

C
o
r
r
e
s
p
o
n
d
ê
n
c
i
a

Correspondência para/
Correspondência para/
Correspondence to
Rua Castilho, 32-9º
Lisboa - 1250-70 - Portugal
Fone: 00 351 21313200
Fax: 00 351 213132001

Artigo recebido: 17/12/2004
Aprovado: 26/09/2005

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS SOBRE O INVESTIMENTO EXTERNO DIRETO PORTUGUÊS NO CEARÁ: UM ENFOQUE COMPORTAMENTAL

RELATOS DE EXPERIENCIAS SOBRE LA INVERSIÓN EXTERNA DIRECTA PORTUGUESA EN CEARÁ: UN ENFOQUE COMPORTAMENTAL

REPORTS OF EXPERIENCES OF DIRECT PORTUGUESE EXTERNAL INVESTMENT IN CEARÁ: A BEHAVIORAL FOCUS

Rômulo Alexandre Soares, Msc

Câmara Brasil - Portugal
romulo.soares@pres.pt

Ana Sílvia Rocha Ipiranga, Drª

Universidade Estadual do Ceará-CE
anasilviaipi@uol.com.br

Alexandre Zourabichvili, Dr

Universidade de Fortaleza-CE
contataz@unifor.br

Palavras-chave
Investimento direto
português;
Distância psíquica;
Empreendedorismo;
Estabelecimento de
relacionamentos em
networks.

Palabras-clave:
Inversión directa
portuguesa;
Distancia síquica;
Empreendedorismo;
Establecimiento de
relaciones en networks.

RESUMO: Um dos atuais desafios assumidos pelos governos, entidades de classe e a comunidade empresarial é aquele de criar condições para aproveitar os benefícios da abertura econômica e levá-la a contribuir para que o Brasil venha a ser um player importante nos negócios internacionais. Na última década, tem havido claras demonstrações de que o Investimento Externo Direto (IED) é um componente importante na estratégia de desenvolvimento nacional e local. Este estudo teve como principal proposta analisar, através de relatos de experiências em três casos, como ocorre o processo do investimento externo direto português no Ceará, articulando-o ao enfoque comportamental da Escola de Uppsala e posteriormente da Escola Nórdica de Negócios Internacionais. Neste âmbito, constatou-se que para a compreensão do IED português torna-se evidente o papel dos empreendedores, o estabelecimento de relacionamentos em networks pessoais, de negócios e interorganizacionais e a influência nestas redes dos atores políticos. As narrativas analisadas evidenciaram ainda que estas dimensões são articuladas e potencializadas através o fenômeno da "distância psíquica" e seu paradoxo reduzindo as incertezas além fronteiras.

RESUMEN: Uno de los actuales desafíos asumidos por los gobiernos, entidades de clase y la comunidad empresarial es aquél de crear condiciones para aprovechar los beneficios de la apertura económica y llevarla a contribuir para que Brasil se convierta en un player importante en los negocios internacionales. En la última década ha habido claras demostraciones de que la Inversión Externa Directa (IED) es un componente importante en la estrategia de desarrollo nacional y local. Este estudio tuvo como principal propuesta analizar, a través de relatos de experiencias en tres casos, cómo ocurre el proceso de la inversión externa directa portuguesa en Ceará articulándolo al enfoque comportamental de la Escuela Nórdica de Negocios Internacionales. En este

âmbito, se constató que para la comprensión de la IED portuguesa se hace evidente el papel de los emprendedores, el establecimiento de relaciones en networks personales, de negocios e interorganizacionales y la influencia en estas redes de los actores políticos. Las narrativas analizadas evidenciaron aún que estas dimensiones se articulan y se potencializan a través del fenómeno de la " distancia síquica" y su paradoja reduciendo las incertidumbres para más allá de las fronteras.

ABSTRACT: On of the current challenges taken on by governments, professional organizations and the business community is how to create conditions to benefit from the economic opening, and use it in a way that will enable Brazil to become an important international business player. In the last decade, there have been many clear demonstrations that Foreign Direct Investment (FDI) is an important component of a national and local development strategy. The aim of this research was to analyze, through reports of three different experiences, how the process of Portuguese Direct Investment (PDI) in Ceará occurs, linking it to the behavioral focus of the Uppsala Model, and then to the Nordic School of International Business. We observed that in order to understand the PDI, the role is emphasized, of the entrepreneurs, the establishment of relationships in personal, business and inter-organizational networks and the influence, in these networks, of political actors. The narratives analyzed show that these dimensions are linked and enhanced through the phenomenon of "psychic distance" and its paradox, reducing the uncertainties as to what lies beyond international boundaries.

Key-words:
Portuguese direct investment;
Psychic distance;
Entrepreneurship;
Establishment of relationships through networks.

1 INTRODUÇÃO

Um dos atuais desafios assumidos pelos governos estaduais e entidades de classe, a exemplo da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), por intermédio do seu Centro Internacional de Negócios (CIN), é despertar a comunidade empresarial para os benefícios da abertura econômica e levá-la a contribuir para que o Estado do Ceará venha a ser um player importante nos negócios internacionais. Tal preocupação tem um contexto prático, qual seja, o de captar, no exterior, via exportação, divisas necessárias ao crescimento econômico e social sustentável.

Todavia, na última década tem havido claras demonstrações de que o Investimento Externo Direto (IED) é também uma componente importante na estratégia de desenvolvimento nacional e regional.

Analisando a evolução histórica, evidencia-se que a década de 60 é considerada um marco nas avaliações relativas ao investimento externo direto (IED). Apesar das contribuições de Hymer, reconhece-se, atualmente, que o fenômeno da internacionalização das empresas é por demais complexo e vai além das vantagens monopolísticas tratadas pela teoria econômica, abarcando áreas e entes distintos, tais como estados, mercados, empresas, comportamentos e culturas (FREITAS, 2002).

Deste modo, o IED pode ser analisado tanto pela vertente econômica, desenvolvida pelas escolas americanas a partir de Hymer (1976) a Dunning (1998), como pela vertente comportamental, formulada pela Escola de Uppsala e posteriormente pela Escola Nórdica de Negócios Internacionais (ENNI), para a qual, a firma internacional é uma organização com uma complexa estrutura de recursos e competências e, deste modo, é marcada por processos recursivos de conhecimentos e aprendizagem que influenciam

seu comportamento e expansão (HORNELL et al, 1973; JOHANSON & WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON & VAHLNE, 1977).

Destaca-se então uma linha de pesquisa que se propõe a analisar os processos do IED sob a perspectiva comportamental enfocando o papel dos empreendedores como peça chave (ANDERSSON, 2000), o estabelecimento de relacionamentos em networks pessoais, de negócios e interorganizacionais (FORSGREN & JOHANSON, 1992), e a influência nestas redes dos atores políticos (HADJIKHANI, 2000) e por fim os conceitos de "distância psíquica" e seu paradoxo como formas de lidar com as incertezas além fronteiras. (O'GRADY&LANE, 1996).

Considerando estas perspectivas, a ênfase neste estudo desloca-se para a forma "como" o IED ocorre e não o "porquê" ele ocorre, reconhecendo-se, contudo, a impossibilidade de explicar todas as expansões da empresa transnacional - ETN exclusivamente através do comportamento, uma vez que características da empresa, localização, custos de transação, entre outros fatores, exercem forte influência sobre o fenômeno da internacionalização.

O Brasil foi, durante a segunda metade da década de noventa, um dos principais centros de atração do IED dentre as economias emergentes e Portugal foi um dos países que mais investiu no Brasil, transferindo para o país, entre 1996 e 2001, cerca de 10% do Produto Interno Bruto, um pouco mais de 10 bilhões de Euros (SILVA, 2002).

