tomadas com informações de boa qualidade e sob projeções relativamente de curto prazo;

g) O processo de decisão é visto como lógico e racional.

As observações e contribuições de Rees (1971) listadas acima, auxiliam na construção do modelo teórico de pesquisa, passando as experiências anteriores sobre a avaliação da importância relativa dos fatores localizacionais, pode-se com mais confiabilidade direcionar o como fazer a pesquisa. Uma contribuição importante é justamente frisar a entrevista pessoal é fundamental para a correta compreensão dos processos e relevância dos fatores, pois questões podem induzir os tomadores de decisão a responder da maneira mais racional e previsível possível.

As observações sobre o modo como os tomadores de decisão conduzem os processos, apresentam poucas alterações 30 anos após, ao comparamos com um modelo (AT Kearney, 2002) adotado recentemente para analisar dos fatores localizacionais (Figura 4).

FIGURA 4 - EXEMPLO DE MODELO DE ANÁLISE E CLASSIFICAÇÃO DE ALTERNATIVAS LOCALIZACIONAIS

Escala: 1 a 5, 5 é a mais alta nota a ser dada

| Fatores Localizacionais | Peso | Alternativas Localizacionais | | | | |
|---|------|------------------------------|------|------|------|------|
| | | A | B | C | D | E |
| Imóvel Disponibilidade Utilidades versus Custos | 19% | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| Infra Estrutura de IT Presença Capacidade Cobertura Custo | 14% | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| Recursos Humanos Disponibilidade Custos Atitude Qualidade | 27% | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| Infraestrutura Disponibilidade Energia Disponibilidade Água e Gás Transporte público e privado | 14% | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| Ambiente de Negócios Estabilidade Política Receptividade dos governos Incentivos e subsídios | 16% | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Ambiente Social e Físico Serviços básicos Custo de Vida Riscos Políticos e Sociais | 10% | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Total | 100% | 2,87 | 2,28 | 2,55 | 3,28 | 2,44 |
| Classificação Preliminar | | 2 | 5 | 3 | 1 | 4 |

FONTE :AT Kearney analysis, 2002

Este modelo apresentado na Figura 4 é um exemplo de como a AT Kearney procede em suas análises para identificar as melhores opções entre as alternativas apresentadas. A grande diferença é a ampliação do escopo, pois o modelo da AT Kearney é para a avaliação de posições no mundo, e não limitada a um país – este foi o modelo utilizado que colocou o Brasil, na última pesquisa realizada, como a 3ª melhor opção de investimento direto estrangeiro, junto com o México.

Os processos de decisão tendem a se conformar a modelos gerais e possuem denominadores comuns fortes entre eles, segundo Stafford (1980:21):

- 1) identificação da necessidade: novas instalações são construídas para atender expansão da demanda, modernizar fábricas e instalações ou para escapar de situações desfavoráveis quanto à mão de obra. A natureza das necessidades da corporação influencia o processo de busca espacial;
- 2) pré condições operacionais: a vasta gama de possibilidades de alternativas nunca é explicitamente explorada no processo de procura. Muitas são excluídas por pré condições impostas pela situação organizacional, como preferências pelo local onde a empresa sempre esteve ou por avaliar as alternativas individualmente, não simultaneamente;
- 3) a procura pela localidade: nacional, regional, comunitária e do terreno;
- 4) aprovação pelos dirigentes do alto escalão das empresas;
- 5) construção e operação da planta.

Justamente por existirem diversos modelos e mapeamentos de teorias que envolvem o estudo dos fatores localizacionais que motivam uma empresa multinacional a investir em outro país, a pesquisa exigiu que, a partir das bases conceituais, o Modelo Teórico fosse elaborado, com a finalidade de conduzir o trabalho de pesquisa e criar parâmetros para se atingir seus objetivos. Este modelo tem como proposta:

- Agrupar abordagens : descrever as etapas do processo de tomada de decisão de localização, desde a mais estratégica até a mais operacional.
- Levantar Fatores: agrupar os fatores que são apresentados por todas as diversas abordagens, e que assim constituirão os que serão investigados na pesquisa.
- Delimitar População /Amostra: criar base criteriosa para a escolha da população e o tamanho da amostra a ser considerada para a pesquisa.

Das bases conceituais sobre os fatores localizacionais, temos os seguintes autores que compõem o Modelo: Meindl & Chopra (2001:314); Carrol e Dean (1980:87); Gaither e Frazier (2001:183); Anita Kon (2001); Slack et al (1997:189). Complementou-se o Modelo com o Paradigma Eclético (Dunning, 1999), com os critérios de motivação de Dunning (1994), agrupados por Wolff (2003) e as questões que posicionaram a NGE como assunto estratégico (Krugman, 1991, 1999; Suzigan, 2000; Stern e Porter, 2002; Puga, 1999; Frisch e Franco, 1991).

O Modelo Teórico de Pesquisa pressupõe que para as empresas anunciarem a público suas intenções de investimento na implantação de nova unidade industrial, com um local e valores definidos, etapas, fatores, decisões e técnicas de análise são utilizadas e em uma seqüência tal como a Fundamentação Teórica apresenta, considerando aspectos macro e micro econômicos, logísticos e hierárquicos. Este modelo, também se baseia que as empresas, dado a disponibilidade do investimento, têm quatro grandes motivos principais para tomar esta decisão:

- 1) fazer mais dinheiro (retorno sobre o investimento);
- 2) ter uma empresa maior (mais vendas, mais empregados, etc);
- 3) trabalhar menos (especialmente a redução de inconveniências executivas);
- 4) reduzir riscos e incerteza.

Caso a pesquisa se restringisse apenas aos fatores localizacionais clássicos, o modelo teórico de pesquisa contemplaria as principais decisões a serem tomadas (nacional, regional, comunidade e local) *versus* os fatores localizacionais envolvidos em cada etapa (expansão, alternativas, macro e micro localização).

Se o objetivo do estudo fosse pesquisar o fenômeno da NGE, este modelo não poderia ser empregado, pois não contempla a pesquisa sobre os fluxos de negócios internacionais – o modelo pressupõe que estes fluxos são originados pelos movimentos de localização das atividades das empresas multinacionais pelo mundo, não que a NGE seja a razão das empresas se localizarem.

Como vimos pelo modelo da AT Kearney e através da fundamentação teórica, podemos entender as relações entre os fatores motivacionais para a decisão do IDE e as vantagens para o sucesso internacional abordadas pelo Paradigma Eclético de Dunning sobre a NGE.

A motivação para o IDE aborda a NGE em dois momentos: num primeiro, quando surge a oportunidade de se aproveitar das vantagens específicas, de internalização e de localização para obter sucesso em outros países, que a multinacional apresenta. Neste momento, a motivação é de explorar os recursos que os países candidatos oferecem, e seus respectivos custos mais baixos, bem como o potencial de mercado doméstico potencial a ser somado nas vendas totais da Multinacional em todo o mundo.

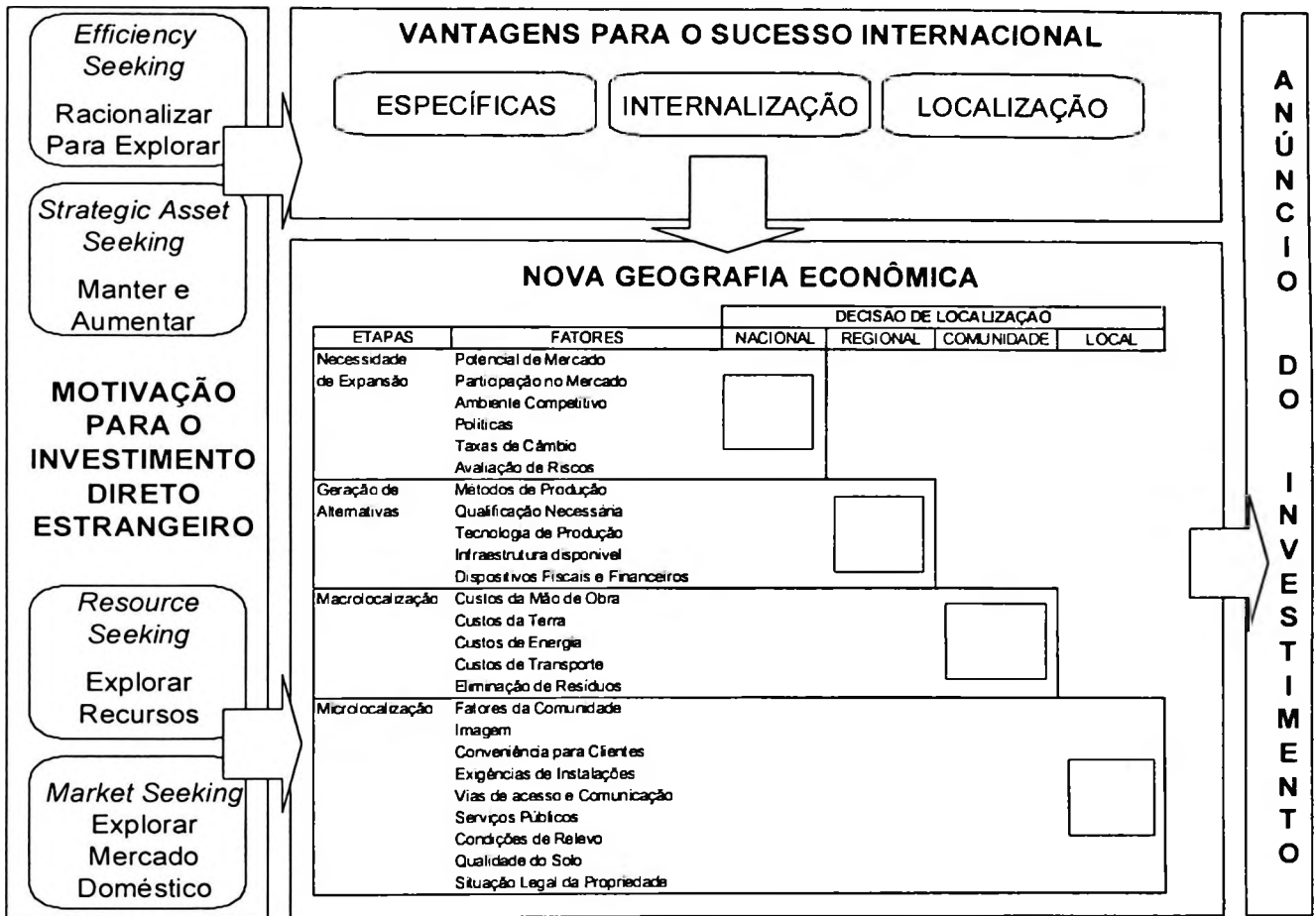
O próximo passo foi, considerando-se a NGE, estudar por etapas, os fatores localizacionais envolvidos na decisão de localização nas inúmeras alternativas que o mundo oferece. A empresa se mantém motivada a investir na sua subsidiária no exterior pois torna-se fundamental racionalizar a produção no país estrangeiro, buscando a eficiência em escala de suas vantagens, ao mesmo tempo que busca manter e aumentar as mesmas.

Na Figura 5, o Modelo Teórico de Pesquisa é apresentado. A própria necessidade de se modelar o como pesquisar, fez com que fosse desenvolvido o modelo.

Com isto a visualização de que dados seriam necessários para a coleta junto às empresas ficou mais claro e a extensão da pesquisa, *idem*.

Este Modelo Teórico de Pesquisa, desenvolvido nas bases teóricas apresentadas, é a sustentação de todo o processo de pesquisa desta dissertação.

FIGURA 5 - MODELO TEÓRICO DE PESQUISA



3 ESCOLHA DA REGIÃO PARA A APLICAÇÃO DO MODELO

3.1 Introdução

Para testar o modelo teórico proposto, uma pesquisa preliminar foi realizada com o intuito de verificar qual seria a região que pudesse apresentar características aderentes ao mesmo. No caso do Brasil, vivemos em paralelo à abertura comercial do país uma competição entre os estados da federação visando, através de benefícios e incentivos fiscais, a atração das empresas multinacionais para seus territórios. Havia a preocupação de não aplicar o modelo e testá-lo em alguma região onde o fator predominante para a instalação de empresas fosse este fenômeno, conhecido como Guerra Fiscal.

Durante a fase inicial da pesquisa, com o levantamento de dados diários de anúncios de investimentos, a Região Metropolitana de Campinas (RMC) era assunto quase que obrigatório, com uma frequência de citações maior do que qualquer outra. Nos últimos anos, grande número de empresas multinacionais se instalaram nesta região, e os aspectos localizacionais sempre estavam destacados como primordiais para tanto, enaltecendo a pujança da RMC. Estes fatos despertaram a curiosidade científica para que esta fosse a melhor alternativa para se aplicar o modelo e testar as hipóteses básicas e secundárias desta pesquisa.

3.2 Guerra Fiscal entre os Estados

Ao despertar-se o interesse pela pesquisa de que fatores localizacionais motivam uma empresa multinacional se instalar em uma determinada região, precisava-se justamente definir qual região propiciaria as condições ideais de se testar o modelo teórico de pesquisa desenvolvido com base na Fundamentação Teórica, e, no Brasil, nos últimos anos, um fenômeno chamado de "Guerra fiscal" (como foi batizada a disputa entre governos estaduais pela atração de investimentos diretos) distorceu muitas decisões de empresas que decidiram por certas regiões independentemente dos fatores localizacionais conjugados –

apenas um foi preponderante, aquele que tratava dos subsídios e incentivos dados pelos governos estaduais para atrair indústrias.

Este tipo de competição não é exclusividade brasileira, pois a partir de meados dos anos 70, a grande maioria dos países em desenvolvimento iniciou um processo de abertura econômica, sendo que a eliminação de barreiras protecionistas passou à ordem do dia. Na medida em que os governos abrem mão de receitas para atrair investimentos, há um estímulo no curto prazo à geração de empregos, mas nada garante que ao longo do tempo os governos tenham capacidade de atender ao aumento da demanda por infra-estrutura social e física conforme observa-se nos modelos discutidos nos capítulos anteriores.

Usar instrumentos de estímulo no curto prazo pode não ser a melhor estratégia quando se sabe que eles perdem eficácia ou credibilidade ao longo do tempo, sendo que no limite, governos estaduais e municipais acabam guerreando contra si mesmos. E o investidor, diante dos possíveis impactos dessa guerra sobre a saúde fiscal futura, acabam inevitavelmente considerando esse ambiente como um fator de risco adicional. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em estudo publicado em junho de 1997, a disputa entre os estados para atrair indústrias, em troca da concessão de créditos e incentivos fiscais, trouxe mais prejuízos do que lucros ao país. Mesmo não tendo como quantificar todas as vantagens dadas pelos estados e principalmente pelos municípios, o estudo afirma que "em todos os casos relevantes de guerra fiscal, trata-se de decisões de investimento já tomadas, decorrentes das estratégias de expansão e concorrência dos grandes conglomerados, tendo em vista a estabilização das economias latino-americanas, a criação do Mercosul e a expansão prevista do mercado interno."

O estudo conclui que "os incentivos fiscais provavelmente não ampliam o investimento agregado no País, exceto em poucos casos onde a localização alternativa poderia ser a Argentina". Esta pesquisa concentrou-se nos Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. O governo paulista, segundo o IPEA, estaria "perdendo terreno" para outros Estados, e tem resistido à guerra fiscal sem recorrer a "práticas perversas" adotadas pelos concorrentes.

Também é citado que "os governos pensam que estão abrindo novas frentes de trabalho em determinados municípios, mas se esquecem de que terão mais demanda por transporte, saúde e educação". O relatório do IPEA propõe que se busque uma política regional séria, criada de comum acordo pelos Estados e uma reforma tributária que faça da

venda ao consumidor a forma principal de arrecadação (em vez da produção no Estado de origem). Essa mudança colocaria um ponto final na guerra fiscal.

A preocupação foi de justamente coletar as entrevistas em uma região que fosse isenta à “Guerra Fiscal”, justamente para poder entender e explorar o contexto ao qual o modelo teórico de pesquisa foi proposto.

3.3 O Estado de São Paulo

O relatório produzido pela AT Kearney (já citada como fonte de outros dados desta dissertação, uma empresa internacional especializada em relatórios e avaliações de países a receber investimentos de empresas multinacionais), “Confiança para Investimentos Diretos Estrangeiros” (*FDI Confidence Index*), é o resultado de extensivas entrevistas e levantamentos com presidentes e executivos das mil maiores empresas do mundo. Com isto, o índice de confiança é produzido e indica os sessenta destinos mundiais dos investimentos a serem realizados por estas empresas – isto representa 90% de todo o investimento externo a ser realizado.

No relatório divulgado no primeiro semestre de 2001, os investidores demonstram que não enxergam o mundo da mesma maneira que os geógrafos, e sim preferem investir onde têm a probabilidade de obter o maior retorno de seus investimentos. O estado de São Paulo aparece com altos índices de retorno de investimento, maiores que a média Brasil. Segundo o relatório, os resultados sugerem que os investidores corporativos enxergam fortes razões para localizarem seus novos empreendimentos em regiões como o Estado de São Paulo: acesso a grandes mercados, grande concentração e fornecedores, melhor infra-estrutura e economias mais prósperas.

A Simonsen Associados (também já citada como fonte de informações para esta dissertação, empresa de consultoria internacional especializada), levantou que por trás dessa batalha (Guerra Fiscal) que rende manchetes, uma competição silenciosa se estabelece entre os estados, toda vez que as empresas traçam estratégias mais consistentes e de mais longo prazo para decidir onde farão seus investimentos. Nessa arena, o que conta são indicadores de potencial de mercado e de facilidades operacionais.

Na Tabela 10, temos a classificação que anualmente é realizada por esta empresa, com o objetivo de avaliar os estados mais competitivos do país, e o Estado de São

Paulo vem liderando nos últimos 2 anos, apesar de não estar entre os estados que mais oferecem estímulos fiscais para atrair grandes empreendimentos.

