



KARIM MARINI THOMÉ

**DETERMINANTES DE DESEMPENHO DE
SUBSIDIÁRIAS ESTRANGEIRAS NO
MERCADO HOSPEDEIRO BRASILEIRO**

**LAVRAS - MG
2013**

KARIM MARINI THOMÉ

**DETERMINANTES DE DESEMPENHO DE SUBSIDIÁRIAS
ESTRANGEIRAS NO MERCADO HOSPEDEIRO BRASILEIRO**

Tese apresentada à Universidade Federal de Lavras,
como parte das exigências do Programa de Pós-
Graduação em Administração, área de concentração
em Gestão de Negócios, Economia e Mercado, para a
obtenção do título de Doutor.

Orientadora
Dra. Cristina Lelis Leal Calegario

**LAVRAS - MG
2013**

**Ficha Catalográfica Elaborada pela Coordenadoria de Produtos e
Serviços da Biblioteca Universitária da UFLA**

Thomé, Karim Marini.

Determinantes de desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro / Karim Marini Thomé. – Lavras : UFLA, 2014.

180 p. : il.

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Lavras, 2013.

Orientador: Cristina Lelis Leal Calegario.

Bibliografia.

1. Determinantes de desempenho. 2. Mercado hospedeiro brasileiro. 3. Subsidiária estrangeira. I. Universidade Federal de Lavras. II. Título.

CDD – 658

KARIM MARINI THOMÉ

**DETERMINANTES DE DESEMPENHO DE SUBSIDIÁRIAS
ESTRANGEIRAS NO MERCADO HOSPEDEIRO BRASILEIRO**

Tese apresentada à Universidade Federal de Lavras,
como parte das exigências do Programa de Pós-
Graduação em Administração, área de concentração
em Gestão de Negócios, Economia e Mercado, para a
obtenção do título de Doutor.

APROVADA em 13 de dezembro de 2013.

Dr. Dante Pinheiro Martinelli	USP - RP
Dra. Janann Joslin Medeiros	UNB
Dr. Francisval de Melo Carvalho	UFLA
Dr. Luiz Gonzaga de Castro Júnior	UFLA

Dra. Cristina Lelis Leal Calegario
Orientadora

**LAVRAS - MG
2013**

A Rita Marini Thomé

DEDICO

AGRADECIMENTOS

A elaboração desta tese só foi possível graças ao auxílio de muitas pessoas. Pessoas que estiveram ao meu lado com dedicação, interesse e alegria ao longo dos anos desta caminhada. Faço questão de citá-las nominalmente, para não correr o perigoso risco da omissão, registrando assim meus sinceros agradecimentos pelas mais diversas participações na construção deste sonho.

Inicialmente aos meus pais e meu irmão, meu agradecimento pelo exemplo, dedicação, apoio, amor, formação e orações, que sempre me conduzirão.

À Caroline Beasley, que foi mais que uma namorada, agradeço o incentivo constante. Obrigado pelo interesse de me ouvir nas mais diversas indagações a respeito desta tese, pela revisão, por sempre estar presente e por toda felicidade compartilhada.

Às instituições Universidade Federal de Lavras e a Universidade de Brasília que possibilitaram esta realização.

À professora Cristina Lelis Leal Calegario, não apenas por ter sido apenas minha orientadora, mas também por ter depositado confiança neste estudo, agradeço ainda pelo estímulo e amizade. Amizade consciente, que também soube exigir nas horas de necessidade, fica aqui o registrado do agradecimento por tudo que a senhora me ensinou.

Ao professor Luiz Gonzaga de Castro Jr., agradeço pela ajuda estatística, pelos ensinamentos e pelo agradável convívio.

Ao professor Francisval de Melo Carvalho, pela gentileza de fazer parte da minha banca, pela atenção, pela responsabilidade transmitida e pela revisão.

À professora Janann Joslin Medeiros, pelo aprendizado, pela acolhida e pela disposição na ajuda da elaboração dos artigos.

À professora Luciana Marques Vieira, por ter participado da banca de qualificação, pelas considerações que ajudaram o trabalho a tomar sua forma final e pela amizade.

Ao professor Dante Pinheiro Martinelli, pelo incentivo de longa data, pelo exemplo de dedicação e profissionalismo, pela revisão final e pela amizade regada a um refinado senso de humor.

Aos colegas do Grupo de Estudos em Economia Industrial e Negócios Internacionais (GEINI), em especial à Juciara Nunes de Alcântara, pela rica troca de conhecimentos.

Às tias Inês, Ilda e Neide, aos tios Pedro, Eduardo e Gilberto, meu agradecimento pela presença nas mais diversas situações e alegria constantes.

À Priscilla Parreira, pelo entusiasmo, dicas, incentivo (nas mais diversas áreas) e amizade.

Aprendi muito com vocês! Novamente obrigado, que Deus abençoe a todos.

Falar é uma questão de fôlego, eu quero ver fazer!

Thiago Moreira de Carvalho

RESUMO GERAL

Este estudo objetivou identificar os fatores determinantes do desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. Para isso, foi desenvolvida uma estrutura analítica baseada no modelo teórico de Peng, Wang e Jiang (2008) de múltiplas possibilidades de determinação do desempenho em negócios internacionais, nominadas nos seguintes níveis: competição industrial, condições e transições institucionais, e recursos e capacidades da firma. Três capítulos foram desenvolvidos seguindo os níveis anteriormente mencionados e operacionalizados em um estudo com subsidiárias estrangeiras que operavam no mercado hospedeiro brasileiro durante os anos de 2008 a 2011, totalizando uma amostra com 399 observações. A análise dos dados foi feita pela técnica de análise de dados em painel, tendo como estimador os mínimos quadrados ponderados. Os dados demonstraram que os três níveis apresentam capacidade de determinar o desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. Este trabalho demonstra relevância por três motivos: i) evidencia a complexa conjuntura em país de economia emergente pouco estudado, ii) operacionaliza o modelo teórico de Peng, Wang e Jiang (2008); iii) fornece subsídios para decisões estratégicas de multinacionais estrangeiras que operam ou pretendem operar no mercado hospedeiro brasileiro.

Palavras-chave: Determinantes de desempenho. Mercado hospedeiro brasileiro. Subsidiária estrangeira.

GENERAL ABSTRACT

This study aims to identify the determinant factors of the foreign subsidiaries' performance at Brazilian host market. For this purpose, was developed a framework based on the Peng, Wang and Jiang's (2008) theoretical model of multiple possibilities of establishing the performance in international business, which were nominated as: industrial-based competition, institutional conditions and transitions, and firm-specific resources and capabilities. Three chapters have been developed following the last levels mentioned and operationalized in a study of foreign subsidiaries that operate in the Brazilian host market during 2008 to 2011 adding up a sample of 399 observations. The data analysis has been made according to the panel data, using the weighted least squares as estimator. The data have shown that the three levels bring forward the capacity to determinate the performance of the foreign subsidiaries in the Brazilian host market. This scholarly work demonstrates relevance for three reasons: i) it points this complex conjuncture in an understudied emerging economy country; ii) it operationalizes the theoretic model from Peng, Wang and Jiang (2008); iii) it provides input to strategic decisions of foreign multinationals operating or intending to operate in the Brazilian host market.

Keywords: Performance determinants. Brazilian hos market.Foreign subsidiaries.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

CAPÍTULO 1

Quadro 1	Comparação entre o posicionamento de recentes trabalhos que apresentam a mesma ótica integracionista.....	27
Quadro 2	Dimensões das instituições.....	37
Quadro 3	Descrição das variáveis, medidas de mensuração, termo utilizado e fonte dos dados.....	64
Quadro 4	Amostra estratificada pela origem da subsidiária e número de observações.....	72
Figura 1	Modelo conceitual.....	50
Tabela 1	Amostra estratificada pelo setor e número observações.....	71

CAPÍTULO 2

Tabela 1	Influência da competição industrial no desempenho das multinacionais estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.....	99
----------	---	----

CAPÍTULO 3

Quadro 1	Dimensões das instituições.....	113
Tabela 1	Influência das condições e transições institucionais no desempenho das multinacionais estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.....	119

CAPÍTULO 4

Tabela 1	Influência dos recursos e capacidades da firma no desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro	143
Tabela 2	Variável mediadora Conhecimento Local de Mercado, variável desfecho ROA e preditivas Distâncias Normativa, Regulatória e interação entre as Distâncias Normativa e Regulatória	147
Tabela 3	Variável mediadora Experiência Internacional, variável desfecho ROA e preditiva Concentração de Mercado.....	150

CAPÍTULO 5

Quadro 1	Resumo das hipóteses e resultados.....	160
----------	--	-----

LISTA DE ABREVEATURAS

BRIC	Brasil, Rússia, Índia e China
IHH	Índice de Hirschman-Herfindahl
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
CONMKT	Concentração de Mercado
INT	Intensidade Tecnológica do Setor
EXI	Experiência Internacional
CLMKT	Conhecimento Local do Brasil
TAM	Tamanho da subsidiária no Brasil
DR	Distância Regulatória
DN	Distância Normativa
DRxDN	Interação entre Distância Regulatória e Distância Normativa
ROA	<i>Return on Assets</i> – Retorno sobre Ativos
WLS	<i>Weighted Least Squares</i> – Mínimos Quadrados Ponderados

SUMÁRIO

	CAPÍTULO 1 Introdução Geral	16
1	INTRODUÇÃO	17
1.1	Justificativa e problema.....	19
1.2	Objetivo geral	22
1.3	Objetivos específicos	23
2	ENQUADRAMENTO DA FUNDAMENTAÇÃO ONTOLÓGICA E EPISTEMOLÓGICA	24
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	28
3.1	Empresas multinacionais: gama conceitual	28
3.2	Fatores determinantes do desempenho de subsidiárias no país hospedeiro	29
3.2.1	Competição industrial.....	32
3.2.2	Condições e transições institucionais.....	36
3.2.3	Recursos e capacidades da firma.....	40
4	MODELO CONCEITUAL.....	49
5	DESCRIÇÃO E MENSURAÇÃO DAS VARIÁVEIS.....	51
5.1	Competição industrial.....	51
5.1.1	Concentração de mercado	51
5.1.2	Nível de intensidade tecnológica do setor.....	52
5.2	Condições e transições institucionais.....	53
5.2.1	Distância normativa.....	53
5.2.2	Distância regulatória	55
5.3	Recursos e capacidades da firma.....	57
5.3.1	Tamanho	57
5.3.2	Parcela de mercado.....	57
5.3.3	Experiência internacional.....	59

5.3.4	Conhecimento local.....	60
5.4	Desempenho	60
5.4.1	Retorno sobre ativos (ROA)	60
6	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	62
6.1	Variáveis	63
6.2	Análise dos dados.....	65
6.2.1	Análise de dados em painel (<i>panel data analysis</i>)	65
6.2.2	Efeito mediador.....	69
6.3	Amostra.....	71
7	CONSIDERAÇÕES GERAIS	73
	REFERÊNCIAS.....	74
	CAPÍTULO 2 Fatores mesoanalíticos como determinante de desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro	89
1	INTRODUÇÃO	92
2	REFERENCIAL TEÓRICO	94
3	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	98
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	102
	REFERÊNCIAS.....	104
	CAPÍTULO 3 O papel das distâncias institucionais no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro	108
1	INTRODUÇÃO	111
2	REFERENCIAL TEÓRICO	113
3	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	117
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	123
	REFERÊNCIAS.....	125

	CAPÍTULO 4 Influência dos recursos e capacidades da firma no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro	128
1	INTRODUÇÃO	131
2	REFERENCIAL TEÓRICO	133
3	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	151
	REFERÊNCIAS.....	153
	CAPÍTULO 5 Considerações finais do estudo	159
1	CONSIDERAÇÕES FINAIS DO ESTUDO	160
	APÊNDICES.....	163

CAPÍTULO 1 Introdução Geral

1 INTRODUÇÃO

Firmas multinacionais têm recebido significativa atenção da literatura na área de gestão e negócios internacionais, ao longo dos últimos quarenta anos (BUCKLEY; CASSON, 1976, 2009; JOHANSON; VAHLNE, 1977, 1990, 2009). Percebe-se também grande gama de possibilidades analíticas a respeito de multinacionais (WILKINS, 2008), o que é justificado por Dunning e Lundan (2008) pela própria heterogeneidade de possíveis enfoques teóricos relacionados a elas.

Apesar da disparidade de enfoques teóricos e de definições do conceito de firma multinacional, pode-se notar que as diferentes escolas do estudo apresentam um ponto em comum: a visualização da firma com presença em mais de um país além do seu centro de origem. Assim, aparte da firma que transpassa a fronteira dação que lhe deu origem recebe o nome de subsidiária e pode ser considerada uma espécie de subdivisão da firma que se encarrega de tarefas específicas em seu ramo de atividade (CANTWELL, 2009; CANTWELL; DUNNING; LUNDAN, 2010; DELIOS; BEAMISH, 2001; MEYER; MUDAMBI; NARULA, 2011; MUDAMBI; NAVARRA, 2004; RUGMAN; VERBEKE, 2001).

A partir do momento que uma firma instala sua subsidiária em outra nação, a nação hospedeira passa a exercer influência sobre esta parte da firma (DUNNING, 1998). Apesar de parecer uma simples analogia, Dunning (1998) chama a atenção para o fato, evidenciando mudanças no cenário global das atividades de empresas que se envolvem em negócios internacionais, bem como nos países onde estas novas atividades de firmas multinacionais ocorrem.

Uma vez instalada em outro país, parece natural admitir que a subsidiária da firma multinacional receba influência do próprio país hospedeiro. Este fato é confirmado em diversos estudos empíricos (CHAO; KUMAR, 2010;

ESTRIN; PREVEZER, 2010; LI; YUE, 2008; LU; LIU; WANG, 2011; ROY; OLIVER, 2009), contudo, é melhor desenvolvido nos trabalhos teóricos de Cantwell, Dunning e Lundan (2010) e Meyer, Mudambi e Narula (2011). Os primeiros autores estudam as mudanças no caráter das atividades de firmas multinacionais em função das mudanças em ambientes institucionais, mostrando a importância de compreender características institucionais para a evolução da firma multinacional. Os segundos enfatizam que firmas multinacionais enfrentam crescente desafio na gestão da complexidade de interações decorrentes de embrincamentos que possuem características de ambientes particulares onde suas subsidiárias estão instaladas.

De acordo com Meyer, Mudambi e Narula (2011) equilibrar os papéis das subsidiárias com múltiplas identidades locais e fatores de influência do país hospedeiro dentro da firma multinacional às vezes pode representar um *trade-off* que cria oportunidades de negócios e desafios operacionais.

É possível notar, pela leitura de Jansson (2007), Martell (2007) e Biggemann e Fam (2011), que o cenário dos negócios internacionais, assim como descrito por Dunning (1998), continua em dinâmico processo de mudanças. Por exemplo, novos países entram em evidência neste cenário, como, por exemplo Brasil, Rússia, Índia e China, que formam o que ficou conhecido como BRIC.

Com o advento deste novo cenário de negócios internacionais, Peng (2004) lança o questionamento a respeito das determinantes de sucesso em negócios internacionais os quais, de acordo com Peng, Wang e Jiang (2008), apresentam-se dispostos em três níveis analíticos (micro, meso e macro) e têm ligação com o desempenho das firmas que atuam em negócios internacionais. Assim, a presente pesquisa pretende contribuir para a discussão a respeito do sucesso de firmas em negócios internacionais, questionando o determinante do desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Esta parte introdutória (Capítulo 1) ainda conta com a justificativa, o problema e os objetivos da pesquisa, enquadramento da fundamentação ontológica e epistemológica, fundamentação teórica que desenvolve uma fundamentação teórica baseada na concepção teórica de Peng, Wang e Jiang (2008), modelo conceitual e as variáveis que foram utilizadas neste estudo, em seguida apresentam-se o procedimento metodológico que foi empregado no desenvolvimento do estudo e por fim a bibliografia utilizada.

Os Capítulos 2, 3 e 4, seguem o modelo conceitual e a divisão sobre a concepção teórica de Peng, Wang e Jiang (2008) enfatizando a competição industrial (meso), as condições e transições institucionais (macro) e os recursos e capacidades da firma (micro) respectivamente.

1.1 Justificativa e problema

As últimas décadas foram marcadas por mudanças na conjuntura da economia internacional e do ambiente dos negócios. Dentre as principais mudanças, destacam-se o surgimento de novos países industrializados, como Hong Kong, Singapura e Coréia do Sul e, mais recentemente, os emergentes Brasil, Rússia, Índia e China - BRIC. Estes países se tornaram um importante grupo para implementar e fazer crescer o volume das transações comerciais, formando o que os pesquisadores da área chamam de *third wave*, ou terceira onda (JANSSON, 2007; MARTELL, 2007).

Inseridas neste contexto estão as firmas que tiveram de se adaptar à nova e complexa conjuntura dos negócios globais, acabando por criar uma vasta gama de possíveis ganhos decorrentes de interações além das fronteiras nacionais (MEYER; MUDAMBI; NARULA, 2011). Trata-se do fenômeno que tem impulsionado as empresas à competitividade, inclusive para se tornarem aptas a assumir a postura de transpor fronteiras (ZHOU; TSE; LI, 2006). No Brasil,

apesar de tardia, tem-se notado que a internacionalização das firmas vem crescendo aceleradamente e tornando-se realidade em diversos setores da economia (BORINI; FLEURY, 2010; SCHERER; GOMES; KRUGLIANSKAS, 2009).

Acompanhando esta crescente aceleração da internacionalização de firmas brasileiras, nota-se também o esforço dos pesquisadores em ampliar este tema anteriormente pouco estudado no Brasil. Esta intensificação do trabalho a respeito de internacionalização também é vista em outros países emergentes, sobretudo a respeito da China e da Índia (ZHOU; TSE; LI, 2006; CARNEY, 2005; KHANNA; PALEPU, 2004; KHANDWALLA, 2002; CHILD; TSE, 2001) e é com base nestes países que se tem percebido uma lógica diferenciada na condução de negócios internacionais. Não que o raciocínio sobre negócios internacionais seja diferente entre economias emergentes e desenvolvidas, mas estudos recentes assumem que os mercados emergentes necessitam de um complemento institucional para a sua melhor explicação (GUILLEN; GARCIA-CANAL, 2009; PENG; WANG; JIANG, 2008; NARAYANAN; FAHEY, 2005; PENG; LEE; WANG, 2005; PENG, 2003, 2004).

Assim, pode-se notar que atuar em negócios internacionais não é uma simples atividade. Ao contrário, é considerado como uma difícil tarefa por parte das firmas (ROOT, 1987; YIP; BISCARRI; MONTI, 2000; CUERVO-CAZURRA, MALONEY, MANRAKHAN, 2007). Na maioria das vezes, tal fato pode ser justificado na dificuldade que a organização tem de iniciar e gerir operações em mercados internacionais (MEYER et al., 2009; CAVES, 1996). Estas dificuldades estão relacionadas à existência de barreiras encontradas nas estruturas do mercado (ZHAO; ZOU, 2002; LI, 1995), (in)disponibilidade de recursos organizacionais (CUERVO-CAZURRA, MALONEY, MANRAKHAN, 2007; PENG, 2001) e, até mesmo, por bases institucionais ligadas ao mercado específico onde a firma atua (CHAO; KUMAR, 2010;

PENG; WANG; JIANG, 2008; PENG; LEE; WANG, 2005; KOSTOVA, 1999), compondo o que Peng Wang e Jiang (2008) chamam de os três níveis de fatores que podem vir a interferir no desempenho internacional da firma.

Percebe-se que, recentemente, diversos trabalhos (WANG et al., 2012; XIE et al., 2011; LU, LIU, WANG, 2011; GAO; MURRAY; KOTABE, 2010) vêm atrelando diferentes níveis de fatores, que se refletem em condutas integracionistas fortemente influenciadas por Peng, Wang e Jiang (2008), a fim de identificar determinantes para: investimento direto no exterior, posicionamento estratégico na pós-entrada, e comportamento exportador, respectivamente. A presente intenção de estudos vai ao encontro desse direcionamento no campo de estudos dos negócios internacionais e diferencia-se dos trabalhos vigentes na academia brasileira (BORINI; FLEURY, 2010; SCHERER; GOMES; KRUGLIANSKAS, 2009), por não visar o entendimento da internacionalização de firmas oriundas do Brasil, mas, sim, a postura inversa: firmas estrangeiras que operam no mercado hospedeiro brasileiro.

Justifica-se ainda a escolha do mercado brasileiro como hospedeiro por ser um foco de análise pouco recorrente na literatura internacional e que pode apresentar contribuição na discussão na área de negócios internacionais, pela significativa diferenciação a nível institucional, assim como evidenciam Estrin e Prevezer (2010), que comparam fatores institucionais dos países do BRIC e o reflexo na governança corporativa de multinacionais. De acordo com Jackson e Deeg (2008), torna-se necessário compreender a diversidade institucional a qual as multinacionais estão permeadas e as suas implicações para os negócios internacionais.

Percebe-se, com base em Baer e Kerstenetzky (1964), Lowinger (1974) e nos recentes Baer (2008) e Ranincheski, Negri e Mueller (2011), que diferentemente dos outros países do BRIC, o Brasil apresenta uma construção institucional muito particular, confirmando as premissas de diversidade

institucional comentada por Jackson e Deeg (2008). Esta construção institucional pode estar ligada ao fator de colonização brasileira (RANINCHESKI; NEGRI; MUELLER, 2011) ou a políticas industriais desenvolvimentistas, destacando aqui a substituição das importações pela produção interna no Brasil, com intenção de industrializar o país (BAER; KERSTENETZKY, 1964) e posteriormente criando mecanismos de proteção da indústria nascente, culminando em alavancagem de exportações (LOWINGER, 1974) estritamente ligada a subsidiárias de multinacionais que se instalaram no Brasil (BAER, 2008). Deste modo, o Brasil como mercado hospedeiro, apresentando instituições próprias e diferenciadas dos demais países emergentes, contribui para a literatura a respeito deste tema.

Assim, no presente estudo resgata-se o questionamento identificado por Peng (2004, p. 100) como norteador para pesquisas no campo de negócios internacionais (“o que determina o sucesso ou fracasso internacional da firma”), ratificado em relevância e importância por Griffith, Cavusgil e Xu (2008) que, quando posicionado no *gap* teórico da ausência de evidências de fatores determinantes para o sucesso de firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, é expressa em: quais fatores determinam o desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro?

1.2 Objetivo geral

Identificar os fatores determinantes do desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

1.3 Objetivos específicos

- a) Identificar a influência do nível de competição industrial no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro;
- b) Caracterizar a influência de recursos e capacidades da firma no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro;
- c) Determinar a influência de condições institucionais no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro;
- d) Identificar o efeito mediador de recursos e capacidades da firma em fatores de competição industrial e de condições institucionais de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

2 ENQUADRAMENTO DA FUNDAMENTAÇÃO ONTOLÓGICA E EPISTEMOLÓGICA

A discussão a respeito da possibilidade de utilização de múltiplos paradigmas em estudos organizacionais ou, até mesmo, da destruição de barreiras paradigmáticas tomou maior fôlego após o trabalho de Burrell e Morgan (1979). Estes autores foram os responsáveis pela formalização de quadrantes contrapostos que evidenciaram base ontológica e epistemológica os quais influenciaram significativamente a discussão a respeito das possíveis formas de análise da firma.

O modelo de Burrell e Morgan (1979) apresenta categorização dos campos paradigmáticos expressa na sobreposição de dois eixos. Um representaria os pressupostos metateóricos sobre a natureza da ciência, opondo a ciência “objetivista” à ciência “subjetivista”, enquanto o outro simbolizaria as premissas metateóricas sobre a natureza da sociedade, contrastando uma sociologia da “regulação” com a sociologia da “mudança radical”. Esta formalização acabou impulsionando significativa parcela de pesquisadores a buscar em outras formas de fazer análises organizacionais e, conseqüentemente, romperem os limites colocados por Burrell e Morgan (1979) (DEETZ, 1996).

O campo de estudos em negócios internacionais também permite diversas possibilidades de análise, assim como evidenciam Canabal e White III (2008) e Werner (2002). Em 1989, Dunning (1989) já realizava um apelo para que bases interdisciplinares fossem inseridas em pesquisas que envolvessem negócios internacionais.