As profundas alterações econômicas nas últimas duas décadas e, sensivelmente, as privatizações ocorridas no Brasil na segunda metade da década passada, criaram em Portugal, apesar de um país de uma economia pequena, um clima favorável ao investimento no Nordeste do Brasil de importantes grupos portugueses atraídos pela efetiva possibilidade de ampliação das empresas, difícil de ocorrer em Portugal devido às limitações regionais, contingentes populacionais e concorrência aberta com empresas de outros países da Comunidade Econômica Européia (CEE), sobretudo, espanholas (COSTA, 2003).

Entretanto, o aporte de recursos portugueses no Nordeste, em especial no Ceará, teve alguns aspectos que podemos distinguir dos investimentos aplicados em outras regiões do Brasil. Não bastassem determinantes como uma menor distância geográfica entre o Ceará e Portugal em comparação com outros Estados e a excelente opção para a indústria do turismo que o Ceará representa para importantes grupos hoteleiros portugueses, se ressalta que aspectos relacionados aos fatos de se falar a mesma língua e de haver uma identidade cultural podem ter sido decisivos para criar um ambiente propício ao Investimento Direto Português no Ceará.

Deste modo, deslocando-se do enfoque que aborda determinantes exclusivamente econômicas, este trabalho tem como objetivo analisar o processo do investimento externo português direto no Ceará, articulando-o ao enfoque comportamental da Escola de Uppsala e posteriormente da Escola Nórdica de Negócios Internacionais (ENNI).

A análise de caráter qualitativo utilizou-se do estudo multi-casos (YIN, 1994), selecionando-se três empresas indicadas no Censo de Investimentos Portugueses (2003).

Tendo em foco este objetivo, e procurando manter a estreita relação entre abordagem teórica - metodológica e pressuposto epistemológico de caráter fenomenológico, utilizou-se da técnica da narração de histórias (EASTERBY-SMITH & ARAÚJO, 2001). Neste sentido, procurou-se compreender a forma como ocorreu o IED português no Ceará por meio dos relatos de experiências dos investidores a partir da articulação de um instrumento de análise da narrativa (IPIRANGA et al., 2004).

Este artigo está estruturado em seções, cobrindo os tópicos seguintes: revisão da literatura de suporte à investigação; metodologia da pesquisa e a descrição dos casos através das histórias narradas. Na última seção se apresentam algumas idéias conclusivas do trabalho.

2 A ESCOLA DE UPPSALA E OS CONCEITOS DE CADEIAS DE ESTABELECIMENTO E "DISTÂNCIA PSÍQUICA"

Conhecida na sua gênese como Escola de Uppsala, esta vertente comportamental do IED pesquisou como as firmas suecas escolhiam mercados e quais as formas que se utilizavam para se internacionalizarem (JOHANSON & WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON & VAHLNE, 1977). Destes trabalhos, se releva que a internacionalização é consequência direta do crescimento da firma, num mercado doméstico saturado, conduzindo-a a procurar novos mercados no estrangeiro. Sendo que, considerando as incertezas e segundo as suposições de Carlson (1975 apud HILAL & HEMAIS, 2002), a expansão geográfica seria dirigida para locais mais similares aos das operações existentes.

Segundo os autores, o processo de internacionalização é menos uma seqüência de etapas deliberadas e planejadas e mais um processo de natureza incremental, baseado no conhecimento e aprendizagem do tipo learning by doing, desenvolvidos através experiências vividas e relações de comprometimento crescente com o mercado estrangeiro (HORNEILL et al, 1973; JOHANSON & WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON & VAHLNE, 1977).

A idéia de processo não é original na Escola de Uppsala, tendo pesquisadores anteriores, a exemplo de Cyert e March no início da década de sessenta, investigado sobre a escassez de informação e a importância do risco e da incerteza na tomada de decisão, conforme Silva (2002 p. 4), tomando-se dos argumentos de Johanson & Wiedersheim-Paul (1975):

La escasez de conocimientos - estudiada por Cyert e March - o de recursos, junto con la incertidumbre que ello puede ocasionar a la firma, era el principal obstáculo a su internacionalización. Este se veía reducido a través de un proceso de decisión y aprendizaje creciente relacionado con los mercados y las operaciones externas.

A forma e o como as empresas investirão no mercado alvo no estrangeiro foi sintetizado, na Escola de Uppsala, segundo dois conceitos: cadeias de estabelecimento (establishment chain) e "distância psíquica".

O conceito de cadeia de estabelecimento (establishment chain) está relacionado aos recursos que a empresa investe de maneira seqüencial, como forma de entrada, num determinado mercado. O montante de recursos investidos varia segundo o grau de conhecimento da firma sobre o mercado alvo e, em linhas gerais, a empresa investe mais, quanto mais conhece o referido mercado.

Johanson & Wiedersheim-Paul (1975) e Johanson & Vahlne, (1977) desenvolveram o conceito de cadeia de estabelecimento propondo quatro estágios, iniciando da hipótese de exportações irregulares, atividades de exportação por meio de representantes, escritório de venda e, por último, produção local no mercado-alvo. Reconhecem, entretanto, os autores, que os quatro estágios propostos podem ser abreviados ou ultrapassados, dependendo dos recursos envolvidos ou potencialidade do mercado-alvo.

Pelo conceito de "distância psíquica" entende-se, segundo Vahlne & Wiedersheim-Paul (1973), a soma de todos os fatores que venham a dificultar o fluir das informações entre países ou entre empresa e mercado - verificável na medida em que são maiores as diferenças entre o país de origem e o hospedeiro do IED, em diversos aspectos, como: níveis de desenvolvimento dos países e diferenças entre os níveis, cultura, linguagem cotidiana e de negócios, níveis de educação, práticas gerenciais, sistemas políticos, vínculos e história entre os países etc.

Pesquisas anteriores, realizadas por Hörnell et al (1973), observaram o fenômeno da "distância psíquica" entre a Suécia e um mercado estrangeiro, enfatizando que as firmas menores tinham propensão a fazer investimentos em países onde a "distância psíquica" fosse menor; diversamente das firmas maiores que eram inclinadas a investirem onde a "distância psíquica" era maior; as indústrias de manufatura preferiam se estabelecer em mercados com uma maior "distância psíquica", enquanto que a indústria têxtil preferia mercados de menor "distância psíquica".

Apesar de considerarem o potencial de mercado como fator importante no processo de internacionalização, no cerne das pesquisas de Uppsala está o pressuposto que a incerteza está mais relacionada com o fenômeno da "distância psíquica" e, tanto quanto maior as diferenças culturais, educacionais, idiomáticas entre o país de origem e o mercado alvo no estrangeiro, maior o nível de incerteza (CARLSON, 1975 apud HILAL & HEMAIS, 2002).

3 A TEORIA NÓRDICA DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Petersen & Pedersen, (1997), Johanson & Vahlne, (1992) entre outros autores, apesar de reconhecerem a aparente validade do modelo de Uppsala, atribuem-lhe feição determinista quanto ao processo gradual de internacionalização, confirmando-se que existem, na prática, empresas que saltam os estágios iniciais sugeridos pela Escola o que deriva nas críticas que atribuem à Escola de: (i) inadequação do modelo para explicar a internacionalização da grande empresa e (ii) desconsiderar fatores atuais relacionados à globalização que tem provocado a existência de padrões de consumo em todo o mundo, o que leva a empresa a se internacionalizar sem ter passado por um primeiro estágio de exportação, invalidando a idéia de gradualismo (REZENDE, 2002).

Deste modo, organizou-se uma revisão do modelo teórico original e que ficou conhecida como Escola Nórdica de Negócios Internacionais (ENNI), com a proposta de fazer uma releitura das teorias iniciadas por esta na década de setenta, procurando redirecioná-las e aprofundá-las.

Enquanto a Escola de Uppsala atribuiu ao processo de internacionalização e de IDE uma linearidade seqüencial com ênfase na aprendizagem experencial adquirida de forma incremental, para a Escola Nórdica, o processo de internacionalização é mais complexo deslocando-se entre estas categorias e considerando ainda a descontinuidade, recursividade e formas de expansão diversas. Neste âmbito, e de acordo com Petersen & Welch (1999), os modos de entrada e operação no exterior podem ser múltiplos e combinados (packaged form) como, por exemplo: o contrato de gestão, o licenciamento associado a exportações ou com joint ventures e outras formas de investimento direto através parcerias e redes de subsidiárias próprias.