TABELA 10 ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DOS ESTADOS BRASILEIROS
COMPARATIVO DOS ANOS DE 2001 E 2002
MÉDIA BRASILEIRA = 100

| Estado | 2002 | 2001 |
|--------------------|------|------|
| São Paulo | 182 | 181 |
| Minas Gerais | 164 | 163 |
| Rio de Janeiro | 163 | 162 |
| Paraná | 157 | 157 |
| Rio Grande do Sul | 157 | 157 |
| Santa Catarina | 150 | 144 |
| Bahia | 132 | 125 |
| Espírito Santo | 131 | 125 |
| Goiás | 124 | 124 |
| Pernambuco | 114 | 114 |
| Distrito Federal | 111 | 122 |
| Pará | 107 | 101 |
| Mato Grosso | 105 | 99 |
| Mato Grosso do Sul | 103 | 102 |
| Ceará | 93 | 99 |

FONTE: Extraído e Compilado de edições da Revista Amanhã, Simonsen Associados, edições 159 e 172

Motivos e indicadores não faltam para confirmar a ocupação deste primeiro posto. Podemos citar, como principais atrativos da região a novos investimentos de empresas:

- a) é o maior centro industrial, comercial e financeiro da América do Sul;
- b) possui a melhor infra-estrutura de transporte, telecomunicações e energia do Brasil;
- c) tem a maior concentração de centros de conhecimento tecnológico no país;
- d) alto nível de qualificação da mão-de-obra local;
- e) ampla rede de serviços de apoio;
- f) o maior mercado consumidor do país.

Estes atributos que o tornam a localização ideal para empresas interessadas em investir no Brasil e na América do Sul, o que significa dizer que no Estado de São Paulo, a atração de investimentos está amparada em outros fatores, que não são os da Guerra Fiscal sendo estes os mesmos compilados pelo Modelo Teórico de Pesquisa. Isto é traduzido em números: entre 1996 e outubro de 2002, foram anunciados no Estado de São Paulo, investimentos no valor de US\$ 150.371,44 milhões. São 6.716 empreendimentos, gerando renda e milhares de novos empregos.

No primeiro semestre de 2002, os anúncios de investimentos totalizaram US\$ 6,9 bilhões, montante inferior (-55%) àquele coletado pela pesquisa do Governo do Estado de São Paulo, através do Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE), no mesmo período em 2001. Do total de investimentos anunciados no primeiro semestre de 2002, observa-se que 48% (US\$ 3,32 bilhões) destinaram-se a atividades industriais, 50% (US\$ 3,43 bilhões) para serviços e 2% (US\$ 178 milhões) para o comércio.

Verifica-se que, do ponto de vista setorial, os investimentos em serviços sofreram redução (em comparação com 2001) mais acentuada que os investimentos na indústria, o que se explica pela redução de novos investimentos em serviços de utilidade pública (telecomunicações e transportes, sobretudo).

Os investimentos em serviços, embora com pequena vantagem, continuam a superar os do setor industrial, o que aparentemente confirma a tendência observada em 2001 de o setor serviços estar caminhando à frente do setor industrial nas intenções de investimento para os próximos anos no Estado de São Paulo.

3.4 O Interior do Estado de São Paulo

O interior de São Paulo foi o destino de metade das intenções de investimentos divulgados em 2002 para todo o Estado. Segundo pesquisa da consultoria Simonsen Associados, aponta que recursos serão investidos nos próximos anos em regiões com boa infra-estrutura, mão-de-obra qualificada e empresas que estão se remodelando para continuarem competitivas no mercado mundial.

Na última década o interior paulista recebeu dezenas de novas empresas, foi palco da reestruturação de grande parte delas e permitiu a consolidação do jeito "caipira" de

fazer negócio, mesmo no ambiente globalizado e concorrido no qual essas grandes e médias organizações atuam. Mostram ainda o quanto podem ser bem-sucedidas estratégias que unam informalidade à infra-estrutura logística, possibilidade de recrutar profissionais formados em excelentes universidades, contar com funcionários mais tranquilos e de maior estabilidade no emprego. Segundo a Pesquisa de Investimentos no Estado de São Paulo, realizada pela Fundação SEADE, foram anunciados, entre 1995 e 2001, nos municípios do interior paulista investimentos que alcançam o montante de US\$ 57 bilhões. São quase 3.000 novos empreendimentos gerando renda e milhares de empregos no interior do estado.

O padrão de urbanização do interior paulista é comparável ao das grandes metrópoles. São Paulo é o único estado brasileiro onde existem áreas metropolitanas, aglomerações urbanas e cidades de grande porte no interior. Exemplos são as regiões metropolitanas de Campinas, com mais de 2 milhões de habitantes, e de Santos, com 1,3 milhão, além das aglomerações urbanas de Ribeirão Preto, Sorocaba, São José dos Campos e São José do Rio Preto. Existem 40 municípios com mais de 100 mil habitantes – 22 dos quais com mais de 250 mil.

A agricultura do interior, moderna, beneficiada por solos permeáveis e férteis, topografia suave e abundância de recursos hídricos, articula-se com diversificado e complexo parque industrial e sofisticado setor de serviços, que se apóiam em diversas universidades e centros de excelência em pesquisa e desenvolvimento tecnológico. Em 2001, as exportações do agronegócio paulista renderam ao país US\$ 6,2 bilhões ou 30% das vendas totais do estado ao exterior. O Estado de São Paulo participou com 24,8% das exportações nacionais do setor.

Na região, que apresenta as mais elevadas taxas de crescimento econômico das últimas décadas, desenvolve-se impressionante processo de modernização da economia, notadamente nos setores de infra-estrutura de transportes, telecomunicações, energia e serviços.

Também os sistemas portuário e aeroportuário passam por um acelerado processo de ampliação, modernização e concessão de operação. Desde o início, do programa de transferência das operações do Porto de Santos à iniciativa privada, mais de US\$ 1,5 bilhão em ampliação e modernização já foram anunciados. A inauguração, em janeiro de 1998, da eclusa de Jupia possibilitou a navegação comercial da Hidrovia Tietê-Paraná, interligando Conchas (a 160 km da capital) aos Estados de Goiás e Minas Gerais, ao norte, até Foz do Iguaçu, no Paraná, e Ciudad del Este, no Paraguai, ao sul. Diversas cidades sob influência

direta da hidrovía atraem empresas interessadas no aproveitamento das vantagens comparativas do baixo frete hidroviário e na exploração do turismo.

Não se tem notícia da ocorrência simultânea de transformações de tal magnitude na infra-estrutura de transportes de uma só região. Estudos, como da Price Waterhouse, denominado *A Força do Interior de São Paulo*, mostra que há cada vez mais há interesse das empresas de adaptarem conceitos globais para o âmbito regional. Houve necessidade de as empresas se prepararem para as mudanças trazidas pela abertura de mercado. Uma série de empresas de médio porte da região teve de se preparar para trabalhar como parceira, fornecedora ou subsidiária de multinacionais. Esse quadro trouxe a obrigatoriedade da melhoria de gestão para atender às necessidades de qualidade exigidas por essas empresas.

O setor energético também passa por profundas transformações, pela introdução do gás natural vindo da Bolívia, pelo noroeste do Estado, ou da Bacia de Campos, pelo Vale do Paraíba, na matriz energética paulista. O Gasoduto Brasil-Bolívia, em seu trecho paulista (528 km), atravessa 86 municípios. Seu traçado percorre uma vasta área da região pecuarista e sucroalcooleira de Araçatuba, passando pelo pólo sucroalcooleiro e citricultor de Araraquara e por áreas de intensa industrialização, como São Carlos, Americana, Paulínia e Campinas, onde se bifurca para o sul e para Guararema, na Região Metropolitana de São Paulo, interligando-se ao gasoduto já existente, que percorre o Vale do Paraíba.

3.5 A Região Metropolitana de Campinas

A cidade de Campinas foi fundada em 1774, e no passado, servia de parada entre as cidades de Jundiaí e Mogi-Mirim, aos viajantes em busca de riquezas minerais e escravos indígenas, que se dirigiam ao sertão de Goiás e Mato Grosso. Desenvolveu-se como um centro agricultor, primeiramente pelo cultivo de cana-de-açúcar e, mais tarde, de café. A construção de uma ferrovia ligando a cidade à capital, em 1817, teve fundamental importância para o desenvolvimento da região.

Na segunda metade do século XIX, a industrialização atraiu trabalhadores e imigrantes estrangeiros, sendo que os meios logísticos existentes, que realçam a posição extremamente favorável da região de Campinas no ranking econômico brasileiro, são

coerentes com uma preocupação histórica com a dotação de uma infra-estrutura estratégica para o desenvolvimento de negócios e circulação de pessoas.

De fato, a tradição de pólo econômico e tecnológico da região é antiga, e é resultante da condição econômica privilegiada da sua principal cidade, desde o boom do açúcar e, principalmente, do café. Com os recursos levantados com a exploração do "ouro negro", como o café era conhecido, os fazendeiros de Campinas financiaram a implantação, no final do século 19, do maior pólo ferroviário do país. Em seguida foram inauguradas as ferrovias Paulista (11 de agosto de 1872), Mogiana (25 de agosto de 1875) e Funilense (18 de setembro de 1899).

No século 20, a vocação para sediar um sistema estratégico de transportes foi confirmada com a estruturação de uma importante malha viária e com a construção de um dos maiores aeroportos da América Latina. Essa tendência histórica de vanguarda agora se acentua, com a adequação da região de Campinas à Era da Informação, por meio da montagem de uma teia logística essencial para o desenvolvimento do e-business.

Atualmente, Campinas é o centro de uma das regiões mais ricas do estado que concentra 2,3 milhões de habitantes e 19 cidades, com uma população de 981 mil habitantes, localizando-se a 100 km da capital paulista e a 166 km do Porto de Santos. A Região administrativa conta com 90 municípios e quase 5,5 milhões de habitantes. No seu entorno, encontram-se importantes núcleos urbanos, como Piracicaba e Jundiaí, com população superior a 300 mil pessoas, e outros 11 – Limeira, Sumaré, Americana, Santa Bárbara d'Oeste, Rio Claro, Hortolândia, Indaiatuba, Mogi-Guaçu, Bragança Paulista, Atibaia e Araras –, com mais de 100 mil habitantes.

A simples análise de alguns números dá a dimensão exata do poderio econômico da região, que já responde por 9% do PIB brasileiro. Trata-se de uma fatia do PIB nacional correspondente ao Produto Interno Bruto do Chile, por exemplo, ou algo em torno de US\$ 60 bilhões. Localizada ao lado da Grande São Paulo, a região de Campinas faz parte, então, de uma macroregião que responde por cerca de 30% do PIB do Brasil, indicador que, por si só, é indutor de novos negócios. O valor da sua produção industrial é o segundo do país, superado apenas pelo da Região Metropolitana de São Paulo, e é maior que o de qualquer outro estado brasileiro. Paralelamente ao PIB elevado, que fica atrás somente do PIB da Grande São Paulo e Rio de Janeiro, a renda per capita da região é superior à média de São Paulo (US\$ 5.170) e mais do que o dobro da renda per capita brasileira.

A cidade de Campinas é a grande alavanca econômica da região, apresentado um alto padrão de vida para boa parte da população, tornando-se, por isso, um mercado muito atrativo para grandes negócios. É, por exemplo, uma das cidades brasileiras com maior média de veículos por habitante: são 2,4 automóveis por habitante, índice equivalente ao de cidades como Tóquio e Madri. Campinas tem também alto índice de telefones celulares: quase um aparelho para cada três habitantes, uma das maiores médias brasileiras.

Quarta praça bancária do Brasil, atrás apenas de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, Campinas e região respondem por 3% dos tributos federais arrecadados no País, quantia que já atinge cerca de R\$ 3 bilhões anuais. A rede bancária é formada por 50 bancos e mais de 130 agências.

O perfil salarial de Campinas é um índice de como a cidade é diferenciada no contexto nacional, revelando um alto potencial de consumo. Cerca de 70% da população tem uma renda familiar entre 8 e 20 salários mínimos. A faixa correspondente a um ganho superior a 20 salários mínimos é de 11% da população, segundo dados da Associação Comercial e Industrial de Campinas (ACIC).

Um dos segredos da pujança da região, elemento que acaba fomentando novos negócios em vários setores, é o perfil de suas atividades econômicas, que se caracteriza por um enorme pluralismo. Os setores industrial, comercial e de serviços contribuem de modo mais ou menos equitativo na composição do elevado PIB regional. Ao mesmo tempo em que a atividade econômica é muito expressiva em todas as áreas, o segmento de lazer, turismo e entretenimento, embora paulatinamente, cresce em tamanho, qualidade e diversidade de opções. Entre as décadas de 80 e 90, a região assistiu a um expressivo desenvolvimento industrial. Entre 1985 e 1999, o número de estabelecimentos industriais na região saltou de 4.030 para 12.512, representando um crescimento de 300%. Campinas, com 4.701 estabelecimentos, lidera o ranking regional, com 37,6% das unidades industriais. Americana aparece em seguida, com 1.442 estabelecimentos de pequeno, médio e grande porte, ou 11,5% do número de unidades industriais da região.

Ao lado do setor industrial, a região também concentra um importante parque comercial e de serviços. Pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostrou que, entre 1985 e 1999, o número de estabelecimentos comerciais na região saltou de 9.710 para 37.811. A grande maioria (33.628) é de estabelecimentos do comércio varejista, e 4.183 são do comércio atacadista.

A estrutura econômica da região de Campinas, porém, não é estática. Pelo contrário, suas características peculiares são indutoras e atrativas de novos investimentos de uma forma permanente, em sintonia com o próprio dinamismo econômico nacional e internacional.

De acordo com estimativas da Secretaria de Ciência e Tecnologia de São Paulo, a região de Campinas vai receber cerca de US\$ 8 bilhões em investimentos até 2005. Todas as expectativas estão sendo cumpridas, em grande parte em função da instalação na região, em um espaço de pouco mais de dois anos, de alguns dos principais nomes da área de telecomunicações, como consequência do crescimento do setor. A região tem atraído as empresas mais expressivas de cada setor e estas mantêm importantes unidades espalhadas por meia dúzia de municípios da RMC. Alguns deles, entretanto, também receberam expressivos investimentos em outros setores, como o caso da indústria automobilística que, instalada principalmente em Sumaré e Indaiatuba, atraiu mais de US\$ 600 milhões de investimento a partir de 1997, trazidos por mais de 20 empresas do setor.

De 1995 a 2000, a RMC atraiu US\$ 15 bilhões dos investimentos anunciados para o estado de São Paulo - 15,57% do total. A cidade de Campinas cresceu 4% ao ano. Somente o Município de Campinas recebeu, entre 1997 e 2000, mais de US\$ 2 bilhões em investimentos diretos. Foram 37 grandes empresas que, incentivadas pela ação da Secretaria de Cooperação Internacional da Prefeitura, investiram na região criando mais de 20 mil empregos diretos e indiretos. São, em sua grande maioria, grandes marcas internacionais, gigantes do setor de telecomunicações, informática, material esportivo, shoppings e bricolagem, confirmando a tendência histórica da região em receber grandes grupos internacionais. Para se ter uma idéia exata dessa tendência, basta dizer que, entre as 500 grandes corporações mundiais, nada menos de 52 (mais de 10%) têm negócios na RMC.

Os novos investimentos previstos para a região estão alicerçados numa expressiva oferta de energia. Além de sediar a refinaria da Petrobrás em Paulínia, a maior da América Latina, a região também abriga o principal entroncamento do Gasoduto Bolívia-Brasil em território brasileiro. A expectativa é a de que a oferta de gás natural impulse novos negócios na região, inclusive na área de geração de energia elétrica. A presença da Companhia Paulista de Força e Luz (CPFL) é outro indicador das condições privilegiadas que a região tem para sustentar ondas de desenvolvimento ainda maiores a curto prazo, consolidando a sua posição estratégica no cenário brasileiro e no Mercosul.

Campinas é cortada por quatro modernas rodovias: o Sistema Anhangüera-Bandeirantes, que liga Campinas a São Paulo; e as rodovias Santos Dumont e D. Pedro I, que conectam o município ao interior do Estado e à Via Dutra, que o articula ao Vale do Paraíba e ao Rio de Janeiro. Outra estrada é a Rodovia Campinas-Mogi-Mirim, que leva ao sul de Minas Gerais. A empresa Ferrovias Bandeirantes – Ferroban opera a ligação ferroviária com o Porto de Santos e, na direção oposta, com Mato Grosso do Sul e Bolívia.

Seu aeroporto internacional, Viracopos tem estimada uma capacidade potencial de se elevar dos atuais 800 mil passageiros por ano para três milhões. O transporte de carga também deve aumentar, com um número cada vez maior de empresas locais exportando e importando produtos. Viracopos é o principal aeroporto do país em movimentação de carga expressa. O município é abastecido pela rede de distribuição de gás natural proveniente do Gasoduto Bolívia-Brasil e também possui ligação com a capital por meio de rede de fibra óptica, para comunicações e transmissão de dados.

Segundo pesquisa publicada pela Revista Exame, no final de 2002, Campinas foi considerada, pelo terceiro ano consecutivo, a 8ª melhor cidade brasileira para se fazer negócios. Por sua vez, a empresa americana *Cushman & Wakefield* apontou-a como uma das sete cidades do mundo com melhores oportunidades de investimento em imóveis, o que vem atraindo o interesse de indústrias, principalmente européias, em instalar operações na região.

A região constitui o centro mais dinâmico e economicamente diversificado do interior do Estado. É responsável por 10% de toda a produção agroindustrial de São Paulo, assumindo a liderança nacional quanto ao uso de sementes de alta qualidade e mecanização agrícola. As principais culturas são a cana-de-açúcar e a laranja, seguindo-se café e batata. Também é a maior produtora paulista de frutas de mesa, em especial uva, morango, goiaba e pêssego.

Com um moderno parque industrial onde estão presentes 32 das 500 maiores empresas do mundo, é também um dos principais mercados consumidores do País. Atualmente, a economia da região é industrial, mas com importante incremento do setor de serviços. A indústria representa 43% da atividade econômica, com destaque para a construção civil, roupas e metalurgia.