Gioia e Pitre (1990) se posicionam de forma a evidenciar a visão multiparadigmática para a análise da firma, bem como para a construção teórica que permitisse o desenvolvimento de novas perspectivas reflexivas. Segundo os autores, a visão vigente dos teóricos que atuam na investigação de firmas está baseada em algumas posições características de um único paradigma, o

funcionalista. Esta mesma afirmação é encontrada em estudos recentes que envolvem atuação de firmas no campo de negócios internacionais (BIRKINSHAW; BRANNEN; TUNG, 2011; MOORE, 2011). Entretanto, Birkinshaw, Brannen e Tung (2011) percebem que características de outras correntes de pensamento podem oferecer substancial contribuição ao campo de estudos em negócios internacionais.

Apesar do reconhecimento da importância de múltiplas conjunturas paradigmáticas na área de estudos de negócios internacional, o presente trabalho encontra-se no quadrante funcionalista de Burrell e Morgan (1979) e a justificativa para este enquadramento é dada pela própria natureza do estudo, que possui objetivo determinista com foco em uma amostra específica e, por meio dele, buscam-se fatores que determinam o desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Gioia e Pitre (1990) demonstraram como as escolas de pensamento que teorizam a respeito das firmas se baseiam em idéias associadas a diferentes posicionamentos para a análise organizacional. Conseqüentemente, Gioia e Pitre (1990) também ressaltam como a lógica das posições tem importante implicação para o processo de construção da teoria.

Com a intenção de exemplificar como os paradigmas refletem escolhas particulares e trazendo tais bases para o enquadramento desta proposta de pesquisa, retira-se de Gioia e Pitre (1990) a explicação de que pesquisas empíricas de cunho funcionalista buscam, dentro da conjuntura da teoria conhecida, identificar buracos ou falhas e, a partir delas, definir variáveis relevantes que possam explicar/compreender essas falhas/buracos. Assim, estabelecem hipóteses, testando-as com utilização de critérios para a definição de amostras, valendo-se de instrumentos estruturados para a coleta de dados ou a utilização de dados secundários e técnicas estatísticas para o tratamento dos mesmos.

O posicionamento funcionalista é o encontrado com maior frequência em estudos voltados para negócios internacionais (BIRKINSHAW; BRANNEN; TUNG, 2011) e é localizado de maneira imperativa também nos trabalhos que, assim como este, buscam estabelecer determinantes com base na junção teórica de diferentes níveis exposta por Peng, Wang e Jiang (2008), tomando os estudos de Wang et al. (2012), Xie et al. (2011), Lu, Liu e Wang (2011) e Gao, Murray e kotabe (2010) apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 Comparação entre o posicionamento de recentes trabalhos que apresentam a mesma ótica integracionista

	Wang et al. (2012)	Xie et al. (2011)	Lu, Liu e Wang (2011)	Gao, Murray e Kotabe (2010)
Objetivo	Determinar o direcionador do investimento direto no exterior de firmas chinesas	Determinar o posicionamento estratégico na pós-entrada de firmas internacionais em mercados hospedeiros	Determinar o motivo do investimento direto no exterior de firmas privadas chinesas	Determinar o comportamento exportador de firmas chinesas
Posicionamento	Funcionalista	Funcionalista	Funcionalista	Funcionalista
Tamanho da amostra	679 observações	212 observações	198 observações	74576 observações
Período correspondente aos dados	2005-2006 com dados secundários	2003-2004 com dados secundários	2004-2006 com dados secundários e 2008 para dados primários	2001-2005 com dados secundários
Sentido	País emergente (China) para países emergentes e desenvolvidos	Países emergentes e desenvolvidos para país desenvolvido (Estados Unidos da América)	País emergente (China) para países emergentes e desenvolvidos	País emergente (China) para países emergentes e desenvolvidos
Técnica utilizada	Regressões múltiplas	Regressões múltiplas	Regressões múltiplas	Regressões múltiplas
Resultados encontrados	Fatores institucionais e de competitividade industrial direcionam o investimento direto no exterior	Baixa interferência na determinante do posicionamento estratégico é influenciada por fatores institucionais. O posicionamento é significativamente influenciado pelos fatores de competição industrial e pela capacidade da firma	Capacidade da firma apresenta significância no determinar o motivo do investimento direto no exterior, contudo, a maior significância é com base nos fatores institucionais e industriais	Capacidades da firma, bem como fatores institucionais e industriais determinam o comportamento exportador com altíssima significância

Fonte: Compilado de Wang et al. (2012); Xie et al. (2011); Lu, Liu e Wang (2011) e Gao, Murray e Kotabe (2010).

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Empresas multinacionais: gama conceitual

De acordo com Wilkins (2008, p.5), a definição de firma multinacional “se tornou uma fonte de confusão”. Por exemplo, Hennart (2008, p.127) define multinacional como sendo “uma instituição privada concebida para organizar, através de contratos, interdependência entre indivíduos localizados em mais de um país”, Dunning e Lundan (2008, p.3) colocam que a multinacional é “(...) uma empresa que se envolve em investimentos direto estrangeiros e possui, ou, de algum modo, controla atividades de agregação de valor em mais de um país”.

De acordo com Dunning e Lundan (2008), este fato pode ser explicado pela própria heterogeneidade de possibilidades analíticas a respeito de firmas que atuam em mais de um país. Os mesmos autores enfatizam que diferentes escolas de análise enfocam específicas unidades de análise, dando ênfase a atributos específicos ligados à sua corrente teórica.

Dunning e Lundan (2008) chegam a nominar escolas teóricas na temática das multinacionais. A primeira é focada em perspectiva macroeconômica das atividades das firmas multinacionais. Os pesquisadores, normalmente, utilizam modelos neoclássicos de comércio internacional, a fim de explicar o motivo pelo qual países entram em rota do investimento direto estrangeiro.

A segunda escola não apresenta interesse no comércio internacional e na atração de países por investimento, mas sim, pelo comportamento de firmas individuais. Pesquisadores deste campo são fortemente influenciados por Ronald Coase e pela economia dos custos de transação. Dois exemplos seriam Hennart (2008) e Yiu e Makino (2002). Por fim, a terceira escola nominada por Dunning e Lundan (2008) é voltada para questões na determinação de por que algumas

firmas são capazes de penetrar em mercados internacionais e qual o interesse em controlar a atividade de agregação de valor fora de sua fronteira da sua nação de origem, como visto em Dunning (1998, 2000) que largamente baseada na Economia dos Custos de Transação (BUCKLEY; CASSON, 2009).

Percebe-se, pela leitura de Dunning e Lundan (2008), que existe uma resposta particular para cada questão também em particular. O reconhecimento da ausência de uma única corrente teórica é importante para o desenvolvimento das análises a respeito de firmas multinacionais que ajudam a ampliar a compreensão a respeito de seus padrões de atuação e seu reflexo em desempenho.

Em comum, pode-se notar que todas as teorias visualizam as firmas com presença em outros países. Aparte da firma que transpassa a fronteira da nação da qual se originou recebe o nome de subsidiária e pode ser considerada uma espécie de subdivisão de uma firma que se encarrega de tarefas específicas em seu ramo de atividade (CANTWELL, 2009; CANTWELL; DUNNING; LUNDAN, 2010; DELIOS; BEAMISH, 2001; MEYER; MUDAMBI; NARULA, 2011; MUDAMBI; NAVARRA, 2004; RUGMAN; VERBEKE, 2001).

3.2 Fatores determinantes do desempenho de subsidiárias no país hospedeiro

Tomando como linha de raciocínio o trabalho de Cantwell (2009), pode-se dizer que, desde que a firma tenha instalado uma subsidiária em mais de uma nação, seu desempenho corporativo é influenciado também por mais de uma nação ou local. Este fato já havia sido percebido por Dunning (1998), em um estudo no qual analisou as mudanças no cenário global em atividades de negócios internacionais e também a mudança geográfica das atividades de

firmas multinacionais, chamando a atenção dos pesquisadores para o fator de localização da subsidiária da firma multinacional.

Dunning (1998) continua sendo de grande valia aos estudos atuais, pois, de acordo com Jansson (2007) e Martell (2007), há mudanças conjunturais significativas na economia internacional e,consequentemente, no ambiente de negócios com o advento dos emergentes Brasil, Rússia, Índia e China.Em recente trabalho, Biggemann e Fam (2011) ratificam a importância dos BRIC para a nova ordem da economia e gestão internacional e revelam que novas possibilidades de estudo estão se abrindo com base nestas nações.

Foi com o olhar sobre esta conjuntura contemporânea que Peng (2004) e Peng, Lee e Wang (2005) questionaram os fatores que direcionam a firma e os possíveis focos determinantes de sucesso e fracasso na área de negócios internacionais.

Tais indagações acabaram por resultar na formalização de um complemento às teorias baseadas na competição industrial (PORTER, 1985) e nos recursos (BARNEY, 1991) que retomam a discussão das instituições levantadas por North (1990) e Scott (1995), colocando assim, a visão baseada nas instituições como uma nova temática neste campo de pesquisa, formando o que Peng, Wang e Jiang (2008) chamam de tripé de sustentação para o desempenho da firma.

Esta composição de níveis analíticos para entendimento da determinante de desempenho da firma em negócios internacionais, consiste basicamente em integrar três perspectivas teóricas: a) recursos e capacidades da firma; b)competição industrial; e c) condições e transições institucionais. Peng, Wang e Jiang (2008) deixam claro a importância da competição industrial e dos recursos e das capacidades da firma, contudo, ressaltam que as instituições acabam sendo negligenciadas e isto veio à tona quando países emergentes ou em desenvolvimento tornaram-se destaque na esfera econômica.

O institucionalismo discutido por Peng, Wang e Jiang (2008) e Peng e Pleggenkuhle-Miles (2009) é, sobretudo, norteado por North (1990), que conceitua instituições como as “regras do jogo” que normatizam a interação entre firmas e em Scott (1995), que as conceitua como estruturas regulatórias, normativas e cognitivas que provêm estabilidade ao comportamento social. Tomadas em conjunto, as duas perspectivas institucionalistas propiciam óticas formais e informais sobre seu objeto.

Apesar de Peng, Wang e Jiang (2008) e Peng e Pleggenkuhle-Miles (2009) fazerem menção ao institucionalismo com recorte em economias emergentes, o tema institucional em negócios internacionais não é inédito. Nos trabalhos de Peng, Wang e Jiang (2008) e Peng e Pleggenkuhle-Miles (2009) não são encontradas menções aos estudos de Kostova (1999) e Kostova e Zaheer (1999) ou de Xu, Pan e Beamish (2004), que dizem respeito de atributos institucionais ligados a múltiplos locais de estabelecimento de firmas multinacionais.

Contudo, foi sob o recorte de economias emergentes que Peng (2003, p. 275) apontou, como uma das características dos mercados emergentes, a “propensão de mudanças conjunturais nas regras formais e informais do jogo que afetam as firmas como jogadores”, rotuladas por ele como “instituições transitórias”. Este fato é também ressaltado por Meyer e Peng (2005) e é tratado, nos casos estudados por estes autores, como consequência da transformação do sistema geopolítico e econômico. Focando na transição socialista para capitalista em países do centro e leste europeu, sobretudo na Rússia, observaram as dificuldades/barreiras para a atuação de empresas estrangeiras nesse mercado impostas por essas “regras do jogo”, como também evidenciado nos trabalhos de Aidis e Adachi (2007) e Fey e Beamish (2000).

Peng, Wang e Jiang (2008) argumentam que as condições e transições institucionais constituem fatores que influencia a firma, em pé de igualdade com

a estrutura industrial e os recursos e capacidades da firma. A mesma posição é mantida no estudo de Peng e Pleggenkuhle-Miles (2009), que trata a abordagem institucional como elo entre vários debates atuais no campo de negócios internacionais.

Apesar do estudo de Peng, Wang e Jiang (2008) resgatar o peso de fatores institucionais para o sucesso ou fracasso em mercados emergentes, uma contribuição indireta de seu trabalho é a visualização de múltiplas condutas teóricas para um mesmo fim, neste estudo nominado como desempenho da firma.

Dunning e Lundan (2008) falam da importância da heterogeneidade a respeito do conceito da multinacional e admitem diversas posturas teóricas para melhor explicar as atuais formas e condutas de firmas que atuam em múltiplos países. Peng, Wang e Jiang (2008) não entram em conflito com a postura de diversas óticas sobre um objeto, como a apresentada em Dunning e Lundan (2008), contudo diferencia-se por apresentar um modelo integrador entre múltiplas teorias para melhor entender um atributo/objeto específico. Percebe-se que esta postura integradora vem influenciando outros pesquisadores como, por exemplo, os já citados Wang et al. (2012), Xie et al. (2011), Lu, Liu e Wang (2011) e Gao, Murray e Kotabe (2010).

Assim como estes últimos, adota-se neste estudo a mesma intenção integradora a fim de compreender os determinantes do desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. Neste sentido, este estudo introduz os fatores abaixo.

3.2.1 Competição industrial

Estudos a respeito de conjuntura industrial ligados ao desempenho de firmas são largamente observados e documentados no campo de estudos de

negócios, como revelam Capon, Farley e Hoenig (1990). Hansen e Wernerfelt (1989) enfatizam que a economia tem grande destaque como um dos principais campos de pesquisa para determinar o desempenho da firma. Assim, essa conduta teórica “ênfatiza a importância de fatores do mercado para determinar o sucesso da empresa” (HANSEN; WERNERFELT, 1989, p. 339), sendo que, de acordo com estes autores, o sucesso pode ser medido em função de seu desempenho.

De acordo com Hansen e Wernerfelt (1989), a teoria da organização industrial (OI) tem se mostrado extremamente útil para os pesquisadores cujo interesse é a influência da estrutura de mercado na firma e, conseqüentemente, em seu desempenho. Grande número de trabalhos reflete esta postura teórica e gera significativa massa de análise que envolve atributos da OI (MONTGOMERY; WERNERFELT, 1991; HANSEN; WERNERFELT, 1989; WERNERFELT; MONTGOMERY, 1988; PORTER, 1979, 1985).

Percebe-se a preocupação dos autores acima mencionado sem compreender a ligação do mercado com o desempenho da firma e, mesmo indiretamente, recaem sobre os estudos de Bain (1951) que examinou a relação entre estrutura de mercado (medida pela concentração do mercado) e o exercício de poder de mercado. Assim, a capacidade das firmas sem exercer poder sobre o mercado se tornou uma grande preocupação para alguns economistas e formuladores de políticas. Por outro lado, tornou-se ponto de interesse para estudiosos da firma, por apresentar reflexo em seu desempenho.

A abordagem de maior proeminência nesta base teórica é o paradigma da Estrutura-Condução-Desempenho (ECD), que defende uma ligação direta entre a concentração de mercado eo grau de concorrência. De acordo com o paradigma ECD, uma maior concentração de mercado permite que as firmas detentoras da maior parcela de mercado explorem o poder de mercado para,

assim, obter maior lucro (PRESCOTT; KOHLI; VENKATRAMAN, 1986; BAIN, 1951).

De acordo com Scherer (1980), a concentração de mercado é considerada a junção das partes de mercado dominadas pelas principais firmas que atuam no referido setor. Esta mesma consideração é válida na área de negócios internacionais, assim como é explicitada nos trabalhos de Xie et al. (2011) e Zhao e Zou (2002).

Bresnahan (1989) explica que uma alta concentração de mercado é tida quando poucas firmas detêm significativa parcela do mesmo (*market share*), enquanto a maioria das firmas operam no resto do mercado. Por outro lado, baixa concentração de mercado é caracterizada por grande número de competidores em uma situação, onde não se nota domínio por parte de algumas firmas.

A concentração de mercado é um importante aspecto da estrutura de mercado onde as firmas estão inserida se que influencia o desempenho da firma (BRESNAHAN, 1989, PRESCOTT; KOHLI; VENKATRAMAN, 1986; PORTER, 1979, 1985; SCHERER, 1980). Em estudo mais recente, Van Kranenburg, Palm e Pfann (2002) também sustentam esta idéia e explicitam que a concentração de mercado pode refletir posições competitivas de firmas em um determinado setor. Os autores ainda enfatizam que a concentração de mercado age como um relevante indutor de conduta das empresas que dominam a estrutura do mercado, e esta conduta afeta por sua vez o desempenho das firmas.

Xie et al. (2011) percebem que, quando uma multinacional entra em um mercado hospedeiro, ela é afetada pelas condições do mercado local no qual decidiu operar. Outros estudos na área de negócios internacionais também sugerem que a concentração de mercado no país hospedeiro é significativamente ligada ao desempenho das firmas estrangeiras que passam a utilizar o referido destino (ZHAO; ZOU, 2002; LI, 1995). Assim, a hipótese que

- a) **Hipótese 1:** Quanto maior a concentração do mercado correspondente ao setor de atuação da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro menor será o seu desempenho.

Além da concentração de mercado, outra condição importante para determinação do desempenho é a própria natureza do setor onde a firma está inserida (HALKOS; TZEREMES, 2007). Halkos e Tzeremes (2007, p.728), em um extenso estudo com firmas gregas, concluem que o “desempenho individual de firmas é fortemente relacionada com as características do setor em que atuam”, isto revela que podem haver setores com maior ou menor pré-disposição para gerar desempenho em firmas. Visão compartilhada por McGahan e Porter (1997), que também por análise empírica revelam a importância do setor da economia onde a firma está inserida para entendimento de seu desempenho.

Dentro de uma perspectiva neo-schumpeteriana, de incremento tecnológico setorial, Kirner, Kinkel e Jaeger (2009), em pesquisa com firmas alemãs, comprovam que o setor da economia, baseada em sua intensidade tecnológica, influencia o desempenho das firmas que atuam no mesmo. Este fato também é comprovado em outros estudos, como nos trabalhos de Rodriguez e Rodriguez (2005), Munier (2006) e em Wu (2012), que afirmam com base em dados empíricos a diferenciação do desempenho de firmas derivadas de níveis de intensidade tecnológica do setor da economia.

Rodriguez e Rodriguez (2005), estudando firmas e os setores espanhóis, chamam atenção para o que denominam de “efeito setor” (*sector effect*) em relação ao desempenho internacional de firmas espanholas e revelam que “fato de pertencer a um determinado setor pode condicionar a estratégia e o desempenho de alguma forma de uma empresa” (RODRIGUEZ; RODRIGUEZ, 2005, p.545). De acordo com os autores, este fato se deve ao efeito setor, pois, a partir do momento que a firma inicia o processo de

internacionalização, estando em um setor que é intensivo em tecnologia, esta firma intensifica o processo, como resultado de *spillovers* tecnológicos dentro da indústria, externalidades e pressões acumuladas, que lhe permitem melhorar a sua capacidade tecnológica ao nível da empresa e, conseqüentemente, a sua competitividade. Este fato, afeta positivamente o seu desempenho. Como também comprovado por Munier (2006).

Apesar de não evidenciar resultados que contestem Rodriguez e Rodriguez (2005), Munier (2006) e Kirner, Kinkel e Jaeger (2009), o trabalho de Wu (2012) afirma que não é a pressão ou os *spillovers* tecnológicos que geram desempenhos superiores a firmas que estão em setores intensivos em tecnologia, mas sim, critérios colaborativos que são moldados frente a competição de mercado e da própria busca por intensificação de tecnologia. Deste modo,

- b) **Hipótese 2:** Quanto maior o nível de intensidade tecnológica do setor do mercado hospedeiro brasileiro onde a subsidiária estrangeira está instalada maior serão seu desempenho.

3.2.2 Condições e transições institucionais

A visão baseada em instituições ressalta as estruturas formais ou informais que regulam o desenvolvimento de negócios internacionais e podem moldar a competição industrial, bem como os recursos e capacidades da firma (PENG; WANG; JIANG, 2008; PENG; PLEGGENKUHLE-MILES, 2009). As dimensões das instituições podem ser visualizadas no Quadro 2, desdobradas em níveis de formalização (NORTH, 1990) e em pilares (SCOTT, 1995), sendo operacionalizadas, respectivamente, como regras, leis, regulamentos e como normas de grupos, valores culturais e cognição influenciadas por etnia, religião e educação.

Quadro 2 Dimensões das instituições

Formalização (NORTH, 1990)	Pilares (SCOTT, 1995)	Operacionalização
Formais	Regulação (coerção)	Regras Leis Regulamentos
Informais	Normatização	Normas de grupos Valores culturais
	Cognição	Etnia Religião Educação

Fonte: Adaptado de North (1990) e Scott (1995).

Uma das primeiras sínteses teóricas a respeito da internacionalização de firmas é o modelo da escola sueca de Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 1977; 1990) e chamava a atenção para diferenças entre a conjuntura do país da matriz e a do país que hospedaria sua subsidiária. Esta diferença era retratada como distância psíquica e mostrava-se eficiente na análise de estudos de negócios internacionais. Ao que parece, o termo distância psíquica entrou em desuso (JOHANSON; VAHLNE, 2009). Contudo, as diferenças com base nas institucionais ganharam força (PENG; WANG; JIANG, 2008; MEYER; PENG, 2005; XU; PAN; BEAMISH, 2004).

Ghemawat (2003) nota que dimensões culturais, administrativas e econômicas em negócios internacionais são importantes fatores que diferenciam de país a país. Desse modo, o condicionante envolvido na diferença entre as posições institucionais mostra-se válido no estudo dos determinantes de desempenho de firma em ambiente internacional, como enfatizam recentes estudos (CANTWELL; DUNNING; LUNDAN, 2010; CHAO; KUMAR, 2010; CANTWELL, 2009; ROY; OLIVER, 2009; PENG; WANG; JIANG, 2008; LI; YUE, 2008).

Kostova (1999) utiliza o termo distância institucional para nominar a diferença entre as posições institucionais que envolvem o país de

origem e o país hospedeiro de uma determinada firma. Mais especificamente, estas posições são divididas em regulatórias, cognitivas e normativas. As instituições regulatórias estariam expressas nas regras e leis que constituem a ordem e a estabilidade em uma sociedade; já as instituições normativas são representadas pelo domínio de valores sociais e, por fim, as instituições cognitivas são as estruturas cognitivas estabelecidas em uma sociedade (KOSTOVA, 1999; KOSTOVA; ZAHEER, 1999).

Kostova e Zaheer (1999) e Jackson e Deeg (2008) afirmam que a distância institucional entre o país de origem da multinacional e do país hospedeiro de sua subsidiária exerce impacto negativo sobre o esforço da multinacional para estabelecer e manter a sua legitimidade no país hospedeiro. De acordo com os mesmos autores, a não familiaridade e as diferenças no mercado entre o país de origem com o país hospedeiro podem aumentar a incerteza e o risco para a atuação da firma neste último. Em estudo recente e empírico, Roy e Oliver (2009), confirmam a interferência de fatores legais em *joint-ventures* internacionais e revelam que o tema continua recorrente na academia.

Xu, Pan e Beamish (2004), em estudo que operacionaliza a distância institucional, enfatizaram dois pilares, denominados: a) distância normativa e b) distância regulatória. A distância regulatória expressa as diferenças de regulação entre o país de origem da firma e o país hospedeiro de sua subsidiária, enquanto a distância normativa reflete as diferenças nas normas sociais entre o país de origem da firma e país hospedeiro de sua subsidiária (XU; PAN; BEAMISH, 2004). Percebe-se que, além de bem aceita, a operacionalização da distância institucional realizada por Xu, Pan e Beamish (2004) é amplamente utilizada, assim como retratam os recentes estudos de Xie et al. (2011), Chao e Kumar (2010) e Gaur, Delios e Kulwant (2007). Com base nestes trabalhos hipotetiza-se que,

- c) **Hipótese 3:** Quanto maior a distância normativa entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária.

- d) **Hipótese 4:** Quanto maior a distância regulatória entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária.

Apesar dos critérios das distâncias normativa e regulatória apresentarem naturezas distintas (XU; PAN; BEAMISH, 2004; GAUR; DELIOS; KULWANT, 2007; CHAO; KUMAR, 2010), Thome, Vieira e Santos (2012) revelam que em um mercado emergente específico, Rússia, critérios normativos e regulatórios são tão complexos e voláteis, muitas vezes até conflitantes, que parecem gerar complicações adicionais às firmas que pretendem se estabelecer no referido mercado.

A situação descrita por Thomé, Vieira e Santos (2012), apesar de logicamente compreensível, ainda não foi testada em situações que apresentem representatividade de dados. Assim,

- e) **Hipótese 5:** Quanto maior a interação entre as distâncias normativa e regulatória entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária.