Outras questões e perspectivas no processo de internacionalização de firmas foram discutidas pela Escola Nórdica, tendo como base os objetivos deste estudo, quais sejam: o estabelecimento de relacionamentos em networks pessoais, de negócios e interorganizacionais e a influência nestas redes dos atores políticos; o papel do empreendedor e o paradoxo da "distância psíquica".

3.1 AS REDES DE RELACIONAMENTOS, INTERORGANIZACIONAIS E A INFLUÊNCIA DOS ATORES POLÍTICOS (NETWORKS)

Um tópico de análise desenvolvido pela Escola Nórdica se refere à teoria das redes a partir do estudo dos relacionamentos existentes entre firmas e mercados. Segundo Johanson & Vahlne (1992) o que dá forma à estrutura das networks é mais a qualidade e a intensidade das interações entre os atores participantes e menos o processo decisório. Conforme Holm (1996), Johannisson (1994) e Forsgren & Joahnsen (1992), os laços que se tecem nestas redes são tanto de negócios como cognitivos e pessoais e têm relevante

importância na estratégia de internacionalização da empresa, sendo que a proximidade geográfica, cultural e institucional propicia as ETNs uma série de vantagens que dificilmente seriam alcançadas se não existissem esses laços.

Hadjikhani (2000) salienta ainda a influência nestas redes de negócios e pessoais dos atores políticos dos países estrangeiros tendo como objetivo estabelecer relacionamentos de modo a obter apoio político e benefícios no tocante a recursos, a regras e a legislação.

Esta linha de pesquisa se amplia ao tratar a firma internacional como uma network interorganizacional (através o estabelecimento de parcerias e redes de subsidiárias próprias) atuando na criação e transferência de conhecimento (KOGUT, 1993; FORSGREN & JOHANSON, 1992).

A eficácia da aprendizagem por meio de networks será resultado de como as empresas se integram e desenvolvem os vários tipos de relacionamentos. Neste âmbito, o grau de internacionalização da ETN pode ser reflexo do grau de internacionalização da rede em que esta está inserida (ANSERSSON & JOHANSON, 1997).

4 O PAPEL DO EMPREENDEDOR E O PARADOXO DA "DISTÂNCIA PSÍQUICA"

A Escola Nórdica apresenta um salto qualitativo na análise do IED, ao considerar como elemento chave no processo de internacionalização o papel do empreendedor na seleção de mercados.

Segundo O'Grady & Lane (1996), o estudo das similaridades e/ou das diferenças é indispensável para que se compreendam os fatores que influenciam o processo decisório do empreendedor sobre a internacionalização da empresa, tais como a bagagem de experiência, os antecedentes familiares, os idiomas que falam, o tempo de permanência no exterior. Assim sendo, pode-se observar que o empreendedor ganha status quo privilegiado no estudo do processo de internacionalização da empresa.

Como definiu o economista J. B. Say nos primórdios de 1800, o empreendedor é aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento. Para o autor, ser empreendedor não é apenas abrir seu próprio negócio, mas ser aquele que cria algo novo e diferente, seja produto, serviço ou tecnologia ou aquele que muda e transforma valores, seja fornecendo produtos ou serviços de forma diferente, ou ainda, de uma forma renovada e única, "uma reinvenção do já conhecido" (DRUCKER, 2002). As dimensões teóricas desta definição estão implícitas nas três categorias de estudo que agrupam as competências em ação segundo Stevansson & Jarillo (1990 apud HILAL & HEMAIS, 2002): como os empreendedores agem, porque agem e o que acontece quando agem.

No seu estudo sobre os negócios internacionais, Andersson (2000) enfatiza a última categoria, procurando observar o perfil relacional do empreendedor nas redes de negócios e pessoais e na definição da estratégia durante os processos de internacionalização da empresa. Segundo o autor, o empreendedor age em um espaço social macro e da mesma forma que ele é influenciado por este ambiente ele também o influencia através das ligações e processos micros que ele mesmo cria.

É relevante notar que a partir desta discussão sobre os fatores que influenciam o processo decisório que afeta a percepção da "distância psíquica" pelo empreendedor, surge uma reflexão decorrente denominada paradoxo da "distância psíquica". Tal paradoxo aborda a situação na qual empreendedores podem ser levados a subestimar as diferenças entre países, tomando por base a existência de uma similaridade aparente que pode levar à aceitação de estereótipo de familiaridade e proximidade que acabam resultando em inesperadas dificuldades e conseqüentemente níveis de performance indesejados durante o processo de internacionalização da empresa. (O'GRADY & LANE, 1996; STOTTINGER & SCHLEGELMILCH, 2000). Observam-se, entretanto, O'Grady & Lane (1996, p. 310):

The literature is not prescriptive, an unstated conclusion can be drawn from it linking sequence of entry to performance. There is an implicit assumption that psychically close countries are more similar, and that similarity is easier for firms to manage than dissimilarity, thereby making it more likely that they will succeed in similar markets.

Os autores descrevem uma série de elementos decorrentes da proximidade psíquica que podem se revelar em influentes barreiras para o aprendizado sobre o mercado alvo, tais como similaridade de mercados e consumidores, proximidade geográfica e fórmulas de sucesso ou tamanhos mitos sobre tamanho de mercado.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento da pesquisa identificou-se como mais adequada a abordagem de natureza qualitativa com delineamento exploratório - descritivo, através da estratégia do estudo multi-casos. Os casos sob análise foram selecionados inicialmente por se tratar de empreendedores líderes no contexto do investimento português no Ceará e por pertencerem a diferentes e significativos setores, respectivamente: turismo (Hotel Vila Galé), têxtil (IBATEX) e energético (CGE Energia).

Foram utilizados instrumentos de coleta de dados diversificados dando flexibilidade à análise (YIN, 1994). Diante disso, além da análise documental e da observação, foi utilizado um roteiro de entrevista temática e aberta. Julgou-se adequada a escolha da entrevista temática porquanto os temas têm estatuto relativamente definido na trajetória de vida dos informantes, devido às ações por eles implementadas, seu envolvimento e participação

300 Rômulo Alexandre Soares (Câmara Brasil - Portugal) - Relatos de experiências sobre o investimento externo...

em redes de relacionamentos e experiência em acontecimentos ou conjunturas históricas relativo ao IED português no Ceará. (FERREIRA & AMADO, 2000; ALBERTI, 1989). As temáticas abordadas nas entrevistas foram estabelecidas a partir das categorias teóricas anteriormente discutidas refletindo, sobretudo, os objetivos deste estudo.

Os depoimentos foram compilados através do método da narração de história (EASTERBY-SMITH & ARAÚJO, 2001 - NÃO APARECEM NAS REFERÊNCIAS) considerada como "vida de experiência do mundo" (ROSENTHAL, 2000). A constituição de redes sociais e de relacionamentos remete a fenômenos como interação, troca de experiências e diálogo. Processos esses que se efetivam por meio da linguagem, da narração de histórias e das conversações. Além disso, há crescente interesse na utilização de métodos narrativos e lingüísticos (SOUZA, 2000) quando o assunto investigado é particularmente o processo de interação social. Parte-se da premissa de que o contador de história ou o "tecelão da narrativa" (SIMS, 2001), aquele que conta a sua história, compartilha a sua melhor prática e informa os bons êxitos ou aquilo que precisa ser feito de outra maneira.