Duas das mais importantes universidades do País, a Unicamp e Puccamp, localizam-se na cidade, sendo considerada um centro de especialidades médicas que atende a demanda de grande parte da região por hospitais, exames, cirurgias e tratamentos médicos. A

eventos em geral. Dois dos maiores e mais movimentados aeroportos de passageiros do País, o Aeroporto Internacional de Guarulhos e o Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, podem ser alcançados, por automóvel, em pouco mais de uma hora.

Possui uma rede instalada de 500 km de cabos de fibra ótica, permitindo a transmissão de dados em alta velocidade. A infra-estrutura já implantada permite o funcionamento na região de alguns dos mais importantes portais e provedores brasileiros de Internet fora do eixo Rio-São Paulo. Em sintonia com as tendências do mundo contemporâneo globalizado, a região de Campinas está especialmente atenta às múltiplas possibilidades de negócios abertas pelo novo cenário econômico internacional.

A força econômica é baseada em sua localização estratégica, logística refinada e concentração de alta tecnologia, é o motor que garante impulso aos negócios emergentes no cenário da globalização, com reflexo direto no dinâmico segmento de Turismo de Negócios.

Como consequência dessa vocação tecnológica, a região vem recebendo inúmeros investimentos ligados à nova economia e aos novos negócios gerados pela globalização, investimentos que não param de crescer a cada ano. Várias empresas ligadas à área das telecomunicações, que têm no desenvolvimento tecnológico um de seus principais insumos, instalaram-se na região nos últimos anos. São multinacionais líderes em seus segmentos, que criam postos de trabalho e giram a roda da economia na região.

Justifica-se, portanto, a escolha da região de Campinas, no estado de São Paulo, como o local onde realizar a pesquisa. Todas as fontes e dados, privados ou acadêmicos, quantitativos ou qualitativos, apontam as razões para a decisão de localizar novas indústrias nesta região, sendo estas as mesmas que os modelos apresentados na Fundamentação Teórica contemplam, quando discutidos os fatores a serem avaliados.

4. PARAMETRIZAÇÃO DA PESQUISA

4.1 Metodologia

Orientando-se pelas experiências de Stafford (1980: 15-17) em pesquisas sobre os princípios envolvidos na localização industrial das instalações, o tipo de Pesquisa por amostragem utilizada foi o de entrevistas pessoais, coletando-se dados por meio de entrevista semi-estruturada, técnica em que “o investigador apresenta-se frente ao investigado e formula perguntas, objetivando a obtenção dos dados que interessam à investigação”. (GIL, 1996:113)

A entrevista é usual no trabalho de campo, quando se busca obter dados na fala dos sujeitos: “não significa uma conversa despreziosa e neutra, uma vez que se insere como meio de coleta dos fatos relatados pelos atores, enquanto sujeitos-objeto da pesquisa que vivenciam uma determinada realidade que está sendo focalizada”(Minayo, 1994:57) .

Para Lüdke e André (1995:33-4) entre as técnicas de coleta de dados, a entrevista é a mais flexível. Classifica-se segundo o grau de estruturação proposta para as questões apresentadas ao entrevistado. As menos estruturadas não ficam restritas a um modelo de interrogação, “não há imposição de uma ordem rígida de questões, o entrevistado discorre sobre o tema proposto com base nas informações que ele detém e que no fundo são a verdadeira razão da entrevista”. Na entrevista semi-estruturada, enumera-se, de forma mais abrangente possível, questões que o pesquisador quer abordar no campo, a partir de seus pressupostos e objeto de investigação.

Garante-se o critério de cientificidade de uma entrevista, preservando-se a qualidade das informações colhidas, o seu registro correto e a redução do volume de dados a elementos passíveis de análise.

O Modelo Teórico de Pesquisa foi testado tendo como referência seis questões norteadoras :

1. Quem foram os 3 ou 4 executivos por funções, mais envolvidas na decisão de implantar uma nova unidade industrial? Quem deu a decisão final?
2. Quais foram as razões para se implantar uma nova fábrica:
 - 2.1) no Brasil
 - 2.2) no Estado de São Paulo

2.3) na Região Metropolitana de Campinas

2.4) na cidade dentro da RMC

3. Quais foram os principais fatores considerados quando se estudou a nova fábrica na região de Campinas?
4. Como eram medidas as importâncias relativas dentre os diversos fatores?
5. Descreva o processo de tomada de decisão de localização para a implantação da fábrica na região de Campinas.
6. Que fatores preponderaram quando do descarte de alternativas possíveis à localização?

Minayoi (1993) esclarece que análise e interpretação podem ser compreendidas como ações desenvolvidas em momentos distintos ou não. Neste estudo deu-se simultaneamente a análise e a interpretação, utilizando-se para tal a técnica de análise de conteúdo. Para Bardin (1977:42) a técnica de análise de conteúdo envolve um conjunto de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens e indicadores (quantitativos ou não) que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

A análise dos dados envolve o uso de tempo e a superação de um desafio, à medida em que não existem regras universalmente aceitas, cabendo ao pesquisador a opção e a justificativa pela técnica de organização, compreensão e interpretação das mesmas. A análise de conteúdo para Richardson et al. (1999:176) é uma técnica com características metodológicas como objetividade, sistematização e inferência.

Bardin (1977) coloca que se a descrição é o momento preliminar e a interpretação o final, a inferência é um procedimento intermediário que permite a passagem entre ambos. Apresenta três momentos a serem percorridos para a organização da análise de conteúdo: a pré-análise; a exploração do material; e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. A pré-análise requer muita intuição do pesquisador. É “a fase de organização propriamente dita” e tem como objetivos operacionalizar e sistematizar as idéias iniciais visando planejar a análise e o esquema de desenvolvimento do trabalho. Inicia-se pela leitura superficial do material. (Bardin, 1977:96)

Para a sistematização dos dados a autora recomenda que algumas regras devam ser consideradas, entre elas a exaustividade, a representatividade, a homogeneidade, a exclusão mútua e a pertinência. O critério da exaustividade indica a necessidade de se considerar todos os dados obtidos e transcritos; a representatividade atribui à amostra selecionada a condição de representar o universo inicial, quanto mais heterogêneo o universo, maior deverá ser a amostra selecionada; a homogeneidade implica na utilização de procedimentos semelhantes para obtenção de dados sobre o objeto de estudo; a exclusão mútua requer que os conteúdos, próprios a uma dada categoria, não estejam vinculados a outras, e, a pertinência preconiza que haja coerência entre os dados obtidos e os objetivos da pesquisa.

A preparação do material, como último procedimento dessa fase, prevê condições relacionadas à organização de todo o conteúdo obtido na fase de coleta de dados, de forma a viabilizar o início da análise. A exploração do material consiste de operações de codificação dos dados encontrados, de acordo com as regras formuladas previamente. Esta é a fase mais longa e cansativa.

Assim, seguindo os passos propostos por Bardin (1977), as entrevistas, já transcritas, foram organizadas e identificadas. Iniciou-se a leitura de todo o conteúdo, de forma exaustiva e repetitiva para a visualização das idéias relevantes relacionadas ao objeto de estudo.

O primeiro momento dessa classificação foi realizado por meio de recortes dos discursos agrupados pela similaridade, o que deu a estrutura aos núcleos de sentido. A seguir, o conteúdo das entrevistas foi reagrupado por temas emergentes, destacando-se assim as unidades de registro, agrupadas em categorias empíricas.

A análise e a interpretação dos dados foi ampliada associando-se ao modelo teórico de pesquisa formulado através da revisão de literatura realizada.

Apesar de ser a técnica mais indicada, esta apresentou limitações derivadas da ferramenta de coleta de dados (entrevistas pessoais) escolhida, e podendo ser assim listadas:

1. viés induzido pelo entrevistador: em alguns eventos, o entrevistador reagiu sem querer de certa maneira a uma resposta, em vez de permanecer neutro. Isto pode ter afetado respostas do entrevistado, e, com isso, a validade do questionário. Analogamente, o entrevistado pode ter alterado suas respostas para conquistar a aprovação do entrevistador; tal fato ocorreu pela

dificuldade de comunicação e extração das informações do entrevistado pelo entrevistador, sendo este artifício utilizado para se obter alguma resposta sobre a questão feita.

2. relutância do entrevistado em cooperar: foram necessários muitos telefonemas e visitas para se concluir uma entrevista, em alguns casos.
3. maior estresse: o processo foi mais prolongado e complexo, por ser o único em que um estranho está presente no ambiente do entrevistado. Essas situações causaram maior estresse e fadiga, que pode ter surtido efeitos desfavoráveis sobre a qualidade das respostas.

Durante a pesquisa, os três pontos acima confirmaram-se como fatores imitadores, somando-se aos mesmos a dificuldade de agendamento das entrevistas, a desconfiança em fornecer informações e a necessidade de sigilo máximo, pela natureza do assunto.

4.2 O Período Pesquisado

Pelos dados já apresentados sobre os investimentos na Região Metropolitana de Campinas, o período considerado para a pesquisa do fenômeno foram justamente os anúncios de investimentos realizados de 1999 até 2002, período este justificado pelas mudanças ocorridas na economia brasileira no final do século XX, principalmente as desencadeadas pelo Plano Real, remetendo-nos ao início dos anos noventa com o Governo Collor de Mello, cujo discurso “pregava” a adequação do Brasil à “modernidade”.

Pereira (2002) ressalta que muitos foram os impactos e mudanças causados ao Brasil decorrentes do Governo Collor, destacando-se o despreparo dos setores econômicos nacionais em competir com os estrangeiros, o que acarretou uma profunda crise e reestruturação nos mais diversos setores produtivos do Brasil, que se seguiu ao longo da década de noventa.

Continua a autora que para incentivar o desenvolvimento da produção no país foram adotadas políticas que objetivavam aumentar a eficiência na produção e comercialização de bens e serviços. Criaram-se dois mecanismos: o Programa de

Competitividade Industrial (PCI) e o Programa de Qualidade e Produtividade (PBQP). Linhas de financiamento foram fornecidas pelo BNDES às indústrias que apresentaram resultados em termos de competitividade, como programas de qualidade total e aprimoramento de tecnologia e de mão-de-obra que sem dúvida modificaram os setores produtivos brasileiros.

O papel destas medidas na implantação de uma nova política econômica eminentemente integrada aos ditames da economia mundial da época, que diz respeito aos modos e à capacidade de produção dos vários setores da economia, é observado por Lourenço (2000: 9-10):

“O abrupto aumento do grau de risco do setor privado à concorrência externa incitou rápidas e pronunciadas alterações de processos e de organização da produção. Especificamente, o leque de medidas modernizantes abarcou a proliferação de iniciativas de reestruturações técnicas, produtivas e gerenciais, na busca de obtenção de maiores níveis de eficiência operacional, produtividade e competitividade, próximo aos paradigmas internacionais.”

Após o Plano Collor, nasce o Plano Real em 1994, que objetivava estabilizar a moeda e implantar um novo modelo de desenvolvimento econômico. Franco (2000) descreve que “foi preciso atacar de frente dois problemas: buscar o equilíbrio fiscal e o de exportar uma indústria já bastante amadurecida, porém acostumada à preguiça tecnológica, à concorrência de produtos estrangeiros”.

Entre as medidas macroeconômicas adotadas pelo governo, destacam-se a abertura comercial acelerada, a integração comercial no Mercosul, o processo de estabilização fundado nos juros elevados e câmbio valorizado, a crescente abertura e integração às finanças internacionais, as privatizações, as fusões e aquisições e as diversas faces do processo de reestruturação produtiva – a partir das inovações tecnológicas, gerenciais e nas relações entre as empresas.

Estes fatos vão ao encontro das teorias econômicas da NGE, dos Paradigmas Ecléticos de Dunning e dos Motivos que atraem os IDE para países estrangeiros.

Em janeiro de 1999 o Real se desvalorizou, e a partir daí a taxa de câmbio no Brasil não mais foi controlada pelo Governo, e sim regida pela economia mundial. A partir

deste fato, o Brasil como alternativa do IDE de empresas multinacionais, se equiparou a seus concorrentes diretos.

4.3 Amostra e População da Pesquisa

O total de investimentos anunciados pelo SEADE para os municípios do Estado de São Paulo no período de 1999 a 2002 é de US\$ 82.724 milhões. O valor correspondente à RMC corresponde a 13% do total, ou seja, US\$ 10.630 milhões.

Isolando-se do total os anúncios correspondentes a IDE no Estado, temos US\$ 40.927 milhões, sendo 14% destinados à RMC (US\$ 5.784 milhões). Deste valor de IDE para a RMC, 47% foram destinados para empreendimentos industriais.

Esta região, receptora de mais de 14% de todos os Investimentos Diretos Estrangeiros para instalações industriais no Estado de São Paulo, é composta pelos municípios apresentados na Tabela 11.

TABELA 11 - MUNICÍPIOS ABRANGIDOS PELA REGIÃO METROPOLITANA DE CAMPINAS (RMC)

| |
|----------------------|
| 1 Americana |
| 2 Artur Nogueira |
| 3 Campinas |
| 4 Cosmópolis |
| 5 Engenheiro Coelho |
| 6 Hortolândia |
| 7 Indaiatuba |
| 8 Itapira |
| 9 Jaguariúna |
| 10 Mogi-Guaçu |
| 11 Mogi-Mirim |
| 12 Monte Mor |
| 13 Nova Odessa |
| 14 Paulínia |
| 15 Pedreira |
| 16 S. Bárbara D'Oest |
| 17 Sumaré |
| 18 Valinhos |
| 19 Vinhedo |

TABELA 12 - DISTRIBUIÇÃO DOS IDE's ANUNCIADOS
PARA AS CIDADES QUE COMPÕE A RMC
EM MILHÕES DE US\$ COM DESTINO A
NOVAS INSTALAÇÕES INDUSTRIAIS
1999 A 2002

| | |
|-------------------|---------|
| Campinas | \$808 |
| Indaiatuba | \$541 |
| Paulínia | \$315 |
| Mogi-Guaçu | \$261 |
| Jaguariúna | \$202 |
| Hortolândia | \$181 |
| Sumaré | \$171 |
| Mogi-Mirim | \$82 |
| Valinhos | \$69 |
| Americana | \$52 |
| Nova Odessa | \$31 |
| S.Bárbara D'Oeste | \$10 |
| Vinhedo | \$4 |
| Monte Mor | \$3 |
| Itapira | \$2 |
| Artur Nogueira | \$0 |
| Cosmópolis | \$0 |
| Engenheiro Coelho | \$0 |
| Pedreira | \$0 |
| | \$2,732 |

Os IDE's, em instalações industriais, totalizaram, portanto, US\$ 2.732 milhões na RMC no período de 1999 a 2002. Se anualizados, são valores de investimentos próximos a US\$ 700 milhões por ano na região, o que confirma a atratividade desta região aos IDE's. Na região metropolitana da capital paulista (RMSP) foram investidos, no mesmo período US\$ 3.142 milhões, o que mostra que o fluxo de Campinas está equivalendo-se ao da região metropolitana da capital. Na Tabela 12 tem-se este fluxo distribuído pelas cidades que compõem a RMC. Nota-se que 50% dos valores anunciados foram para apenas 2 cidades da região: Campinas e Indaiatuba.

A importância do assunto faz com que o Governo do Estado de São Paulo mantenha o banco de dados que possibilita todo este tratamento aos valores, sua origem, classificação e destino.

A mesma base de dados identifica e disponibiliza empresa a empresa qual foi o anúncio de investimento e para que finalidade. Com isto, na Tabela 13, apresentam-se todas as empresas estrangeiras que anunciaram investimentos na região, ou seja, são os dados da Tabela 14 analisados sob o ponto de vista da entidade geradora da informação.

Esta Tabela 13 é a população de empresas que anunciaram Investimentos Diretos Estrangeiros na Região Metropolitana de Campinas, no período de 1999 a 2002, e serviu de base para o primeiro contato a ser estabelecido buscando agendar o maior número de entrevistas possíveis dentro desta população.