3.2.3 Recursos e capacidades da firma

Com respeito aos recursos e capacidades da firma, a teoria da Visão Baseada em Recursos (RBV), assim como a teoria da rede de negócios, evidencia que fatores idiossincráticos relacionados à trajetória podem moldar a firma e/ou a rede (BARNEY; WRIGHT; KETCHEN, 2001; DYER; SINGH, 1998; BARNEY, 1991). Na teoria da RBV, firmas procuram acumular recursos que variam em raridade, impossibilidade de imitação, escassez e possibilidade de comercialização (BARNEY; WRIGHT; KETCHEN, 2001). O princípio fundamental desta teoria é que a base para a vantagem competitiva de uma empresa encontra-se, sobretudo, na aplicação do pacote de recursos valiosos à disposição da firma (BARNEY; WRIGHT; KETCHEN, 2001).

Peng (2001) confirma a possibilidade da aplicação desta teoria em ambiente internacional e afirma que recursos acumulados em negócios internacionais podem gerar vantagens para os seus detentores. Dunning (2000), fazendo alusão a seu modelo clássico, o paradigma eclético, menciona recursos como atributo de característica de propriedade da firma. Este mesmo autor define uma série de atributos que podem ser considerados características/recursos/capacidades da firma, tais como patentes legais, expertise, formas de produção, força de trabalho, vantagens de escopo e escala, entre outros (HALKOS; TZEREMES, 2007).

Uma das características ou recursos tratada na literatura internacional com status de significância é o tamanho da firma (CAPON; FARLEY; HOENIG, 1990; CAVES, 1996; DUNNING, 2000; HANSEN; WERNERFELT, 1989; LEE; HABTE-GIORGIS, 2004). Em linhas gerais, percebe-se que a corrente neoclássica pondera que o tamanho da firma influencia a possibilidade de produzir serviços ou produtos de maneira mais eficiente e barata. Este fato se deve a fatores de escala, escopo e/ou até mesmo pelo acúmulo de conhecimento

que firmas de maior porte possam apresentar (HANSEN; WERNERFELT, 1989; BOEHE, 2013; HALKOS; TZEREMES, 2007; LEE; HABTE-GIORGIS, 2004).

O inverso também se mostra real, ou seja, firmas de menor tamanho apresentam dificuldades que são superadas com mecanismos de agrupamento regional, ou sobre um produto/serviço específico por mecanismos de colaboração (BOEHE, 2013). Esse atributo suporta a possível ligação entre o tamanho da firma com sua mensurável de sucesso.

Dentre as várias possibilidades de associação do tamanho da firma com mensuráveis de sucesso, nota-se uma grande inclinação para o quesito desempenho (CAPON; FARLEY; HOENIG, 1990; HALKOS; TZEREMES, 2007; HANSEN; WERNERFELT, 1989; LEE; HABTE-GIORGIS, 2004).

Contudo, na literatura não é encontrado consenso acadêmico na junção da variável desempenho em detrimento do tamanho da firma. Isso é evidenciado pela contraposição dos estudos de Hansen e Wernerfelt (1989), Lee e Habte-Giorgis (2004) e Halkos e Tzeremes (2007) que concluem haver ligação positiva entre tamanho da firma e seu desempenho financeiro e no trabalho de Capon, Farley e Hoenig (1990) que concluem a não significância desta ligação. Apesar da ponderação feita com a ressalva em Capon, Farley e Hoenig (1990), vai-se ao encontro dos trabalhos de Hansen e Wernerfelt (1989), Lee e Habte-Giorgis (2004) e Halkos e Tzeremes (2007) e espera-se encontrar relação positiva entre o tamanho da firma e seu desempenho. Assim:

- f) **Hipótese 6:** Quanto maior o tamanho da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro, maior será seu o desempenho.

Além do tamanho da firma, outros atributos tomam papel de destaque na literatura de negócios internacionais. Montgomery e Wernerfelt (1991), por

exemplo, utilizam a parcela de mercado como um recurso da firma que lhe gera desempenho diferenciado. Estes autores estudaram o mercado de cerveja americano e notaram que maiores parcelas de mercado podem gerar e sustentar, para suas detentoras, maiores desempenhos.

Van Kranenburg, Palm e Pfann (2002) e Prescott, Kohli e Venkatraman (1986) compartilham da mesma visão de Montgomery e Wernerfelt (1991) e revelam que o fato de possuir maior ou menor parcela de mercado pode refletir na posição competitiva da firma. Considerando assim, a parcela de mercado um importante recurso da firma.

Van Kranenburg, Palm e Pfann (2002) e Prescott, Kohli e Venkatraman (1986) também revelam que a parcela de mercado é um recurso da firma que pode agir como indutor de conduta na estrutura do mercado ou setor onde atua e a conduta afetaria por sua vez o desempenho da firma. Tremblay, Iwasaki e Tremblay (2005) bem como Iwasaki, Seldon e Tremblay (2008) trazem evidências que firmas de setores específicos que se valem de significativas parcelas de mercado para obter desempenho superior a seus concorrentes, um dos exemplos desta prática é retratada também por Hay (2001) no mercado brasileiro. Deste modo:

- g) **Hipótese 7:** Quanto maior a parcela de mercado da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro, maior será seu o desempenho.

Peng (2001) chama a atenção para o capital social desenvolvido em redes de negócios e para o conhecimento tácito que a empresa desenvolve e procura manter, em operações globais, tratando-os como recursos distintivos.

Estes recursos distintivos são ligados, assim, à experiência internacional que a firma desenvolve ao longo de sua trajetória (PENG, 2001), podendo, desse

modo, colaborar na transferência/relocação de capacidades específicas que irão proporcionar vantagem competitiva desejada. Este fato se deve a experiências passadas pela firma em outros países hospedeiros e é passível de utilização em sua expansão internacional (RUGMAN; VERBEKE, 2001; BOUQUET; MORRISON; BIRKINSHAW, 2009) e, de acordo com Zou e Cavusgil (2002), pode influenciar fortemente o desempenho da firma.

Johanson e Vahlne (1977) trazem evidências de que firmas com maior experiência internacional apresentam maior propensão a desenvolver capacidades organizacionais em mercados internacionais. Após o artigo destes autores, percebe-se uma forte tendência na literatura de negócios internacionais a assumir que a experiência internacional apresenta influência positiva sobre o desempenho de firmas multinacionais (RUGMAN; VERBEKE, 2001; DELIOS; BEAMISH, 2001; ZOU; CAVUSGIL, 2002; BOUQUET; MORRISON; BIRKINSHAW, 2009).

Chandra, Styles e Wilkinson (2009) revelam que firmas com maior experiência internacional apresentam-se em posição de vantagem quando comparadas com outras que apresentam pouca, posição também visualizada por pesquisas empíricas de Bouquet, Morrison e Birkinshaw (2009) trabalhando atributos financeiros. Portanto, associa-se a experiência internacional como uma variável independente para o desempenho da firma no mercado hospedeiro brasileiro. Assim,

- h) **Hipótese 8:** Quanto maior a experiência da multinacional estrangeira, maior será o desempenho da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro.

Além da experiência internacional, a literatura do campo de estudos de negócios internacionais também aponta para outro importante recurso, que é o

conhecimento local acumulado pela firma durante sua atuação no mesmo. Percebe-se que o termo “conhecimento local” no contexto dos negócios internacionais apresenta heterogeneidade de estética na sua forma escrita e pode ser visto na literatura alternando-se como “conhecimento do mercado externo” (ERIKSSON; CHETTY, 2003) e “conhecimentos específicos do mercado” (JOHANSON; VAHLNE, 1977), por exemplo. Lord e Ranft (2000, p.573) definem conhecimento local como o “conhecimento que é específico de um país hospedeiro quanto à sua língua, cultura, política, sociedade e economia”.

Enfatizando a natureza complexa e ampla gama de conhecimento local Makino e Delios (1996, p.907) forneceram uma explicação mais ampla:

O conhecimento local inclui informações e *know-how* respeito da economia local, política, cultura e costumes de negócios de uma região; informações sobre as demandas locais e gostos, e informações sobre formas de acessar a força de trabalho local, canais de distribuição, infraestrutura, matéria-prima, e outros fatores necessários para a realização de negócios em uma região.

Li (1994), bem como Makino e Delios (1996), revelam que certos atributos do conhecimento local não podem ser tratados como um bem público de fácil acesso e de transferência dentro das firmas multinacionais. O conhecimento local em um país hospedeiro específico, sobretudo em economias emergentes, pode ter uma natureza tácita mais elevada que em outros países (tidos como desenvolvidos), tornando mais difícil de capturar (HARVEY; SPEIER; NOVICEVIC, 1999), além disso, vale ressaltar com base no recente estudo de Estrin e Prevezer (2010) as diferenças entre os próprios emergentes do BRIC e a não possibilidade de generalização de conhecimento de política, cultura e costumes específicos para um conjunto de países que economicamente encontram-se em semelhante estágio de desenvolvimento.

Em linhas gerais, Yiu e Makino (2002) explicam que a falta do conhecimento local pode gerar desvantagem para firmas estrangeiras em relação a firmas locais (do próprio país) ou de outras firmas estrangeiras que estejam a mais tempo localizadas no país hospedeiro.

O conhecimento do local a respeito das preferências específicas de clientes, concorrentes e fornecedores, entre outras coisas, possibilita que a subsidiária da firma estrangeira desenvolva e disponibilize produtos/serviços condizentes com as demandas do mercado hospedeiro (RUGMAN; VERBEKE, 2001; DELIOS; BEAMISH, 2001; SRIVASTAVA; FAHEY; CHRISTENSEN, 2001).

Além disso, Mudambi e Navarra (2004) também revelam que as subsidiárias têm adquirido significativa independência estratégica nos países hospedeiros. Cantwell (2009) comenta que subsidiárias em diversas localizações geográficas adquiriram responsabilidade a respeito da gama de produtos e atuação nos respectivos mercados hospedeiros e, para Mudambi e Navarra (2004), esta independência, quando baseada no conhecimento local, pode aumentar a competitividade da mesma no mercado hospedeiro que deve ser refletida em desempenho. Assim,

- i) **Hipótese 9:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro maior será seu desempenho.

Estabelecer relação entre a visão baseada em recursos e a visão baseada em instituições é objetivo de Wright et al. (2005), para compreender que, em economias emergentes ou em transição, firmas estrangeiras possam enfrentar escassez e, até mesmo, a obsolescência de recursos. Assim, onde os recursos eram antes valiosos sob um regime de governo, tornam-se menos valiosos no

âmbito de instituições em transição. Desse modo, arranjos organizacionais, tais como grupos empresariais (conglomerados) e redes interorganizacionais, podem se manifestar em economias emergentes como uma forma de adaptação para lidar com os problemas de instituições do mercado subdesenvolvidas.

Cantwell, Dunning e Lundan (2010) revelam que multinacionais sofrem interferência de mudanças institucionais, fato também notado por Peng (2003). Além da interferência por mudanças institucionais no desempenho de multinacionais, Kostova (1999), Kostova e Zaheer (1999) e Roy e Oliver (2009) enfatizam que o distanciamento de padrões institucionais entre matriz e subsidiária são negativamente associados com o desempenho da subsidiária.

Contudo, quando se olha pela perspectiva de Wright et al. (2005) em North (1990) e Scott (1995) - que conceituam instituições como as estruturas ou pilares que regem a conduta de uma conjuntura social e/ou econômica, tais como regras, leis, regulamento/normas de grupos, valores culturais e cognição influenciada por etnia, religião e educação - percebe-se que o conhecimento local pode reduzir o impacto decorrentes do distanciamento institucional entre matriz e subsidiária. Afinal, Makino e Delios (1996), Li (1994) e Lord e Ranft (2000) revelam que o conceito de conhecimento local é justamente o ato de tomar conhecimento de particularidades específicas de um país hospedeiro.

As particularidades, de acordo com Makino e Delios (1996) e Lord e Ranft (2000) são além de atributos de localização do mercado (força de trabalho, matéria-prima, oferta e demanda de produtos, entre outros), os atributos institucionais - da economia local, política, cultura e costumes. Deste modo, o conhecimento local apresenta ligação com condições institucionais que envolvem distanciamento entre matriz e subsidiária.

Assim, percebe-se, pelas leituras de Makino e Delios (1996), Li (1994), Lord e Ranft (2000), Wright et al. (2005), Peng (2001) e Cantwell (2009), que recursos organizacionais podem reduzir o reflexo das variações institucionais

sentidas pela firma, bem como o poder da distância institucional. Por isso hipotetisa-se que as firmas multinacionais podem se beneficiar de recursos próprios como conhecimento local de mercado, em detrimento da distância institucional (normativa e regulatória) (CANTWELL, 2009). Deste modo,

- j) **Hipótese 10:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da distância normativa no seu desempenho.
- k) **Hipótese 11:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da distância regulatória no seu desempenho.
- l) **Hipótese 12:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da interação entre as distâncias normativa e regulatória no seu desempenho.

A última consideração a ser feita no presente trabalho, com respeito a possíveis determinantes de desempenho no mercado hospedeiro brasileiro, relaciona-se à interpretação de maiores lucros em mercados mais concentrados. Bresnahan (1989) prova que o poder de mercado pode ser considerado problemático em consideração totalitária, pois não deixa margem para outra alternativa plausível de explicação a respeito do desempenho, que é a da eficiência. Quando a análise diz respeito a uma firma com caráter multinacional, torna-se necessário frisar que a mesma pode alocar ou realocar recursos ou competências em diferentes localidades (CANTWELL, 2009;

MUDAMBI; NAVARRA, 2004; RUGMAN; VERBEKE, 2001; SRIVASTAVA; FAHEY; CHRISTENSEN, 2001).

Adler e Hashai (2007) desenvolvem um modelo linear de integração mista para compreender a localização-alocação decorrente da experiência internacional de firmas multinacionais levando em consideração atributos desenvolvidos pela firma. O modelo de Adler e Hashai (2007) contempla enfaticamente no papel do comércio intra-firma, os fluxos de conhecimento entre subsidiárias e extra-firma, a fim de operacionalizar matematicamente a questão da minimização de custos das firmas multinacionais em detrimento de sua experiência internacional.

Desse modo, a firma pode não apresentar maior participação em mercado, mas sim, maior eficiência empregada que, de acordo com Adler e Hashai (2007) e Chandra, Styles e Wilkinson (2009), é reflexo de maior experiência internacional e resultará em desempenho superior. Desse modo,

- m) Hipótese 13:** Quanto maior a experiência internacional da multinacional estrangeira menor será o impacto da concentração de mercado no desempenho da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro.

4 MODELO CONCEITUAL

O modelo conceitual expresso na Figura 1 mostra o desdobramento e a operacionalização das três perspectivas teóricas postas em paralelo por Peng, Wang e Jiang (2008), aqui divididos em: a) Competição industrial (concentração de mercado e nível de intensidade tecnológica do setor); b) Recursos e capacidades da firma (experiência internacional, conhecimento local, tamanho e parcela de mercado); e c) Condições e transições institucionais (distância normativa, distância regulatória e interação de distância normativa e regulatória).

Pela própria natureza do direcionamento da pesquisa em detrimento de uma taxonomia específica de firma em um país, o estudo se limita a analisar subsidiárias de multinacionais não brasileiras que atuam no mercado hospedeiro nacional. As hipóteses desenvolvidas em cada uma das perspectivas teóricas estão expostas na próxima sessão e encontram-se expressas na Figura 1.

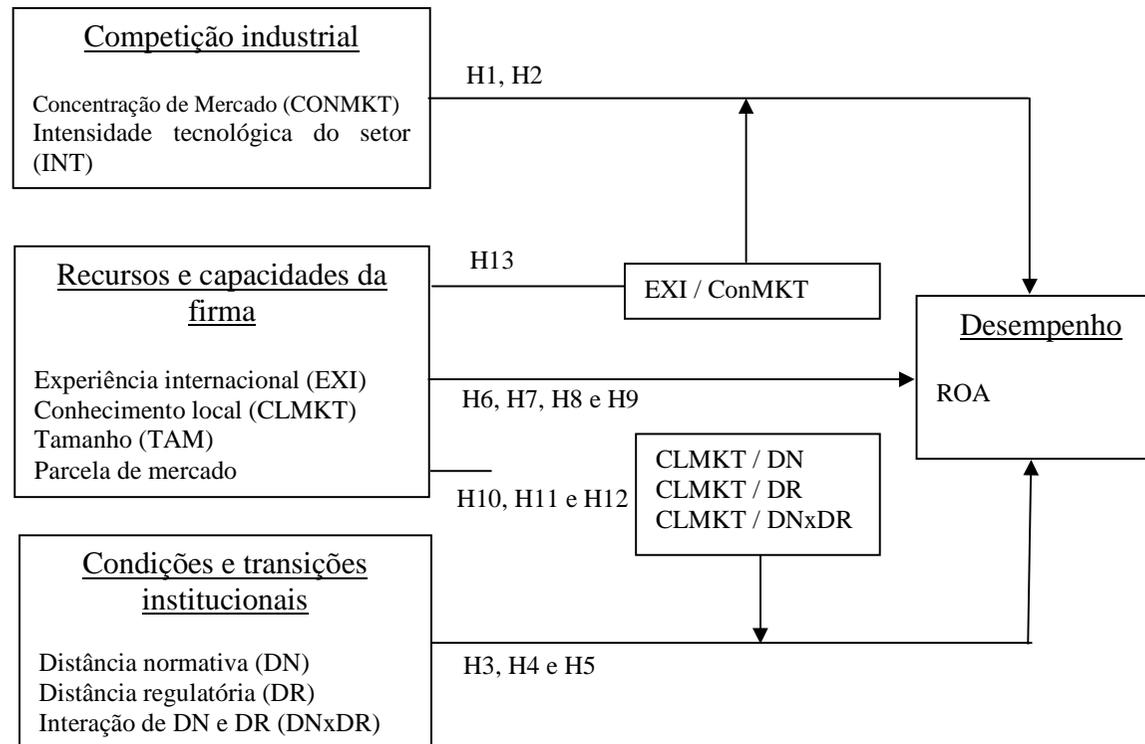


Figura 1 Modelo conceitual.

5 DESCRIÇÃO E MENSURAÇÃO DAS VARIÁVEIS

5.1 Competição industrial

5.1.1 Concentração de mercado

Dentro das possibilidades de operacionalizar a concentração de mercado, percebe-se, pela leitura de Hall e Tideman (1967), uma série de características que devem ser atendidas por uma sólida base de medida de concentração. Resende e Boff (2002), sem fazer menção ao trabalho de Hall e Tideman (1967), parecem compartilhar do mesmo rigor e partem do princípio de que as medidas de concentração devem tomar como base as parcelas de mercado de cada firma. Esta parcela pode ser expressa de diversas maneiras e formulada de modo a considerar a concentração da desigualdade das parcelas de mercado e do número de firmas. Assim, percebe-se que a concentração pode ser vista pelo contingente de firmas que detêm maior parcela de um determinado mercado.

Dentre as possíveis equações utilizadas para expressar a concentração de mercado, Resende e Boff (2002) dão destaque para o Índice Hirschman-Herfindahl (IHH). Percebe-se que a academia internacional também respalda esta fórmula de cálculo, assim como expresso em Stavins (2001), que utilizou este índice para compreender a ligação entre a concentração de mercado no transporte aéreo e os preços praticados no respectivo setor, bem como por instituições públicas (Departamento de Justiça dos Estados Unidos da América) para aferição de lei que visa manter a competição de mercado, como relatado por Moan (2006), no caso da consolidação decorrente da desregulamentação de setores específicos.

O IHH é expresso pela Equação 1:

$$IHH = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (1)$$

em que IHH = Índice de Herfindahl-Hirschman; S_i^2 = parcela de mercado ao quadrado e n = total de empresas do setor.

Para efetuar este cálculo, foi utilizada a base de dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (BRASIL, 2009, 2010, 2011, 2012), tendo o item venda por firma (independente da nacionalidade) em detrimento de seu setor específico (os setores são: Atacado, Autoindústria, Bens de Capital, Bens de Consumo, Comunicações, Diversos, Eletroeletrônico, Energia, Farmacêutico, Indústria da Construção, Indústria Digital, Mineração, Papel e Celulose, Produção Agropecuária, Química e Petroquímica, Serviços, Siderurgia e Metalurgia, Telecomunicações, Têxteis, Transporte, Varejo) da mesma base de dados, no período de 2008 a 2011.

5.1.2 Nível de intensidade tecnológica do setor

A variável nível de intensidade tecnológica do setor é uma escala ordinal assumida como intervalar que segue a classificação da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (*Organisation for Economic Co-operation and Development* - OECD) (OECD, 2005) também aplicada em Kearns e Ruane (2001), Görg e Strobl (2003), Godin (2004) e Falk (2007).

A OECD agrupa os setores econômicos em função do seu nível de intensidade tecnológico e os diferencia em quatro níveis, sendo eles:

- a) alta intensidade tecnológica;
- b) média-alta intensidade tecnológica;
- c) média-baixa intensidade tecnológica; e

d) baixa intensidade tecnológica.

De acordo com Gujarati (2006), variáveis intervalares são utilizadas em modelos para categorização distintiva. Neste estudo, esta variável é 1 para firmas que se encontram em setores classificados como de nível de baixa intensidade tecnológica, 2 para firmas que se encontram em setores classificados como de nível de média-baixa intensidade tecnológica, 3 para firmas que se encontram em setores classificados como de nível de média-alta intensidade tecnológica e, por fim 4 para firmas que se encontram em setores classificados como de nível de alta intensidade tecnológica (GODIN, 2004; KEARNS; RUANE, 2001).

5.2 Condições e transições institucionais

5.2.1 Distância normativa

Xu, Pan e Beamish (2004) calcularam a distância normativa pela adaptação de itens do *The Global Competitiveness Report*, os quais correspondem a fatores institucionais, que equivalem a atitudes e normas de cada país analisado pelo referido relatório. Para mensurar a distância normativa, utiliza-se o cálculo simples da diferença entre os números dos itens do *The Global Competitiveness Report* ligados a fatores que envolvem normas de grupos e valores culturais referentes ao país hospedeiro (Brasil) e o país originário da firma.

Para o cálculo, são utilizados seis itens do *The Global Competitiveness Report*, que ponderam as normas dos países previamente selecionados: a) desvio de fundos públicos, b) favorecimento na decisão de funcionários públicos, c) extensão da formação de recursos humanos, d) nível de orientação ao

consumidor, e) cooperação na relação de trabalho, vi) disposição de delegar autoridade. Conforme Apêndice A.

Os itens referidos acima são uma compilação dos usados por Xie et al. (2011), Chao e Kumar (2010), Gaur, Delios e Kulwant (2007) e Xu, Pan e Beamish (2004) e disponibilizados nos relatórios do *The Global Competitiveness Report* utilizados neste estudo, datados em 2008/2009, 2009/2010, 2010/2011 e 2011/2012. O cálculo será o mesmo desenvolvido por Xu, Pan e Beamish (2004) e utilizado em Xie et al. (2011), Chao e Kumar (2010), Gaur, Delios e Kulwant (2007).

Para realização do cálculo, inicialmente fez-se necessário calcular a média dos itens anteriormente numerados, em que x_i é o valor da observação dos seis itens nominados acima em cada um dos anos da pesquisa e n é o número itens observados (seis). A média dos itens é chamada pelos autores anteriormente citados de escopo normativo do país. A partir do momento que se tem o escopo normativo dos países em um determinado ano (α) ($\bar{x}_{País/\alpha}$), faz-se a separação do país que hospeda a subsidiária ($\bar{x}_{Brasil/\alpha}$) dos países que detêm a matriz da firma ($\bar{x}_{PaísMatriz/\alpha}$).

Por fim, subtraiu-se do escopo normativo do país que detêm a matriz da firma o escopo normativo do país que hospeda a subsidiária, no mesmo ano. O montante decorrente desta subtração é a distância normativa e a equação 2 expressa o calculo necessário.

$$\text{Distância Normativa} = \bar{x}_{PaísMatriz/\alpha} - \bar{x}_{Brasil/\alpha} \quad (2)$$

em que

$\bar{x}_{PaísMatriz/\alpha}$ é a média dos seis itens extraídos do *The Global Competitiveness Report* relacionados ao país detentor da matriz da firma que apresenta subsidiária no Brasil;

$\bar{x}_{Brasil/\alpha}$ é a média dos seis itens extraídos do *The Global Competitiveness Report* relacionados ao Brasil, país que hospeda a subsidiária; e
 α é o ano.