Segundo Veyne (1998) a história é uma narrativa de eventos e a sua reconstrução exige um procedimento analítico, que se segue à acumulação seqüencial do texto. Considerando que as narrativas são um tipo particular de organização de enunciados, ou ainda, "representações de ações" (ADAM & REVAZ, 1997), os acontecimentos relatados nas entrevistas foram transformados em histórias através de uma operação que reuniu um conjunto de ações em um todo significativo, construindo, assim, um "corpus" organizado conforme a seguinte seqüência narrativa: "Situação Inicial" (precisa o teor do enredo e apresenta os constituintes, personagens, circunstâncias e componentes); "Nó Desencadeador" (afiguram-se os fatos e os motivos dinâmicos que determinam o desenrolar da história); "Ação" (é a arquitetura do enredo, a trama, mosaico de ações e reações dos personagens e avaliações dos acontecimentos), "Desenlace" (delineia os elementos determinantes do êxito ou resolução do problema que se coloca) e a "Situação Final" (referencia uma transformação ao considerar a situação inicial). Esta operação orientou-se pelo princípio da narratividade quando explica que as pausas não se fazem em função das frases, mas em função de macroproposições mais amplas, de escansões de acontecimentos.

Conforme explica Spink (1999) este diálogo entendido à luz de categorias e informações contextuais variadas faz emergir a interpretação como elemento intrínseco ao processo de pesquisa. Desta forma, iniciando com as categorias teóricas, este processo levou, em um segundo momento, a redefinição das categorias analíticas em torno das cinco temáticas de composição do "corpus" (Quadro 1), a saber: as circunstâncias de entrada; identidades, motivos e o processo decisório; o empreendedor, estratégias e aprendizagem; redes de relacionamento; novos investimentos despontam.

Quadro 1 - Esquema narrativo de composição do "corpus"

Seqüência Narrativa	Temas de Composição do "Corpus"
<ol style="list-style-type: none"> 1. Situação inicial 2. Nó desencadeador 3. Ação 4. Desenlace 5. Situação final 	<ul style="list-style-type: none"> . As circunstâncias de entrada . Identidade, motivos e o processo decisório . O empreendedor, estratégias e aprendizagem . Redes de relacionamentos . Novos investimentos despontam

Fonte: IPIRANGA et al., (2004)

6 OS CASOS: AS HISTÓRIAS NARRADAS

Buscando evidências na literatura articulada na primeira fase deste estudo, se expõe a seguir a análise final das narrativas baseadas nas temáticas definidas durante o processo interpretativo. Apesar desses temas estarem inter-relacionados, foram apresentados separados e exemplificados com trechos extraídos das histórias ouvidas.

6.1 HOTEL VILA GALÉ

6.1.1 SITUAÇÃO INICIAL: AS CIRCUNSTÂNCIAS DE ENTRADA

O Vila Galé - Sociedade de Empreendimentos Turísticos, S.A. é um grupo hoteleiro de capital português, constituído em 1986, e que gere as 15 unidades hoteleiras que integram o grupo se dedicando ainda a realização de projetos e construção de novos empreendimentos turísticos. Considerando a síntese referida pelo gerente entrevistado,

A nossa dimensão nos colocava novos desafios exigindo a procura de novos mercados visando à satisfação e alternativas dos nossos clientes habituais. A procura de alternativas para o investimento externo foi grande, tendo-se analisado várias opções. Aconteceu, então, com a então Secretária do Turismo do Ceará, o início da promoção turística deste destino em Portugal, fazendo abrir o apetite aos investidores dentro eles o Grupo Vila Galé. Na altura de decidir investir no Ceará o fluxo turístico de portugueses já se acentuava e havia uma predominância de turistas portugueses da região de Portugal onde o grupo concentra as suas atividades. A nossa estratégia era, num primeiro momento, atender aos turistas portugueses, adquirir conhecimentos específicos do mercado turístico do Brasil para numa segunda etapa, expandir a ação em outros estados e focar também no turista brasileiro. Anteriores à decisão de investir várias visitas a turismo ao Ceará de alguns dos formadores de opinião do grupo possibilitando a criação de uma rede de contatos com empresários locais que veio a permitir um melhor conhecimento do Ceará e da cultura empresarial (informação verbal).

302 Rômulo Alexandre Soares (Câmara Brasil - Portugal) - Relatos de experiências sobre o investimento externo...

Segundo os principais expoentes da Escola de Uppsala, verifica-se que foram realizadas uma série de ações através de experiências vividas e o comprometimento crescente no intuito de conhecer o mercado alvo, culminando, segundo Johanson & Vahlne (1992), nas primeiras teceduras em redes pessoais e de negócios interferindo decididamente na estratégia de internacionalização da empresa.

6.1.2 No DESENCADEADOR: IDENTIDADES, MOTIVOS E O PROCESSO DECISÓRIO

Relatos da entrevista referiram que entre Portugal e o Ceará existem proximidades e semelhanças, decorrente da identidade lingüística e da marcante presença da cultura brasileira em Portugal, que atuaram decisivamente como elementos de facilitação dos negócios e do aprendizado da realidade comercial e organizacional brasileira. Neste quadro o conceito de "distância psíquica", segundo Vahlne & Wiedersheim-Paul (1973), parece não se sustentar sendo ainda minimizado pela influência percebida do "[...] apoio governamental que pode ter neutralizado as diferenças existentes" (informação verbal). Nesta mesma linha, é relevante o trecho da história narrada durante a entrevista que salienta a hipótese de Hadjikhani (2000), ao relatar sobre o protocolo de intenções que o Vila Galé assinou com o Governo de Estado para a instalação do hotel em Fortaleza em troca de benefícios fiscais. Todavia, os dois próximos extratos da narrativa do entrevistado sugerem uma situação paradoxal, segundo O'Grady & Lane (1996), na qual os empreendedores podem ter subestimado as diferenças entre os países:

[...] temos conhecimento de outros investidores portugueses (pequenos empreendedores) que foram pegos de surpresa por diferenças que supunham não existir. E, (...) ser diretor de hotel no Brasil é voltar a aprender tudo de novo. Desde a legislação laboral, passando pela fiscal e civil tudo é diferente. É diferente a maneira de pagar, de receber, enfim de gerir. As culturas e hábitos são completamente diferentes. É necessário empenho, dedicação aliado a uma capacidade de integração. A burocracia, talvez herdada dos portugueses, é ainda muita e há um eterno conflito de atitudes entre o Brasil que cumpre a lei e o Brasil que não pode cumprir. A juntar a isto, existem as grandes diferenças sociais que por si tornam as relações complicadas (informação verbal).

6.1.3 AÇÃO: O EMPREENDEDOR, ESTRATÉGIAS E APRENDIZAGEM

Segundo o entrevistado, o Grupo Vala Galé priorizou no Brasil

[...] investimentos relacionados ao turismo de praia, visto que nossas atividades já se davam neste contexto no Algarve, nos possibilitando o desenvolvimento de competências específicas e know How significativo constituindo, portanto, uma vantagem em relação à concorrência estrangeira e a brasileira (informação verbal).

Além da confirmação da suposição de Carlson (1975 apud HILAL & HEMAIS, 2002), que a expansão geográfica tende a ser dirigida para locais

mais similares aos das operações existentes, ressalta-se, neste trecho da história narrada, uma aproximação entre as vocações turísticas da região de origem e o Nordeste do Brasil, atuando positivamente na percepção de "distância psíquica", segundo O'Grady & Lane (1996), influenciando o processo decisório.

Assim sendo, no início de 2000 apareceu uma oportunidade de compra de um imóvel na Praia do Futuro em Fortaleza e naquele mesmo ano, em parceria com mais dois sócios e uma outra empresa de Capital de Risco, constituímos o Hotel Vila Galé Brasil, com um investimento de cerca de 15 milhões de dólares, inaugurado em outubro de 2001, gerando, atualmente, aproximadamente 120 empregos diretos (informação verbal).

Neste excerto da entrevista é relevante notar que se deslocando na fronteira entre os fatores que influenciaram o processo decisório minimizando a percepção da "distância psíquica" dos empreendedores, se delinea o perfil relacional desses empreendedores, segundo Andersson (2000), com a constituição de redes pessoais e de negócios demarcando a estratégia de internacionalização da empresa.