TABELA 13 - DISTRIBUIÇÃO DOS IDE's ANUNCIADOS POR EMPRESAS COM DESTINO A NOVA INSTALAÇÕES INDUSTRIAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE CAMPINAS 1999 A 2002 (MILHÕES DE US\$)

| ORIGEM | EMPRESA | IDE | % |
|------------|----------------------------|--------------|--------------|
| Alemanh | BYK | \$56 | |
| | DBW | \$2 | |
| | Degussa | \$83 | |
| | Filtros Mann | \$14 | |
| | KS Bronzinas | \$29 | |
| | Mahle | \$20 | |
| | Mercedes-Benz | \$28 | |
| | Moeller Electric | \$3 | |
| | Pierburg do Brasil | \$2 | |
| | Robert Bosch - Div. Freios | \$220 | |
| | TMD Friction do Brasil | \$4 | |
| | | \$461 | 16.9% |
| Canadá | Celéstica | \$7 | |
| | Nortel | \$39 | |
| | | \$46 | 1.7 |
| Dinamarca | Danfoss | \$9 | |
| | | \$9 | 0.3 |
| Espanh | Gonvarri | \$90 | |
| | | \$90 | 3.3 |
| França | Air Liquide | \$32 | |
| | Alcatel | \$5 | |
| | Rhodia - Paulinia | \$22 | |
| | Sogefi | \$29 | |
| | Transit | \$4 | |
| | Valeo | \$25 | |
| | | \$117 | 4.3 |
| Holanda | DRAKA COMTEQ/NK RF | \$5 | |
| | NKRF/Grupo Mastercom | \$8 | |
| | | \$13 | 0.5 |
| Inglaterra | Croda do Brasil | \$4 | |
| | GKN Sinter Metals | \$35 | |
| | Gessy Lever | \$29 | |
| | | \$68 | 2.5 |
| Itáli | Camozzi | \$2 | |
| | GVS do Brasil | \$3 | |
| | Pirelli Pneus | \$5 | |
| | | \$10 | 0.4 |

| ORIGEM | EMPRESA | IDE | % |
|------------------------|------------------------|----------------|--------------|
| EUA | 3M | \$40 | |
| | Ametek | \$2 | |
| | BorgWarner | \$0 | |
| | CommScope Inc. | \$30 | |
| | Comsat Brasil | \$15 | |
| | Delphi | \$50 | |
| | Du Pont | \$200 | |
| | Eaton | \$165 | |
| | Embratel | \$2 | |
| | Engelhard | \$14 | |
| | FiberCore | \$100 | |
| | Fortitec | \$6 | |
| | General Motors | \$75 | |
| | Goodyear | \$20 | |
| | Intermec Technologies | \$0 | |
| | Menal Saúde Animal | \$2 | |
| | Mhotronics Inc. | \$1 | |
| | Motorola | \$70 | |
| | Nextel - Campinas | \$375 | |
| | Plastek | \$25 | |
| | Sanmina-SCI | \$2 | |
| SCI/Advanced Eletronic | \$30 | | |
| Sovereign | \$2 | | |
| Tenneco | \$180 | | |
| White Martins | \$19 | | |
| | | \$1,425 | 52.2% |
| Japão | Honda | \$126 | |
| | Monte D'este | \$8 | |
| | Pecval/Shimizu | \$2 | |
| | Toyota | \$300 | |
| | Ogura Clutch do Brasil | \$6 | |
| | | \$442 | 16.2% |
| Luxemburg | Cebi/Elth | \$4 | |
| | | \$4 | 0.1% |
| Suéci | Ericsson | \$47 | |
| | | \$47 | 1.7% |

TOTAL IDE's ANUNCIADOS : NOVAS INSTALAÇÕES INDUSTRIAIS NA RM

\$2,732 100.0%

Mapeada e pesquisada a população que interessa à pesquisa (empresas multinacionais que investiram na Região Metropolitana de Campinas no período de 1999 a 2002) iniciou-se o trabalho de contato com toda a população de empresas levantada, com o objetivo de se alcançar uma amostra representativa para a coleta de dados a serem analisados para a pesquisa.

Devido ao tema ser considerado estratégico, a abordagem a todas as empresas sempre foi antecipada com o envio de dois documentos: o “Termo de Esclarecimento da Pesquisa”, onde estão expostos todos os requisitos éticos-legis exigidos para o desenvolvimento de pesquisas na área de administração. Este documento, pelas empresas que aceitaram contribuir com a pesquisa, foi assinado pelo pesquisador e deixado de posse do executivo/empresa. Com o pesquisador, foi deixado o “Termo de Consentimento Pós-Informado”, assinado pelo executivo entrevistado que autoriza a utilização dos dados da entrevista para as finalidades desta pesquisa. Este termo está arquivado e de posse do pesquisador, e todas as empresas que contribuíram para o levantamento de dados para esta pesquisa assinaram o mesmo através de seus executivos.

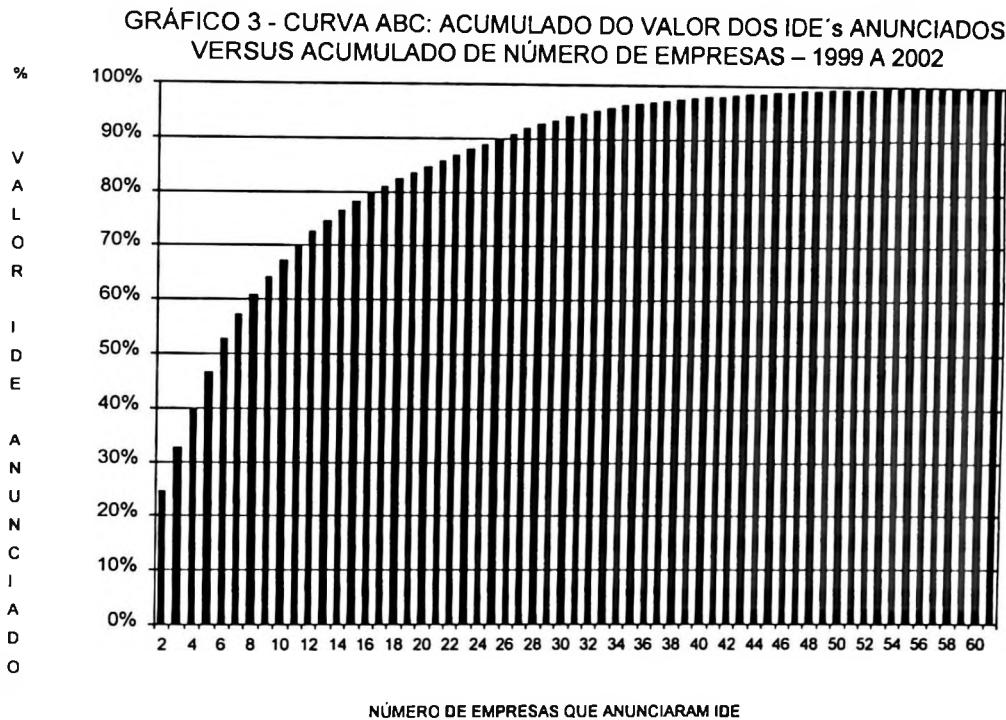
Em ambos os casos, todas as empresas consultadas, participantes ou não, exigiram o sigilo sobre as informações que seriam fornecidas nas entrevistas e justamente pelo critério ético e o comprometimento com as empresas que colaboraram para esta iniciativa científica, passamos a não citar mais nomes de empresas a partir deste ponto do trabalho.

Apresentamos na Tabela 14, devidamente preservados os nomes, o resultado obtido de receptividade à pesquisa, a partir dos valores absolutos de investimentos anunciados pelas empresas na Região Metropolitana de Campinas de 1999 a 2002.

TABELA 14 - DISTRIBUIÇÃO DOS IDE'S ANUNCIADOS PELAS EMPRESA PARTICIPANTES DA PESQUISA EM NOVAS INSTALAÇÃO INDUSTRIAIS: ESTADO DE SÃO PAULO E NA RMC - 1999/200

| <u>SEGMENTO INDUSTRIAL</u> | <u>IDE</u> | <u>%</u> |
|------------------------------------|----------------|-------------|
| Automobilística | \$1,074 | 63% |
| Material Eletrônico e Equipamentos | \$303 | 18% |
| Produtos Químicos | \$239 | 14% |
| Metalurgia | \$35 | 2% |
| Borracha e Plástico | \$25 | 1% |
| Telecomunicações | \$23 | 1% |
| TOTAL | \$1,699 | 100% |

A forma encontrada de se preservar os nomes das empresas que contribuíram foi consolidar por segmento de indústria. As empresas que contribuíram com a pesquisa anunciaram IDE's de US\$ 1.699 milhões no Estado de São Paulo e na RMC.



Das 61 empresas da população, 14 contribuíram com seus dados e informações. Temos, portanto, 23% do universo da população na amostra, em número de empresas. Pelo Gráfico 3, fazendo uma curva ABC de acumulado de IDE anunciado versus acumulado do número de empresas da população observa-se: dos 100% do valor anunciado em IDE na RMC, 11 empresas foram responsáveis por 70% do total do valor.

TABELA 15 - REPRESENTATIVIDADE DO IDE REALIZADO PELAS EMPRESAS PESQUISADA SOBRE OS VALORES DE INVESTIMENTOS ANUNCIADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO - 1999 A 2002

| ESTADO DE SÃO PAULO | MILHÕES DE US\$ | | | | | PARTICIPAÇÃO EMPRESA |
|-------------------------|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------------------|
| | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | TOTAL | |
| INVESTIMENTOS ANUNCIADO | \$23,988 | \$23,458 | \$23,563 | \$11,691 | \$82,700 | 2% |
| NACIONAL | \$10,119 | \$8,143 | \$15,23 | \$8,280 | \$41,773 | 4% |
| ESTRANGEIRO (IDE) | \$13,869 | \$15,31 | \$8,332 | \$3,411 | \$40,927 | 4% |
| ID | \$13,869 | \$15,315 | \$8,332 | \$3,411 | \$40,927 | 4% |
| NÃO INDUSTRIAIS | \$9,016 | \$5,568 | \$4,155 | \$1,892 | \$20,631 | 8% |
| INDUSTRIAIS | \$4,853 | \$9,747 | \$4,177 | \$1,519 | \$20,296 | 8% |
| INDUSTRIAIS | \$4,853 | \$9,747 | \$4,177 | \$1,519 | \$20,296 | 8% |
| OUTRAS REGIÕES | \$4,212 | \$6,964 | \$2,380 | \$866 | \$14,422 | 12% |
| RMSP | \$0 | \$1,903 | \$876 | \$363 | \$3,142 | 54% |
| RMC | \$641 | \$88 | \$921 | \$290 | \$2,732 | 62% |

FONTE: Investimentos Privados Anunciados no Estado de São Paulo: 1999 a outubro de 2002
SEADE, Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados, www.seade.gov.br

Para complementar a representatividade da amostra obtida com estas 14 empresas participantes da pesquisa, na Tabela 15 apresenta-se a comparação dos valores anunciados pela mesmas e a relação aos números de Investimentos anunciados. Estas 14 empresas representam, com seus anúncios, 62% do total do valor de IDE anunciado para a RMC no mesmo período. Para efeito de comparação, o valor anunciado pelas 14 empresas é equivalente a 54% do valor da RMSP e 8% de todos os anúncio de investimentos industriais anunciados no Estado de São Paulo, de 1999 a 2002.

4.4 Perfil das Empresas Multinacionais e dos Executivos Entrevistados

Devido à importância estratégica do tema, o perfil do executivo a ser entrevistado e fornecer à pesquisa os dados e as informações para a compreensão da aplicação do modelo teórico de pesquisa, que é ferramenta de auxílio à investigação de que fatores localizacionais atraíram os Investimentos de empresas multinacionais para a Região Metropolitana de Campinas, pré requisitos foram estabelecidos para abordar as pessoas mais apropriadas (Stafford, 1980:9) para contribuir com a pesquisa:

- 1 participação ativa no processo de decisão do anúncio do investimento na nova instalação industrial na RMC; ou:
- 2 gestor da nova planta que foi instalada na RMC, mas que tenha sido um elo de transição, tendo acesso a todos os critérios e fatores avaliados para tal decisão; ou:
- 3 gestor de desenvolvimento de novos negócios da empresa, que tenha participação e conhecimento da estratégia da companhia e qual o papel deste novo investimento anunciado na mesma; ou:
- 4 profissional autorizado por algum dos executivos citados nos itens acima a falar em seu nome sobre a experiência vivenciada.

Apesar de termos em nossa amostra 14 multinacionais que representam 62% de todo o IDE anunciado na RMC, os pré requisitos acima limitaram mais empresas convidadas a contribuírem com a pesquisa, devido à falta de agenda e até mesmo a confidencialidade dos

dados, apesar do compromisso ético pré estabelecido. Muitos executivos que se enquadravam nos pré requisitos e que interessavam para enriquecimento da amostra, também, estavam em outros países. Ocorreu, também, de muitos dos empreendimentos terem tido decisões de executivos das respectivas matrizes, que já não estavam mais no Brasil ou até mesmo nas empresas.

A Tabela 16 resume, preservando o nome das empresas, o perfil de cada profissional que prestou informações à pesquisa, bem como dados relativos às corporações que representam. Também, por questão de confidencialidade, não é possível aqui apresentar o país de origem de cada empresa em questão, justamente pela facilidade de identificar os dados da Tabela 16 com os da Tabela 13. O que se pode aqui afirmar, com os dados da pesquisa em mãos, é que a pesquisa manteve a representatividade, em número de empresas, da população dos países que anunciaram os IDE's no período na RMC.

TABELA 16 - DADOS DAS EMPRESAS PARTICIPANTES DA PESQUISA E DOS ENTREVISTADOS

| EMPRESA / SEGMENTO | DADOS GLOBAIS DA EMPRESA | | | | DADOS DO ENTREVISTADO | |
|------------------------|--------------------------|-----------|-----|-----|-----------------------|------------------|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) |
| 1 Automobilística | 2,000 | \$400 | 21 | 11 | Diretor | Comercial |
| 2 Automobilística | 199,000 | \$46,000 | 50 | 190 | Supervisor | Técnica |
| 3 Telecomunicaçãoe | 4,000 | \$1,000 | 9 | 9 | Diretor | Operações |
| 4 Automobilística | 51,000 | \$107,443 | 21 | 62 | Gerente | Operações |
| 5 Automobilística | 51,000 | \$7,200 | 102 | 50 | Gerente | Técnica |
| 6 Produtos Químicos | 7,500 | \$2,340 | 8 | 30 | Gerente | Recursos Humanos |
| 7 Metalurgia | 35,700 | \$7,123 | 30 | 30 | Diretor | Novos Negócios |
| 8 Produtos Químicos | 30,000 | \$9,243 | 130 | 60 | Diretor | Comercial |
| 9 Produtos Químicos | 47,623 | \$13,689 | 300 | 100 | Gerente | Novos Negócios |
| 10 Telecomunicaçãoe | 99,000 | \$19,305 | 60 | 130 | Diretor | Logística |
| 11 Borracha e Plástico | 2,000 | \$300 | 14 | 5 | Gerente | Operações |
| 12 Automobilística | 15,000 | \$5,096 | 59 | 24 | Gerente | Operações |
| 13 Matl Elet e Eqptos | 16,600 | \$2,258 | 70 | 146 | Diretor | Novos Negócios |
| 14 Matl Elet e Eqptos | 61,000 | \$35,686 | 140 | 140 | Vice Presidente | Técnica |

(1) NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

(2) FATURAMENTO (US\$/ANO)

(3) NÚMERO DE INSTALAÇÕES NO MUNDO

(4) NÚMERO DE PAÍSES EM QUE A EMPRESA ATUA

(5) CARGO DO ENTREVISTADO NA EMPRES

(6) ÁREA DO ENTREVISTADO NA EMPRES

A Tabela 16 consolida a importância das empresas multinacionais que contribuíram com a pesquisa, bastando analisar os valores de faturamento e os números relativos à presença destas empresa em países do mundo. Os cargos das pessoas que foram disponibilizadas pelas empresas para o fornecimento dos dados e das informações demonstra a relevância do tema e o interesse pelo mesmo.

A Pesquisa de campo teve duração de 4 meses, iniciando-se em março e terminando em junho de 2003.

5. RESULTADOS DA PESQUISA

5.1 Introdução

Este tópico apresenta os dados obtidos com as entrevistas pessoais realizadas com o total de empresas multinacionais que compuseram a amostra, extraída de toda a população de empresas já apresentada e discutida.

Mais de 80% das empresas que contribuíram (10 de 14), solicitaram a não vinculação de seus nomes com os resultados da amostra, e assim os termos distribuídos entre o pesquisador e o entrevistado foram de muita utilidade para a amostra expressiva de empresas contribuintes (empresas, estas que anunciaram investimentos direto estrangeiros representando 62% de todo o valor anunciado para a Região Metropolitana de Campinas no período em questão).

Aqui serão apresentados os resultados obtidos pela amostra, preservando integralmente as empresas e seus executivos que colaboraram.

Os resultados da pesquisa, contemplando os dados levantados nas 14 empresas multinacionais que anunciaram investimentos na Região de Metropolitana de Campinas a partir do ano de 1999, serão apresentados e discutidos considerando-se cada um dos módulos selecionados pelo Modelo Téorico de Pesquisa:

- a) motivações para se realizar o IDE;
- b) vantagens a serem exploradas pelas empresas multinacionais com o intuito de obter sucesso no exterior;
- c) a caracterização da Região Metropolitana de Campinas com a Nova Geografia Econômica;
- d) os fatores localizacionais considerados.

Uma informação adicional obtida por esta pesquisa foi gerada pelo fato de que todas as 14 empresas multinacionais entrevistadas a respeito do tema desta dissertação haviam, além de terem anunciado investimentos, efetivamente já realizado os mesmos.

Mesmo aquelas que anunciaram investimentos em 2002, já estavam com suas plantas em fase de pré operação, com data marcada para iniciar produção em escala.

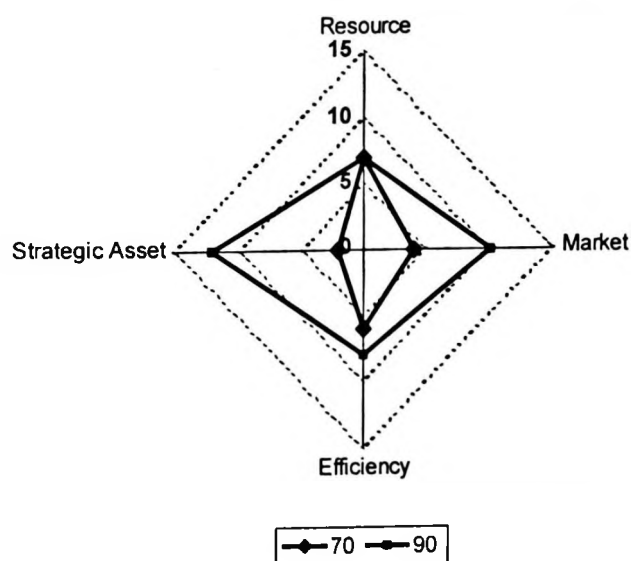
Graças a este fato, uma contribuição a mais foi atingida pela pesquisa: um levantamento de que técnicas de análise foram utilizadas por estas empresas em suas decisões. Este resultado, pela relevância à esta pesquisa, é apresentado no módulo “Técnicas de Análise”, um módulo não incluído no Modelo Teórico de Pesquisa, mas que obteve respostas de todos os executivos – que, em sua unanimidade, mostraram interesse e preocupação em expor este assunto.

5.2 Motivações para o Investimento Direto Estrangeiro

O primeiro levantamento de dados aqui apresentado se refere às motivações que levaram as empresas a anunciarem e se instalarem na RMC, empresas estas que fazem parte de grandes grupos mundiais, com faturamentos globais da ordem de milhões a bilhões de dólares anuais.