5.2.2 Distância regulatória

Do mesmo modo que o cálculo a respeito da distância normativa, a distância regulatória leva em consideração itens do *The Global Competitiveness Report* e é baseado no método desenvolvido por Xu, Pan e Beamish (2004), correspondendo a quantificações do ambiente legal e regulatório dos países. O cálculo é realizado pela diferença entre os números dos itens do país hospedeiro e o país corresponde ao centro originário da firma.

Para o cálculo, são utilizados sete itens do *The Global Competitiveness Report*, que ponderam as regras, leis e regulamentos dos países previamente selecionados: a) eficácia da lei antimonopólio, b) direitos de propriedade, c) direitos de propriedade intelectual, d) independência judicial, e) eficiência da estrutura jurídica, vi) transparência da política governamental, f) confiabilidade nos serviços policiais. Conforme Apêndice B.

Assim como os itens da distância normativa, estes itens são uma compilação dos itens usados por Xie et al. (2011), Chao e Kumar (2010), Gaur, Delios e Kulwant (2007) e Xu, Pan e Beamish (2004) e disponibilizados nos relatórios a serem utilizados neste estudo do *The Global Competitiveness Report* datados de 2008/2009, 2009/2010, 2010/2011 e 2011/2012. O cálculo é o mesmo da distância normativa, ou seja, utiliza-se a média dos itens

anteriormente numerados neste seção, em que x_i é o valor da observação dos sete itens listados em cada um dos anos da pesquisa e n é o número itens observados (sete).

Neste caso, a média dos itens é nominada como escopo regulatório do país. Munido do escopo regulatório dos países em um determinado ano (α) ($\bar{x}_{País/\alpha}$), fez-se a mesma separação da distância normativa, ou seja, país que hospeda a subsidiária ($\bar{x}_{Brasil/\alpha}$) dos países que detêm a matriz da firma ($\bar{x}_{PaísMatriz/\alpha}$). Como último passo, subtrai-se do escopo regulatório do país que detêm a matriz da firma o escopo regulatório do país que hospeda a subsidiária da mesma, no determinado ano, e se tem a distância regulatória.

$$\text{Distância Normativa} = \bar{x}_{PaísMatriz/\alpha} - \bar{x}_{Brasil/\alpha} \quad (3)$$

em que

$\bar{x}_{PaísMatriz/\alpha}$ é a média dos sete itens extraídos do *The Global Competitiveness Report* relacionados ao país detentor da matriz da firma que apresenta subsidiária no Brasil;

$\bar{x}_{Brasil/\alpha}$ é a média dos sete itens extraídos do *The Global Competitiveness Report* relacionados ao Brasil, país que hospeda a subsidiária; e α é o ano.

5.3 Recursos e capacidades da firma

5.3.1 Tamanho

O tamanho da firma tem se mostrado altamente significativo para o estudo no campo dos negócios internacionais (XIE, et al., 2011; MAKINO; DELIOS, 1996; LI, 1994; ROOT, 1987). Assim como a variável de experiência internacional, diversos atributos são validados na literatura, tais como:

- a) total de ativos (patrimônio) (XIE et al., 2011; PADMANABHAN; CHO, 1996; TAN; VERTINSKY, 1996);
- b) total da receita (DELIOS; HENISZ, 2000); e
- c) número de funcionários (DELIOS; BEAMISH, 2001; HALKOS; TZEREMES, 2007; BOEHE, 2013).

Percebe-se que estas variáveis podem ser utilizadas para estipular variáveis *dummy* e condicionar o tamanho da firma entre grandes e pequenas, como no estudo de Erramilli (1991) ou no trabalho de Boehe (2013). Neste estudo, utilizou-se a variável número de funcionários em atributo contínuo para estimar o tamanho da firma. Para isso consultou-se o banco de dados da Revista Exame como fonte de origem dos dados nos anos de 2008, 2009, 2010 e 2011.

5.3.2 Parcela de mercado

A parcela de mercado correspondente a uma firma diz respeito à relação direta de sua representatividade no setor em que atua (BRESNAHAN, 1989). Tem como intenção designar a parcela de mercado detida por uma firma e sua medida quantifica em porcentagem a quantidade do mercado dominado por ela.

Divide-se o número total de unidades, ou valor, que a firma vendeu pelo total de unidades vendidas, ou valor, no setor em que a firma atua. O valor ainda pode ser obtido, pela divisão do valor total em vendas da empresa pelo valor total em vendas do setor (BLUNDELL; GRIFFITH; REENEN, 1999).

De acordo com Farris et al. (2010), em uma pesquisa realizada com 200 diretores de marketing das maiores multinacionais, 61% dos entrevistados classificaram a parcela de mercado como ao menos uma métrica muito importante/útil para o desempenho organizacional. Isto é justificado pelos autores por razões onde os gestores/diretores precisam ser capazes de traduzir as metas de vendas em quota de mercado. Farris et al. (2010) ainda comentam que a parcela de mercado é (ou deveria ser) acompanhada pelas firmas, tal monitoramento é justificado pois esta variável pode refletir sinais de mudança no cenário competitivo, e freqüentemente requer ações estratégicas ou táticas das firmas.

Assim como Farris et al. (2010), Tremblay, Iwasaki e Tremblay (2005), Iwasaki, Seldon e Tremblay (2008) e Montgomery e Wernerfelt (1991) utilizam a parcela de mercado como variável independente e encontram grande significancia em estudos específicos no setor de cervejas dos Estados Unidos da América.

Assim como no item anterior, utiliza-se a base de dados da Revista Exame, tendo o item venda por empresa em detrimento de seu setor específico (os setores são: Atacado, Autoindústria, Bens de Capital, Bens de Consumo, Comunicações, Diversos, Eletroeletrônico, Energia, Farmacêutico, Indústria da Construção, Indústria Digital, Mineração, Papel e Celulose, Produção Agropecuária, Química e Petroquímica, Serviços, Siderurgia e Metalurgia, Telecomunicações, Têxteis, Transporte, Varejo) na mesma base de dados, no período de 2008 a 2011.

5.3.3 Experiência internacional

O tema experiência internacional apresenta extensa literatura na área de negócios internacionais (CHANDRA; STYLES; WILKINSON, 2009; PENG, 2001; LI, 1994; MITCHELL; SHAVER; YEUNG, 1993; ERRAMILI, 1991). De modo geral, pode-se entender que experiência internacional compreende o nível de operações em ambiente internacional. Firmas com elevado nível de experiência internacional correspondem a firmas que atuam em diversas partes do globo, e não em uma região particular.

Percebe-se, pela leitura de Mitchell, Shaver e Yeung (1993), que a experiência internacional é mensurada em âmbito corporativo e é assumido, com base em Chandra, Styles e Wilkinson (2009) e Peng (2001) que, com maior experiência internacional, a firma pode afetar positivamente o desempenho de suas subsidiárias (MITCHELL; SHAVER; YEUNG, 1993). Para mensurar a experiência internacional em âmbito corporativo, é encontrada na literatura grande gama de variáveis, como, por exemplo:

- a) número de subsidiárias fora do país de origem da matriz da firma (LI, 1994; LU; BEASMISH, 2001; GAUR; LU, 2007);
- b) número de anos de operações internacionais associadas ao escopo geográfico onde acontecem tais operações (ERRAMILI, 1991); e
- c) número de países que apresentam subsidiárias fora do país de origem da matriz da firma (CAVES, 1996).

Para este estudo, escolheu-se como critério de mensuração o número de subsidiárias fora do país de origem da matriz da firma nos anos de 2008, 2009, 2010 e 2011. Para colher os dados a respeito do número de subsidiárias fora do país de origem da matriz da firma, foram analisados os relatórios de desempenho

disponibilizados pelas matrizes das subsidiárias estrangeiras que estão hospedadas no mercado brasileiro dos referidos anos.

5.3.4 Conhecimento local

Ainda fazendo menção a Mitchell, Shaver e Yeung (1993), percebe-se que o conhecimento local de mercado também é mensurável em âmbito corporativo e diz respeito ao conhecimento gerado por uma firma em um mercado específico. Makino e Delios (1996) e Luo (1999) demonstraram que conhecimento local pode ser operacionalizado pelo número de anos de operação da firma no mercado escolhido. Esta mensuração foi utilizada em um estudo recente realizado por Xie et al. (2011) e teve altíssima significância em seus modelos. Desse modo, justifica-se a escolha, nesta pesquisa, pela mensuração do conhecimento local do Brasil em anos de atuação das firmas estrangeiras que aqui operam. Assim, no presente estudo, utiliza-se o número de anos da presença das firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro como *proxy* para conhecimento local, respectivamente, entre 2008 e 2011. Para colher os dados a respeito dos anos de atuação das firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, foram analisadas informações disponibilizadas pelas subsidiárias do referido local.

5.4 Desempenho

5.4.1 Retorno sobre ativos (ROA)

O retorno sobre o ativo total (*retornonassets*) é um importante quociente individual da análise de desempenho econômico (ANDRES, 2008). Esta medida pode mostrar o desempenho da firma de forma global, quando analisada de

forma corporativa, ou localizada, quando considerado o desempenho de subsidiárias específicas em uma determinada unidade geográfica (KOTABE; SRINIVASAN; AULAKH, 2002).

Essa medida é amplamente empregada no campo dos estudos de negócios internacionais como teste geral de desempenho (CHARI; DAVID, 2011; BANALIEVA; SARATHY, 2011; LI; YUE, 2008; CONTRACTOR; KUMAR; KUNDU, 2007; CHACAR; VISSA, 2005; KOTABE; SRINIVASAN; AULAKH, 2002). A medida de retorno sobre o ativo representa o potencial de geração de lucros da empresa, isto é, o quanto a firma obteve de lucro líquido em relação aos investimentos totais, expresso na equação abaixo.

$$ROA = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}} \quad (4)$$

Para a realização do cálculo, foi utilizado o banco de dados da Revista Exame como fonte de origem dos dados a respeito do Lucro Líquido e Ativo Total de firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, nos anos de 2008 a 2011.

6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Conforme estabelecido na seção 2 o posicionamento funcionalista norteia o presente trabalho. A abordagem quantitativa, dentro do posicionamento funcionalista, de acordo com Gioia e Pitre (1990), tem objetivo de investigar a previsão, o controle, a descrição, a confirmação e também o teste de hipóteses. Como mencionado por Gioia e Pitre (1990), este estudo parte de características pré-determinadas e estruturadas. Apresenta, ainda, métodos amparados em inferências estatísticas e pretende sustentar conclusões numéricas.

Assim, o presente estudo não tem a intenção de entender a causa de um fenômeno, mas sim de identificar a existência e a força das relações entre as variáveis (HAIR et al., 2009) que são expressas na operacionalização do modelo conceitual. De acordo com os mesmos autores, este tipo de pesquisa é tido como correlacional, classificada na categoria *ex post facto*, pois apenas a natureza do relacionamento das variáveis é expressa, sem a finalidade de estabelecer causalidade, embora Black (1999) admita situar casualidade em circunstâncias específicas que permitam associações entre fenômenos e as variáveis.

Os estudos quantitativos são predominantes em pesquisas voltadas para negócios internacionais (BIRKINSHAW; BRANNEN; TUNG, 2011) e são totalidade naqueles que buscam estabelecer determinantes com base na junção teórica em diferentes níveis, exposta por Peng, Wang e Jiang (2008), frisando novamente os estudos de Wang et al. (2012), Xie et al. (2011), Lu, Liu e Wang (2011) e Gao, Murray e Kotabe (2010).

O caráter exploratório é conferido a este trabalho por: a) ir no sentido contrário dos estudos no campo de negócios internacionais vigentes no Brasil, que abordam a firma brasileira que transpassa as fronteiras nacionais em direção a mercado estrangeiro, como visto em Borini e Fleury (2010) e Scherer, Gomes e Kruglianskas (2009); b) ser o primeiro estudo que aborda ao análise em três

níveis (recursos e capacidades da firma, competição industrial e condições e transições institucionais) no mercado hospedeiro brasileiro e c) compor uma operacionalização inédita do modelo concebido por Peng, Wang e Jiang (2008).

6.1 Variáveis

Os fatores determinantes do desempenho das subsidiárias serão analisadas de acordo com a fundamentação teórica já apresentada. Para a operacionalização do modelo de Peng, Wang e Jiang (2008) foram utilizadas variáveis ligadas a cada um dos três níveis de análise e que apresentassem sustentação teórica no campo de estudos de negócios internacionais.

O modelo operacionalizado conta com um total de dez variáveis para estabelecer os fatores que determinam o desempenho de firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. No Quadro 3 encontram-se as variáveis, as medidas de mensuração e os termos utilizados no desenvolvimento do estudo, divididos em função dos níveis de análise previamente estabelecidos.

Quadro 3 Descrição das variáveis, medidas de mensuração, termo utilizado e fonte dos dados

	Variável	Medida de mensuração	Termo	Fonte
Competição industrial	Concentração de mercado	IHH	CONMKT	MDIC
	Intensidade tecnológica do setor	Nível de intensidade tecnológica do setor	INT	OECD
Recursos e capacidades da firma	Experiência internacional	Número de subsidiárias fora do país de origem da firma	EXI	Relatórios de matrizes
	Conhecimento local do Brasil	Anos de atuação no Brasil	CLMKT	Relatórios de subsidiárias
	Tamanho	Número de funcionários	TAM	Exame
	Parcela de Mercado	Divisão do valor total das vendas pelo total de vendas do setor	Parcela de Mercado	Exame
Condições e transições institucionais	Distância regulatória	Diferença entre o escopo regulatório brasileiro e o do país da origem da firma	DR	<i>The Global Competitiveness Report</i>
	Distância normativa	Diferença entre o escopo normativo brasileiro e o do país da origem da firma	DN	<i>The Global Competitiveness Report</i>
	Interação entre Distância normativa e Distância regulatória	Interação entre Distância normativa e Distância regulatória	DNxDR	<i>The Global Competitiveness Report</i>
Desempenho	Retorno sobre ativos	Divisão do lucro líquido pelo ativo total	ROA	Exame

Torna-se necessário ressaltar que os dados utilizados nesta pesquisa são exclusivamente secundários, ou seja, não houve coleta de dados primários por meio de entrevistas ou questionários. Os dados secundários são inerentes a banco de dados disponibilizados na Revista Exame, no *The Global Competitiveness Report*, no banco de dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e em relatórios das firmas estudadas, cabendo ao pesquisador a coleta e organização dos dados para só então utilizar métodos estatísticos que colaboraram nas análises das determinantes do desempenho de firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro

6.2 Análise dos dados

As técnicas utilizadas para análise dos dados foram a análise descritiva, a análise de dados em painel e o efeito mediador entre as variáveis independentes pré-estabelecidas.

6.2.1 Análise de dados em painel (*panel data analysis*)

Análise de dados em painel, ou até mesmo dados em painel, é um método estatístico que lida com duas dimensões: corte transversal e tempo pré-estabelecido (*cross sectional* e *time serie*) (GREEN, 2008). De acordo com Gujarati (2006), a análise de dados em painel tem por finalidade observar o comportamento de entidades ao longo de um período estabelecido de tempo. Por entidades entende-se: países, firmas, indivíduos, entre outras possibilidades.

De acordo com Cuervo-Cazurra e Dau (2009), a análise em painel permite que o pesquisador controle variáveis/entidades que usualmente não podem ser observadas ou medidas, como fatores culturais ou diferenças observadas nas práticas de negócios em firmas, ou variáveis que mudam ao

longo do tempo, mas não entre as entidades, ou seja, as políticas nacionais, regulamentos, acordos, entre outras especificações de cortes transversais (HASHAI et al., 2010). Admitindo e representando, critérios de heterogeneidade individual.

Green (2008) evidencia que com dados em painel, o pesquisador inclui variáveis em diferentes níveis da análise, assim como realizado por Hakanson e Dow (2012), que utilizaram 15 variáveis independentes em diferentes momentos de um horizonte temporal (1962-2008), mostrando que a sensibilidade do comércio internacional frente a distância psíquica, entre os países de destino e de origem, tem diminuído drasticamente.

Nota-se que análise de dados em painel são amplamente utilizadas em análises no campo de estudos de negócios internacionais (JUNG; BANSAL, 2009; CUERVO-CAZURRA; DAU, 2009; HAKANSON; DOW, 2012).

Outro ponto que ratifica a possibilidade de utilização desta técnica é frisada por Gujarati (2006), que coloca a análise de dados em painel como proporcionador de dados mais informativos, com mais variabilidade e menos colinearidade entre variáveis, mais graus de liberdade e mais eficiência do que quando comparadas com dados de corte transversal puro ou de séries temporais puras.

Com essa disposição dos dados, em painel, realizaram-se regressões múltiplas para estimar as relações entre as variáveis dependentes (desempenho) e independentes. De acordo com Gujarati (2006) regressões múltiplas são frequentemente utilizadas quando o foco é sobre a relação entre uma variável dependente e mais de uma variável independente. Mais especificamente, a análise de regressão múltipla ajuda a entender como o valor típico da variável dependente é condicionado a fatores/variáveis independentes (GREEN, 2008).

Como estimador este estudo utilizou os mínimos quadrados ponderados (WLS). O WLS é uma técnica para estimar parâmetros desconhecidos em

modelos de regressão e é comumente aplicado quando variância dos erros não é a mesma (heteroscedasticidade) (GREEN, 2008). Como os dados apresentaram heteroscedasticidade, o estimador WLS é indicado a utilização (GREEN, 2008; GUJARATI, 2006) em vez do mínimos quadrados ordinários (OLS), sendo o OLS o estimador utilizado com maior recorrência em trabalhos com regressões.

Regressões múltiplas são amplamente utilizadas em análises no campo de estudos de negócios internacionais (WANG et al., 2012; XIE et al., 2011; LU; LIU; WANG, 2011; GAO; MURRAY; KOTABE, 2010; CHAO; KUMAR, 2010; ZHAO; ZOU, 2002; TAN; VERTINSKY, 1996). Com relação à técnica de regressões múltiplas, a ser utilizada neste estudo, Hair et al. (2009) explicam que a mesma tem por objetivo verificar as relações simultâneas entre as variáveis selecionadas com o desempenho geral, indo, desse modo, ao encontro da técnica desejada para a análise deste estudo, que visa identificar entre as variáveis selecionadas, a determinante de desempenho de firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

A equação de regressão múltipla com dado sem painel é representada por:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \dots + \varepsilon \quad (5)$$

em que

Y é a variável dependente

X_n é a variável independente

β_1 é o intercepto

β_n é o efeito linear de X_n)

ε é o erro.

onde:

i é a firma

t é o ano

Como aplicativo para efetuação de cálculos, utilizou-se o software *Gnu Regression, Econometrics and Time-series Library* (Gretl).

O Apêndice C revela a matriz de correlação e através dela percebe-se que não foi encontrada forte correlação entre as variáveis. Para investigar possíveis problemas de multicolinearidade, um teste de fatores de inflação de variância (*variance inflation factors* - VIFs) foi realizado. Fatores de inflação de variância (VIF) é “atualmente, a ferramenta mais utilizadas para diagnosticar a multicolinearidade” (ECHAMBADI; HESS, 2007, p. 443). Verificou-se que todos os fatores de inflação de variância foram consideravelmente baixos. O Apêndice E (referente ao Capítulo 2), Apêndice G (referente ao Capítulo 3) e o Apêndice K (referente ao Capítulo 4) indicam, com base em Echambadi e Hess (2007) não haver problemas com multicolinearidade.

Quando feito o gráfico de dispersão dos resíduos (GREEN, 2008), notou-se que pelos modelos (Apêndice F referente ao Capítulo 2, Apêndices H, I e J referentes ao Capítulo 3 e Apêndice L referente ao Capítulo 4) não foi possível verificar as premissas de normalidade, assim como em Sant’anna, Moraes e Kilimnik (2005), Sant’anna (2002) e Shook et al. (2004), e que não impossibilitou a utilização dos dados nas referidas pesquisas. Assim como em Sant’anna, Moraes e Kilimnik (2005) convêm destacar o atendimento às demais premissas analisadas.

6.2.2 Efeito mediador

Além da análise de regressão múltiplas com dados em painel, este estudo também se propõem a utilizar a técnica do efeito mediador para melhor compreender as determinantes de desempenho de firmas estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. Faz-se necessário frisar que efeito mediador (*mediation effect*) é uma técnica de análise ainda pouco utilizada na área de negócios internacionais. Poucos artigos utilizam esta técnica. Em busca direcionada no *Journal of International Business Studies* e no *International Business Review*, foram encontrados 15 e 23 artigos respectivamente, todos publicados nos últimos seis anos ou ainda na linha de impressão.

O efeito mediador, de acordo com Baron e Kenny (1986), é o efeito no qual uma terceira variável independente faz com que a relação entre um par de variáveis (dependente e independente) mude.

Fica entendido pela leitura de Baron e Kenny (1986) - apontados por Roy e Oliver (2009) e Yiu, Lau e Bruton (2007) como trabalho precursor do tema da mediação em estudos sociais aplicados- conceitualmente, o efeito mediador implica na suposição de relacionamentos entre as variáveis envolvidas na análise.

Baron e Kenny (1986) explicitam que uma variável mediadora é aquela que, ao ser inserida numa equação de regressão, diminui a grandeza do relacionamento entre uma variável independente e uma dependente. Ou seja, uma variável é considerada mediadora quando influencia a relação entre a variável independente e dependente, de modo, que sua inserção na análise reduz matematicamente o coeficiente da variável independente inicial (nominada preditiva), chegando a casos como os encontrados por Roy e Oliver (2009), que além da redução matemática, foram encontradas reduções de significância da variável independente (preditiva) sobre a dependente (desfecho).

Preacher e Hayes (2004) enfatizam o efeito mediador como aquele que procura identificar e explicar o mecanismo ou processo subjacente em uma relação observada entre uma variável independente e uma variável dependente através da inclusão de uma terceira variável explicativa, nominada como uma variável mediadora.

Percebe-se pelas leituras de Roy e Oliver (2009) e Yiu, Lau e Bruton (2007) que, ao invés de se criar hipóteses de uma relação causal direta entre a variável independente e a variável dependente, a utilização desta técnica exige o direcionamento da hipótese para que a variável independente revele a possibilidade de sofrer impacto com outra variável (nominada como mediadora), que por sua vez reflete na variável dependente. Assim, a variável mediadora serve para explicar a natureza da relação entre as variáveis dependentes e independentes.

Em outras palavras, o efeito mediador ocorre quando uma terceira variável desempenha um papel regulador importante na relação entre as outras duas variáveis. Esta técnica foi utilizada nas hipóteses 09, 10, 11 e 12, que buscam compreender a interação da variável “Conhecimento Local do Mercado” (como mediadora), com a variável independente “Distância Normativa e Regulatória” (respectivamente H09 e H10) e com a “Interação da Distância Normativa e Regulatória” (H11) (preditivas) e o Desempenho (ROA e Parcela de Mercado) como dependente (desfecho) e no caso da hipótese 12, a mediadora é a “Experiência Internacional”, a independente (preditiva) é a “concentração de mercado” e dependente é o Desempenho (ROA e Parcela de Mercado).

Assim como nas análises de dados em painel, o Gretl também foi utilizado para cálculo do efeito mediador.

6.3 Amostra

A população a ser analisada é de firmas estrangeiras que atuam no mercado hospedeiro brasileiro. É composta por todas as firmas estrangeiras pertencentes ao banco de dados da Revista Exame, nos anos de 2008, 2009, 2010 e 2011 com vendas superiores a 470 milhões de dólares no mercado hospedeiro brasileiro. Por se tratar de uma amostragem não probabilística, os resultados poderão ser generalizados apenas dentro da amostra estudada.

Inicialmente, foram contabilizadas 740 subsidiárias estrangeiras possíveis de serem investigadas. Depois de montado o banco de dados, houve a extração das firmas que apresentavam dados perdidos ou não capturados (*missingsvalues*). Após este primeiro tratamento, a amostra foi reduzida para 420, e após a retirada dos valores atípicos (*outliers*), chegou-se ao número total da amostra, 399 observações de subsidiárias estrangeiras. Elas podem ser estratificadas quanto ao setor de atuação no mercado hospedeiro brasileiro (Tabela 1), e quanto a origem da subsidiária (Tabela 2).

Tabela 1 Amostra estratificada pelo setor e número observações

Setor	Número de observações	Porcentagem correspondente
Atacado	7	1,7543
Autoindústria	24	6,0150
Bens de Capital	5	1,2531
Bens de Consumo	44	11,0275
Comunicações	0	0
Diversos	0	0
Eletroeletrônico	36	9,0225
Energia	72	18,0451
Farmacêutico	15	3,7593
Indústria da Construção	12	3,0075
Indústria Digital	4	1,0025
Mineração	5	1,2531
Papel e Celulose	7	1,7543
Produção Agropecuária	6	1,5037

“continua...”