6.1.4 DESENLACE: REDES DE RELACIONAMENTOS

O gerente entrevistado do Grupo Vila Galé considera relevante a conjugação de empresas com a participação de sócios locais, com a finalidade de minimizar os riscos em negócios específicos como, por exemplo, o imobiliário, acelerar o processo de articulação no estado e ultrapassar etapas de aprendizado que podem ser vantagens comparativas a outros investidores estrangeiros na região. A hipótese de Hadjikhani (2000) sobre a influência de atores políticos nas redes pessoais e de negócios constituídas, antecipou a explicação de alguns episódios, extraídos da análise documental, referentes à mudança de regras em relação à legislação ambiental visando à concretização de futuros empreendimentos portugueses em Aquiraz (região do Litoral Leste do Ceará). Ainda com base na conjectura de Hadjikhani (2000), reitera-se o relato de um fato ocorrido no processo de escolha do Ceará, nomeadamente as ações de prospecção de investimentos e o convite do Governo do Ceará (gestão Tasso Jereissati) para que o grupo investisse no estado.

6.1.5 SITUAÇÃO FINAL: NOVOS INVESTIMENTOS DESPONTAM

O fluxo turístico português para o Brasil apresenta-se em fase de expansão, o Grupo Vila Galé acredita que o mercado doméstico e internacional tende a se ampliar. Por outro lado, a crescente demanda turística portuguesa pelo Ceará tem gerado outras oportunidades de investimento português no Estado, especialmente nos setores de carinicultura e lazer.

Durante a entrevista, foi dado ênfase ao processo de integração estabelecido entre empreendedores turísticos em Portugal e o

estabelecimento de um projeto de investimento com participação de investidores também brasileiros.

O nosso parceiro português no Brasil é o Banco Privado Português que se estabeleceu no Brasil mediante a constituição da empresa "Ceará Investment Ltda.". Esta empresa, juntamente com o Vila Galé, constituiu uma outra empresa a "Investimentos Futuros Ltda." com o objetivo de expandir os negócios dos dois grupos na Praia do Futuro em Fortaleza. O Banco Privado Português mantém, ainda, a participação em uma série de outros negócios, relacionados à área imobiliária, com operações financiadas por um fundo de investimento que reúne um grupo de empresas interessadas em investir no Ceará (informação verbal).

Estas histórias contadas pelo entrevistado corroboram a assertiva de Johanson & Vahlne (1992) que - o que dá forma a estrutura dos networks é mais a qualidade e intensidade das interações entre os atores participantes e menos o processo de decisão estratégica.

6.2 IBATEX

6.2.1 SITUAÇÃO INICIAL: AS CIRCUNSTÂNCIAS DE ENTRADA

O Grupo Pizarro, fundado há vinte anos em Guimarães, Portugal, é formado por quatro empresas, sendo três em Portugal e uma no Ceará, desenvolvendo, em conjunto, serviços em nível industrial de lavanderia, tinturaria, acabamento e beneficiamento de peças têxteis confeccionadas. A empresa é líder em Portugal no setor em que atua e, há alguns anos, experimentou um processo de internacionalização de suas atividades, prestando serviços, para empresas estrangeiras. A empresa no Ceará, IBATEX - Indústria de Beneficiamento e Acabamento Têxtil Ltda., foi constituída em 2003, com um investimento inicial superior a 20 milhões de reais gerando 350 empregos diretos. Durante a entrevista e conforme depoimento do diretor, o Grupo Pizarro não tinha nenhuma experiência comercial prévia no Brasil antes da decisão de investir no Ceará, contudo, a prática desenvolvida inicialmente através da prestação de serviços a empresas estrangeiras se liga à lógica do conceito de cadeia de estabelecimento (*establishment chain*) que está relacionado, segundo Johanson & Wiedersheim-Paul (1975) e Johanson & Vahlne, (1977), a forma de entrada em mercados além fronteira. A constituição da empresa no Ceará foi uma decisão tomada em 2001, enquanto os proprietários do Grupo buscavam opções para redução dos custos de operação e mão de obra. "Nossos clientes europeus e americanos fizeram uma pressão muito grande para montarmos uma unidade fora de Portugal, num país onde pudessem obter um preço mais competitivo, para os materiais que nós processávamos" (informação verbal). Prioritariamente, a decisão de investir deveu-se à redução de custos face aos

custos em Portugal. Contudo, segundo relatos durante a entrevista: “a decisão de instalar a unidade no Ceará deu-se também em função da favorável posição geográfica do Nordeste em relação a Portugal e aos EUA, um dos nossos principais parceiros no mercado internacional, bem como a boa infra-estrutura do estado, com destaque para o Porto do Pecém” (informação verbal). Este histórico de entrada da IBATEX no contexto cearense se baseia nos pressupostos que explicam o fenômeno do investimento externo direto pelas vantagens de localização e dos custos de transação, conforme sintetizado por Dunning (1998). Contudo, a IBATEX teve acesso a informações do Ceará, sobretudo por intermédio de outros investidores portugueses que já desenvolviam atividades no setor têxtil no estado e que conheciam o potencial de negócios que a instalação do grupo poderia aproveitar. Deslocando-se dos pressupostos economicistas das escolas clássicas este relato confirma as suposições comportamentais de Holm (1996), Johannisson (1994) e Forsgren & Joahnsen (1992), sobre a relevância dos laços que se tecem nas redes de negócios e pessoais ao direcionar a estratégia de internacionalização da empresa minimizando as incertezas das operações além mar.

6.2.2 NÓ DESENCADEADOR: IDENTIDADES, MOTIVOS E O PROCESSO DECISÓRIO

Segundo as pesquisas realizadas por Hörnell et al (1973), as firmas têxteis preferem escolher mercados onde a percepção da “distância psíquica” é menor. O relato a seguir confirma esta assertiva: “[...] inicialmente surgiu à hipótese de nós irmos para os países árabes ou países do Leste europeu, só que são culturas muito antagônicas. Então optamos pelo Brasil por ter uma cultura semelhante à nossa, porque estamos próximos e também por ser rico na indústria têxtil” (informação verbal). Para O'Grady & Lane (1996), o estudo das similaridades e/ou das diferenças é indispensável para a análise dos fatores que influenciaram o processo decisório do empreendedor sobre a internacionalização da empresa. Como observado, as escolhas de entrada no mercado alvo além dos fatores de cunho economicista atuaram também, de forma decisiva, nas percepções dos empreendedores sobre as semelhanças entre as duas culturas, conforme salientado pelo entrevistado:

[...] Esta certeza foi tão significativa que nós não fizemos estudos de mercados para verificar as condições de competição no mercado doméstico, devido também ao fato de os planos da empresa estarem inicialmente concentrados em atender o mercado externo, sob o qual já detínhamos significativo conhecimento (informação verbal).

Contudo, o diretor da IBATEX foi categórico em afirmar que no momento inicial não pensava que seria tão difícil instalar uma empresa, importar equipamentos e iniciar operações reforçando a questão de uma similaridade aparente, resultando em inesperadas dificuldades durante o processo de internacionalização da empresa. (O'GRADY & LANE, 1996; STOTTINGER & SCHLEGELMILCH, 2000).

6.2.3 AÇÃO: O EMPREENDEDOR, ESTRATÉGIAS E APRENDIZAGEM

Notadamente, a empresa constituída no Brasil não tem a participação da sociedade portuguesa, sendo formada exclusivamente pelas pessoas físicas que participam do capital social das empresas com sede em Portugal. Este fato releva a importância do perfil de competências empreendedoras dos investidores durante o processo de internacionalização da IBATEX. Conforme o diretor do grupo no Ceará Ricardo Pizarro: “[...] a filosofia de trabalho, alta tecnologia e know How da empresa foi a vantagem do grupo em relação à concorrência estrangeira e brasileira” (informação verbal). Evidencia-se um outro fator do destaque da IBATEX no mercado internacional e que vem contribuindo para a conquista do mercado local, inicialmente protecionista: “[...] o eficaz controle de qualidade, a antecipação de tendências mundiais, assegurando aos seus parceiros a possibilidade de estarem sempre na vanguarda mundial da moda e responder às necessidades deles ‘just-in-time’” (informação verbal). Reinventando o já conhecido, transferindo recursos econômicos e elevando a produtividade, os rendimentos privilegiam a atuação do empreendedor no processo de internacionalização da empresa conotando, segundo Stevensson & Jarillo (1990 apud HILAL & HEMAIS, 2002), como os empreendedores agem, porque agem e o que acontece quando agem.