Para o entendimento dos dados: das 14 empresas multinacionais que contribuíram para a pesquisa, 50% delas já estavam com plantas instaladas no Brasil, em outras áreas que não a Região Metropolitana de Campinas. Este dado é importante para que possamos analisar os quatro fatores motivacionais agrupados no Modelo Teórico Preliminar.

GRÁFICO 4 - CRITÉRIOS QUE MOTIVAM O IDE NA DÉCADA DE 70 E NA DÉCADA DE 90
RESPOSTAS DAS EMPRESAS PESQUISADAS



FONTE: PESQUISA DE CAMPO REALIZADA COM AS 14 EMPRESAS DA AMOSTRA

Esta distinção é importante, pois existem motivações diferentes entre as empresas que já se instalaram no país e outras que pela primeira vez resolveram o fazer, apesar de que, em 30% dos casos, a decisão de implantar uma nova fábrica era considerada como nova pelas empresas, por se tratar de uma nova divisão de negócios. Considerando Dunning, consolidado por Wolff (apresentados no Capítulo 2, Tabela 8 e Tabela 9) e agrupando as respostas obtidas na pesquisa, divide-se os resultados em dois: uma coluna da Tabela 17 apresentando as respostas daquelas empresas que estavam pela primeira vez se instalando fisicamente no Brasil e outra para as respostas daquelas que já haviam investido anteriormente no Brasil e que resolveram ampliar seus investimentos. Uma primeira informação resultante da pesquisa é que realmente as empresas mudaram seus paradigmas, conforme o modelo de Dunning, como pode ser observado no Gráfico 4.

Com exceção do Fator referente à exploração de um mercado doméstico novo, todos os outros fatores respondidos pelos entrevistados tendenciaram para a década de 90, assim como proposta por Dunning. Quanto mais distante do eixo(0,0) maior o número de respostas positivas aos paradigmas de cada década.

TABELA 17 - MOTIVAÇÃO PARA O IDE NA RMC – PERCENTUAL DE RESPOSTAS CITANDO OS FATORES, POR GRUPO DEFINIDO POR DUNNING

| GRUPO | FATORES MOTIVACIONAIS | % Respondentes | |
|------------------------|---|----------------|---------------|
| | | 1a. Instalação | Já Instalados |
| <i>Resource</i> | Preço e qualidade dos Recursos Naturais | 30% | 25% |
| | Infraestrutura oferecida pela região | 100% | 100% |
| | Presença de parceiros globais na região | 100% | 50% |
| <i>Market</i> | Mercado Doméstico do país | 50% | 36% |
| | Mercado Doméstico Ampliado (MERCOSUL) | 75% | 64% |
| | Disponibilidade e custos de Profissionais da região | 30% | 64% |
| | Presença de firmas relacionadas na região | 45% | 64% |
| | Aglomerações de economia (<i>Cluster</i>) regionais | 15% | 36% |
| | Presença de Agências Regionais | 50% | 0% |
| | Proximidade com Pólos de Tecnologia | 50% | 64% |
| <i>Eficienc</i> | Atuação dos Governos Municipais como facilitadore | 100% | 100% |
| | Custo Total do Produto | 100% | 100% |
| | Disponibilidade de Parques Científicos e Industriai | 75% | 36% |
| <i>Strategic Asset</i> | Aquisição de Tecnologia em Países Estrangeiros | 50% | 43% |
| | Preço e Sinergia da Tecnologia no Estrangeiro | 50% | 43% |
| | Acesso a diferentes culturas e instituições | 100% | 79% |

Com os dados da Tabela 17, percebem-se variações entre as respostas ofertadas pelas informações desta – alguns pontos são unânimes, como ter governos que facilitem a instalação das empresas, o custo total do produto e a infraestrutura local oferecida. Por outro lado, fatores como a disponibilidade e qualificação dos profissionais motivam mais as empresas já instaladas, assim como a presença de empresas relacionadas ao mesmo negócio e aos *Clusters*. Para aquelas que estão pela primeira vez se instalando no Brasil, a presença de parceiros no país, principalmente clientes, é citado por 100% das empresas – as mesmas vêm para o Brasil até mesmo por exigências de seus maiores clientes mundiais. Outra diferença, é que estas empresas dimensionam suas instalações não só focando no mercado doméstico, mas sim no mercado ampliado pelos países vizinhos, sendo considerado os acordos como o Mercosul como motivacionais para direcionar o IDE para o país.

5.3 Vantagens para o Sucesso Internacional

A análise dos dados obtidos a respeito das vantagens que as empresas multinacionais apresentam - e por isso buscam novas fronteiras para se instalarem - é feita de maneira a aglomerar tantas as empresas que já possuem instalações como as que estão pela primeira vez investindo no país.

Na Tabela 18 estão tabuladas as respostas das empresas pesquisadas quanta a estas vantagens, agrupadas conforme o Paradigma Eclético de Dunning.

No caso das Vantagens Específicas, as vantagens mais citadas são aquelas que envolvem ter uma subsidiária criando assim maior flexibilidade e diversificação de riscos, isto concatenado com a flexibilidade da produção e produtos – isto é bem representativo, quando temos que 60% das empresas apontam a economia de escala como vantagem. Em menor número, mas com 50% das citações, a vantagem de se especializar é apontada com o conceito das plantas globais, ou seja, uma planta em um país que possa atender a qualquer um dos mercados abastecidos por aquele produto/processo. As vantagens tecnológicas específicas apresentam citações abaixo de 50%.

Quanto à Internalização, as vantagens relativas a minimização de custos, provenientes da presença física nos novos mercados - e antes encarecidas pela distância (comunicação, legislação, controles impostos pela importação) - são citadas por mais de 50% das empresas pesquisadas. Vê-se que estar num país novo, internalizando sua produção, torna

a multinacional uma empresa com a força de qualquer outra, independentemente de sua origem – tanto que a exploração de incentivos é citada por menos da metade das empresas.

No aspecto Localização, mais de 85% das respostas apontam que o país a ser escolhido tem como fator crítico a estabilidade econômica e política, bem como o risco deste país. Seguem-se os custos de estar localizado no país, os referentes à qualidade e produtividade dos fatores de produção, e os demais relacionados com a infraestrutura. Potencial do mercado onde a empresa irá se instalar, é citado por 60% dos pesquisados.

No geral, as vantagens de Internalização são as que mais aparecem na lista daquelas citadas.

TABELA 18 - VANTAGENS APONTADAS PELAS EMPRESAS MULTINACIONAIS PESQUISADAS COMO FATORES CRÍTICOS PARA O SUCESSO

| GRUPO | VANTAGENS | % Respondentes |
|----------------|--|----------------|
| LOCALIZAÇÃO | Clima de Investimento, Risco país | 86% |
| INTERNALIZAÇÃO | Minimização dos custos de transação | 86% |
| LOCALIZAÇÃO | Fatores de Produção | 79% |
| ESPECÍFICAS | Diversificação de Riscos, Produtos e Processos | 79% |
| LOCALIZAÇÃO | Custos de Infraestrutura | 71% |
| INTERNALIZAÇÃO | Redução de incertezas entre comprador e/ou vendedor | 71% |
| ESPECÍFICAS | Flexibilidade na aquisição | 71% |
| INTERNALIZAÇÃO | Economias Sistêmicas | 64% |
| LOCALIZAÇÃO | Potencial de Mercado | 57% |
| ESPECÍFICAS | Economias de Escala | 57% |
| INTERNALIZAÇÃO | Necessidades de Controles exigentes: Produtor | 57% |
| ESPECÍFICAS | Vantagens da Especialização | 50% |
| INTERNALIZAÇÃO | Informação entre fornecedor e comprador | 50% |
| INTERNALIZAÇÃO | Custos e benefícios de acessar ativos no estrangeiro | 50% |
| ESPECÍFICAS | Dimensão e fatia do mercado | 43% |
| INTERNALIZAÇÃO | Intervenções Estatais | 43% |
| LOCALIZAÇÃO | Presença de <i>Clusters</i> | 43% |
| LOCALIZAÇÃO | Barreiras Estatais | 36% |
| LOCALIZAÇÃO | Distância cultural e psicológica | 36% |
| ESPECÍFICAS | Tecnologia superior | 36% |
| ESPECÍFICAS | Utilização de recursos da empresa - mãe | 36% |

5.4 Nova Geografia Econômica

Em termos na NGE, o agrupamento das respostas obtidas também aglomera tanto as empresas que já tinham instalações no país como aquelas que pela primeira vez estavam se instalando.

Foram abordados aspectos que pudessem identificar os conceitos da NGE com as estratégias competitivas das empresas, quando da decisão de se anunciar um novos investimento estrangeiro.

Em todos os casos, a decisão de vir ao Brasil estava a muitos anos tomada, sendo que a questão era quando, como e para onde vir. Os pontos citados pelos entrevistados no que tange ao Brasil no contexto da NGE e, por consequência, a RMC, são apresentados na Tabela 19.

TABELA 19 - ASPECTOS DA NOVA GEOGRAFIA ECONÔMICA MAIS CITADOS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS

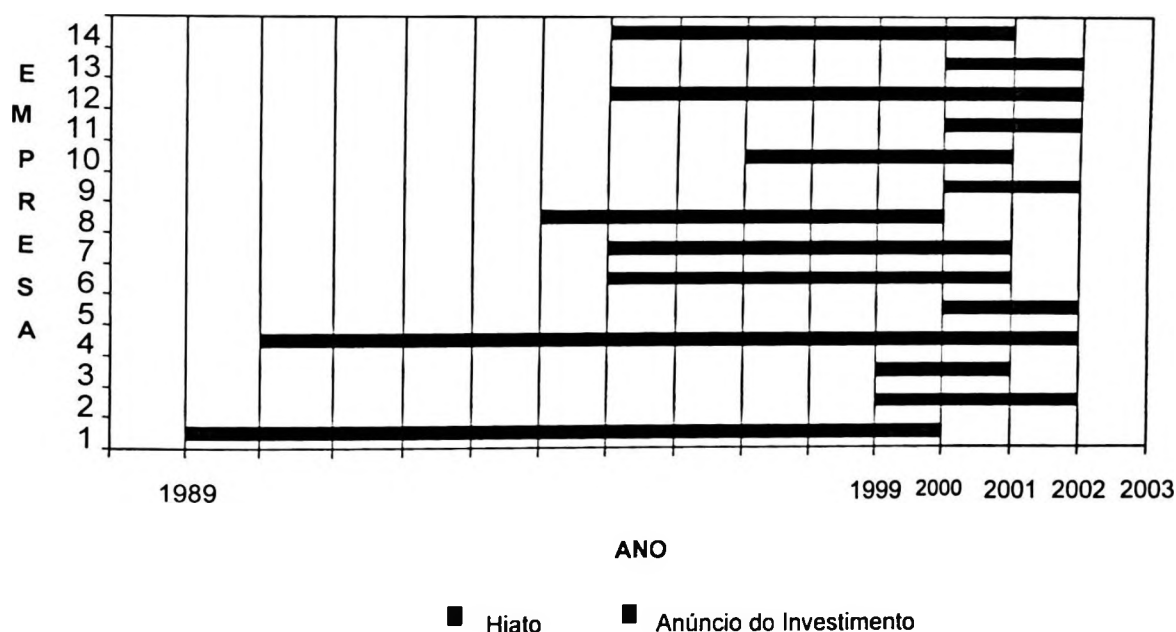
| Aspectos da Nova Geografia Mundial | % Respondentes |
|--|----------------|
| Ampliar a presença em mercados | 100% |
| Vantagens de economia de escala | 93% |
| Aproveitar o comércio em países semi industrializados | 86% |
| Dimensionar o tamanho das Operações | 79% |
| Explorar potencial de mercado consumidor | 79% |
| Aprimorar o ambiente de inovação e comercialização | 57% |
| Instalar Plantas Globais | 57% |
| Integrar cadeias produtivas de clientes globais | 57% |
| Estar onde seu concorrente est | 50% |
| Usufruir-se do parque tecnológico criad | 43% |
| Aproveitar abertura comercial do país receptor | 43% |
| Refinar a estrutura organizacional e cultural | 36% |
| Tornar-se um fornecedor global | 36% |
| Buscar vantagens competitivas regionais | 29% |
| Explorar as Vantagens Não transferíveis entre Indústrias | 29% |
| Localizar-se onde já possui uma planta | 29% |
| Mover-se para localidades com custos de produção mais baixos | 21% |
| Otimizar a Rede de Operações (abrir versus fechar fábricas) | 21% |
| Potencializar presença de fornecedores globai | 14% |
| Comprar empresas concorrentes regionai | 14% |
| Não Estar onde seu concorrente está | 14% |

Outros dados colhidos na pesquisa chamam a atenção pelo fato de que muitas empresas não consideraram a decisão de se situar em uma nova localidade geográfica pelos aspectos da Nova Geografia Econômica, de uma forma direta, e sim indireta, pois teriam de se mover para o Brasil por exigência de seus clientes ou, até mesmo, como citado em 14% dos casos, tinham de estar presentes pelo fato de muitas empresas o estarem fazendo, algo como ser inevitável vir para o país. Pode parecer algo pouco científico ou calculado, mas é um dado relevante, podendo ser interpretado como uma exigência de estar neste mercado.

Também é resultado da pesquisa e demonstrado no Gráfico 5, que a decisão de se vir ao Brasil estava tomada em média 5 anos antes do anúncio do investimento, mas após anunciado o mesmo, em menos de 2 anos as empresas já estavam em operação.

Unânime é a constatação de que todas as empresas buscavam no Brasil a maximização de seus lucros e a minimização de seus custos, em operações de baixo risco e rápido retorno. Esta atratividade do país às multinacionais, também um dado unânime, era devido à estabilidade política e econômica, segundo as empresas pesquisadas.

GRÁFICO 5 - TEMPO ENTRE DECIDIR , ANUNCIAR E IMPLANTAR O IDE NA RMC SEGUNDO AS EMPRESAS PESQUISADAS



Pelos dados apresentados no Gráfico 5, pode-se notar que 50% das empresas tomaram suas decisões de partir para um novo país muitos anos antes de anunciarem sua intenção. Aquelas que rapidamente se decidiram e anunciaram, o fizeram próximo ao momento que as outras empresas, que demoraram mais a anunciar o evento, o fizeram. Este é mais um reflexo da teoria da NGE, pois quando a mesma se concretizou para o Brasil, nos anos 90, a partir de 1999 as empresas resolveram, de vez, a realizar o IDE.

Outro dado relativo à NGE levantado pela pesquisa é que com a quebra das barreiras protecionistas do Brasil dos anos 80, o mundo passou a conhecer e entender o mercado brasileiro como uma oportunidade – mais do que isto, além de ser um mercado promissor, a localização do país e seus recursos disponíveis tornaram-se visíveis para as

empresas multinacionais como propulsores de vantagens globais competitivas. Esta afirmação foi compartilhada por 100% das empresas pesquisadas.

5.5 Fatores Localizacionais

O Brasil ser o país destino dos IDE's é algo que vem antes da decisão do local onde se instalar. Isto é um dado extraído das respostas das pesquisas. O mais importante é decidir quando realizar o investimento, e a partir daí, analisar os fatores localizacionais para a decisão de onde instalar finalmente a empresa.

Os citados na pesquisa como fornecidos pela Região Metropolitana de Campinas, estão consolidados na Tabela 20.

TABELA 20 - IMPORTÂNCIA RELATIVA DOS FATORES LOCALIZACIONAIS E A RMC

| FATOR | IMPORTÂNCIA RELATIVA | | | RMC ATENDE | | |
|---|----------------------|-------|------|------------|----------|-----|
| | BAIXA | MÉDIA | ALTA | SIM | EM TERMO | NÃO |
| Infra Estrutura de Transporte | 7% | 14% | 79% | 93% | 7% | 0% |
| Inserção da Planta na Cadeia de Suprimentos | 7% | 29% | 64% | 86% | 14% | 0% |
| Métodos de Produção | 14% | 21% | 64% | 79% | 14% | 7% |
| Tecnologia de Produção | 29% | 57% | 14% | 79% | 14% | 7% |
| Conveniência para Clientes | 0% | 0% | 100% | 71% | 29% | 0% |
| Qualificação de Mão de Obra | 14% | 14% | 71% | 64% | 29% | 7% |
| Custos e disponibilidade de Transporte | 7% | 14% | 79% | 64% | 21% | 14% |
| Potencial de Mercado | 14% | 14% | 71% | 64% | 21% | 14% |
| Proximidade com Clientes | 10% | 18% | 72% | 60% | 20% | 20% |
| Disponibilidade de Mão de Obra | 14% | 21% | 64% | 57% | 29% | 14% |
| Ambiente Competitivo | 21% | 21% | 57% | 55% | 25% | 20% |
| Participação no Mercado | 7% | 14% | 79% | 50% | 36% | 14% |
| Grau de Organização Sindical | 7% | 57% | 36% | 43% | 29% | 29% |
| Proximidade com Fornecedores | 36% | 36% | 29% | 43% | 29% | 29% |
| Disponibilidade e custos de Serviços Públicos | 50% | 25% | 25% | 35% | 35% | 30% |
| Restrições de Zoneamento e Impacto Ambiental | 10% | 15% | 75% | 30% | 35% | 35% |
| Custos de Construção e Terras | 21% | 50% | 29% | 29% | 29% | 43% |
| Custos e disponibilidade de Energia | 7% | 7% | 86% | 21% | 57% | 21% |
| Violência Urbana | 29% | 50% | 21% | 21% | 57% | 21% |
| Incentivos e Benefícios | 20% | 40% | 40% | 10% | 25% | 65% |

Uma unanimidade entre as empresas é que os incentivos e benefícios potenciais que uma região possa oferecer perdem sua importância perante a outra que possui a

5.6 Técnicas de Análise

Pelo método de coleta de dados utilizado na pesquisa, as técnicas de análise utilizadas pelas empresas nos processos de seleção entre as alternativas possíveis para receber o IDE puderam ser identificadas.