Tabela 1 “conclusão”

Setor	Número de observações	Porcentagem correspondente
Química e Petroquímica	64	16,0401
Serviços	10	2,5062
Siderurgia e Metalurgia	44	11,0275
Telecomunicações	31	7,7694
Têxteis	0	0
Transporte	4	1,0025
Varejo	9	2,2556
TOTAL	399	100

Quadro 4 Amostra estratificada pela origem da subsidiária e número de observações

Setor	Número de observações	Porcentagem correspondente
Alemanha	24	6,0150
Argentina	5	1,2531
Áustria	1	0,2506
Bélgica	18	4,5112
Canadá	5	1,2531
Chile	5	1,2531
Colômbia	4	1,0025
Coreia do Sul	8	2,0050
Espanha	35	8,7719
Estados Unidos da América	56	14,0350
França	53	12,7819
Finlândia	2	0,5012
Holanda	19	4,7619
Índia	12	3,0075
Inglaterra	16	4,0100
Irlanda	2	0,5012
Israel	2	0,5012
Itália	42	10,5263
Japão	13	3,2581
México	18	4,5112
Noruega	11	2,7568
Portugal	15	3,7593
Suécia	12	3,0075
Suíça	23	5,7644
TOTAL	399	100

7 CONSIDERAÇÕES GERAIS

Neste primeiro capítulo, fez-se a introdução geral da presente pesquisa, contendo: o contexto da pesquisa, bem como seu questionamento e justificativa para estudo. O capítulo também apresentou o modelo conceitual e as hipóteses que norteiam a pesquisa, bem como o procedimento metodológico que foi utilizado nos próximos três capítulos.

REFERÊNCIAS

- ADLER, N.; HASHAI, N. Knowledge flows and the modeling of the multinational enterprise. **Journal of International Business Studies**, n. 38, p.639-657, 2007.
- AIDIS, R.; ADACHI, Y. Russia: firm entry and survival barriers. **Economic Systems**, v. 31, n. 4, p.391-411, 2007.
- ANDRES, C. Large shareholders and firm performance: an empirical examination of founding family ownership. **Journal of Corporate Finance**, v. 14, n. 4, p.431-445, 2008.
- BAER, W.; KERSTENETZKY, I. Import substitution and industrialization in Brazil. **The American Economic Review**, v. 54, n. 3, p.411-425, 1964.
- BAER, W. **The Brazilian economy: growth and development**. Ed.6 Boulder: Lynne Rienner, 528 p. 2008.
- BAIN, J. S. Relation of profit rate to industry concentration: american manufacturing, 1936-1940. **Quarterly Journal of Economics**, v. 65, p.293-324, 1951.
- BANALIEVA, E. R.; SARATHY, R. A contingency theory of internationalization: performance for emerging market multinational enterprises. **Management International Review**, v. 51, p. 593-634, 2011.
- BARNEY, J. B. Firm resources and sustainable competitive advantage. **Journal of Management**, v. 17, n.1, p.99-121, 1991.
- BARNEY, J.; WRIGHT, M.; KETCHEN, D. The resource-based view of the firm: ten years after 1991. **Journal of Management**, v.27, p.625-641, 2001.
- BARON, R. M.; KENNY, D. A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 51, n. 6, p. 1173-1182, 1986.
- BIGGEMANN, S.; FAM, K.-S. Business marketing in BRIC countries **Industrial Marketing Management**, v. 40, p.5-7, 2011.

BIRKINSHAW, J.; BRANNEN, M. Y.; TUNG, R. L. From a distance and generalize to up close and grounded: reclaiming a place for qualitative methods in international business research. **Journal of International Business Studies**, n. 42, p.573-581, 2011.

BLACK, T. **Doing quantitative research in social science**. London: Sage, 768 p. 1999.

BLUNDELL, R.; GRIFFITH, R.; REENEN, J. V. Market share, market value and innovation in a panel of British manufacturing firms. **Review of Economic Studies**, v. 66, n. 3, p. 529-554, 1999.

BOEHE, D. M. Collaborate at home to win abroad: how does access to local network resources influence export behavior?. **Journal of Small Business Management**, v.52, p. 167-182, 2013.

BORINI, F. M.; FLEURY, M. T. L. O desenvolvimento de competências organizacionais em diferentes modelos gerenciais de subsidiárias de empresas multinacionais brasileiras. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 4, n. 4, p.575-593, 2010.

BOUQUET, C.; MORRISON, A.; BIRKINSHAW, J. International attention and multinational enterprise performance. **Journal of International Business Studies**, v. 40, p.108-131, 2009.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Movimentação em vendas individualizadas e setoriais: ano fiscal 2008**. Brasília, 2009.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Movimentação em vendas individualizadas e setoriais: ano fiscal 2009**. Brasília, 2010.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Movimentação em vendas individualizadas e setoriais: ano fiscal 2010**. Brasília, 2011.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Movimentação em vendas individualizadas e setoriais: ano fiscal 2011**. Brasília, 2012.

BRESNAHAN, T. H. Empirical studies of industries with market power. In. SCHAMALENSEE, R.; WILLING, R. **Handbook of Industrial Organization**. Volume II, Amsterdam: North Holland, p.1011-1057, 1989.

BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. C. **The future of the multinational enterprise**. London: Macmillan, 116 p. 1976.

BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. C. The internationalization theory of the multinational enterprise: a review of the progress of a research agenda after 30 years. **Journal of International Business Studies**, v. 40, p.1563-1580, 2009.

BURRELL, G., MORGAN G. **Sociological Paradigms and Organisational Analysis**. London: Heinemann, 432 p. 1979.

CANABAL, A.; WHITE III, G. O. Entry mode research: past and future. **International Business Review**, v.17, p.267-284, 2008.

CANTWELL, J. Location and the multinational enterprise. **Journal of International Business Studies**, v. 40, n. 1, p.35-41, 2009.

CANTWELL, J.; DUNNING, J. H.; LUNDAN, S.M. An evolutionary approach to understanding international business activities: the co-evolution of MNEs and the institutional environment. **Journal of International Business Studies**, v. 41, n. 4, p.567-586, 2010.

CAPON, N.; FARLEY, J. U.; HOENIG, S. Determinants of financial performance: a meta-analysis. **Management Science**, v. 36, n. 10, p. 1143-1159, 1990.

CARNEY, M. Globalization and the renewal of Asian business networks. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 22, p.337-354, 2005.

CAVES, R. E. **Multinational enterprises and economic analysis**, 2ed. Cambridge: Cambridge Press, 322 p. 1996.

CHACAR, A.; VISSA, B. Are emerging economies less efficient? Performance persistence and the impact of business group affiliation. **Strategic Management Journal**, v.26, n. 10, p.933-946, 2005.

CHANDRA, Y.; STYLES, C.; WILKINSON, I. The recognition of first time international entrepreneurial opportunities: evidence from firms in knowledge-based industries. **International Marketing Review**, v. 26, n. 1, p.30-61, 2009.

CHAO, M. C.-H.; KUMAR, V. The impact of institutional distance on the international diversity-performance relationship. **Journal of World Business**, v. 45, p. 93-103, 2010.

CHARI, M. D. R.; DAVID, P. Sustaining superior performance in an emerging economy: an empirical test on the Indian context. **Strategic Management Journal**, v.33, p.933-946, 2011.

CHILD, J; TSE, D. China's transition and its implications for international business. **Journal of International Business Studies**, v.32, p.5-21, 2001.

CHUNG, K H.; PRUITT, S. W. A simple approximation of tobin's Q. **Financial Management**, v. 23, n.3, 1994.

CONTRACTOR, F. J.; KUMAR, V.; KUNDU, S. K. Nature of the relationship between international expansion and performance: the case of emerging market firms. **Journal of World Business**, v. 42, p.401-417, 2007.

CUERVO-CAZURRA, A.; MALONEY, M. M.; MANRAKHAN, S. Causes of the difficulties in internationalization. **Journal of International Business Studies**, v. 38, n. 5, p. 709-725, 2007.

CUERVO-CAZURRA, A.; DAU, L. A. Structural reform and firm exports. **Management International Review**, v. 49, p. 479-507, 2009.

DANIEL, K.; TITMAN, S. Market reactions to tangible and intangible information. **The Journal of Finance**, v. 59, n. 4, p. 1605-1643, 2006.

DEETZ, S. Describing differences in approaches to organization science: rethinking Burrell and Morgan and their legacy. **Organization Science**, v. 7, n. 2, p. 191-207, 1996.

DELIOS, A.; BEAMISH, P. W. Survival and profitability: the role of experience and intangible assets in foreign subsidiary performance. **Academy of Management Journal**, v. 44, n. 5, p.1028-1038, 2001.

DELIOS, A.; HENISZ, W. J. Japanese firms' investment strategies in emerging economies. **Academy of Management Journal**, v. 43, n. 3, p.305-324, 2000.

DUNNING, J. H. The study of international business: a plea for a more interdisciplinary approach. **Journal of International Business Studies**, v. 20, n.3, p. 411-436, 1989.

DUNNING, J. Location and the multinational enterprise: a neglected factor. **Journal of International Business Studies**, v. 29, n. 1, p.45-66, 1998.

DUNNING, J. The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity. **International Business Review**, v. 9, n. 1, p.163-190, 2000.

DUNNING, J. H.; LUNDAN, S. M. **Multinational enterprise and the global economy**. 2 Ed. Cheltenham: Edward Elgar, 2008.

DYER, J. H.; SINGH, H. The relational view: cooperative strategy and sources of inter organizational competitive advantage. **Academy of Management Review**, v. 23, n. 4, p.660-679, 1998.

ECHAMBADI, R.; HESS, J. D. Mean-centering does not alleviate collinearity problems in moderated multiple regression models. **Marketing Science**, v. 26, n. 3, 438-445, 2007.

ERRAMILI, M. K. The experience factor in foreign market entry behavior of service firms. **Journal of International business Studies**, v. 22, p.479-502, 1991.

ERIKSSON, K.; CHETTY, S. The effect of experience and absorptive capacity on foreign market knowledge. **International Business Review**, n. 12, p.605–673, 2003.

ESTRIN, S.; PREVEZER, M. The role of informal institutions in corporate governance: Brazil, Russia, India, and China compared. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 28, p.41-67, 2010.

FALK, M. R&D spending in the high-tech sector and economic growth. **Research in Economics**, v. 61, p. 140-147, 2007.

FARRIS, P. W.; BENDLE, N. T.; PFEIFER, P. E.; REIBSTEIN, D. J. **Marketing metrics: the definitive guide to measuring marketing performance**. 2 Ed. Saddle River: Pearson, 2010.

FEY, C.; BEAMISH, P. W. Joint venture conflict: the case of Russian international joint ventures. **International Business Review**, v. 9, n. 2, p.139-162, 2000.

FIELD, A. **Descobriendo a estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 688 p. 2009.

GAO, J.Y. MURRAY, M. KOTABE; J. L. A Strategy tripod perspective on export behaviors: Evidence from domestic and foreign firms based in an emerging economy. **Journal of International Business Studies**, v.41, n. 3, p. 377-396, 2010.

GAUR, A. J.; DELIOS, A.; KULWANT, S. Institutional environment, staffing strategies, and subsidiary performance. **Journal of Management**, v. 33, n. 4, p.611-636, 2007.

GAUR, A. J.; LU, J. W. Ownership strategies and survival of foreign subsidiaries: impacts of institutional distance and experience. **Journal of Management**, v. 33, n. 1, p.84-110, 2007.

GHEMAWAT, P. Semi globalization and international business strategy. **Journal of International Business Studies**, v. 34, n. 2, p.138-152, 2003.

GIOIA, D. A.; PITRE, E. Multi paradigm perspectives on theory building. **Academy of Management Review**, v. 15, n. 4, p.584-602, 1990.

GODIN, B. The obsession for competitiveness and its impact on statistic: the construction of high-technology indicators. **Research Policy**, v. 33, p. 1217-1229, 2004.

GÖRG, H.; STROBL, E. Multinational companies, technology spillovers and plant survival. **The Scandinavian Journal of Economics**, v. 105, n. 4, p.581-595, 2003.

GREEN, W. H. **Econometric Analysis**. 6 Ed. New Jersey: Prentice Hall, 2008.

GRIFFITH, D. A.; CAVUSGIL, S. T.; XU, S. Emerging themes in international business research. **Journal of International Business Studies**, v. 39, p. 1220-1235, 2008.

GUILLEN, M.; GARCIA-CANAL, E. The American model of the multinational firm and the “new” multinationals from emerging economies. **Academy of Management Perspectives**, v. 23, n.2, p.23-35, 2009.

GUJARATI, D.N. **Econometria Básica**. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 812 p. 2006.

HAIR JR. J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados**. 9 ed. Porto Alegre: Bookman, 593 p. 2009.

HAKANSON, L.; DOW, D. Markets and networks in international trade: on the role of distances in globalization. **Management International Review**, v. 52, p. 761-789, 2012.

HALKOS, G. E.; TZEREMES, N. G. Productivity efficiency and firm size: an empirical analysis of foreign owned companies. **International Business Review**, v.16, p. 713-731, 2007.

HALL, M.; TIDEMAN, N. Measures of concentration. **Journal of the American Statistical Association**, v. 62, n. 317, p. 162-168, 1967.

HANSEN, G.S.; WERNERFELT, B. Determinants of firm performance: the relative importance of economic and organizational factors. **Strategic Management Journal**, v. 10, n. 5, p.399-411, 1989.

HARVEY, M. G.; SPEIER, C.; NOVICEVIC, M. M. The impact of emerging markets on staffing the global organization: a knowledge-based view. **Journal of International Management**, n.5, p.167-186, 1999.

HASHAI, N.; ASMUSSEN, C. G.; BENITO, G. R. G.; PETERSEN, B. Technological knowledge intensity and entry mode diversity. **Management International Review**, v. 50, p. 659-681, 2010.

HAY, D. A. The post-1990 Brazilian trade liberalization and the performance of large manufacturing firms: productivity, market share and profits. **The Economic Journal**, v. 111, p. 620-641, 2001.

HENNART, J.-F. Theory of the multinational enterprises. In. RUGMAN, A. M. **The Oxford Handbook of International Business**. 2 Ed. New York: Oxford Press, p.125-145, 2008.

IWASAKI, N.; SELDON, B. J.; TREMBLAY. Brewing wars of attrition for profit (and concentration). **Review of Industrial Organization**, v. 33, p.263-279, 2008.

JACKSON, G.; DEEG, R. Comparing capitalisms: understanding institutional diversity and its implications for international business. **Journal of International Business Studies**, v.39, p.540-561, 2008.

JANSSON, H. **International business marketing in emerging country markets: the third wave of internationalization of firms.** Edward Elgar, Cheltenham, 238 p. 2007.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, v. 8, n. 1, p.23-32, 1977.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The mechanisms of internationalization. **International Marketing Review**, v. 7, n. 4, p.11-24, 1990.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. **Journal of International Business Studies**, v. 40, p.1411-1431, 2009.

JUNG, J. C.; BANSAL, P. How firm performance affects internationalization. **Management International Review**, v. 49, p. 709-732, 2009.

KEARNS, A.; RUANE, F. The tangible contribution of R&D-spending foreign-owned plants to a host region: a plant level study of the Irish manufacturing sector (1980-1996). **Research Policy**, v.30, p.227-244, 2001.

KHANNA, T.; PALEPU, K. Globalization and convergence in corporate governance: evidence from Infosys and the Indian software industry. **Journal of International Business Studies**, v.35, p.484-507, 2004.

KHANDAWALLA, P. N. Effective organizational response by corporates to India's liberalisation and globalization. **Asia Pacific Journal of Management**, v.19, p.423-448, 2002.

KIRNER, E.; KINKEL, S.; JAEGER, A. Innovation paths and the innovation performance of low-technology firms: empirical analysis of German Industry. **Research Policy**, v.38, p.447-458, 2009.

KOTABE, M.; SRINIVASAN, S. S.; AULAKH, P. S. Multinationality and firm performance: The moderating role of R&D and marketing capabilities. **Journal of International Business Studies**, v. 33, n. 1, p.79-97, 2002.

KOSTOVA, T. Transnational transfer of strategic organizational practices: a contextual perspective. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 2, p.308-325, 1999.

KOSTOVA, T.; ZAHEER, S. Organizational legitimacy under conditions of complexity: the case of the multinational enterprises. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 1, p.64–81, 1999.

LEE, J.; HABTE-GIORGIS, B. Empirical Approach to the sequential relationships between firm strategy export activity, and performance in US manufacturing firms. **International Business Review**, v. 13, p. 101-129, 2004.

LI, J. Experience effects and international expansion: strategies of service MNCs in the Asia-Pacific region. **Management International Review**, v. 34, n. 3, p. 217-234, 1994.

LI, J. Foreign entry survival: effects of strategic choices on performance in international markets. **Strategic management journal**, v. 16, n. 5, p. 333-351, 1995.

LI, J.; YUE, D. R. Market size, legal institutions, and international diversification strategies: implications for the performance of multinational firms. **Management International Review**, v. 48, n. 6, p. 667-688, 2008.

LORD, M. D.; RANFT, A. L. Organizational learning about new international markets: exploring the internal transfer of local market knowledge. **Journal of International Business Studies**, n. 31, p.573–589, 2000.

LOWINGER, T. C. Import substitution, export promotion and the structure of Brazil's protection. **Journal of Development Studies**, v. 10, n. 3-4, p.430-444, 1974.

LU, J.; LIU, X.; WANG, H. Motives for outward FDI of Chinese private firms: firm resources, industry dynamics and government policies. **Management and Organization Review**, v. 7 n. 2, p. 223-248, 2011.

LU, J. BEAMISH, P. The internationalization and performance of SMEs. **Strategic Management Journal**, v. 22, n. 6, p. 565-586, 2001.

LUO, Y. Time-based experience and international expansion: the case of an emerging economy. **Journal of Management Studies**, v. 36, n. 4, p. 505-534, 1999.

MAKINO, S.; DELIOS, A. Local knowledge transfer and performance: implications for alliance formation in Asia. **Journal of International Business Studies**, v. 27, n. 5, p. 905-928, 1996.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 720 p. 2006.

MARTELL, L. The third wave in globalization theory. **International Studies Review**, v.9, p.173-196, 2007.

McGAHAN, A. M.; PORTER, M. E. How much does industry matter, really?. **Strategic Management Journal**, v.18, p.15-30, 1997.

MEYER, K. E.; PENG, M. W. Probing theoretically into Central and Eastern Europe: transactions, resources and institutions. **Journal of International Business Studies**, v.36, p.600-621, 2005.

MEYER, K.; ESTRIN, S.; BHAUMIK, S. K.; PENG, M. W. Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies. **Strategic Management Journal**, v. 30, n. 1, p.61-80, 2009.

MEYER, K. E.; MUDAMBI, R.; NARULA, R. Multinational enterprises and local contexts: the opportunities and challenges of multiple embeddedness. **Journal of Management Studies**, v. 48, n. 2, p.235-252, 2011.

MITCHELL, W; SHAVER, J. M.; YEUNG, B. Performance following changes of international presents in domestic and transition industries. **Journal of International Business Studies**, v. 24, n. 4, p.647-669, 1993.

MOAN, E. M. Deregulation and market concentration: an analysis of post-1996 consolidations. **Federal Communications Law Journal**, v. 58, n. 3, p.539-550, 2006.

MONTGOMERY, C. A.; WERNERFELT, B. Sources of superior performance: market share versus industry effects in the U.S. brewing industry. **Management Science**, v. 37, n. 8, p.954-959, 1991.

MOORE, F. Holistic ethnography: studying the impact of multiple national identities on post-acquisition organizations. **Journal of International Business Studies**, v. 42, p.654-671, 2011.

MUDAMBI, R.; NAVARRA, P. Is knowledge power? knowledge flows, subsidiary power and rent-seeking within MNCs. **Journal of International Business Studies**, V. 35, n.4, p.385-406, 2004.

MUNIER, F. Firm size, technological intensity of sector and relational competencies to innovate: evidence from French industrial innovating firms. **Economics of Innovation and New Technology**, v.15, n.4-5, p.493-505, 2006.

NARAYANAN, V. K.; FAHEY, L. The relevance of the institutional underpinnings of Porter's five forces framework to emerging economies: an epistemological analysis. **Journal of Management Studies**, v.42, p.207-223, 2005.

NORTH, D. C. **Institutions, institutional change, and economic performance**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 159 p. 1990.

Organisation for Economic Co-Operation and Development – OECD. **OECD Science, Technology and Industry Scoreboard**. Paris: OECD, 2005.

PADMANABHAN, P.; CHO, K. R. Ownership strategy for a foreign affiliate: an empirical investigation of Japanese firms. **Management International Review**, v. 36, n. 1, p. 45-66, 1996.

PENG, M. W. The resource-based view and international business. **Journal of Management**, v.27, n. 6, p.803-829, 2001.

PENG, M. W. Institutional transitions and strategic choices. **Academy of Management Review**, v.28, n. 2, p.275-296, 2003.

PENG, M. W. Identifying the big question in international business research. **Journal of International Business Studies**, v.35, n.2, p.99-108, 2004.

PENG, M. W.; LEE, S.-H.; WANG, D. What determines the scope of the firm over time? A focus on institutional relatedness. **Academy of Management Review**, v.30, n. 3, p.622-633, 2005.

PENG, M. W.; WANG, D. Y. L.; JIANG, Y. An institution-based view of international business strategy: a focus on emerging economies. **Journal of International Business Studies**, v. 39, n. 5, p.920-936, 2008.

PENG, M. W.; PLEGGENKUHLE-MILES, E. G. Current debates in global strategy. **International Journal of Management Reviews**, v. 11, n.1, p.51-68, 2009.

PORTER, M.E. The structure within industries and companies' performance. **The Review of Economics and Statistics**, v. 61, n. 2, p.214-227, 1979.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para analisar indústrias e seus competidores**. Rio de Janeiro: Campus, 401 p. 1985.

PREACHER, k. J.; HAYES, A. SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. **Behavior Research Methods, Instruments, & Computers**, v.36, n. 4, p.717-731, 2004.

PRESCOTT, J. E.; KOHLI, A. K.; VENKATRAMAN, N. The market share-profitability relationship: an empirical assessment of major assertions and contradictions. **Strategic Management Journal**, v. 7, p.377-394, 1986.

RANINCHESKI, S.; NEGRI, C.; MUELLER, C. **The Brazilian economy in historical perspective**. Brasília: Verbena, 149 p. 2011.

RESENDE, M.; BOFF, H. Concentração Industrial. In.: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia Industrial**. Ed. 13. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

RODRIGUEZ, J. L.; RODRIGUEZ, R. M. G. Technology and export behavior: a resource-based view approach. **International Business Review**, v.14, p. 539-557, 2005.

ROOT, F. **Entry Strategies for International Markets**. Lexington, MA: Lexington Books, 288 p. 1987.

ROY, J.-P.; OLIVER, C. International joint-venture partner selection: the role of the host-country level environment. **Journal of International Business Studies**, v.40, p. 779-801, 2009.

RUGMAN, A.; VERBEKE, A. Subsidiary specific advantages in multinational enterprises. **Strategic Management Journal**, v. 22, n. 3, p.237-250, 2001.

SANT'ANNA, A. S. **Competências individuais requeridas, modernidade organizacional e satisfação no trabalho: uma análise de organizações mineiras**

sob a ótica de profissionais da área de administração. Tese (Doutorado em Administração) - CEPEAD/UFMG, Belo Horizonte, 410 p. 2002.

SANT'ANNA, A. S.; MORAES, L. F. R.; KILIMNIK, Z. M. Competências individuais, modernidade organizacional e satisfação no trabalho: um estudo de diagnóstico comparativo. **RAE Eletrônica**, v. 4, n. 1, p. 2-23, 2005.

SCHERER, F. M. **Industrial market structure and economic performance**. 2 ed. Boston, MA: Houghton, 713 p. 1980.

SCHERER, F. L.; GOMES, C. M.; KRUGLIANSKAS, I. The internationalization process of Brazilian companies: a study of multiple cases in the heavy construction industry. **Brazilian Administration Review**, v.6, n. 4, p.280-298, 2009.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations**. Oaks, CA: Sage, 360 p. 1995.