6.2.4 DESENLACE: REDES DE RELACIONAMENTO

Assim como o Vila Galé, a IBATEX assinou um protocolo de intenções com o Governo do Ceará, no contexto do Fundo de Desenvolvimento Industrial - FDI, o que lhe beneficia de alguns incentivos fiscais de competência do estado. Este fato confirma a hipótese de Hadjikhani (2000) sobre o estabelecimento de relacionamentos com os atores políticos dos países estrangeiros de modo a obter apoio durante o processo de internacionalização. Tendo em conta a suposição de Andersson (2000), sobre as projeções das redes de relacionamentos constituídas

[...] o grupo é líder em Portugal nas atividades de beneficiamento e acabamento têxtil e têm uma importante rede de contatos com clientes internacionais que, para o setor em que atua, é um importante ativo (informação verbal).

Por outro lado, considerando o peso do pólo têxtil do Ceará, a IBATEX “[...] tem condições de atuar positivamente no processo de internacionalização do setor como um todo, dadas às redes de contatos internacionais que já dispõe” (informação verbal).

6.2.5 SITUAÇÃO FINAL: NOVOS INVESTIMENTOS DESPONTAM

Relativamente a hipótese da IBATEX de contribuir para o crescimento do trade têxtil e de confecção no Ceará, é relevante salientar o relato de

que, dado que a empresa em Portugal é voltada para o mercado externo, nomeadamente Estado Unidos, Inglaterra e a Espanha, está, certamente, lançada uma oportunidade de integração e comercialização para todo o setor de confecção do estado do Ceará.

6.3 CGE - CEARÁ GERADORA DE ENERGIA S. A.

6.3.1 SITUAÇÃO INICIAL: AS CIRCUNSTÂNCIAS DE ENTRADA

A Ceará Geradora de Energia S.A. - CGE é uma sociedade anônima constituída no Ceará, participada 50% por uma empresa estabelecida no estado de São Paulo, de nome HLC Brasil S.A., controlada pela empresa portuguesa, HLC - Engenharia e Gestão de Projectos S.A., fundada na primeira metade da década de noventa em Portugal e que atua no Brasil desde 1998. Uma outra empresa participante na CGE é a SERVTEC, que nasceu há 32 anos no Ceará e que, atualmente, tem sede em São Paulo, sendo líder nacional no fornecimento, operação e manutenção de sistemas de refrigeração e ar condicionado e que, há sete anos, diversificou suas atividades, passando a atuar, também, na co-geração e geração de energia elétrica. A HLC - Engenharia e Gestão de Projectos S.A. iniciou suas atividades em Portugal no setor de mineração e energia, tendo operado a Termoelétrica da Eletricidade de Portugal - EDP. Segundo relatos do administrador da CGE durante a entrevista:

Iniciamos o processo de internacionalização no Reino Unido, adquirindo a participação numa empresa inglesa, nomeadamente a Henley Burrowes Ltda., com operações desde o século XIX na área ambiental. A partir de nossa atuação no Reino Unido a HLC conduzimos um processo de abertura de novas empresas e de consolidação do grupo no segmento ambiental que, conjuntamente com o setor de energias alternativas, é o eixo principal de atuação do grupo (informação verbal).

A sucessão de eventos relatados explica, segundo Petersen & Welch (1999), as formas variadas e combinadas de entrada e operação da empresa no exterior através, principalmente, parcerias e participações em redes de subsidiárias próprias.

6.3.2 NÓ DESENCADEADOR: IDENTIDADES, MOTIVOS E O PROCESSO DECISÓRIO

Durante a entrevista foi salientado que

[...] apesar de grande parte dos quadros da empresa portuguesa ter o domínio do idioma inglês, o fato de o Brasil falar a mesma língua que em Portugal, foi um fator determinante na decisão de investir" (informação verbal).

Ressaltou-se ainda "[...] que a decisão de vir para o Ceará estava ligada também à proximidade geográfica com Portugal associada à existência de potenciais de negócios na atividade de geração de energias alternativas no estado, sobretudo eólica" (informação verbal). O administrador do grupo

português, Sr. Armando de Almeida Ferreira, tinha vindo ao Brasil em 1997 e 1998 para palestrar em alguns seminários, inclusive no Ceará, tecendo importantes contatos com os principais atores nacionais e locais envolvidos no processo de geração de energia. Estes contatos reforçaram a decisão de investimento “[...] tendo em vista a possibilidade de operadores capitalizados desenvolverem ações de financiamento a projetos energéticos semelhantes ao que o grupo já praticava” (informação verbal). Em meados da década de 90, a HLC, detendo 60% do capital investidor, e a Caixa de Investimentos (empresa do banco português Caixa Geral de Depósitos) decidiu constituir no Brasil a CGDE - Companhia Geral de Distribuição Elétrica S.A. para a construção e administração de centrais termoelétricas. Já em 1998 a empresa iniciou uma operação de 3.7 MW mediante a construção de centrais de co-geração de energia a gás e termo-energia na fábrica da Coca Cola em Suape, Pernambuco. A HLC está envolvida na geração de energia, também, nos estados de São Paulo e Rio Grande do Sul. Segundo O’Grady & Lane (1996), os trechos da entrevista enfatizam elementos, tais como: a bagagem de experiência, os idiomas que fala e o tempo de permanência no exterior, que modelaram favoravelmente a percepção de “distância psíquica” pelo empreendedor chave. Por outro lado, observa-se a importância segundo Andersson, (2000), do perfil relacional do empreendedor nas redes de negócios, pessoais e institucionais que contribuiu de forma relevante na criação de oportunidades definindo o processo de entrada da empresa no Brasil e posteriormente no Ceará.

6.3.3 AÇÃO: O EMPREENDEDOR, ESTRATÉGIAS E APRENDIZAGEM

Estrategicamente, a entrada da HLC no Brasil delineou-se, como já referido durante a entrevista, a partir das alianças constituídas com importantes agentes econômicos em Portugal, a Caixa Geral de Depósitos, que já participava de uma série de investimentos portugueses no Brasil tendo adquirido o Banco Bandeirantes no estado de São Paulo. Não obstante, “[...] foi durante a ‘crise do apagão’ que a HLC estendeu suas atividades para o Ceará em 2001, ao considerar a oferta pública para construção de usinas termoelétricas no estado” (informação verbal). A forma de inserção no processo de licitação foi implementada através a Ceará Geradora de Energia S.A. - CGE, em 2002, com a celebração de um PPA (Power Purchase Agreement) com a Comercializadora Brasileira de Energia Elétrica - CBEE, comprometendo-se a CGE a disponibilizar 130 MW de energia através de nove usinas, localizadas nas regiões de Aquiraz (14,4 MW), Paraipaba (11,2 MW), Cagece (14,4 MW), Maranguape (11,8 MW), Pacajus (9,7 MW) e Colônia (9,7 MW), o que representa 13% do total produzido no estado do Ceará. O projeto da CGE contemplou a geração de 130 empregos diretos. A teoria da network internacional e interorganizacional (através o estabelecimento de parcerias e redes de subsidiárias próprias) atuando no desenvolvimento de conhecimentos (KOGUT, 1993; FORSGREN &

JOHANSON, 1992) definiram as estratégias de expansão da HLC no Ceará culminando nas ações empreendedoras de criação da CGE.