Dos entrevistados, a maioria (75%) expuseram que a escolha da Região Metropolitana de Campinas foi feita da maneira mais informal possível. Pelos dados da Tabela 22, pode-se observar que a decisão pela localização foi definida a partir de simulações estritamente financeiras (índice de respostas acima de 71%) e poucas empresas (menos de 30%) se utilizaram de modelos computacionais sofisticados ou de programação linear.

TABELA 22 - TÉCNICAS DE ANÁLISE UTILIZADAS PARA SELEÇÃO DA LOCALIZAÇÃO

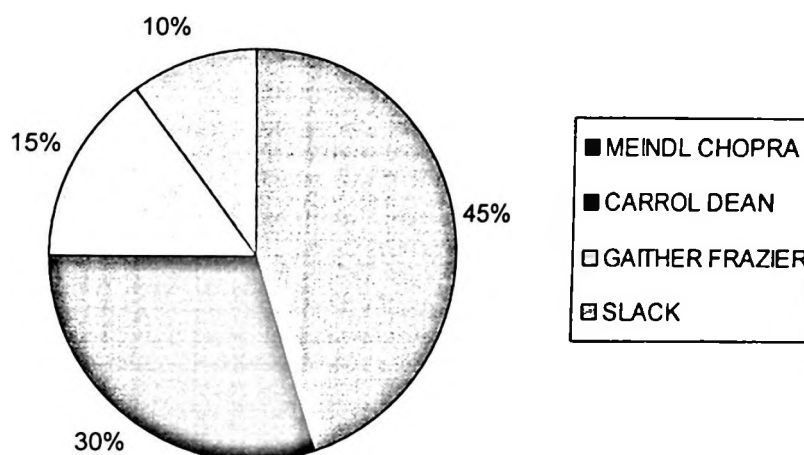
| TÉCNICA UTILIZADA | EMPRESAS | | | | | | | | | | | | | | % | |
|---|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|---|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | | |
| Retorno de Investimento | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 100% |
| Ampliação de Receitas | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 93% |
| Minimização de Custos | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 79% |
| Maximização de Lucros | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 71% |
| "Pay Back" | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 71% |
| Levantamentos com Empresas | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 71% |
| Mapeamento Geográfico da área | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 64% |
| Planilhas Eletrônicas | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 43% |
| Utilização de Consultorias Imobiliárias | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 43% |
| Simulação de Cenários (limitados) | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 36% |
| Pesos dados a Fatores | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 29% |
| Programação Linear | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 29% |
| Simulação Cenários (modelos computacionais) | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 21% |

Os aspectos econômicos e financeiros estão acima de qualquer outra decisão. Segundo o resultado da pesquisa, se o projeto de uma nova planta no Brasil, com seus custos e receitas simulados trouxesse retorno (100% dos respondentes) a análise dos fatores localizacionais não consumiria grandes recursos da empresa.

Mais de 85% dos respondentes afirmaram que a escolha do local foi muito mais subjetiva do que técnica, apesar de que 100% confirmaram todas as etapas propostas pelos modelos apresentados na revisão da literatura.

No gráfico 6, temos um comparativo, dentre as respostas dos executivos, quanto a que modelo teórico mais se assemelharia com o processo conduzido pelas empresas multinacionais para analisar os fatores localizacionais.

GRÁFICO 6 - MODELOS TEÓRICOS QUE MAIS SE ASSEMELHARAM AO PROCESSO DE ANÁLISE DOS FATORES LOCALIZACIONAIS



Os modelos que contemplam a localização como estratégica para o alcance da vantagem competitiva predominam sobre aqueles mais tradicionais; além disso, modelos que consideram os conceitos de *Supply Chain Management* (55%) são a maioria, que é o caso dos Modelos de Meindl&Chopra e Slack.

Outro fator localizacional analisado e considerado por 65% das empresa foi encontrar uma região que fornecesse qualidade de vida aos funcionários. Os modelos e as técnicas de análise não conseguem mensurar este fator, mas pela expressiva citação eles foram predominantes nas análises preliminares de localidades candidatas.

Quase a totalidade dos entrevistados (93%) demonstrou que, com a decisão tomada e viabilizada econômica e financeiramente, encontrar pessoas qualificadas e disponíveis era um fator muito importante, mas que haveria, neste casos, a necessidade de se buscar profissionais de grandes centros, como São Paulo e Rio de Janeiro.

Por serem indústrias de alta tecnologia (55%) e não de mão de obra em massa (21% apenas) o perfil apontado do profissional necessário era de pessoas técnicas, mas de classes sociais não populares. Estas pessoas, com certo poder aquisitivo, não iriam se

deslocar de um grande centro se não encontrassem na região ofertada condições de cultura, lazer e educação adequadas para sua família.

A Região Metropolitana de Campinas é destacada e reconhecida (93% dos entrevistados) como inquestionável nestes aspectos.

Outro fator preponderante nas respostas é que não havia muito o que decidir, em 65% dos casos: os clientes haviam imposto às empresas que se instalassem no Brasil para conduzir em conjunto projetos de novos produtos a serem internalizados, portanto nestes casos as escolhas se limitaram a estar perto dos clientes, e selecionar dentre 3 a 5 opções de terrenos o melhor em termos de relevo para se instalar. Não haveria necessidade de modelos logísticos complexos, segundo os entrevistados (80%) pois as fontes de suprimentos eram de outros países, e nos casos que não, foram desenvolvidos fornecedores locais.

Outros dados coletados que reforçam a subjetividade da escolha: contato com profissionais já instalados no local (55%); a realidade importa mais do que técnicas de análise sofisticadas (44%); a influência das pessoas no processo sobrepõe a técnica (40%); pressão da comunidade em não transformar zonas rurais em industriais (21%); localizar-se próximo a outros concorrentes que adquiriram terrenos no local, com o objetivo de futuras fusões ou compartilhamento de operações (21%).

5.7 Expectativas Atendidas e Não Atendidas

Todas as empresas pesquisadas anunciaram seus investimentos na RMC e efetivamente realizaram o mesmo no período de 1999 a 2002. Com isto, apresentamos os resultados obtidos a respeito da expectativa que as empresas tinham destes projetos e os resultados alcançados, mesmo que recentes.

Metade das empresas (50%) mostrou-se satisfeita com a decisão de se localizar na RMC. A outra metade não satisfeita alegava que o problema não se referia a ter se localizado na região, e sim aos volumes que o mercado brasileiro estava proporcionando às empresas, insatisfatório em relação ao que havia sido previsto.

As empresas que implantaram na região plantas globais, que não foram projetadas visando apenas o mercado brasileiro (57%) estavam cumprindo sua principal missão, que era de suportar acréscimos de demanda globais com um menor custo devido à localização no Brasil. A localização na RMC, principalmente devido aos ativos logísticos

disponíveis, como as estradas e a proximidade com o aeroporto de Viracopos (80% dos 57%) são fatores localizacionais fundamentais para as plantas com esta vocação.

Já no caso das empresas que se declararam insatisfeitas, as mesmas alegaram que os dados fornecidos por agências setoriais utilizados para projeção de resultados financeiros futuros (60% das 43%) não se concretizaram, fazendo que as plantas operassem com apenas parte de suas capacidades previstas. Outra solução encontrada pelas empresas (70% das 43%) foi a de explorar o mercado externo, apesar de haverem sido concebidas considerando-se receitas provenientes de exportações, e sim do mercado interno.

Uma parcela das empresas (34%) se mostrou decepcionada com o comprometimento da mão de obra local, e até mesmo (21%) com a qualificação da mesma. Por outro lado, as expectativas de todas as empresas quanto à localização acertada é a mesma: não haveria melhor região no país para se instalarem.

A maior incerteza enfrentada pelas empresas pesquisadas, pelo menos para 70% delas, foi a transição do governo Fernando Henrique Cardoso, após 8 anos, para o governo Luís Inácio Lula da Silva. Neste período, que foi de setembro de 2002 até março de 2003, os acionistas de suas respectivas matrizes retraíram parte dos investimentos previstos (isto em 50% dos 70%) mesmo na fase de implantação.

Quanto às expectativas em relação às promessas das prefeituras que convenceram as empresas, dentre todas as cidades que estão na região, a se instalarem nestas localidades, as insatisfações mais citadas foram a de acessos das rodovias até as plantas (45%), disponibilidade de energia (45%) e poucos incentivos de impostos (30%).

Outra constatação é de que a principal cidade da região, Campinas, se confirmou como um centro altamente desenvolvido para cultura, lazer e educação, mas a maioria das empresas optaram pelas cidades circunvizinhas, por buscar maior qualidade de vida para seus profissionais e menos violência urbana. Confirma-se aqui a expectativa de que Campinas é uma metrópole e convive com os problemas de ser uma cidade deste porte.

6. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 Hipóteses Testadas

Com os resultados obtidos na pesquisa de campo realizada, podemos aceitar a hipótese básica, que partiu do pressuposto que a mudança nos fluxos de negócios internacionais (Nova Geografia Econômica) não influencia na decisão de uma empresa multinacional localizar suas atividades no estrangeiro.

A pesquisa demonstrou claramente que as empresas multinacionais não são levadas pelos fluxos internacionais, e sim motivam os mesmos. Os países têm de ser atrativos e constantemente avaliarem as políticas de incentivos ao IDE e as facilidades que podem proporcionar para que os negócios e interesses das empresas multinacionais se desenvolvam de maneira satisfatória e promissora em seus territórios. Ao mesmo tempo, não bastam apenas políticas de incentivo econômicas: a infra-estrutura dos países receptores aos IDE's, seus recursos e custos devem manter-se competitivos, pois com as atividades das multinacionais espalhadas pelo mundo, as decisões de onde e quanto produzir podem ser drasticamente mudadas, incluindo aí planos de expansões. Ficou claro na pesquisa que não existem espaços para “modismos”, e a própria preferência destas empresas pela RMC demonstram que as preocupações das empresas multinacionais estão muito mais voltadas a tirar o máximo proveito das condições favoráveis apresentadas.

No caso das hipóteses secundárias, também se aceita (pelos resultados da pesquisa) a hipótese de que a Guerra Fiscal não atrai o IDE. A RMC não tem nada comparável outras regiões brasileiras no que diz respeito a este tema, muito menos o Estado de São Paulo. Citações diretas sobre experiências de grandes empresas, que para as pesquisadas são clientes ou pares, em outras regiões do Brasil que atraíram IDE's por motivos fiscais, em conjunto com a plena satisfação dos entrevistados em ter se instalado na RMC justificam esta hipótese.

Quanto à hipótese de que fatores mensuráveis são predominantes sobre fatores subjetivos, esta foi rejeitada. Em sua quase totalidade, o resultado da pesquisa foi muito claro que as decisões têm um lado subjetivo muito forte. As empresas procuram mercados, portando o Brasil é uma área naturalmente candidata a receber IDE's. A decisão de onde localizar, dentro do Brasil a planta, é considerada como algo sem muita complexidade, devido

ao fato de a RMC não ter concorrentes similares pelo país. Ou seja, para esta pesquisa, o mais difícil é decidir a data de vir para o Brasil e para a RMC ou para o Estado de São Paulo, e a questão de localizar a empresa não envolve técnicas e / ou análises sofisticadas.

A terceira hipótese secundária se confirma: a localização geográfica é uma vantagem competitiva, desde que vista pelo ângulo do melhor resultado em termos de lucro para as empresas – a partir de que o país não apresente mais crescimento de demanda ou custos atraentes, não há o porquê de se manter no mesmo.

A quarta hipótese é rejeitada pelos resultados das pesquisa: as empresas multinacionais não se reúnem em uma região buscando estabelecer *clusters* para aproveitar as vantagens de escala (aglomeração) – constatou-se neste estudo estas se reúnem em uma região independentemente da causa desta reunião, caracterizando uma concentração industrial. Não foram constatados pelas entrevistas motivações de IDE's causados pela formação de parques industriais que caracterizem *clusters*, pelo contrário, as empresas deixaram explícito nas entrevistas realizadas que estavam na RMC para maximizar seus resultados e aproveitarem-se, principalmente, da infra-estrutura da região;

6.2 Modelo Teórico de Pesquisa

A aplicação do Modelo Teórico de Pesquisa foi uma grata experiência. No transcorrer das entrevistas a utilização do mesmo permitia que os resultados almejados fossem alcançados, evitando que algum detalhe a ser explorado fosse esquecido. A maneira como as respostas dos entrevistados se conformavam ao modelo, e, principalmente, a constatação de que este tipo de decisão realmente é muito mais concentrado nas motivações e nas vantagens para o sucesso internacional do que na análise tradicional abordada pela Teoria da Localização, mostrou uma robustez além da esperada. Recomenda-se nesta dissertação a utilização futura do modelo, mas com o embasamento teórico aqui apresentado, em futuras pesquisas.

Além de focar a pesquisa para o que realmente as empresas buscam ao iniciarem seus estudos de viabilidade de IDE, o modelo cumpre seu papel de investigar casos de decisões de IDE iniciais ou de expansão. Partindo da premissa que as vantagens para o sucesso internacional independem se é uma decisão a ser tomada pela primeira vez ou não, estes são avaliados pelo modelo em dois momentos: o primeiro, quando as empresas pensam

em explorar recursos e mercados domésticos – neste caso, as vantagens se somam a estas motivações como fatores fundamentais a serem analisados. No segundo momento, o modelo propõe que se a empresa pensa em racionalizar, manter ou aumentar sua participação em um país onde já está presente, estas motivações são potencializadas pelas vantagens para o sucesso internacional. Estes dois momentos ficaram evidentes nos resultados da pesquisa.

A aplicação deste modelo no campo serviu também para assegurar que o mesmo pode ser aplicado em outras regiões, mesmo que estas estejam sob o efeito da Guerra Fiscal. O foco nos fatores de motivação ao IDE e nas vantagens que as empresas multinacionais detêm, permite isto, e a experiência do campo nos dá segurança para esta afirmação.

6.3 A Região Metropolitana de Campinas e a Nova Geografia Econômica

O desenho e a liberalização econômica do Brasil para se adequar à nova Geografia Econômica potencializaram a RMC, pela infraestrutura existente na Região. A partir do momento que o Brasil passou a ser elegível como alternativa a novos IDE's de empresas multinacionais de todo o mundo, Campinas e as cidades próximas a ela estavam preparadas a oferecer às empresas as mesmas condições logísticas e de qualidade de vida que estas empresas conseguiriam em seus países de origem.

Isto é evidenciado pelos resultados da pesquisa, principalmente quando as empresas multinacionais afirmam que a decisão de se investir no Brasil é tomada por fatores econômicos e mercadológicos, e não por modelos matemáticos que simulem cadeias de suprimentos dinâmicas, buscando redimensionar suas redes de acordo com as demandas de seus clientes.

A Nova Geografia Econômica vigente eliminou os problemas da década de 70 onde as medidas protecionistas instituídas nos países fechavam as oportunidades das empresas multinacionais de expandirem para estes. Com a nova situação e a concorrência entre os países semi industrializados, também chamados de países em desenvolvimento, para receber os Investimentos Diretos Estrangeiros, as empresas multinacionais vislumbraram alternativas para aí sim minimizar seus custos – oportunidades de instalarem em países com menores custos e com mercados interessantes as plantas que suprem as necessidades de expansão – ao invés de expandirem fábricas já instaladas em países mais caros.

A decisão tomada neste novo contexto, busca-se localizar que regiões nestes países alternativos ao IDE seriam aquelas que potencializariam os aspectos da NGE. Campinas e região oferecem as principais características para empresas globais se instalarem, inclusive subjetivos, como a presença crescente de empresas concorrentes e fornecedoras em diversas cadeias de suprimentos que se constituem na região. Isto é o diferencial da RMC, pois preserva um ambiente de aglomeração, e não concentração industrial, muito bem definido, onde as empresas perseguem, em conjunto, as oportunidades de escala, no abastecimento e escoamento de produtos, serviços e tecnologia.

As empresas multinacionais também consideram a RMC uma região de melhor adaptabilidade de seus expatriados vindos de diversos países, por oferecer complexo parque tecnológico, de cultura e lazer. A RMC atende as necessidades não só dos profissionais que são convidados a migrar para ela, como também de seus familiares.

A ampliação de mercados é um dos principais objetivos da NGE e a região está num grande centro consumidor e de alto poder aquisitivo, além de estar próxima das principais regiões metropolitanas do Brasil.

A oferta de incentivos fiscais não é o que a RMC oferece. A NGE busca que os países proporcionem condições para o IDE, que garantam certa estabilidade e confiança para a realização de investimentos a médio e longo prazo, e isto depende do Governo Federal de um país, e não de prefeituras de cidades. Os atributos de infraestrutura de Campinas e região se sobrepõem à chamada Guerra Fiscal dos estados, atraindo cada vez mais os IDE's.

As empresas são rápidas para reconhecer o Brasil como um local onde a presença física é obrigatória para seus planos futuros de globalização. E reconhecem rapidamente a Região Metropolitana de Campinas como candidata natural a receber o IDE. A demora no processo é justamente pela expectativa do clima político e econômico do Brasil.

A conclusão é que graças a esta nova geografia globalizada a decisão de localizar empresas passou de um patamar operacional para estratégico, sendo decidida por critérios econômicos e financeiros, buscando diversificar as plantas produtoras entre as diferentes áreas monetárias, sendo que para tanto o IDE é a alternativa natural para estas empresas, que possuem vantagens competitivas não transferíveis – e a Região Metropolitana de Campinas é classificada pelas empresas como uma região perfeitamente ajustada a esta realidade, viabilizando a abordagem da NGE com a estratégia competitiva das empresas, pois proporciona todas as condições necessárias para receber os investimentos, e o mais

importante, evitando surpresas e desvios do planejado, salvo exceções, principalmente por já ser uma região que acomoda as mais diversas empresas das mais diversas origens estrangeiras.