SHOOK, C. L.; KETCHEN Jr, D.J.; HULT, G. T. M.; KACMAR, K. M. An assessment of the use of structural equation modeling in strategic management research. **Strategic Management Journal**, v. 25, p. 397-404, 2004.

SRIVASTAVA, R. K.; FAHEY, L.; CHRISTENSEN, H. K. The resource-based view and marketing: The role of market-based assets in gaining competitive advantage. **Journal of Management**, v. 27, p.777-802, 2001.

STAVINS, J. Price discrimination in the airline market: the effect of market concentration. **The Review of Economics and Statistics**, v. 83, n. 1, p. 200-202, 2001.

TAN, B.; VERTINSKY, I. Foreign direct investment by Japanese electronics firms in the United States and Canada: modeling the timing of entry. **Journal of International Business Studies**, v. 27, p.655-681, 1996.

THOME, K. M.; VIEIRA, L. M.; SANTOS, A. C. International marketing channels for Brazilian beef: comparison between Russia and the United Kingdom. **Journal of East-West Business**, v. 18, n. 4, p.301-320, 2012.

TREMBLAY, V. J.; IWASAKI, N.; TREMBLAY, C. H. The dynamics of industry concentration for U.S. micro and macro brewers. **Review of Industrial Organization**, v. 26, p.307-324, 2005.

VAN KRANENBURG, H.; PALM, F. C.; PFANN, G. A. Exit and survival in a concentrating industry: the case of daily newspapers in the Netherlands. **Review of Industrial Organization**, v. 21, n. 3, p. 283-298, 2002.

VILLALONGA, B. Intangible resources, Tobin's q, and sustainability of performance differences. **Journal of Economic Behavior & Organization**, v. 24, p. 205-230, 2004.

XIE, Y. H.; ZHAO, H. J.; XIE, Q. J.; ARNOLD, M. On the determinants of post-entry strategic positioning of foreign firms in a host market: a "strategy tripod" perspective. **International Business Review**, v.20, p.477-490, 2011.

XU, D.; PAN, Y.; BEAMISH, P. W. The effect of regulative and normative distance on MNE ownership and expatriate strategies. **Management International Review**, v. 44, n. 3, p.285-307, 2004.

ZHAO, H.; ZOU, S. The impact of industry concentration and firm location on export propensity and intensity: An empirical analysis of Chinese manufacturing firms. **Journal of International Marketing**, v. 10, n. 1, p.52-71, 2002.

ZHOU, K. Z.; TSE, D. K.; LI, J. J. Organizational changes in emerging economies: drivers and consequences. **Journal of International Business Studies**, v.37, p.248-263, 2006.

ZOU, S.; CAVUSGIL, S. T. The GMS: a broad conceptualization of global marketing strategy and its effect on firm performance. **Journal of Marketing**, v. 66, n. 4, p. 40-56, 2002.

WANG, C.; HONG, J.; KAFOUROS, M.; BOATENG, A. What drives outward FDI of Chinese firms? Testing the explanatory power of three theoretical framework. **International Business Review**, v. 21, n. 3, p. 425-438, 2012.

WERNER, S. Recent developments in international management research: A review of 20 top management journals. **Journal of Management**, v. 28, p. 277-305, 2002.

WERNERFELT, B.; MONTGOMERY, C.A. Tobins's and the importance of focus in firm performance. **American Economic Association**, v. 78, n. 1 p.246-250, 1988.

WILKINS, M. The history of the multinational enterprises. In. RUGMAN, A. M. **The Oxford Handbook of International Business**. 2 Ed. New York: Oxford Press, p.03-38, 2008.

WRIGHT, M.; FILATOTCHEV, I.; HOSKISSON, R. E.; PENG, M. W. Strategy research in emerging economies: challenging the conventional wisdom. **Journal of Management Studies**, v. 42, n. 1, p.01-33, 2005.

WU, J. Technological collaboration in product innovation: the role of market competition and sectoral technological intensity. **Research Policy**.v.41, p.489-406, 2012.

YIP, G. S.; BISCARRI, J. G.; MONTI, J. A. The role of the internationalization process in the performance of newly internationalizing firms, **Journal of International Marketing**, v. 8, n. 3, p. 10-35, 2000.

YIU, D.; MAKINO, S. The choice between joint ventures and wholly-owned subsidiaries: a test of transaction cost theory and institutional perspective. **Organization Science**, v. 13, n. 6, p.667-684, 2002.

YIU, D.; LAU, C.; BRUTON, G. D. International venturing by emerging economy firms: the effects of firm capabilities, home country network, and corporate entrepreneurship. **Journal of International Marketing**, v. 38, p. 519-540, 2007.

CAPÍTULO 2 Fatores mesoanalíticos como determinante de desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro

RESUMO

Este capítulo pretende identificar a influência de fatores mesoanalíticos, competição industrial, no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. Para isso, realizou-se um estudo com subsidiárias estrangeiras que operam no mercado hospedeiro brasileiro durante os anos de 2008 a 2011 totalizando uma amostra com 399 observações. A análise dos dados foi feita pela técnica de regressão utilizando dados em painel, tendo como estimador os mínimos quadrados ponderados. Os dados demonstram a influência da competição industrial no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. A variável dependente ROA mostrou-se significativamente influenciada em critério negativo pela concentração do mercado hospedeiro brasileiro e pelo nível de intensidade tecnológica do setor onde a subsidiária atua.

Palavras-chave: Mercado hospedeiro brasileiro. Competição industrial. Subsidiária estrangeira. Desempenho.

ABSTRACT

This chapter aim to identify the influence of the industry-based competition factor in the performance of foreign subsidiaries at Brazilian host market. For this purpose, a research has been performed with data from some of those subsidiaries in activity during 2008 to 2011, totalizing a sample of 399 observations. The analysis has been done by regressions with panel data, using the weighted least squares as estimator. The data have shown the influence of industrial-based competition on the performance of foreign subsidiaries in the Brazilian host market. The ROA has shown itself significantly influenced in a negative way by the concentration of the Brazilian host market and by the technological level of the sector which the foreign subsidiaries operate.

Key-words: Brazilian host Market. Industrial-based competition. Subsidiary. Performance.

1 INTRODUÇÃO

Na literatura acadêmica a respeito da gestão de negócios existe uma abordagem já consagrada ligando critérios econômicos mesoanalíticos que enfatizam a importância de fatores externos, de mercado/conjectura, para a explicação do desempenho da firma (HANSEN; WERNERFELT, 1989; CAVES, 1971). Estes critérios foram largamente observados e documentados no campo de estudos de negócios, sobretudo entre as décadas de 1970 e 1980 (MONTGOMERY; WERNERFELT, 1991; HANSEN; WERNERFELT, 1989; WERNERFELT; MONTGOMERY, 1988; PORTER, 1979, 1985; CAVES, 1971). Justamente nesta época, nos estudos de Porter (1979, 1985), esta conjugação de condições externas a firma tomou o tom de competição industrial (PENG; WANG; JIANG, 2008).

Esta perspectiva dominou em larga esfera temporal a preocupação dos estudiosos no tema de gestão de negócios ligando o desempenho de firmas à critérios mesoanalíticos, enfatizando o poder, estrutura e natureza de mercado como um determinante de desempenho (TVORIK; McGIVERN, 1997).

A contração da conduta voltada a análise de critérios mesoanalíticos teve início no final da década de 1980. A idéia de uma teoria robusta que viesse a melhor explicar o desempenho de firmas tomou força com o trabalho de Wernerfelt (1984), que estruturava uma ótica diferenciada, retirando o foco da conjuntura onde a firma está inserida e colocava a firma como centro do debate.

Após este início de estruturação de outra corrente teórica, houve diversos testes empíricos entre as teorias, como no caso do artigo de Hansen e Wernerfelt (1989) que analisaram a competição industrial e os recursos da firma e notaram que as duas teorias mostraram-se independentes, e com fatores ligados aos recursos da firma explicando o dobro da variação das taxas de lucro das firmas analisadas.

Além de Wernerfelt e Montgomery (1988) e Montgomery e Wernerfelt (1991), estudos em negócios internacionais Peng (2001) e os mais recentes Thome e Vieira (2012) e Thome, Medeiros e Calegário (2013), revelam equiparações entre critérios da visão baseada em recursos e da competição industrial, também em cenário internacional.

Contudo, a temática da análise da competição industrial volta a ser alvo da academia com o estudo de Peng, Wang e Jiang (2008), que apesar de não desdobrarem-se a respeito da teoria, colocam-na como um dos pontos de apoio para negócios internacionais em mercados de economia emergentes. Griffith, Cavusgil e Xu (2008) também corroboram com a percepção de Peng, Wang e Jiang (2008) e sustentam a necessidade de compreensão da competição industrial para entendimento de determinantes do desempenho de subsidiárias no mercado hospedeiro, sobretudo em mercados de economia emergentes, enfatizando Brasil, Rússia, Índia e China – BRIC (BIGGEMANN; FAM, 2011).

Deste modo, o presente artigo contribui para o debate a respeito da temática de negócios internacionais resgatando a utilização a competição industrial proposta por Peng, Wang e Jiang (2008) para identificar a influência do nível de competição industrial no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Justifica-se a escolha do mercado hospedeiro brasileiro por ser um dos mercados de economia emergente (PENG; WAG; JIANG, 2008) com baixo nível de estudos neste foco (BIGGEMANN; FAM, 2011) e que apresenta significativa distinção de comportamento quando comparado com outros países do BRIC (ESTRIN; PREVEZER, 2010).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Estudos a respeito de conjuntura industrial ligados ao desempenho de firmas são largamente observados e documentados no campo de estudos de negócios, como revelam Capon, Farley e Hoenig (1990). Hansen e Wernerfelt (1989) enfatizam que a economia tem grande destaque como um dos principais campos de pesquisa para determinar o desempenho da firma. Assim, esta conduta teórica “ênfatisa a importância de fatores do mercado para determinar o sucesso da empresa” (HANSEN; WERNERFELT, 1989, p. 339), sendo que, de acordo com estes autores, o sucesso pode ser medido em função de seu desempenho.

De acordo com Hansen e Wernerfelt (1989), a teoria da organização industrial (OI) tem se mostrado extremamente útil para os pesquisadores cujo interesse é a influência da estrutura de mercado na firma e, conseqüentemente, em seu desempenho. Grande número de trabalhos reflete esta postura teórica e gera significativa massa de análise que envolve atributos da OI (MONTGOMERY; WERNERFELT, 1991; HANSEN; WERNERFELT, 1989; WERNERFELT; MONTGOMERY, 1988; PORTER, 1979, 1985).

Percebe-se a preocupação dos autores acima mencionado sem compreender a ligação do mercado com o desempenho da firma e, mesmo indiretamente, recaem sobre os estudos de Bain (1951), que examinou a relação entre estrutura de mercado (medida pela concentração do mercado) e o exercício de poder de mercado. Assim, a capacidade das firmas em exercer poder sobre o mercado se tornou uma grande preocupação para alguns economistas e formuladores de políticas. Por outro lado, tornou-se ponto de interesse para estudiosos da firma, por apresentar reflexo em seu desempenho.

A abordagem de maior proeminência nesta base teórica é o paradigma da Estrutura-Condução-Desempenho (ECD), que defende uma ligação direta entre

a concentração de mercado e o grau de concorrência. De acordo com o paradigma ECD, uma maior concentração de mercado permite que as firmas detentoras da maior parcela de mercado explorem o poder de mercado para, assim, obter maior lucro (PRESCOTT; KOHLI; VENKATRAMAN, 1986; BAIN, 1951).

De acordo com Scherer (1980), a concentração de mercado é considerada a junção das partes de mercado dominadas pelas principais firmas que atuam no referido setor. Esta mesma consideração é válida na área de negócios internacionais, assim como é explicitada nos trabalhos de Xie et al. (2011) e Zhao e Zou (2002).

Bresnahan (1989) explica que uma alta concentração de mercado é tida quando poucas firmas detêm significativa parcela do mesmo (*market share*), enquanto a grande maioria do número de firmas opera no resto do mercado. Por outro lado, baixa concentração de mercado é caracterizada por grande número de competidores em uma situação, onde não se nota domínio por parte de algumas firmas.

A concentração de mercado é um importante aspecto da estrutura de mercado onde as firmas estão inseridas e que influencia o desempenho da firma (BRESNAHAN, 1989, PRESCOTT; KOHLI; VENKATRAMAN, 1986; PORTER, 1979; 1985; SCHERER, 1980). Em estudo mais recente, Van Kranenburg, Palm e Pfann (2002) também sustentam esta idéia e explicitam que a concentração de mercado pode refletir posições competitivas de firmas em um determinado setor. Os autores ainda enfatizam que a concentração de mercado age como um relevante indutor de conduta das empresas que dominam a estrutura do mercado, e esta conduta afeta por sua vez o desempenho das firmas.

Xie et al. (2011) percebem que, quando uma multinacional entra em um mercado hospedeiro, ela é afetada pelas condições do mercado local no qual decidiu operar. Outros estudos na área de negócios internacionais também

sugerem que a concentração de mercado no país hospedeiro é significativamente ligada ao desempenho das firmas estrangeiras que passam a utilizar o referido destino (ZHAO; ZOU, 2002; LI, 1995). Assim, a hipótese que

- a) **Hipótese 1:** Quanto maior a concentração do mercado correspondente ao setor de atuação da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro menor será o seu desempenho.

Além da concentração de mercado, outra condição importante para determinação do desempenho é a própria natureza do setor onde a firma está inserida (HALKOS; TZEREMES, 2007). Halkos e Tzeremes (2007, p.728), em um extenso estudo com firmas gregas, concluem que o “desempenho individual de firmas é fortemente relacionada com as características do setor em que atuam”, isto revela que podem haver setores com maior ou menor pré-disposição para gerar desempenho em firmas. Visão compartilhada por McGahan e Porter (1997), que também por análise empírica revelam a importância do setor da economia onde a firma está inserida para entendimento de seu desempenho.

Dentro de uma perspectiva neo-schumpeteriana, de incremento tecnológico setorial, Kirner, Kinkel e Jaeger (2009), em pesquisa com firmas alemãs, comprovam que o setor da economia, baseada em sua intensidade tecnológica, influencia o desempenho das firmas que atuam no mesmo. Este fato também é comprovado em outros estudos, como nos trabalhos de Rodriguez e Rodriguez (2005), Munier (2006) e em Wu (2012), que afirmam com base em dados empíricos a diferenciação do desempenho de firmas derivadas de níveis de intensidade tecnológica do setor da economia.

Rodriguez e Rodriguez (2005), estudando firmas e os setores espanhóis, chamam atenção para o que denominam de “efeito setor” (*sector effect*) em relação ao desempenho internacional de firmas espanholas e revelam que “fato

de pertencer a um determinado setor pode condicionar a estratégia e o desempenho de alguma forma de uma empresa” (RODRIGUEZ; RODRIGUEZ, 2005, p.545). De acordo com os autores, este fato se deve ao efeito setor, pois, a partir do momento que a firma inicia o processo de internacionalização, estando em um setor que é intensivo em tecnologia, esta firma intensifica o processo, como resultado de *spillovers* tecnológicos dentro da indústria, externalidades e pressões acumuladas, que lhe permitem melhorar a sua capacidade tecnológica ao nível da empresa e, conseqüentemente, a sua competitividade. Este fato, afeta positivamente o seu desempenho. Como também comprovado por Munier (2006).

Apesar de não evidenciar resultados que contestem Rodriguez e Rodriguez (2005), Munier (2006) e Kirner, Kinkel e Jaeger (2009), o trabalho de Wu (2012) afirma que não é a pressão ou os *spillovers* tecnológicos que geram desempenhos superiores a firmas que estão em setores intensivos em tecnologia, mas sim, critérios colaborativos que são moldados frente a competição de mercado e da própria busca por intensificação de tecnologia. Deste modo,

- b) **Hipótese 2:** Quanto maior o nível de intensidade tecnológica do setor do mercado hospedeiro brasileiro onde a subsidiária estrangeira esta instalada maior serão seu desempenho.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A influência da competição industrial no desempenho das multinacionais estrangeiras inseridas no mercado hospedeiro brasileiro foram testadas, onde a variável dependente nas análises foi o “ROA”, e as independentes foram a “Concentração de Mercado” e a “Intensidade do Nível Tecnológico do setor” onde as multinacionais estrangeiras estão inseridas. A Tabela 1 apresenta um resumo dos resultados de dois modelos, variando em função da variável dependente, sendo o Modelo 1 exclusivamente as variáveis controle, e o Modelo 2, a conjugação das variáveis controle e com as da competição industrial.

No Modelo 1, listado na Tabela 1, dentre as variáveis de controle, todas foram significativa ($p < 0,01$), com coeficiente de 3,15222 para Tamanho, -11,4527 para Experiência Internacional e 19,092 para Conhecimento Local.

No Modelo 2, as variáveis de controle mantiveram a significância ($p < 0,01$) apresentada anteriormente. Nesse modelo examinou-se a relação direta entre as variáveis independentes (ou seja, a Concentração de Mercado e a Intensidade do Nível Tecnológico onde as subsidiárias estrangeiras estão inseridas) e a variável dependente ROA. Os resultados do Modelo 2 revelam coeficientes da Concentração de Mercado (-22,0322) significativos ($p < 0,01$) e da Intensidade do Nível Tecnológico (-2,63766), ambos significante ($p < 0,01$).

Deste modo, o Modelo 2 trás resultados que confirmam a Hipótese 1, ou seja, quanto maior a concentração do mercado correspondente ao setor de atuação da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro menor será o seu desempenho (ROA). Por outro lado, os resultados negam a Hipótese 2, pois, apesar da intensidade do nível tecnológico apresentar significância, o mesmo tem caráter negativo, ou seja, uma maior intensidade do nível

tecnológico do setor do mercado hospedeiro brasileiro onde a subsidiária estrangeira esta instalada gera menor desempenho da mesma.

Tabela 1 Influência da competição industrial no desempenho das multinacionais estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro

	Modelo1	Modelo2
<i>Variáveis de Controle</i>		
Const	-18,3808***	6,94994
LNTAM	3,15222***	2,60913***
LNEXI	-11,4527***	-7,81286***
LNCLMKT	19,092***	11,5828***
<i>Competição Industrial</i>		
INT		-2,63766***
CONMKT		-22,0322***
N	399	399
F-valor	165,5855***	57,73017***
R ²	0,561461	0,427852
R ² ajustado	0,558071	0,420441

* p<0.1

** p<0.05

*** p<0.01

Fonte: Resultado da pesquisa

Os resultados das análises acabam gerando evidências distintivas a respeito do mercado hospedeiro brasileiro, o que de acordo com Biggemann e Fam (2011), podem ser interpretadas como reflexo de uma conjectura de mercado específica. Este fato contribui diretamente para o debate a respeito do desempenho de firmas estrangeiras em países hospedeiros com economias emergentes de Peng, Wang e Jiang (2008).

Pelos modelos, reconhece-se a importância das variáveis controle. Como os resultados mostram, a concentração de mercado exerce um impacto (-22,0322)de grande significância (p<0,01) nas subsidiárias estrangeiras confirmando a Hipótese 1 da pesquisa. Este fato se deve pela própria construção acadêmica a respeito da teoria da Competição Industrial e também da própria Hipótese 1. Faz-se necessário ressaltar que o termo desempenho nesta teoria tem

forte conotação financeira, assim como revelam os estudos de Capon, Farley e Hoenig (1990), Hansen e Wernerfelt (1989), Prescott, Kohli e Venkatraman (1986).

Percebe-se pelo estudo no mercado hospedeiro brasileiro que existe influência com grande significância nesta relação, quando visto pelo corte de grandes firmas (vendas anuais no mercado hospedeiro brasileiro superiores a 470 milhões de dólares).

A variável independente Intensidade do Nível Tecnológico do Setor revelou, assim como a Concentração de Mercado grande significância ($p < 0,01$). Contudo, apresentou critério negativo, o inverso estabelecido pela Hipótese 2, que assim foi negada.

Este fato acaba encontra-se em sinergia com o que Halkos e Tzeremes (2007, p.728) estabelecem, ou seja, “o desempenho individual de firmas é fortemente relacionada com as características do setor em que atuam”, pois a Intensidade do Nível Tecnológico do Setor apresenta grande significância ($p < 0,01$) para determinar a variável dependente ROA. Contudo, os dados acabam por revelar resultados que contradizem importantes estudos, como os de Halkos e Tzeremes (2007) e Kirner, Kinkel e Jaeger (2009) que trabalham na conduta neo-schumpeteriana a nível financeiro, por não apresentam ligação positiva entre a variável dependente ROA e a independente que apresentou um coeficiente de -2,63766. Pode-se dizer também que o chamado “efeito setor” nominado por Rodriguez e Rodriguez (2005) não foi encontrado no mercado hospedeiro brasileiro.

Este estudo, assim como em Xie et al. (2011) e Thome e Vieira (2012), corrobora com a posição colocada por Peng, Wang e Jiang (2008) a respeito da complexidade dos negócios internacionais contemporâneos e evidencia colaboração empírica para o que Xie et al. (2011) chama de necessidade de revisão abrangente dos fatores que afetam o posicionamento e desempenho das

firmas estrangeiras em um mercado hospedeiro, utilizando deste modo o Brasil como foco, dentre os países de economia emergente – BRIC (BIGGEMANN; FAM, 2011; ESTRIN; PREVEZER, 2010).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização deste trabalho identificou-se a influência do nível de competição industrial no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Dentre as hipóteses levantadas, a Hipótese 1, “quanto maior a concentração do mercado correspondente ao setor de atuação da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro menor será o seu desempenho”, é aceita.

A Hipótese 2 é negada pelo fato da variável independente Intensidade do Nível Tecnológico do Setor onde a subsidiária atua apresentar coeficiente negativo (-2.63766) com alta significância ($p < 0,01$) relacionado ao desempenho. Entendendo que quanto maior o nível de intensidade tecnológica do setor do mercado hospedeiro brasileiro onde a subsidiária estrangeira esta instalada menor será o seu desempenho.

Os dados evidenciam resultados diferentes dos esperados, o que gera novas possibilidades de análises variando em função das Intensidades do Nível Tecnológico do Setor onde a subsidiária estrangeira esta instalada, o que corrobora com a posição de Peng, Wang e Jiang (2008) a respeito da complexidade de possibilidades encontradas dentro do cenário atual dos negócios internacionais, em especial com a ponderação de Xie et al. (2011) que frisa mercados hospedeiros.

Este estudo trás importantes implicações gerencial para as subsidiárias de firmas estrangeiras hospedadas ou que desejem se instalar no mercado brasileiro é que elas não devem negligenciar os critérios de competição industrial operacionalizados nas variáveis independentes Concentração de Mercado e Nível de Intensidade Tecnológica do setor. Estas firmas devem desenvolver diferentes posturas analíticas para se posicionarem em setores

específicos, procurando setores com menor Concentração de Mercado e com menor Nível de Intensidade Tecnológica do setor quando o desejo for por maior desempenho.

Após a realização deste trabalho, novas questões acabam por emergir sendo, a primeira sobre a natureza do reflexo do nível da intensidade tecnológica do setor encontrada no mercado hospedeiro brasileiro. Nota-se que na literatura existe uma bifurcação teórica que procura justificar o melhor desempenho em setores com maior nível tecnológico, essa bifurcação é polarizada em competição (RODRIGUEZ; RODRIGUEZ, 2005) e cooperação (WU, 2012), por outro lado, não são encontrados estudos que venham a justificar o pior desempenho em setores com maior Nível de Intensidade Tecnológica.

Outro ponto a ser sugerido para futuros trabalhos é a utilização de Xu e Meyer (2013) para uso de recursos e capacidades da firma que venham a colaborar com o desempenho das subsidiárias, algumas vezes criando capacidades de perpassar por fatores mesoanalíticos desfavoráveis ou obter melhores resultados nos favoráveis.

A limitação do estudo diz respeito a escassez de dados a respeito de países emergentes, mais especificamente o mercado hospedeiro brasileiro.