6.3.4 DESENLACE: REDES DE RELACIONAMENTOS

A síntese dos relatos de entrevista que se segue releva a importância, a qualidade e a intensidade das interações na rede constituída entre as firmas e os mercados internacional, nacional e local, demonstrando que a proximidade geográfica, cultural e lingüística potencializa o entrelaçamento desses laços. O investidor português entende que

[...] a estratégia adotada de se associar a um parceiro local naquele momento era fundamental, pois o processo licitatório ligado ao programa emergencial de geração de energia, exigia que num curto espaço de tempo a empresa atendesse a uma série de exigências no seu processo de habilitação que somente seriam possíveis mediante a associação a parceiros locais (informação verbal).

Por outro lado, a vantagem proprietária detida pelo investidor português

[...] facilitava a articulação internacional para a obtenção do crédito necessário a instalação das usinas num total de nove no estado do Ceará pela CGE. Após ganhar a licitação no Ceará, nós conseguimos um supplier credit oferecido pela Cummins americana (informação verbal).

Neste caso específico, qualquer dos dois sócios da CGE, quer o investidor português, quer o parceiro local, dificilmente teriam obtido sucesso sem a sinergia de competências de cada um. Atualmente, apesar de o grupo manter atividades em outros estados do Brasil, as principais atividades de pesquisas e desenvolvimento de novos projetos estão concentradas no Ceará, onde se obteve um nível de articulação político-institucional local complexo. Somando-se aos novos investimentos descritos no próximo item, se confirmam preponderantemente as suposições teóricas relativas: aos modos de entrada e operação no exterior caracterizando-se como múltiplos e combinados (*packaged form*) segundo Petersen & Welch (1999); a influência dos laços cognitivos, pessoais, institucionais e políticos entrelaçados nestas redes segundo Holm (1996), Johannisson (1994) e Forsgren & Joahnsen (1992); sugerindo por fim, como a forma de integração dessa network internacional e interorganizacional levou a um resultado de conhecimento e aprendizagem eficaz. (KOGUT, 1993; FORSGREN & JOHANSON, 1992).

6.3.5 SITUAÇÃO FINAL: NOVOS INVESTIMENTOS DESPONTAM

No ano de 2003 a CGE, juntamente com outros quatro produtores independentes de energia organizaram-se, por meio da constituição de um consórcio, para produzir biodiesel a partir da extração de óleo de mamona em Quixeramobim (Ceará) para utilização no funcionamento das centrais termoelétricas instaladas.

310 Rômulo Alexandre Soares (Câmara Brasil - Portugal) - Relatos de experiências sobre o investimento externo...

6.4 RESULTADOS

A seguir, apresenta-se um resumo comparativo entre os temas discutidos durante o processo de entrevistas com os investidores portugueses nos três casos selecionados para análise.

Quadro 2 - Resumo comparativo entre temas e casos

Temas abordados	Casos estudados
1. As circunstâncias de entrada <ul style="list-style-type: none"> . Conjunto de ações e experiências prévias . Cadeia de estabelecimento / vantagens de locação e custos de transação . Parcerias e participação em redes e subsidiárias próprias 	Vila Galé IBATEX CGE
2. Identidades, motivos e o processo decisório <ul style="list-style-type: none"> . Identidade lingüística / leve percepção da distância psíquica . Aparente similaridade no início e paradoxos culturais no final do processo / identidade lingüística . Identidade lingüística / leve distância psíquica 	Vila Galé IBATEX CGE
3. O empreendedor, estratégias e aprendizagem <ul style="list-style-type: none"> . Atividades de expansão similares às operações já existentes / perfil relacional / ultrapassagem de etapas de aprendizagem . Perfil de competências empreendedoras: conhecimento e habilidades no setor de atuação . Network internacional e inter-organizacional / transferência de conhecimentos 	Vila Galé IBATEX CGE
4. Redes de relacionamento <ul style="list-style-type: none"> . Participação de sócios locais e conjugação de empresas / influência dos atores políticos . Influência dos atores políticos nas redes de negócios / redes de contatos comerciais locais e internacionais . Interações em redes locais, nacional e internacional / sinergia de competências / articulação político e institucional 	Vila Galé IBATEX CGE
5. Novos investimentos despontam <ul style="list-style-type: none"> . Ampliação das redes, novos e diversificação dos investimentos . Fortalecimento do <i>trade</i> têxtil local . Constituição de consórcios / novos e diversificação dos investimentos 	Vila Galé IBATEX CGE

Fonte: Dados empíricos

Com a análise, constatou-se que a expansão geográfica das empresas portuguesas nos três casos tendeu a ser dirigida para locais mais similares aos das operações existentes, tendo eliminado etapas do processo seqüencial previsto pela Escola de Uppsala ao adotarem modos de entrada mais rápidos e mais diretos. Ressaltam-se, ainda, as potencialidades do mercado alvo em relação à vocação turística (Vila Galé) e as especificidades climáticas do

Ceará no tocante ao aproveitamento de ventos para os empreendimentos eólicos (CGE), fatores estes que influenciaram o processo decisório.

Observou-se que os fenômenos relativos à “distância psíquica”, que dão relevância à influência de laços culturais e lingüísticos, subsidiam uma compreensão sobre os motivos que levaram empresários e empresas portuguesas a investirem no Ceará, desafiando um processo de integração econômica vivido na Comunidade Européia no mesmo período, e que somados ao perfil relacional dos empreendedores resultaram na constituição de amplas e intensas redes pessoais, de negócios e institucionais influenciando sobremaneira as estratégias de internacionalização das empresas sob estudo.

Notadamente, no caso da IBATEX, além das explicações de escolhas de entrada referirem variáveis econômicas como as dos custos de transação, o fato que esta foi constituída no Brasil, exclusivamente pelas pessoas físicas que participam do capital social da sede em Portugal, se revelou como determinante nas competências em ação dos empreendedores na concretização do processo de internacionalização.

Em nível local, foram significativas as influências nestas redes de atores políticos dos países hospedeiros, com atuações que anteciparam a explicação de episódios, referentes as interferências nas sensíveis questões ambientais e na celebração de protocolos no contexto do Fundo de Desenvolvimento Industrial - FDI beneficiando as empresas estrangeiras através de incentivos fiscais de competência do estado.

Especificamente no caso da CGE Energia um padrão heterogêneo de oportunidades de entrada caracterizado pela interação advinda das múltiplas projeções - locais, nacionais e internacionais - da rede interorganizacional. Evidenciando, ainda, as vantagens proprietárias detidas pelo investidor português, denota uma inadequação do modelo da Escola de Uppsala para explicar a internacionalização da grande empresa baseada em conhecimentos.

Considerando o paradoxo da “distância psíquica”, alguns eventos sugerem subestimo das diferenças entre os países. Durante as entrevistas foi reveladora uma certa conotação sinuosa dos vínculos históricos atávicos que unem portugueses e brasileiros. Parafraseando Boaventura dos Santos no seu texto disponível no jornal eletrônico “Carta Maior” referente à ausência portuguesa em importante evento promovido pelo Brasil, no âmbito da comunidade multicultural da “Comunidade dos Países da Língua Portuguesa - CPLP”, Portugal, apesar de ser um país de desenvolvimento intermédio, imagina-se como centro - país europeu e ex-potência colonial - que não aceita partilhar a hegemonia com o outro país de desenvolvimento intermédio da comunidade, o Brasil, um país do Terceiro Mundo. Equívocos de natureza símile parecem explicar incompreensões na apreciação das diferenças existentes entre linguagens cotidianas que terminam influenciando e limitando atuações criativas nas relações e performance dos negócios entre os dois parceiros.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como principal proposta analisar como ocorre o processo do investimento externo direto português no Ceará, articulando-o ao enfoque comportamental da Escola de Uppsala e posteriormente da Escola Nórdica de Negócios Internacionais. Tendo em vista este objetivo, delineou-se a metodologia baseada no estudo de três casos segundo a técnica da narração de histórias.