6.4 Localização Geográfica do IDE na RMC como Fator Crítico de Sucesso

As vantagens que uma empresa multinacional explora para obter o sucesso na internacionalização de seus produtos mais consideradas para serem transferidas para outro país são as de internalização e localização. As vantagens específicas, principalmente aquelas relativas à tecnologia proprietária que as empresas multinacionais detêm, são, claro, consideradas, mas aquelas que justifiquem o objetivo de uma empresa que é a busca por resultados financeiros cada vez melhores, estão diretamente relacionadas com o porquê de internalizar sua produção e aonde o fazer.

A Região Metropolitana de Campinas atrai multinacionais que pretendem internalizar seus produtos, processos e serviços, visando o mínimo custo e, com a instalação no país, reduzir incertezas na cadeia de suprimentos onde está inserida, aproximando-se física e culturalmente de seus fornecedores e clientes. Para aproveitar as vantagens da internalização, as multinacionais elegem a Região Metropolitana de Campinas devido à sua localização, fazendo assim, segundo as mesmas, a melhor relação possível de se aproveitar destas duas vantagens.

O conjunto de vantagens específicas não são as principais apontadas pelas multinacionais que se instalaram na RMC, e sim aproveitá-las com o mínimo custo e na melhor localidade (internar e localizar).

Conclui-se que a Região Metropolitana de Campinas é aquela que oferece as melhores condições de uma empresa multinacional, que possui uma tecnologia não transferível, de se instalar e assim minimizar seus custos, maximizando todas as vantagens intrínsecas às empresas multinacionais. Atribui-se o fracasso de empresas multinacionais em investimentos no Brasil a não conjugação da potencialização das três vantagens propostas pelo Paradigma Eclético de Dunning – priorizar apenas uma das vantagens sem considerar as outras. Instalando-se em Campinas e Região, as multinacionais atingem este patamar ótimo

6.5 Perfil das Empresas Motivadas a Realizar IDE na RMC

A Região Metropolitana de Campinas atrai empresas estrangeiras que apresentam processos e produtos desenvolvidos sob alta tecnologia. A atmosfera da região, cujas rodovias modernas e seguras que cortam a mesma apresentam em seus dois lados inúmeras empresas recém instaladas, é de frescor, modernidade, inovação.

Estas empresas buscam mão de obra qualificada e o perfil é de colaboradores que não pertencem às classes sociais mais baixas. Pelo contrário, pelo perfil de profissionais exigido para a condução dos negócios nas empresas que se instalaram na RMC, se não houver uma infra estrutura urbana que propicie aos profissionais e seus familiares uma qualidade de vida superior às regiões que apresentam índices satisfatórios aos mesmos, dificilmente serão atraídos as pessoas certas para trabalharem nestas empresas.

Este diferencial da RMC é um dos determinantes para que o perfil das empresas que escolhem a região seja algo homogêneo: empresas integrantes de grandes cadeias de suprimentos, caracterizadas como fornecedores ou produtores globais, provenientes dos principais pólos de desenvolvimento mundial (América do Norte, Europa e Ásia), com foco em resultados imediatos e riscos baixos. Alta automação dos processos de produção, aliada a alta qualificação de mão de obra complementam este perfil.

Estas empresas não se reuniram na RMC para comporem *clusters* específicos, e sim para se aproveitarem e minimizarem os investimentos em infra estrutura local. Obrigaram seus principais fornecedores a se instalarem também próximos às suas futuras instalações, sendo que também foram obrigadas por seus clientes a se instalarem, mas não na região, e sim no país. Também se aglomeraram na RMC por afinidades mercadológicas e até mesmo pela segurança transmitida aos principais acionistas quando levado ao conhecimento dos mesmos que empresas já estavam instaladas nesta região.

A conclusão é de que a Região Metropolitana de Campinas atrai um perfil de empresas homogêneas, quanto a abordagem dada para o assunto localização: multinacionais em expansão global; que preferem investir em novas plantas do que adquirir já existentes; preocupadas em explorar todas as vantagens de serem multinacionais; avessas à Guerra Fiscal; preocupadas com o custo total e o bem estar de seus funcionários altamente qualificados.

6.6 Avaliação dos Fatores Localizacionais da RMC pelas Empresas Multinacionais

Os fatores localizacionais apresentados pelas teorias que discutem a localização são sempre questionados e avaliados quando as empresas precisam tomar tal decisão. Comprova-se que apesar destas teorias estarem intimamente ligadas ao planejamento de produção e às avaliações envolvendo questões de *Supply Chain Management* no caso da Região Metropolitana de Campinas as empresas multinacionais utilizam-se de análises ligadas às diversas ciências sociais e a geografia econômica.

A abordagem econômica é preponderante sobre a abordagem da área de operações, sendo que as técnicas utilizadas para a escolha do local são de caráter financeiro e viabilidade econômica, quando da decisão de realizar o investimento direto estrangeiro, e de caráter subjetivo, quando da escolha do local.

As empresas decidem pela RMC pela facilidade com quem encontram respostas e condições para avaliar todos os fatores localizacionais que sempre fazem parte do *check-list* realizado, como avaliação do custo de transportes, proximidades com mercados e clientes, etc. Se utilizam de técnicas que pesam fatores como indicações pessoais sobre cidades e terrenos, não se utilizando de levantamentos de dados exaustivos, que deveriam alimentar modelos computacionais disponíveis para este tipo de análise.

As técnicas utilizadas focam no retorno financeiro do investimento, não simulam cenários operacionais, e sim econômicos. A partir de previsões setoriais de mercados potenciais, ou da demanda externa a que esta fábrica estará destinada a atender, no caso das plantas globais, pouco se considera os cálculos e análises envolvendo o fator transporte, os fatores aglomerativos, modelos, etc.

Considera-se a Região Metropolitana de Campinas como aquela que já responde a todas estas questões clássicas. Não se vê a necessidade de comparar a mesma, em termos de fatores localizacionais, com qualquer outra região candidata no Brasil. As empresas que na RMC se instalaram, não procuraram avaliar os benefícios e incentivos fiscais que pudessem obter a partir do anúncio do investimento direto estrangeiro anunciado no país. Estas empresas anunciam seus investimentos já com a decisão de o mesmo será realizado naquela região, previamente definida.

Cabe aos profissionais envolvidos no projeto de viabilidade econômica deste tipo de empreendimento levantar opções, dentro da RMC, a serem visitadas, opções físicas.

A conclusão neste tópico é que a Região Metropolitana de Campinas é candidata natural a receber investimentos diretos do estrangeiro, sendo que a mesma é reconhecida como uma região que não desperta dúvidas de sua superioridade ou igualdade competitiva perante a outras regiões concorrentes, quando se discute os fatores localizacionais que visam a avaliar como e quanto custaria a operação naquela localidade em comparação a outras candidatas. Estes fatores só são discutíveis quando se envolve a questão de Guerra Fiscal, o que a região não oferece. Além disto, as questões de qualidade de vida para as pessoas vêm sendo cada vez mais consideradas para a retenção e obtenção de mão de obra de acordo com o perfil das empresas que se instalam na região – e isto é mais um diferencial que a RMC possui em relação a outras candidatas.

6.7 Considerações Finais

6.7.1 Contribuições do trabalho

Este trabalho contribui com os estudos a cerca do tema Localização com a comprovação, através da pesquisa realizada com a amostra extraída da população das empresas multinacionais que realizaram Investimentos Diretos na Região Metropolitana de Campinas, do Modelo Teórico construído a partir da revisão da literatura.

Não há mais como desassociar as questões de Economia da Teoria da Localização. Este trabalho demonstra que a Nova Geografia Econômica transformou a maneira como as empresas estudam as possíveis alternativas para localizarem suas novas instalações e contribui mostrando que o local onde se instalar tem todos seus fatores localizacionais clássicos considerados, mas não com a importância e a criticidade que a teoria demonstra.

Outro ponto a ser destacado é como os governos devem entender os resultados deste trabalho. No caso dos governos federais, a maior parcela determinante às empresas estrangeiras decidirem seus investimentos no Brasil, pois está claro que manter o país competitivo perante seus concorrentes depende muito da política às importações e exportações conduzidas pelo Governo Federal. As vantagens das empresas multinacionais e os motivos apresentados e aqui confirmados e classificados em ordem de citações e importância pela amostra pesquisada, é de utilidade para que se entenda o papel do Governo

Federal , que é de potencializar as vantagens e assim gerar os motivos para as empresas multinacionais escolherem o Brasil para seus investimentos, bem como continuarem motivadas a investir aqui.

Os governos estaduais têm nesta pesquisa uma clara evidência de que benefícios e incentivos de taxas e impostos não são os fatores determinantes para atrair os Investimentos para seus territórios, e sim a infra estrutura, principalmente logística e a qualificação e disponibilidade de mão de obra existentes. Os investimentos em infra estrutura e educação devem ser as metas dos estados para que se tornem atraentes e não mais continuarem se enfrentando na chamada Guerra Fiscal. Lembrando que estes comentários se aplicam aos estados que tenham interesse em atrair empresas com o perfil das que foram pesquisadas neste trabalho, aquelas que a Região Metropolitana de Campinas vem atraindo ao longo dos anos. Empresas com outras características, que não as citadas nas conclusões deste trabalho, têm seus motivos e vantagens de se instalarem em outras regiões, bem como avaliam os fatores localizacionais de outras formas e com outros pesos.

Já os governos municipais devem observar que a escolha da cidade é aquela onde a Teoria da Localização mais se aplica, pois a pesquisa demonstra que a decisão entre uma cidade ou outra é tênue e fatores como a escolha do terreno, estradas, acessos, benefícios são detalhadas e visitadas *in loco* pelos executivos brasileiro e estrangeiros. As prefeituras devem se preocupar em cumprir suas promessas às empresas, e superarem suas expectativas em termos de realizações – durante a pesquisa e as entrevistas nitidamente se percebeu que algumas cidades dentro da Região Metropolitana de Campinas eram elogiadas pela atuação e o cuidado que os dirigentes municipais tiveram com as mesmas, e outras duramente criticadas pelo não cumprimento do mínimo prometido às empresa quando da decisão de se instalarem naquela cidade. Outra contribuição no âmbito municipal é de que as prefeituras caracterizem suas cidades como pólos que desejam transformar suas características de zonas rurais para zonas industriais, e evitem (mais uma questão da Teoria e dos Modelos de Localização estudados) atritos com as comunidade onde irão se instalar. Também é válido citar que as prefeituras devem constantemente mapear quem são as entidades que estão adquirindo terrenos dentro dos municípios, e prepararem planos diretores para décadas, e não se focarem apenas no curto período de 4 anos das gestões.

Para a comunidade científica, o trabalho contribui de forma a concentrar as ciências econômicas e aquelas estudadas principalmente pela Engenharia de Produção de uma

maneira a proporcionar aos administradores das empresas uma visão sistêmica do processo de decisão da localização do investimento direto estrangeiro – esta é a grande contribuição, não apenas se concentrar na localização da entidade física (Teoria da Localização), e tão pouco apenas estudar os fluxos de capital estrangeiro para o país (Investimento Direto Estrangeiro), e sim modelar que os fatores localizacionais de uma região atraem dinheiro estrangeiro para aquela cidade, estado e país. Na atual conjuntura econômica mundial, que gerou a NGE, a decisão de localização de uma empresa multinacional ultrapassa fronteiras e busca oportunidades em todas as alternativas mundiais possíveis, ou seja, gera o investimento direto estrangeiro.

Outra contribuição é de que as empresas multinacionais pouco estão se utilizando dos modelos matemáticos desenvolvidos a partir da ciência de Pesquisa Operacional para poder simular todas as centenas de variáveis e cenários possíveis para a mensuração do menor custo total operacional, ou maior lucro total operacional, quando da inserção de uma nova entidade em suas redes logísticas. O não conhecimento do potencial e da utilidade das mesmas é algo que deve ser mais divulgado e explorado. Por outro lado, modelos de análise financeira e viabilidade econômica de projetos, os mais tradicionais e eficazes, estão sendo amplamente utilizados e, ao contrário, as técnicas e os modelos computacionais desenvolvidos e disponíveis estão sendo substituídos por análises mais subjetivas e menos complexas. Este fato ocorre, mais uma vez lembrando, no âmbito desta pesquisa, e justifica-se pela Região Metropolitana de Campinas ser uma região que reúne todas as condições e fatores localizacionais favoráveis à instalação de qualquer indústria estrangeira no Brasil, desde que a mesma pondere a presença junto a mercados consumidores, proximidade com centros de tecnologia e presença de fornecedores no local. A pesquisa contribui para esta informação com a unanimidade das respostas relatando que a decisão mais difícil é de quando vir para o Brasil, não a de estar presente no país e nem de onde se localizar. As características das empresas que se instalaram na RMC é de que não há muito o que procurar no Brasil que possa se compararar às condições oferecidas pela região de Campinas.

6.7.2 Limitações do trabalho

Primeiramente, cabe mais uma vez enfatizar que o presente trabalho não teve como propósito desenvolver nenhum novo modelo ou teoria a cerca do assunto Localização e dos fatores localizacionais envolvidos com o mesmo; buscou apenas descrevê-lo, fazendo uso de informações obtidas através de uma pesquisa de campo com 14 empresas multinacionais.

As classificações apresentadas no trabalho se basearam num processo em que algumas suposições e certa arbitrariedade foram necessárias, devido ao método escolhido (entrevistas pessoais) e a defasagem do tempo, por coletar as informações após o processo real ocorrido. Incluem-se aí a escolha das tabelas desenvolvidas que procuraram responder a maior parte das perguntas a que a pesquisa se propunha. Assim, os resultados obtidos necessariamente devem ser interpretados neste contexto.

Outro limitador é a não generalização dos resultados: por ser situada em uma região escolhida pela suas características não propícias à Guerra Fiscal, o perfil das empresas entrevistadas reflete este tipo de empresa multinacional, o que também não pode ser generalizado para todas as empresas de capital estrangeiro que se instalaram no Brasil nos últimos anos.

A não disponibilização de dados relativos aos estudos realizados pelas empresas quando do curso do processo de tomada de decisão de onde localizar seus investimentos diretos estrangeiros também limita o estudo. O assunto é classificado por todos os executivos entrevistados como estratégico e confidencial, e daí a necessidade de manter sigilo sobre as informações dos processos e a não divulgação sequer do nome das empresas que colaboraram com a pesquisa – por um lado isto contribui para maior liberação das informações, mas por outro limita as análises feitas a partir do material produzido, pois não se pode identificar com clareza que grupo de empresas proporcionou o resultado parcial ou total apresentado pela amostra. Também, por não poder ser divulgado o nome das empresas, perde-se a análise das respostas pelas origens das empresas, ou seja, não há a sensibilidade de que algumas conclusões da pesquisa sejam decorrentes de culturas específicas.

Quanto ao Modelo Teórico de Pesquisa, este apresentou resultados além das expectativas, facilitando em muito a compreensão do tema pesquisado. Mesmo assim, necessita de alguns reparos no que diz respeito a questão da NGE. Esta pouca é explorada pelo modelo, pois o mesmo pressupõe ser algo determinado e sem muitas dúvidas. A

reformulação que dever ser feita ao modelo é de complementar o mesmo de forma a atender como a mudança os fluxos de negócios internacionais provoca ou sofre impacto na geografia do IDE e nas atividades das multinacionais. Percebeu-se que o tema NGE não está coberto de maneira satisfatória pelo modelo aqui utilizado, sendo que o fato da hipótese básica ter sido aceita reforça que a NGE pode mesmo não ser um objeto causador, e sim de consequência das decisões de localizar o IDE. Mesmo assim este é um ponto que merece mais atenção ao se pensar na reformulação do modelo.

6.7.3 Questões decorrentes e sugestões de trabalhos futuros

Pelo escopo do trabalho e objetivos do mesmo, questões ficaram sem respostas, a partir do desenvolvimento da pesquisa de campo e a compilação e tabulação dos dados. A primeira se refere às empresas multinacionais que não puderam contribuir com a pesquisa. Apesar da abordagem inicial independer se a empresa implantou ou não sua entidade na Região Metropolitana de Campinas, aquelas que não participaram da pesquisa justificaram, em mais da metade destes casos, que não o fariam porque seus planos de investimentos, anteriormente divulgados pela imprensa, não se concretizariam, devido a mudanças originadas pela situação econômica ou de estratégia das empresas. A questão é porquê as empresas não quiseram participar pelo fato de não concretizarem fisicamente seus anúncios de investimento, pois uma contribuição maior deste estudo seria justamente identificar o que leva a empresa a anunciar o investimento, e não a fazê-lo. Uma segunda questão diz respeito a não menção de agências fomentadoras nos municípios para a atração destes investimentos, e pesquisar qual seria a razão de não serem citadas. Uma terceira e última questão também a ser respondida decorrente deste trabalho é a origem dos recursos financeiros utilizados na construção das entidades no país, formas de financiamento para tal ação.

Para o futuro, as sugestões de novos trabalhos neste campo de estudo seriam várias, começando por uma investigação científica das técnicas de análise utilizadas nestes estudos de localização, tanto financeiras e econômicas como as de modelagem. Também sugere-se aqui um entendimento mais detalhado dos diferenciais entre as cidades que pertencem à Região Metropolitana de Campinas, buscando identificar a densidade de empresas localizadas em cada uma e o fatores determinantes comparativamente às mesmas. Um outro trabalho que é sugerido a partir deste seria um comparativo sobre o desempenho de

empresas que optaram por se localizar em estados que utilizaram-se da Guerra Fiscal para atrair os investimentos estrangeiros versus o desempenho das empresas que escolheram uma região como a RMC. Desta última sugestão uma tese poderia se originar, defendendo um ou outro ponto de vista científico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABB Asea Brown Boveri Ltd., *Corporate Location Strategies and Real Estate Development Trends* presentation in World Development Federation, Madrid, Spain, May, 1999.
- ALVES, Maria A. S. *Guerra Fiscal e Finanças Federativas no Brasil: O Caso do Setor Automotivo* Dissertação de Mestrado, Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, Novembro, 2001
- AT KEARNEY *FDI Confidence Index* , September 2002
- _____ *FDI Confidence Index* , February 2001
- _____ *The Council Communique*, Issue Three, Second Quarter, 2001
- BALLOU, Ronald H *Gerenciando a Cadeia de Suprimentos* , São Paulo, Editora Bookman, 4^a edição, 2001
- _____ *Logística Empresarial* – Editora Atlas, São Paulo, 1987
- BASTOS, Lília PAIXÃO, Lyra FERNANDES, Lucia M. DELUIZ, Neise *Manual para a Elaboração de Projetos e Relatórios de Pesquisa, Teses, Dissertações e Monografias* Rio de Janeiro, Editora LTC, 5^a. Edição, 2001
- BERRY, Heather *The Influence of Location and Multinational Network Effects on Firm Value: Evidence from US Manufacturing Firms, 1981-2000* The Wharton School, Department of Management, draft, August, 2002
- BOHN, Roger E *Measuring and Managing Technological Knowledge* Sloan M,anagement Review, Fall 1994, p. 61-73
- BRASIL, Governo do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão *Notícias Infra Estrutura Brasil* Pesquisado diariamente, a partir de 10 de setembro de 2002, <<http://www.infraestruturabrasil.gov.br/noticia/>>
- BOWERSOX, Donald J., SMYKAY Edward, MOSSMAN, Frank H *Physical Distribution Management: Logistics Problems of The Firm* 1961

CARROL, Thomas M. e DEAN, Robert D. - *A Bayesian Approach to Plant-Location Decision* – Decision Sciences II, no. 1, p. 87, January 1980.