REFERÊNCIAS

- BAIN, J. S. Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936-1940. **Quarterly Journal of Economics**, v. 65, p.293-324, 1951.
- BIGGEMANN, S.; FAM, K.-S. Business marketing in BRIC countries. **Industrial Marketing Management**, v. 40, p.5-7, 2011.
- BRESNAHAN, T. H. Empirical studies of industries with market power. In. SCHAMALENSEE, R.; WILLING, R. **Handbook of Industrial Organization**. Volume II, Amsterdam: North Holland, p.1011-1057, 1989.
- CAPON, N.; FARLEY, J. U.; HOENIG, S. Determinants of financial performance: a meta-analysis. **Management Science**, v. 36, n. 10, p. 1143-1159, 1990.
- CAVES, R. E. International corporations: the industrial economics of foreign investment. **Economica**, v. 38, n. 5, p. 1-27, 1971.
- DELIOS, A.; BEAMISH, P. W. Survival and profitability: the role of experience and intangible assets in foreign subsidiary performance. **Academy of Management Journal**, v. 44, n. 5, p.1028-1038, 2001.
- ESTRIN, S.; PREVEZER, M. The role of informal institutions in corporate governance: Brazil, Russia, India, and China compared. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 28, p.41-67, 2010.
- FALK, M. R&D spending in the high-tech sector and economic growth. **Research in Economics**, v. 61, p. 140-147, 2007.
- GODIN, B. The obsession for competitiveness and its impact on statistic: the construction of high-technology indicators. **Research Policy**, v. 33, p. 1217-1229, 2004.
- GÖRG, H.; STROBL, E. Multinational companies, technology spillovers and plant survival. **The Scandinavian Journal of Economics**, v. 105, n. 4, p.581-595, 2003.
- GRIFFITH, D. A.; CAVUSGIL, S. T.; XU, S. Emerging themes in international business research. **Journal of International Business Studies**, v. 39, p. 1220-1235, 2008.

HALKOS, G. E.; TZEREMES, N. G. Productivity efficiency and firm size: an empirical analysis of foreign owned companies. **International Business Review**, v. 16, p. 713-731, 2007.

HANSEN, G.S.; WERNERFELT, B. Determinants of firm performance: the relative importance of economic and organizational factors. **Strategic Management Journal**, v. 10, n. 5, p.399-411, 1989.

IWASAKI, N.; SELDON, B. J.; TREMBLAY. Brewing wars of attrition for profit (and concentration). **Review of Industrial Organization**, v. 33, p.263-279, 2008.

KIRNER, E.; KINKEL, S.; JAEGER, A. Innovation paths and the innovation performance of low-technology firms: empirical analysis of German Industry. **Research Policy**, v.38, p.447-458, 2009.

LI, J. Foreign entry survival: effects of strategic choices on performance in international markets. **Strategic Management Journal**, v. 16, n. 5, p. 333-351, 1995.

McGAHAN, A. M.; PORTER, M. E. How much does industry matter, really?.**Strategic Management Journal**, v. 18, p.15-30, 1997.

MONTGOMERY, C. A.; WERNERFELT, B. Sources of superior performance: market share versus industry effects in the U.S. brewing industry. **Management Science**, v. 37, n. 8, p.954-959, 1991.

MUNIER, F. Firm size, technological intensity of sector and relational competencies to innovate: evidence from French industrial innovating firms. **Economics of Innovation and New Technology**, v.15, n.4-5, p.493-505, 2006.

PENG, M. W. The resource-based view and international business. **Journal of Management**, v.27, n. 6, p.803-829, 2001.

PENG, M. W.; WANG, D. Y. L.; JIANG, Y. An institution-based view of international business strategy: a focus on emerging economies. **Journal of International Business Studies**, v. 39, n. 5, p.920-936, 2008.

PORTER, M. E. The structure within industries and companies' performance. **The Review of Economics and Statistics**, v. 61, n. 2, p.214-227, 1979.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para analisar indústrias e seus competidores**. Rio de Janeiro: Campus, 401 p.1985.

PRESCOTT, J. E.; KOHLI, A. K.; VENKATRAMAN, N. The market share-profitability relationship: an empirical assessment of major assertions and contradictions. **Strategic Management Journal**, v. 7, p.377-394, 1986.

RODRIGUEZ, J. L.; RODRIGUEZ, R. M. G. Technology and export behavior: a resource-based view approach. **International Business Review**, v.14, p. 539-557, 2005.

SCHERER, F. M. **Industrial market structure and economic performance**. 2 ed. Boston, MA: Houghton, 713 p.1980.

THOME, K. M.; VIEIRA, L. M. Internationalization among emerging countries: insights from Brazilian-Russian beef network. **Journal on Chain and Network Science**, v. 12, n. 3, p.231-242, 2012.

THOME, K. M.; MEDEIROS, J. J CALEGÁRIO, C. L. L. Estratégia em negócios internacionais: evidências em uma trading company que atua entre mercados emergentes. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v. 74, n. 1, p.219-246, 2013.

TREMBLAY, V. J.; IWASAKI, N.; TREMBLAY, C. H. The dynamics of industry concentration for U.S. micro and macro brewers. **Review of Industrial Organization**, v. 26, p.307-324, 2005.

TVORIK, S. J.; MCGIVERN, M. H. Determinants of organizational performance. **Management Decision**, v. 35, n. 6, p. 417-435, 1997.

VAN KRANENBURG, H.; PALM, F. C.; PFANN, G. A. Exit and survival in a concentrating industry: the case of daily newspapers in the Netherlands. **Review of Industrial Organization**, v. 21, n. 3, p. 283-298, 2002

XIE, Y. H.; ZHAO, H. J.; XIE, Q. J.; ARNOLD, M. On the determinants of post-entry strategic positioning of foreign firms in a host market: a “strategy tripod” perspective. **International Business Review**, v. 20, p.477-490, 2011.

XU, D.; MEYER, K. E. Linking Theory and context: ‘strategy research in emerging economies’ after Wright et al. (2005). **Journal of Management Studies**. v. 50, n. 7, p. 1322-1346, 2013.

ZHAO, H.; ZOU, S. The impact of industry concentration and firm location on export propensity and intensity: An empirical analysis of Chinese manufacturing firms. **Journal of International Marketing**, v. 10, n. 1, p.52–71, 2002.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, v. 5, p. 171-180, 1984.

WERNERFELT, B.; MONTGOMERY, C.A. Tobins's and the importance of focus in firm performance. **American Economic Association**, v. 78, n. 1 p.246-250, 1988.

WU, J. Technological collaboration in product innovation: the role of market competition and sectorial technological intensity. **Research Policy**, v.41, p.489-406, 2012.

CAPÍTULO 3 O papel das distâncias institucionais no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro

RESUMO

Este capítulo pretende identificar a influência das distâncias institucionais entre o país de origem da matriz estrangeira e o país hospedeiro no desempenho de subsidiárias hospedadas no mercado brasileiro. Para isso, realizou-se um estudo com subsidiárias estrangeiras que operam no mercado hospedeiro brasileiro durante os anos de 2008 a 2011 totalizando uma amostra com 399 observações. A análise dos dados foi feita pela técnica de regressão com dados em painel, tendo como estimador os mínimos quadrados ponderados. Os resultados demonstraram que a distância normativa, a distância regulatória e a interação da distância normativa e regulatória são significantes e influenciam positivamente o ROA. A justificativa para os resultados encontrados é realizada sobre a perspectiva institucionalista e colabora para a discussão da visão baseada em instituições de Peng, Wang e Jiang (2008) para negócios internacionais.

Palavras-chave: Instituições. Mercado hospedeiro brasileiro. Desempenho. Subsidiárias.

ABSTRACT

This chapter aim to identify the influence of the institutional distances in the performance of foreign subsidiaries at Brazilian host market. For this purpose, a research has been performed with data from some of those subsidiaries in activity during 2008 to 2011, totalizing a sample of 399 observations. The analysis has been done by regressions with panel data, using the weighted least squares as estimator. The results have shown that the normative distance, the regulatory distance and the interaction between these two are distinguished and influence the ROA in a positive way. The results' justification is performed by the institutionalism perspective and helps the discussion of the institutions-basedview from Peng, Wang and Jiang (2008) of international business.

Key-words: Institutional distances. Brazilian host Market. Performance

1 INTRODUÇÃO

Percebe-se que dentre as áreas ligadas aos negócios internacionais, a literatura tem privilegiado estudos a respeito das firmas que transpassam as fronteiras dos países que lhes originaram (RUGMAN, 2008). Isto se deve ao fato de que estas unidades, dentre outras coisas, podem gerar divisas ou ampliar/reduzir o lucro organizacional.

Peng (2004) sintetizou esta preocupação no que chama de grande pergunta das pesquisas em negócios internacionais em: “o que determina o sucesso ou o fracasso internacional da firma” (PENG, 2004, p.102). Percebe-se que o destaque dado em Peng (2004) leva em consideração dois aspectos, o primeiro e mais direto, ênfase na condição determinante do desempenho em negócios internacionais e o segundo, transversal à discussão do desempenho, ressaltando que firmas e mercados de economia emergentes, necessitam de melhores explicações para se compreender o primeiro aspecto.

Os aspectos mencionados em Peng (2004) acabaram por aguçar pesquisas sobre multinacionais e suas subsidiárias (MEYER; MUDAMBI; NARULA, 2011), sobretudo instaladas em mercados de economia emergentes (MEYER; PENG, 2005). Tema melhor desenvolvido por Peng, Wang e Jiang (2008), que estabelecem uma conduta conceitual a respeito de uma característica ainda não consolidada nos negócios internacionais e que, de acordo com os autores, gera um melhor entendimento a respeito do sucesso ou fracasso de firmas em mercados de economias emergentes.

Esta estrutura analítica foi nominada por Peng, Wang e Jiang (2008, p. 921) como “visão baseada em instituições”, e é colocada em pé de igualdade com outras duas teorias: i) competição industrial e ii) recursos e capacidades da firma no poder de explicação do desempenho internacional da firma.

A premissa de Peng, Wang e Jiang (2008) é que, ao momento que a subsidiária de uma firma multinacional se instala em outro país, ela pode receber influência do país em que se instala/hospeda. Esta influência pode gerar resultados negativos ou positivos para o desempenho da firma (XU; PAN; BEAMISH, 2004). Em estudos mais recentes, Cantwell, Dunning e Lundan (2010), ressaltam a necessidade de mudanças no caráter das atividades de firmas multinacionais em função das mudanças em ambientes institucionais onde as subsidiárias de firmas multinacionais estão instaladas, evidenciando a importância de compreender características institucionais e corroborando na ênfase dada por Peng, Wang e Jiang (2008) aos mercados de economias emergentes.

Dentre estes mercados, destaca-se o Brasil por ser um foco de análise pouco recorrente na literatura internacional (HOLTBRÜGGE; BARON, 2013; BIGGEMANN; FAM, 2011) e que pode apresentar contribuição na discussão na área de negócios internacionais por ter significativa diferenciação a nível institucional, assim como mostram Estrin e Prevezer (2010), que comparam fatores institucionais dos países do BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) e o reflexo na governança corporativa de multinacionais.

De acordo com Jackson e Deeg (2008), torna-se necessário compreender a diversidade institucional a qual as multinacionais estão permeadas e as suas implicações para os negócios internacionais. Deste modo, emerge no contexto acadêmico a necessidade de determinar a influência de condições institucionais no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A visão baseada em instituições ressalta as estruturas formais ou informais que regulam o desenvolvimento de negócios internacionais e podem moldar a competição industrial, bem como os recursos e capacidades da firma (PENG; WANG; JIANG, 2008; PENG; PLEGGENKUHLE-MILES, 2009). As dimensões das instituições podem ser visualizadas no Quadro 1, desdobradas em níveis de formalização (NORTH,1990) e em pilares (SCOTT,1995), sendo operacionalizadas, respectivamente, como regras, leis, regulamentos e como normas de grupos, valores culturais e cognição influenciadas por etnia, religião e educação.

Quadro 1 Dimensões das instituições

Formalização (NORTH, 1990)	Pilares (SCOTT, 1995)	Operacionalização
Formais	Regulação (coerção)	Regras Leis Regulamentos
Informais	Normatização	Normas de grupos Valores culturais
	Cognição	Etnia Religião Educação

Fonte: Adaptado de North (1990) e Scott (1995).

Uma das primeiras sínteses teóricas a respeito da internacionalização de firmas é o modelo da escola sueca de Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 1977; 1990) e chamava a atenção para diferenças entre a conjuntura do país da matriz e a do país que hospedaria sua subsidiária. Esta diferença era retratada como distância psíquica e mostrava-se eficiente na análise de estudos de negócios internacionais. Ao que parece, o termo distância psíquica entrou em desuso (JOHANSON; VAHLNE, 2009). Contudo, as diferenças com base nas

instituições ganharam força (PENG; WANG; JIANG, 2008; MEYER; PENG, 2005; XU; PAN; BEAMISH, 2004).

Ghemawat (2003) nota que dimensões culturais, administrativas e econômicas em negócios internacionais são importantes fatores que diferenciam de país a país. Desse modo, o condicionante envolvido na diferença entre as posições institucionais mostra-se válido no estudo dos determinantes de desempenho de firma em ambiente internacional, como enfatizam recentes estudos (CANTWELL; DUNNING; LUNDAN, 2010; CHAO; KUMAR, 2010; CANTWELL, 2009; ROY; OLIVER, 2009; PENG; WANG; JIANG, 2008; LI; YUE, 2008).

Kostova (1999) utiliza o termo distância institucional para nominar a diferença entre as posições institucionais que envolvem o país de origem e o país hospedeiro de uma determinada firma. Mais especificamente, estas posições são divididas em regulatórias, cognitivas e normativas. As instituições regulatórias estariam expressas nas regras e leis que constituem a ordem e a estabilidade em uma sociedade; já as instituições normativas são representadas pelo domínio de valores sociais e, por fim, as instituições cognitivas são as estruturas cognitivas estabelecidas em uma sociedade (KOSTOVA, 1999; KOSTOVA; ZAHEER, 1999).

Kostova e Zaheer (1999) e Jackson e Deeg (2008) afirmam que a distância institucional entre o país de origem da multinacional e do país hospedeiro de sua subsidiária exerce impacto negativo sobre o esforço da multinacional para estabelecer e manter a sua legitimidade no país hospedeiro. De acordo com os mesmos autores, a não familiaridade e as diferenças no mercado entre o país de origem com o país hospedeiro podem aumentar a incerteza e o risco para a atuação da firma neste último. Em estudo recente e empírico, Roy e Oliver (2009), confirmam a interferência de fatores legais em

joint-ventures internacionais e revelam que o tema continua recorrente na academia.

Xu, Pan e Beamish (2004), em estudo que operacionaliza a distância institucional, enfatizaram dois pilares, denominados: a) distância normativa e b) distância regulatória. A distância regulatória expressa as diferenças de regulação entre o país de origem da firma e o país hospedeiro de sua subsidiária, enquanto a distância normativa reflete as diferenças nas normas sociais entre o país de origem da firma e país hospedeiro de sua subsidiária (XU; PAN; BEAMISH, 2004). Percebe-se que, além de bem aceita, a operacionalização da distância institucional realizada por Xu, Pan e Beamish (2004) é amplamente utilizada, assim como retratam os recentes estudos de Xie et al. (2011), Chao e Kumar (2010) e Gaur, Delios e Kulwant (2007). Com base nestes trabalhos hipotetiza-se que,

- a) **Hipótese 1:** Quanto maior a distância normativa entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária.

- b) **Hipótese 2:** Quanto maior a distância regulatória entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária.

Apesar dos critérios das distâncias normativa e regulatória apresentarem naturezas distintas (XU; PAN; BEAMISH, 2004; GAUR; DELIOS; KULWANT, 2007; CHAO; KUMAR, 2010), Thome, Vieira e Santos (2012) revelam que em um mercado emergente específico, Rússia, critérios normativos e regulatórios são tão complexos e voláteis, muitas vezes até conflitantes, que

parecem gerar complicações adicionais às firmas que pretendem se estabelecer no referido mercado.

A situação descrita por Thome, Vieira e Santos (2012), apesar de logicamente compreensível, ainda não foi testada em situações que apresentem representatividade de dados. Assim,

- c) **Hipótese 3:** Quanto maior a interação entre as distâncias normativa e regulatória entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A influência da condição e transição institucional no desempenho das subsidiárias estrangeiras inseridas no mercado hospedeiro brasileiro foi testada, onde a variável dependente na análise foi o ROA, e as independentes foram a Distâncias Normativa e Regulatórias e a interação das mesmas. A Tabela 1 apresenta um resumo dos resultados ROA, variando em função da variável independente em Modelos 1, 2, 3 e 4, sendo o Modelo 1 exclusivamente as variáveis controle, o Modelo 2 apresenta a conjugação das variáveis controle e com a variável Distância Normativa, o Modelo 3 apresenta as variáveis controle e a variável Distância Regulatória e o Modelo 4, as variáveis controle e a variável interação das Distâncias Normativa e Regulatória.

A necessidade desta apresentação das variáveis dependentes, em modelos separados deve-se ao fato de quando apresentadas em conjunto o modelo sofre multicolinearidade, por isso, utilizou-se a mesma estratégia de Chao e Kumar (2010) e elas foram apresentadas em modelos diferentes.

No Modelo 1 listado na Tabela 1, todas as variáveis de controle foram significativas ($p < 0,01$). Esta mesma conjugação de significância manteve-se nas variáveis controle quando independente Distância Normativa foi inserida no Modelo 2.

No Modelo 2, a variável independente Distância Normativa apresentou coeficiente de 8,27038 significativo a $p < 0,01$ o que nega a Hipótese 1, ou seja a distância normativa é estatisticamente relacionada em atributo *positivo* com o desempenho (ROA) das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Por sua vez, o Modelo 3, apresentou apenas as variáveis controle Experiência Internacional (-5,91295) e Conhecimento Local de Mercado (8,04058) significantes ($p < 0,01$). Neste modelo, a variável independente

Distância Regulatória (7,20431) apresentou-se significativa ($p < 0,01$) e deste modo também foi negada a Hipótese 2, ou seja os dados revelam resultados.

Tabela 1 Influência das condições e transições institucionais no desempenho das multinacionais estrangeiras no mercado hoteleiro brasileiro

	Modelo1	Modelo2	Modelo3	Modelo4
<i>Variáveis de Controle</i>				
Const	6,94994	17,7383**	-1,34607	3,11532
LNTAM	2,60913***	2,89412***	0,88805	1,94385***
LNEXI	-7,81286***	-16,0273***	-5,91295***	-8,03327***
LNCLMKT	11,5828***	21,0342***	8,04058***	10,945***
INT	-2,63766***	-4,87351***	0,0399588	-1,95217**
CONMKT	-22,0322***	-44,5935***	0,225144	-10,5083
<i>Condições e Transições Institucionais</i>				
DN		8,27038***		
DR			7,20431***	
DNxLnDR				3,37926***
N	399	399	399	399
F-valor	57,73017***	493,8118***	24,48857***	25,92781***
R ²	0,427852	0,885002	0,276222	0,287785
R ² ajustado	0,420441	0,883209	0,264943	0,276685

* p<0.1

** p<0.05

*** p<0.01

Fonte: Resultado da pesquisa.

Onde estatisticamente a Distância Regulatória esta relacionada em atributo *positivo* com o desempenho (ROA) das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Já no Modelo 4, as variáveis controle Tamanho, Conhecimento Local de Mercado, Experiência Internacional e Nível de Intensidade Tecnológica foram significativas ($p < 0,01$), já a Concentração de Mercado não ($p > 0,1$). Nesta equação, a variável independente foi a interação entre as Distâncias Normativa e Regulatória que evidencia o coeficiente (3.37926) significativo ($p < 0,01$), negando também a Hipótese 3, ou seja a interação entre as distâncias normativa e regulatória é estatisticamente relacionada em atributo *positivo* com o desempenho (ROA) das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Os resultados confirmam a relevância de critérios institucionais levantados por Peng, Wang e Jiang (2008) para desempenho em mercados de economia emergentes. Contudo, os resultados das Distâncias Normativa, Regulatória e interação Normativa e Regulatória são estatisticamente relacionadas em atributos positivos com o desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. Este estudo revela nível de significância ($p < 0,01$) idênticos aos de Xu, Pan e Beamish (2004) e Gaur, Delios e Kulwant (2007), contudo, com coeficientes positivos nas variáveis independentes Distância Normativa e Distância Regulatória.

Os resultados encontrados neste estudo apresentam também maior significância que o trabalho de Xie et al. (2011), que estudou subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro estadunidense e não encontrou significância ($p > 0,1$) no impacto destas variáveis independentes, e mostram superior significância de efeito que os resultados encontrados por Chao e Kumar (2010).

Outro ponto a se destacar é que os resultados vão contra a percepção de Thome, Vieira e Santos (2012) no tocante a interação entre as variáveis

Distâncias Normativas e Regulatórias com expressiva significância ($p < 0,01$) gerando um coeficiente positivo ligado ao desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Os modelos apresentaram representatividade (R^2) superiores aos similares estudos temáticos de Holtbrügge e Baron (2013) e Chao e Kumar (2010).

A justificativa para a relação positiva entre as variáveis independentes e a dependente, também é realizada por critérios institucionais. Pelas leituras de Baer e Kerstenetzky (1964), Lowinger (1974) e nos recente Baer (2008) e Ranincheski, Negri e Mueller (2011), percebe-se que o Brasil apresenta uma construção institucional muito particular, confirmando as premissas de diversidade institucional comentadas por Jackson e Deeg (2008) e encontradas em Estrin e Prevezer (2010) em estudo específico a respeito de Brasil, Rússia, Índia e China.

Esta construção institucional particular pode estar ligada ao fator de colonização brasileira (RANINCHESKI; NEGRI; MUELLER, 2011) ou a políticas públicas desenvolvimentistas, destacando aqui a substituição das importações pela produção interna no Brasil, com intenção de industrializar o país (BAER; KERSTENETZKY, 1964) e posteriormente criando mecanismos de proteção da indústria nascente, culminando em alavancagem de exportações (LOWINGER, 1974) estritamente ligada às subsidiárias de multinacionais que se instalaram no Brasil (BAER, 2008), haja vista que as indústrias locais eram insipientes (RANINCHESKI; NEGRI; MUELLER, 2011).

Outro ponto a se destacar é a natureza destas subsidiárias que se instalaram no Brasil, majoritariamente de países tidos como de economias desenvolvidas (BAER, 2008). Ou seja, subsidiárias de firmas multinacionais sempre se apresentam fortemente ligadas ao mercado hospedeiro brasileiro. Deste modo, o Brasil como mercado hospedeiro, apresentando

instituições próprias e diferenciadas dos demais países emergentes, contribuindo para a literatura a respeito deste tema, evidenciando que esta construção institucional diferenciada reflete em caráter positivo de desempenho ligado a distância institucional (Normativa, Regulatória e interação Normativa e Regulatória).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização deste trabalho identificou-se a influência do nível de condições e transições institucionais no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Sobre o resultado das análises a respeito do papel das distâncias institucionais no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, nega-se as três hipóteses pré-estabelecidas no estudo, ou seja, as distâncias normativa (8,27038), regulatória (7,20431) e interação entre normativa e regulatória (3,37926) são estatisticamente relacionadas ($p < 0,01$) em atributo positivo com o desempenho (ROA) das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

A negação destas hipóteses vão de encontro com os resultados encontrados por de Xu, Pan e Beamish (2004), Gaur, Delios e Kulwant (2007), Chao e Kumar (2010) a respeito das distâncias normativa e regulatória e do relato de Thome, Vieira e Santos (2012), quanto a interação entre as distâncias normativa e regulatória.

A justificativa para estes resultados também pode ser realizada com base na conduta institucionalista por se perceber uma construção institucional no mercado hospedeiro brasileiro muito particular (BAER, 2008; RANINCHESKI; NEGRI; MUELLER, 2011), que permite um ambiente propício ao desenvolvimento das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, gerando o que Jackson e Deeg (2008) chamam de diversidade institucional.

O questionamento que surge da realização deste estudo diz respeito da integração institucional e organizacional (re)montada ao longo do tempo que pudesse sustentar desempenhos superiores de subsidiárias estrangeiras com maior distância institucional. Ressalta-se também a limitação do estudo, a

escassez de dados a respeito de países emergentes, mais especificamente o mercado hospedeiro brasileiro.