Pelos resultados da pesquisa, pode-se afirmar que a internacionalização constitui-se em um amplo processo de aprendizado, a partir das vantagens competitivas adquiridas no país de origem ou da comercialização internacional de produtos ou serviços. Constatou-se que as estratégias de expansão adotadas pelas empresas estudadas dependem muito mais de suas experiências passadas e vantagens competitivas presentes do que de estratégias concebidas a partir de racionalidades desvinculadas de sua realidade e dos aspectos culturais, econômicos e sócio-políticos de seu país de origem e do país hospedeiro.

A pesquisa demonstrou que apesar de muitos aspectos do Modelo de Uppsala ser ainda válido, como por exemplo, a influência no processo de internacionalização do conhecimento; da experiência; potencial do mercado e estrutura industrial. Torna-se evidente a importância de tópicos desenvolvidos pela Escola Nórdica que se referem à constituição de redes de relacionamentos entre firmas e mercados, inter-organizacionais, e internacionais; a influência dos atores políticos nestas redes e o papel das competências empreendedoras dos investidores e parceiros locais.

Contudo, e considerando os casos estudados, a internacionalização das empresas portuguesas no Ceará evidencia, preliminarmente, a influência significativa de fatores culturais, linguísticos e históricos, nestes fluxos. Especificamente esta questão poderia ser abordada e aprofundada em outros casos de investimentos de empresas portuguesas nos demais estados do Nordeste e regiões do Brasil.

Considerando a complexidade da temática do IED se sugere, ainda, como oportunidade para estudos posteriores, a análise da dimensão cultural e simbólica contida na percepção da alteridade e que podem vir a interessar nas negociações internacionais, e influir na comunicação entre interlocutores de culturas diversas e nos processos de tomada de decisão.

Por fim, conclui-se que a projeção de cenários em termos dos benefícios advindos dos processos descritos neste estudo se torna clara a demonstração de que o Investimento Externo Direto (IED) é potencialmente um componente importante na estratégia de desenvolvimento, principalmente entre os países de língua portuguesa da CPLP assim como, especificamente, para o Nordeste do Brasil no sentido de captação de poupança externa em nível local.

REFERÊNCIAS

- ADAM, J-M.; REVAZ, F. **A Análise da Narrativa**. Lisboa: Gradiva, 1997.
- ANDERSSON, S. Internationalization of the firm in an entrepreneurial perspective. **International Studies of Management and Organization**, vol. 30, No1, Spring p.65-94, 2000.
- ANDERSSON, U.; JOHANSON, J. International Business Enterprise. In: Bjorkman & Forsgren: **The nature of the international firm: Nordic contributions to international business research**. Copenhagen Business School Press, p 33-49, 1997.
- ALBERTI, V. **História oral: a experiência do CPDOC**. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1989.
- CBPCE (Câmara Brasil Portugal no Ceará). **Censo de Investimentos Portugueses no Ceará - Apresentação**. Disponível em www.cbpce.com/censo.htm. Acesso em 01/07/2003.
- COSTA, C. G. **Factores de atracção do Investimento Português no Brasil**. Uma Análise Exploratória. *Prospectiva e Planeamento*, v. 9, p. 123-146, 2003.
- DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 2002.
- DUNNING, John H. **Location and the Multinational Enterprise: A Neglected Factor**. Copenhagen Business School, Vol. 29, n.1, p. 45-66, 1998.
- EASTERBY-SMITH, M; BURGOYNE, J.; ARAÚJO, L. (Org.). **Aprendizagem Organizacional e Organização de Aprendizagem**. Desenvolvimento na Teoria e na Prática. São Paulo: Atlas, 2001.
- FERREIRA, M. de M; AMADO, J. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2000.
- FORSGREN, M.; JOHANSON, J. Managing Internationalization in Business Network - In: **Managing Networks in International Business**. Philadelphia PA: Gordon & Breach, p. 1-16, 1992.
- FREITAS, H. G. de. **Adaptação de estratégias de marketing para internacionalização de serviços: um estudo de caso da Churrascaria Plataforma**. Tese (Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPEAD, Rio de Janeiro, 2002.
- HADJIKHANI, A. The political behavior of business actors: the case of Swedish MNCs and the EU. **International Studies of Management and Organizations**, vol 30, No 1 Spring, p. 93-117, 2000.
- HYMER, S. H. **The International Operations of National Firms: a Study of Direct Foreign Investment**. Cambridge: MIT Monographs, 1976.
- HILLAL A.; HEMAIS, C. A. **Da aquisição de Conhecimento à Network: a visão Evolucionária da Escola Nórdica de Negócios Internacionais**. Rio de Janeiro: COPPEAD/ UFRJ, 2002.
- HOLM, Desiree B. et al. Business Networks and Cooperation in International Business Relationships. **Copenhagen Business School**, Vol. 26, No.5, p. 1033-1053, 1996.
- HORNELL, E.; VAHLNE, J; WIEDERSHEIM, P. **Exports and foreign establishments** *Almqvist & Wiksell*, Stockholm, 1973
- IPIRANGA, A. S. R. et al. Aprendizagem como ato de participação: a história de uma Comunidade de Prática. In: III Encontro de Estudos Organizacionais, 2004, Atibaia, SP. **Anais...** Atibaia: EnEO, 2004.
- JOHANSON, Jan; WIEDERSHEIM, Paul, F. The internationalization of the Firm. Four Swedish cases. **Journal of Management Studies**, p. 305-322, 1975.
- JOHANSON, Jan; VAHLNE Jan-Erik. The internationalization Process of the Firm. A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. **Journal of International Business Studies**, Vol. 8, No.1, p. 23-32, 1977.
- JOHANSON, Jan; VAHLNE Jan-Erik, Management of foreign market entry, **Scandinavian International Business Review**, vol 1, No 3, p. 9-27, 1992.
- JOHANNISSON, B. **Personal Networks as a source of energy in enterprising**. Lund, Sweden Student litteratur, p 122-50, 1994.
- KOGUT, B., Learning or the importance of being inert: country imprinting na international competition. In: Ghoshal & Westney (eds.): **Organization theory and the multinational**

- corporation. New York, St. Martin's Press, p. 136-54, 1993.
- O'GRADY, S.; LANE, H. The Psychic Distance Paradox. **Journal of International Business Studies**, summer, v. 27, No 2, p. 309-333, 1996.
- PETERSEN, B.; WELCH, L. **Foreign operation mode combinations and Internationalization**. Copenhagen Business School. **Department of International Economics and Management**, 1999.
- REZENDE, S. F. L. Gradualismo e Descontinuidade em processos de internacionalização. **Revista de Administração de Empresas da USP**. Vol.37, No 1, p.01-26, 2002.
- ROSENTHAL, G. A estrutura e a gestalt das autobiografias e suas conseqüências metodológicas. In: FERREIRA, M. de M; AMADO, J. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2000.
- SILVA, J. R. **Portugal/Brasil uma década de expansão das relações econômicas, 1992-2002**. Lisboa: Terramar, 2002.
- SIMS, D. Aprendizagem organizacional como o desenvolvimento de histórias: cânones, apócrifos e mitos piedosos. In: EASTERBY-SMITH, M.; BURGOYNE, J. E ARAÚJO, L. **Aprendizagem organizacional e organização de aprendizagem: desenvolvimento na teoria e na prática**. São Paulo: Atlas, 2001.
- SOUZA, Y. S. de. Conversação e aprendizagem organizacional: perspectivas para a investigação. In: XXIII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação - ENANPAD, 24, 2000, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 2000.
- SPINK, Mary Jane. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. São Paulo: Cortez, 1999.
- STOTTINGER, B.; SCHLEGELMILCH, B. Psychic distance: a concept past its due date? **International Marketing Review**, 17 (2):169-173, 2000.
- VAHLNE, J. ; WIEDERSHEIM, P. Economic distance: Model and empirical investigation In: Hörnell, Vahlne and Wiedersheim: **Export and foreign establishments**. Uppsala, 1973.
- YIN, R. K. **Case Study Research: design and methods**. 2 ed. Newbury Park: Sage Publications, 1994.