CHUDNOVSKY, Daniel LÓPEZ, Andrés *As Multinacionais Latino-Americanas: Evolução e Perspectivas de Empresas da Argentina, Brasil, Chile e México* Revista Brasileira de Comércio Exterior – RBCE Disponível na Internet : www.funccex.com.br em 28 de maio de 2003

CHRISTALLER, W., *Central Places in Southern Germany, 1933/1966* [HT395.G3.C513]

CHRISTOPHER, Martin *Logistics and Supply Chain Management*, (2nd edition) Irwin, USA, 1994

_____ *O Marketing da Logística*, Editora Futura

CONWAY DATA, Inc *Top 20 Global Facilities 2001*, Site Selection, March, 2002

_____ *Top 20 Global Facilities 2000*, Site Selection, March, 2001

_____ *Top 20 Global Facilities 1999*, Site Selection, March, 2000

_____ *Top 20 Global Facilities 1998* Site Selection, March, 1999

_____ *New Project File & Site Selection Checklist*, 1979

_____ *Infrastructure Plans Will Draw Investment South* Site Selection, March, 2003

_____ *The Strategy Alignment Model: Defining Real Estate Strategies in The Context of Organizational Outcomes* Site Selection, p. 46, January 2002

CONWAY, McKinley *Geo-Economics: The New Science*, Conway Data Inc, 1994

DAVIS, Mark M. AQUILANO, Nicholas J. CHASE, Richard B. *Fundamentos da Administração da Produção* - Editora Artmed, Porto Alegre, 2001

DUNNING, John H. *Trade, Location of Economic Activity, and the Multinational Enterprise: a Search for an Eclectic Approach* B. Ohlin, P. O. Hasselborn & P.M. Wijkman (ed.s) *The International Allocation of Economic Activity*, London, 1977

- _____ *Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism* Journal of International Business Studies, third quarter, 1995.
- _____ *Explaining Changing Patterns of International Production: In Defence of The Eclectic Theory* Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 41, p. 269-295, 1979
- _____ *Re-evaluating the Benefits of Foreign Direct Investment* Transnational Corporations, Vol.3, No. 1 , p. 23-51, 1994
- _____ *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, Workingham, 1993
- _____ *Location and the Multinational Enterprise : a Neglected Factor?* Journal of International Business Studies, Vol. 29, No. 1, 1998
- _____ *Globalization and the Theory of MNE Activity* Discussion Paper in International Investment and Management no. 264, Department of Economics, University of Reading, January, 1999
- _____ *The Changing Nature of Firms and Governments in a Knowledge – based Globalization Economy* Working Paper 98-15, Carnegie Bosch Institute, 1998
- EVANS, Keith GROSSMAN, Steve *Should You Stay or Should You Go?* Supply Management, 27 Februray, 2003
- FERDOWS, K. *Making the most of Foreign Industries* Harvard Business Review, march – april (1997), pp 73-88
- _____ *Mapping International Manufacturing Networks*, in: FERDOWS K. (ed). *Managing International Manufacturing*. North-Holland, Nova York, 1989.
- FERREIRA, Maria Cristina *Manual para apresentação de trabalhos acadêmicos*. Curitiba: Faculdade Católica de Administração e Economia, 2000. 76 p.
- FISHER, Marshall L. *What is the Right Supply Chain for Your Product* . HARVARD BUSINESS REVIEW, March-April 1997
- FORS, Gunnar ZEJAN, Mario *Overseas R&D by Multinationals in Foreign Centers of Excellence* - Stockholm School Of Economics, 1996

- FRANCO, Gustavo – *Perspectiva da Economia Brasileira para Além da Conjuntura*, artigo da Coleção CIEE, vol.38 .2000
- FRISCH, Winston FRANCO, Gustavo *O Investimento Estrangeiro em uma Nova Estratégia Industrial O Brasil e a Nova Economia Mundial*, Jose Olympio Editora, Rio de Janeiro, 1991
- GAITHER, Norman FRAZIER, Greg *Administração da Produção e Operações* , 8ª. Edição Pioneira Thomson Learning, São Paulo, 2001
- GRAÇA, Carolina PEREIRA, Gustavo SENO João P *Tomada de Decisão de Localização: Um Estudo Múltiplo de Casos*, Artigo apresentado no V SIMPOI, EAESP, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo 2002
- HEAD. K *Elements of Multinational Strategy* Disponível na internet <http://pacific.commerce.ubc.ca/keith/book/>, 2001
- HENDERSON, J. V. , SHALIZI, Z. and VENABLES, A J. *Geography and Development* Policy research working paper 2456, World Bank, 2000
- HILL, C. W. L. *International Business*, 3rd ed., Boston et al, 2000
- HOOD, N. & S. YOUNG *The Economics of Multinational Enterprise*, Longman, London, 1979
- IPEA *A Guerra Fiscal do ICMS: Quem Ganha e Quem Perde* Planejamento e Políticas Públicas, número 15, junho , 1997
- KON, Anita *Economia Industrial*, Editora Nobel, 2001
- KRUGMAN, P. *Geography and Trade*. Cambridge, MA: MIT Press., 1991
- _____ *What's new about the new economic geography?* Oxford Review of Economic Policy 14 (2, Summer)., 1998
- _____ *The role of geography in development*. In B. Pleskovic & J. E. Stiglitz, Annual World Bank Conference on Development Economics - 1998. Washington: The World Bank.,1999

- KRUMME, Gunter *Theories of Location In Economic and Business Geography* University of Washington, 2001
- LACERDA, Antonio Correa De *Economia Brasileira*, Editora: SARAIVA, 2000
- LEME, Ruy Aguiar da Silva *Contribuições à Teoria da Localização Industrial* Instituto de Pesquisas Econômicas, Ensaio Econômicos (número 22), São Paulo, 1982
- LOURENÇO, Gilmar Mendes *Raízes e Condições da Guerra Fiscal Análise Conjuntural*. volume 23, número 1-2, p. 2-13, 2001
-
- Economia Brasileira: Marcas e Transformações dos Anos 90*. Análise Conjuntural, volume 22, número.9-10, p.2, 2000
- MACHADO, Carlos A.P. *Texto de Apoio a Economia da Empresa Internacional* Número 5, novembro de 2002
- MAGEE, John F. *Logística Industrial*, São Paulo, Editora Pioneira, 1977
- MacCARTHY, Bart ATTHIRAWONG, Walaialak *Critical Factors in International Location Decisions: A Delphi Study* Proceedings of the Twelfth Annual Conference of the Production and Operations Management Society, POM-2001, Orlando Fl, march 30 – april, 2 2001
- MEINDL, P e CHOPRA, S. – *Supply Chain Management – Strategy, Planning, and Operation* – Prentice Hall, New Jersey, 2001.
- MMK Consulting, *Marketing Canada's Cost Advantage – Presentation to the Economic Development Association of Canada*, KPMG, September, 26, 2002 Disponível na internet http://www.edac.ca/assets/edac_conference_present_2002/KPMG_CA_EDACSEPT26_02.PPT
- MOREIRA, Daniel A. *Administração da Produção e Operações* – Editora Pioneira, 1998.
- MOREIRA, Maurício Mesquita *Estrangeiros em uma Economia aberta: Impactos recentes sobre a Produtividade, a Concentração e o Comércio Exterior* Estudos e Publicações, BNDES, março de 1999
- OLIVEIRA, G. *Brasil Real – Desafios da Pós Estabilização* São Paulo, Editora Mandarin, 1996
- ONU – Organização das Nações Unidas *World Investment Report 2002*, ONU, 2002

- PACHECO, Carlos A *Novos Padrões de Localização Industrial? Tendências Recentes dos Indicadores da Produção e do Investimento Industrial* Texto Para Discussão No. 633, IPEA, Março, 1999
- PAEP *Pesquisa da Atividade Econômica Paulista - Paep 2001*, Fundação SEADE, Governo do Estado de São Paulo, 2002
- PEREIRA, Jamille *O Impacto das Ações de Recursos Humanos na Produtividade do Setor Bancário(1995-2001)* Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, 2002
- PEREIRA, Jamille PEREIRA, Gustavo *A Importância da Gestão de Pessoas no Processo de Decisão de Localização de Novas Instalações Industriais I Encontro Brasileiro de Estudos Regionais e Urbanos*, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, dezembro 2001
- PEROBELLI, Fernando S. *Transformações no Padrão Locacional Industrial: o Caso de Santa Rita do Sapucaí* Texto Para Discussão No. 414, IPEA, Maio, 1996
- PORTER, M.E. *The Competitive Advantage of Nations*. Harvard Business Review, v.68, n.2, p.73-93, 1990.
- PUGA, D. and VENABLES, A J. *Agglomeration and Economic Development: import substitution versus trade liberalisation* Economic Journal, 109, 292-311, 1999
- REA, LOUIS M., *Metodologia de Pesquisa - do Planejamento A Execução*, Editora PIONEIRA, 2002
- RICHARDSON, Roberto Jarry *Pesquisa Social (Metodos E Tecnicas)* Editora: ATLAS, 1999
- ROBESON, James F COPACINO, William C. *The Logistics Handbook* ,1994
- RODRIGUES, D. A. *A Distribuição Setorial e Estadual dos Novos Investimentos no Brasil :1996/98* Revista do BNDES, Rio de Janeiro v. 5, n.9 p. 169-192, jun 1998
- SÃO PAULO, Governo do Estado *Investimentos Privados Anunciados no Estado de São Paulo 1995 a maio de 2000* SEADE, Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados, Julho, 2000
- SIMONSEN, Associados *O Mapa da Eficiência*, Revista Amanhã, Edição 172, Novembro, 2001

-
- _____ *As Estrelas do Brasil* Revista Amanhã, Edição 162, Janeiro, 2001
-
- _____ *Intentions to Invest in Brazil as Announced By Companies to the Press*. Disponível na Internet . <http://www.simonsen.com.br/> 26 de maio de 2003
- SILVA, Napoleão C. *Uma Resenha sobre a Competição Tributária Entre Jurisdições* Texto Para Discussão No. 819, IPEA, Setembro, 2001
- SLACK, Nigel CHAMBERS, Stuart JOHNSTON, Robert *Administração da Produção* , São Paulo, Editora Atlas, 1997
- STAFFORD, Howard *A Principles of Industrial Facility Location* Conway Publications Inc., 1980
- STERN, Scott e PORTER, Michael *Inovação e Localização de Mãos Dadas* HSM Management, Número 30, Ano 5, São Paulo, 2002
- SUZIGAN, Wilson *Aglomerções Industriais como Foco de Políticas* Texto da Aula Magna do XXVIII Encontro Nacional de Economia da ANPEC UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas - Instituto de Economia / UNICAMP, Campinas, 2000
- UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Escola Politécnica. Serviço de Bibliotecas *Diretrizes para apresentação de dissertações e teses* 2.ed. São Paulo: Serviços de Bibliotecas da EPUSP, 2001. 39 p.
- UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas *Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira* Instituto de Economia / UNICAMP, 1993
-
- _____ *Estudo de Competitividade por Cadeias Integradas: impactos das zonas de livre comércio em 20 cadeias industriais brasileiras* / UNICAMP, 2003
- VON THUENEN, Johann Heinrich. *The Isolated State*. 1826/ 1851 / 1966 [HD1411.T4613]
- WASHINGTON, University faculty.washington.edu/krumme/450/firstpage1.html, última consulta realizada em 23 de novembro de 2002 (Washington University - Economic & Business Geography)
- WEBER, Alfred. *Theory of the Location of Industry*. 1909 / 1929 [658.112.W38rE]

WOLFF, Birgitta *International Management I – Entering Foreign Markets: Choosing the Organization Form* Universidade de Magdeburg, International Management I Lecture, Session 5, 2003

YOSHIZAKI, Hugo *Supply Chain Management e Logística* Disponível na internet http://www.vanzolini.org.br/areas/logistica/SCM_logistica.pdf, Fundação Vanzolini, 2000

ANEXO 1

TERMO DE ESCLARECIMENTO SOBRE A PESQUISA

Este estudo exploratório¹ desenvolvido pelo método de estudo multi-casos sobre Fatores e Técnicas de Análise considerados para anunciar a decisão de se localizar uma nova indústria, desenvolvido como requisito do Programa de Mestrado da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, FEA-USP, Departamento de Administração, tem como objetivos:

Geral: o objetivo principal da pesquisa é identificar fatores e técnicas de análise utilizadas para a decisão de localização de indústrias na região de Campinas no período de 1999 a 2002.

Mais especificamente identificar:

1. A utilização de modelos (técnicas de análise) em estudos de localização executados por empresas que se instalaram na região de Campinas;
2. A importância da logística como área estratégica nestes tipos de estudos;
3. A complexidade de levantamento de dados para estudos de localização;
4. Quem são os provedores de dados logísticos para os estudos de localização;
5. Quais fatores são considerados na tomada de decisão de localização.

Sua participação viabilizará a pesquisa e desde já agradeço-lhe. Você terá acesso a ela integralmente, sempre que o desejar, bastando para isso solicitar os dados. Ao final do estudo, será convidado a participar de um momento de Discussão dos Resultados.

Sua Instituição, bem como o seu nome não serão divulgados, em nenhum momento. O Termo de Consentimento Pós-Informado assinado será resguardado por mim como requisito ético-legal exigido para o desenvolvimento de pesquisas na área de administração.

Agradeço a sua participação e coloco-me à disposição para esclarecimentos adicionais necessários no celular (019) 9762 7641 e no E-mail: gpereira@espm.br

Gustavo Menoncin de Carvalho Pereira

Mestrando do Departamento de Administração da FEA-USP

¹ Orientador: Prof Dr Marilson Alves Gonçalves

ANEXO 2**TERMO DE CONSENTIMENTO PÓS-INFORMADO**

Eu,, declaro que fui esclarecido(a) quanto aos objetivos e metodologia deste estudo. O autor afirmou que todos os preceitos ético-legais recomendados para o desenvolvimento de pesquisas na área industrial serão respeitados, sendo minha identidade e da Instituição, que represento, preservadas e não divulgadas. Também fui informado(a) que tenho liberdade para recusar-me a continuar como sujeito da pesquisa, em qualquer momento do processo. Essa pesquisa não acarretará nenhum risco a mim ou qualquer tipo de dano à Instituição. Trata-se de um estudo exploratório cujo objeto de estudo está vinculado às questões que envolvem a questão de Localização Industrial .

Sempre que tiver interesse poderei obter informações junto ao autor sobre o andamento do trabalho. Serei convidado a participar, com os demais sujeitos respondentes, de um momento para devolução dos resultados. Assim sendo, interessei-me e disponibilizei-me a participar como sujeito deste estudo realizado junto ao Departamento de Administração da FEA-USP. Este impresso, que assino, ficará sob a responsabilidade do autor, não sendo divulgado.

.....

Nome

São Paulo, de de .

ANEXO 3

ROTEIRO DE PERGUNTAS DAS ENTREVISTAS

A seqüência de decisões quanto à localização, apresentada e discutida por todos os autores citados, é compilada de maneira eficiente por Gaither e Frazier (2001:180), da seguinte forma, agrupando os fatores que afetam as mesmas:

1. Decisão Nacional: estabilidade do Governo, Economia e Sistema Político; disponibilidade e Custos de mão-de-obra; cotas de exportação e importação. Taxas alfandegárias e comissões; taxas de câmbio da moeda; sistemas de transporte; oferta de energia; sistema de telecomunicações; disponibilidade de custos e materiais de suprimentos; clima; incentivos e restrições governamentais; peculiaridades culturais e econômicas; regulamentação quanto às operações.
2. Decisão Regional: concentração e tendências de clientes e cidadãos; disponibilidade e custos de mão-de-obra; grau de organização sindical; custos de construção e de terras; oferta e custos de serviços públicos; disponibilidade de sistemas de transportes; custos dos transportes; disponibilidade e custos de materiais e suprimentos; clima; incentivos governamentais. Regulamentação ambiental.
3. Decisão Comunitária: conscientizações e tendências de clientes e cidadãos; preferência da administração; serviços comunitários e impostos; atitudes comunitárias em relação às localizações; disponibilidade e custos de mão-de-obra; disponibilidade e custos de locais; custos de construção; disponibilidade de sistemas de transporte; custos dos transportes; disponibilidade e custos de materiais e suprimentos; serviços bancários; regulamentação e impactos ambientais; incentivos governamentais.
4. Decisão quanto ao local: concentrações e tendências de clientes e cidadãos; custos e locais; tamanho dos locais; proximidade a Sistemas de Transportes; disponibilidade de Serviços Públicos; restrições de zoneamento; proximidade a indústrias de serviços relacionadas; impacto ambiental; disponibilidade e custos de materiais e suprimentos.