REFERÊNCIAS

- BAER, W.; KERSTENETZKY, I. Import substitution and industrialization in Brazil. **The American Economic Review**, v. 54, n. 3, p.411-425, 1964.
- BAER, W. **The Brazilian economy: growth and development**. Ed.6 Boulder: Lynne Rienner, 528 p. 2008.
- BIGGESMANN, S.; FAM, K.-S. Business marketing in BRIC countries **Industrial Marketing Management**, v. 40, p.5-7, 2011.
- BRESNAHAN, T. H. Empirical studies of industries with market power. In. SCHAMALENSEE, R.; WILLING, R. **Handbook of Industrial Organization**. Volume II, Amsterdam: North Holland, p.1011-1057, 1989.
- CANTWELL, J. Location and the multinational enterprise. **Journal of International Business Studies**, v. 40, n. 1, p.35-41, 2009.
- CANTWELL, J.; DUNNING, J. H.; LUNDAN, S.M. An evolutionary approach to understanding international business activities: the co-evolution of MNEs and the institutional environment. **Journal of International Business Studies**, v. 41, n. 4, p.567-586, 2010
- CHAO, M. C.-H.; KUMAR, V. The impact of institutional distance on the international diversity-performance relationship. **Journal of World Business**, v. 45, p. 93-103, 2010.
- ESTRIN, S.; PREVEZER, M. The role of informal institutions in corporate governance: Brazil, Russia, India, and China compared. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 28, p.41-67, 2010.
- GAO, J.Y. MURRAY, M. KOTABE; J. L. A Strategy tripod perspective on export behaviors: Evidence from domestic and foreign firms based in an emerging economy. **Journal of International Business Studies**, v.41, n. 3, p. 377-396, 2010.
- GAUR, A. J.; DELIOS, A.; KULWANT, S. Institutional environment, staffing strategies, and subsidiary performance. **Journal of Management**, v. 33, n. 4, p.611-636, 2007.
- GHEMAWAT, P. Semiglobalization and international business strategy. **Journal of International Business Studies**, v. 34, n. 2, p.138-152, 2003.

HOLTBRÜGGE, D.; BARON, A. Market entry strategies in emerging markets: an institutional study in the BRIC countries. **Thunderbird International Business Review**, v. 55, n. 3, p.237-252, 2013.

JACKSON, G.; DEEG, R. Comparing capitalisms: understanding institutional diversity and its implications for international business. **Journal of International Business Studies**, v.39, p.540-561, 2008.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, v. 8, n. 1, p.23-32, 1977.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The mechanisms of internationalization. **International Marketing Review**, v. 7, n. 4, p.11-24, 1990.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. **Journal of International Business Studies**, v. 40, p.1411-1431, 2009.

KOSTOVA, T. Transnational transfer of strategic organizational practices: a contextual perspective. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 2, p.308–325, 1999.

KOSTOVA, T.; ZAHEER, S. Organizational legitimacy under conditions of complexity: the case of the multinational enterprises. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 1, p.64–81, 1999.

LI, J.; YUE, D. R. Market size, legal institutions, and international diversification strategies: implications for the performance of multinational firms. **Management International Review**, v. 48, n. 6, p. 667-688, 2008.

LOWINGER, T. C. Import substitution, export promotion and the structure of Brazil's protection. **Journal of Development Studies**, v. 10, n. 3-4, p.430-444, 1974.

LU, J.; LIU, X.; WANG, H. Motives for outward FDI of Chinese private firms: firm resources, industry dynamics and government policies. **Management and Organization Review**, v. 7 n. 2, p. 223-248, 2011.

MEYER, K. E.; PENG, M. W. Probing theoretically into Central and Eastern Europe: transactions, resources and institutions. **Journal of International Business Studies**, v.36, p.600-621, 2005.

MEYER, K. E.; MUDAMBI, R.; NARULA, R. Multinational enterprises and local contexts: the opportunities and challenges of multiple embeddedness. **Journal of Management Studies**, v. 48, n. 2, p.235-252, 2011.

NORTH, D. C. **Institutions, institutional change, and economic performance**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 159 p. 1990.

PENG, M. W. Identifying the big question in international business research. **Journal of International Business Studies**, v.35, n.2, p.99-108, 2004.

PENG, M. W.; WANG, D. Y. L.; JIANG, Y. An institution-based view of international business strategy: a focus on emerging economies. **Journal of International Business Studies**, v. 39, n. 5, p.920-936, 2008.

PENG, M. W.; PLEGGENKUHLE-MILES, E. G. Current debates in global strategy. **International Journal of Management Reviews**, v. 11, n.1, p.51-68, 2009.

RANINCHESKI, S.; NEGRI, C.; MUELLER, C. **The Brazilian economy in historical perspective**. Brasília: Verbena, 149 p. 2011.

ROY, J.-P.; OLIVER, C. International joint-venture partner selection: the role of the host-country level environment. **Journal of International Business Studies**, v.40, p. 779-801, 2009.

RUGMAN, A. M. **The Oxford Handbook of International Business**. 2 Ed. New York: Oxford Press, 880 p. 2008.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations**. Oaks, CA: Sage, 360 p. 1995.

THOME, K. M.; VIEIRA, L. M.; SANTOS, A. C. International marketing channels for Brazilian beef: comparison between Russia and the United Kingdom. **Journal of East-West Business**, v. 18, n. 4, p.301-320, 2012.

XIE, Y. H.; ZHAO, H. J.; XIE, Q. J.; ARNOLD, M. On the determinants of post-entry strategic positioning of foreign firms in a host market: a “strategy tripod” perspective. **International Business Review**, v. 20, p.477-490, 2011.

XU, D.; PAN, Y.; BEAMISH, P. W. The effect of regulative and normative distance on MNE ownership and expatriate strategies. **Management International Review**, v. 44, n. 3, p.285–307, 2004.

CAPÍTULO 4 Influência dos recursos e capacidades da firma no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro

RESUMO

Este capítulo pretende identificar a influência dos recursos e capacidades da firma no desempenho de subsidiárias estrangeiras hospedadas no mercado brasileiro. Para isso, realizou-se um estudo com subsidiárias estrangeiras que operam no mercado hospedeiro brasileiro durante os anos de 2008 a 2011 totalizando uma amostra com 399 observações. A análise dos dados foi feita pela técnica de regressão com dados em painel, tendo como estimador os mínimos quadrados ponderados. Os resultados demonstraram que o desempenho é significativamente influenciado, em critério positivo pela parcela de mercado da subsidiária e pelo conhecimento local de mercado. Já a variável independente tamanho e experiência internacional, mostraram-se significantes, contudo apresentaram negativas influencia sobre o desempenho. Os resultados revelam ainda que o conhecimento local do mercado brasileiro conseguiu reduzir o impacto de critérios institucionais (distância regulatória e interação entre distâncias normativa e regulatória) bem como a experiência internacional reduziu o impacto da concentração de mercado no desempenho de subsidiárias estrangeiras hospedadas no mercado brasileiro.

Palavras-chave: Recursos e capacidades da firma, subsidiária estrangeira, mercado hospedeiro brasileiro, desempenho.

ABSTRACT

This chapter aim to identify the influence of the firm-specific resources and capabilities factor in the performance of foreign subsidiaries at Brazilian host market. For this purpose, a research has been performed with data from some of those subsidiaries in activity during 2008 to 2011, totalizing a sample of 399 observations. The analysis has been done by regressions with panel data, using the weighted least squares as estimator. The results have shown that the performance is sigificantly influenced, in positive matters, by the market share and the local market knowledge. Despite of that, the independent variable size and international experience have shown important influence, in negative matter, on the ROA. The results also reveal the local market knowledge has accomplished to reduce the institutional matters impact (regulatory distance, interactions between normative and regulatory distances)as wellas international experience reduces the impact of market concentration on the performance of foreign subsidiarie shosted in the Brazilian market.

Key-words: Firm-specific resources and capabilities. Performance. Brazilian host market. Subsidiary.

1 INTRODUÇÃO

A visão baseada em recursos (*resource based-view*) é uma teoria que ganhou notória relevância acadêmica ao evidenciar que recursos e capacidades da firma apresentam maior poder explicativo que atributos/variáveis da conjectura da competição industrial (HANSEN; WERNERFELT, 1989; WERNERFELT; MONTGOMERY, 1988; MONTGOMERY; WERNERFELT, 1991). Provando que a firma tinha capacidade de, através de um conjunto de recursos e capacidades, determinar seu desempenho, contrapondo-se a teoria econômica, que preconizava que fatores externos a firma é que determinavam os desempenhos individuais (BARNEY; WRIGHT; KETCHEN, 2001).

Peng (2001) e Pitelis (2004) mostram que esta é uma teoria amplamente aceita e difundida na temática dos negócios internacionais. Diversos autores evoluíram esta teoria em negócios internacionais e acabam por enfatizar que fatores específicos ligados à visão baseada em recursos podem determinar o desempenho de firmas em mercados internacionais (BOUQUET; MORRISON; BIRKINSHAW, 2009; CHANDRA; STYLES; WILKINSON, 2009; HALKOS; TZEREMES, 2007; LEE; HABTE-GIORGIS, 2004; ZOU; CAVUSGIL, 2002).

Peng, Wang e Jiang (2008) não confrontam os autores acima citados, contudo não aceita esta única postura teórica. Peng, Wang e Jiang (2008) assumem que, para determinar o desempenho de firmas em mercados internacionais, especialmente em mercados de economias emergentes, é necessária uma visão holística sobre a firma e o contexto em que a mesma está inserida. De acordo com Peng, Wang e Jiang (2008) a visão baseada em recursos (nominado pelos autores como recursos e capacidades da firma) é apenas um dos três itens que podem determinar o desempenho da firma, para estes autores ainda existe a competição industrial e as condições e transições institucionais.

Estudos recentes (WANG et al., 2012; THOME; VIEIRA; SANTOS, 2012; XIE et al., 2011; LU; LIU; WANG, 2011; GAO; MURRAY; KOTABE, 2010) confirmam a importância levantada por Peng, Wang e Jiang (2008) a respeito de estudos com múltiplos fatores a) recursos e capacidades da firma, b) competição industrial e c) condições e transições institucionais) para determinar desempenho de firmas multinacionais em mercados desenvolvidos e em emergentes (Rússia e China). Contudo, estudos que visualizem o mercado hospedeiro brasileiro são escassos (BIGGEMANN; FAM, 2011) e podem contribuir para o debate de mercados de economias emergentes (XU; MEYER, 2013) por revelar significativa distinção conjuntural dos demais mercados de economias emergentes (HOLTBRÜGGE; BARON, 2013; ESTRIN; PREVEZER, 2010).

Deste modo, o presente artigo visa contribuir para o debate iniciado por Peng, Wang e Jiang (2008) a respeito dos determinantes de desempenho de firmas multinacionais, utilizando como mercado hospedeiro o Brasil. Mais especificamente, este estudo: a) determina a influência de recursos e capacidades da firma no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro e b) caracteriza o efeito mediador de recursos e capacidades da firma em fatores de competição industrial e condições institucionais de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com respeito aos recursos e capacidades da firma, a teoria da Visão Baseada em Recursos (RBV), assim como a teoria da rede de negócios, evidencia que fatores idiossincráticos relacionados à trajetória podem moldar a firma e/ou a rede (BARNEY; WRIGHT; KETCHEN, 2001; DYER; SINGH, 1998; BARNEY, 1991). Na teoria da RBV, firmas procuram acumular recursos que variam em raridade, impossibilidade de imitação, escassez e possibilidade de comercialização (BARNEY; WRIGHT; KETCHEN, 2001). O princípio fundamental desta teoria é que a base para a vantagem competitiva de uma empresa encontra-se, sobretudo, na aplicação do pacote de recursos valiosos à disposição da firma (BARNEY; WRIGHT; KETCHEN, 2001).

Peng (2001) confirma a possibilidade da aplicação desta teoria em ambiente internacional e afirma que recursos acumulados em negócios internacionais podem gerar vantagens para os seus detentores. Dunning (2000), fazendo alusão a seu modelo clássico, o paradigma eclético, menciona recursos como atributo de característica de propriedade da firma. Este mesmo autor define uma série de atributos que podem ser considerados características/recursos/capacidades da firma, tais como patentes legais, expertise, formas de produção, força de trabalho, vantagens de escopo e escala, entre outros (HALKOS; TZEREMES, 2007).

Uma das características ou recursos tratada na literatura internacional com status de significância é o tamanho da firma (CAPON; FARLEY; HOENIG, 1990; CAVES, 1996; DUNNING, 2000; HANSEN; WERNERFELT, 1989; LEE; HABTE-GIORGIS, 2004). Em linhas gerais, percebe-se que, a corrente neoclássica pondera que o tamanho da firma influencia a possibilidade de produzir serviços ou produtos de maneira mais eficiente e barata. Este fato se deve a fatores de escala, escopo e/ou até mesmo pelo acúmulo de conhecimento

que firmas de maior porte possam apresentar (HANSEN; WERNERFELT, 1989; BOEHE, 2013; HALKOS; TZEREMES, 2007; LEE; HABTE-GIORGIS, 2004).

O inverso também se mostra real, ou seja, firmas de menor tamanho apresentam dificuldades que são superadas com mecanismos de agrupamento regional, ou sobre um produto/serviço específico por mecanismos de colaboração (BOEHE, 2013). Esse atributo suporta a possível ligação entre o tamanho da firma com sua mensurável de sucesso.

Dentre as várias possibilidades de associação do tamanho da firma com mensuráveis de sucesso, nota-se uma grande inclinação para o quesito desempenho (CAPON; FARLEY; HOENIG, 1990; HALKOS; TZEREMES, 2007; HANSEN; WERNERFELT, 1989; LEE; HABTE-GIORGIS, 2004).

Contudo, na literatura não é encontrado consenso acadêmico na junção da variável desempenho em detrimento do tamanho da firma. Isso é evidenciado pela contraposição dos estudos de Hansen e Wernerfelt (1989), Lee e Habte-Giorgis (2004) e Halkos e Tzeremes (2007) que concluem haver ligação positiva entre tamanho da firma e seu desempenho financeiro e no trabalho de Capon, Farley e Hoenig (1990) que concluem a não significância desta ligação. Apesar da ponderação feita com a ressalva em Capon, Farley e Hoenig (1990), vai-se ao encontro dos trabalhos de Hansen e Wernerfelt (1989), Lee e Habte-Giorgis (2004) e Halkos Tzeremes (2007) e espera-se encontrar relação positiva entre o tamanho da firma e seu desempenho. Assim:

- a) **Hipótese 1:** Quanto maior o tamanho da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro, maior será seu o desempenho.

Além do tamanho da firma, outros atributos tomam papel de destaque na literatura de negócios internacionais. Montgomery e Wernerfelt (1991), por

exemplo, utilizam a parcela de mercado como um recurso da firma que lhe gera desempenho diferenciado. Estes autores estudaram o mercado de cerveja americano e notaram que maiores parcelas de mercado podem gerar e sustentar, para suas detentoras, maiores desempenhos.

Van Kranenburg, Palm e Pfann (2002) e Prescott, Kohli e Venkatraman (1986) compartilham da mesma visão de Montgomery e Wernerfelt (1991) e revelam que o fato de possuir maior ou menor parcela de mercado pode refletir na posição competitiva da firma. Considerando assim, a parcela de mercado um importante recurso da firma.

Van Kranenburg, Palm e Pfann (2002) e Prescott, Kohli e Venkatraman (1986) também revelam que a parcela de mercado é um recurso da firma que pode agir como indutor de conduta na estrutura do mercado ou setor onde atua e a conduta afetaria por sua vez o desempenho da firma. Tremblay, Iwasaki e Tremblay (2005) bem como Iwasaki, Seldon e Tremblay (2008) trazem evidências que firmas de setores específicos que valem-se de significativas parcelas de mercado para obter desempenho superior a seus concorrentes, um dos exemplos desta prática é retratada também por Hay (2001) no mercado brasileiro. Deste modo:

- b) **Hipótese 2:** Quanto maior a parcela de mercado da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro, maior será seu o desempenho.

Peng (2001) chama a atenção para o capital social desenvolvido em redes de negócios e para o conhecimento tácito que a empresa desenvolve e procura manter, em operações globais, tratando-os como recursos distintivos.

Estes recursos distintivos são ligados, assim, à experiência internacional que a firma desenvolve ao longo de sua trajetória (PENG, 2001), podendo, desse

modo, colaborar na transferência/relocação de capacidades específicas que irão proporcionar a vantagem competitiva desejada. Este fato se deve a experiências passadas pela firma em outros países hospedeiros e é passível de utilização em sua expansão internacional (RUGMAN; VERBEKE, 2001; BOUQUET; MORRISON; BIRKINSHAW, 2009) e, de acordo com Zou e Cavusgil (2002), pode influenciar fortemente o desempenho da firma.

Johanson e Vahlne (1977) trazem evidências de que firmas com maior experiência internacional apresentam maior propensão a desenvolver capacidades organizacionais em mercados internacionais. Após o artigo destes autores, percebe-se uma forte tendência na literatura de negócios internacionais a assumir que a experiência internacional apresenta influência positiva sobre o desempenho de firmas multinacionais (RUGMAN; VERBEKE, 2001; DELIOS; BEAMISH, 2001; ZOU; CAVUSGIL, 2002; BOUQUET; MORRISON; BIRKINSHAW, 2009).

Chandra, Styles e Wilkinson (2009) revelam que firmas com maior experiência internacional apresentam-se em posição de vantagem quando comparadas com outras que apresentam pouca, posição também visualizada por pesquisas empíricas de Bouquet, Morrison e Birkinshaw (2009) trabalhando atributos financeiros. Portanto, associa-se a experiência internacional como uma variável independente para o desempenho da firma no mercado hospedeiro brasileiro. Assim,

- c) **Hipótese 3:** Quanto maior a experiência da multinacional estrangeira, maior será o desempenho da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro.

Além da experiência internacional, a literatura do campo de estudos de negócios internacionais também aponta para outro importante recurso, que é o

conhecimento local acumulado pela firma durante sua atuação no mesmo. Percebe-se que o termo “conhecimento local” no contexto dos negócios internacionais apresenta heterogeneidade de estética na sua forma escrita e pode ser visto na literatura alternando-se como “conhecimento do mercado externo” (ERIKSSON; CHETTY, 2003) e “conhecimentos específicos do mercado” (JOHANSON; VAHLNE, 1977), por exemplo. Lord e Ranft (2000, p.573) definem conhecimento local como o “conhecimento que é específico de um país hospedeiro quanto à sua língua, cultura, política, sociedade e economia”.

Enfatizando a natureza complexa e ampla gama de conhecimento local Makino e Delios (1996 p.907) forneceram uma explicação mais ampla:

O conhecimento local inclui informações e *know-how* respeito da economia local, política, cultura e costumes de negócios de uma região; informações sobre as demandas locais e gostos, e informações sobre formas de acessar a força de trabalho local, canais de distribuição, infraestrutura, matéria-prima, e outros fatores necessários para a realização de negócios em uma região.

Li (1994), bem como Makino e Delios (1996), revelam que certos atributos do conhecimento local não podem ser tratados como um bem público de fácil acesso e de transferência dentro das firmas multinacionais. O conhecimento local em um país hospedeiro específico, sobretudo em economias emergentes, pode ter uma natureza tácita mais elevada que em outros países (tidos como desenvolvidos), tornando mais difícil de capturar (HARVEY; SPEIER; NOVICEVIC, 1999), além disso, vale ressaltar com base no recente estudo de Estrin e Prevezer (2010) as diferenças entre os próprios emergentes do BRIC e a não possibilidade de generalização de conhecimento de política, cultura e costumes específicos para um conjunto de países que economicamente encontram-se em semelhante estágio de desenvolvimento.

Em linhas gerais, Yiu e Makino (2002) explicam que a falta do conhecimento local pode gerar desvantagem para firmas estrangeiras em relação a firmas locais (do próprio país) ou de outras firmas estrangeiras que estejam a mais tempo localizadas no país hospedeiro.

O conhecimento do local a respeito das preferências específicas de clientes, concorrentes e fornecedores, entre outras coisas, possibilita que a subsidiária da firma estrangeira desenvolva e disponibilize produtos/serviços condizentes com as demandas do mercado hospedeiro (RUGMAN; VERBEKE, 2001; DELIOS; BEAMISH, 2001; SRIVASTAVA; FAHEY; CHRISTENSEN, 2001).

Além disso, Mudambi e Navarra (2004) também revelam que as subsidiárias têm adquirido significativa independência estratégica nos países hospedeiros. Cantwell (2009) comenta que subsidiárias em diversas localizações geográficas adquiriram responsabilidade a respeito da gama de produtos e atuação nos respectivos mercados hospedeiros e, para Mudambi e Navarra (2004), esta independência, quando baseada no conhecimento local, pode aumentar a competitividade da mesma no mercado hospedeiro que deve ser refletida em desempenho. Assim,

- d) **Hipótese 4:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro maior será seu desempenho.

Estabelecer relação entre a visão baseada em recursos e a visão baseada em instituições é objetivo de Wright et al. (2005), para compreender que, em economias emergentes ou em transição, firmas estrangeiras possam enfrentar escassez e, até mesmo, a obsolescência de recursos. Assim, onde os recursos eram antes valiosos sob um regime de governo, tornam-se menos valiosos no

âmbito de instituições em transição. Desse modo, arranjos organizacionais, tais como grupos empresariais (conglomerados) e redes interorganizacionais, podem se manifestar em economias emergentes como uma forma de adaptação para lidar com os problemas de instituições do mercado subdesenvolvidas.

Cantwell, Dunning e Lundan (2010) revelam que multinacionais sofrem interferência de mudanças institucionais, fato também notado por Peng (2003). Além da interferência por mudanças institucionais no desempenho de multinacionais, Kostova (1999), Kostova e Zaheer (1999) e Roy e Oliver (2009) enfatizam que o distanciamento de padrões institucionais entre matriz e subsidiária são negativamente associados com o desempenho da subsidiária.

Contudo, quando se olha pela perspectiva de Wright et al. (2005) em North (1990) e Scott (1995) - que conceituam instituições como as estruturas ou pilares que regem a conduta de uma conjuntura social e/ou econômica, tais como regras, leis, regulamento/normas de grupos, valores culturais e cognição influenciada por etnia, religião e educação - percebe-se que o conhecimento local pode reduzir o impacto decorrentes do distanciamento institucional entre matriz e subsidiária. Afinal, Makino e Delios (1996), Li (1994) e Lord e Ranft (2000) revelam que o conceito de conhecimento local é justamente o ato de tomar conhecimento de particularidades específicas de um país hospedeiro.

As particularidades, de acordo com Makino e Delios (1996) e Lord e Ranft (2000) são, além de atributos de localização do mercado (força de trabalho, matéria-prima, oferta e demanda de produtos, entre outros), os atributos institucionais - da economia local, política, cultura e costumes. Deste modo, o conhecimento local apresenta ligação com condições institucionais que envolvem distanciamento entre matriz e subsidiária.

Assim, percebe-se, pelas leituras de Makino e Delios (1996), Li (1994), Lord e Ranft (2000), Wright et al. (2005), Peng (2001) e Cantwell (2009), que recursos organizacionais podem reduzir o reflexo das variações institucionais

sentidas pela firma, bem como o poder da distância institucional. Por isso hipotetisa-se que as firmas multinacionais podem se beneficiar de recursos próprios como conhecimento local de mercado, em detrimento da distância institucional (normativa e regulatória) (CANTWELL, 2009). Deste modo,

- e) **Hipótese 05:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da distância normativa no seu desempenho.

- f) **Hipótese 06:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da distância regulatória no seu desempenho.

- g) **Hipótese 07:** Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da interação entre as distâncias normativa e regulatória no seu desempenho.

A última consideração a ser feita no presente trabalho, com respeito a possíveis determinantes de desempenho no mercado hospedeiro brasileiro, relaciona-se à interpretação de maiores lucros em mercados mais concentrados. Bresnahan (1989) prova que o poder de mercado pode ser considerado problemático em consideração totalitária, pois não deixa margem para outra alternativa plausível de explicação a respeito do desempenho, que é a da eficiência. Quando a análise diz respeito a uma firma com caráter multinacional, torna-se necessário frisar que a mesma pode alocar ou realocar recursos ou competências em diferentes localidades (CANTWELL, 2009; MUDAMBI;

NAVARRA, 2004; RUGMAN; VERBEKE, 2001; SRIVASTAVA; FAHEY; CHRISTENSEN, 2001).

Adler e Hashai (2007) desenvolvem um modelo linear de integração mista para compreender a localização-alocação decorrente da experiência internacional de firmas multinacionais levando em consideração atributos desenvolvidos pela firma. O modelo de Adler e Hashai (2007) contempla enfaticamente no papel do comércio intra-firma, os fluxos de conhecimento entre subsidiárias e extra-firma, a fim de operacionalizar matematicamente a questão da minimização de custos das firmas multinacionais em detrimento de sua experiência internacional.

Desse modo, a firma pode não apresentar maior participação em mercado, mas sim, maior eficiência empregada que, de acordo com Adler e Hashai (2007) e Chandra, Styles e Wilkinson (2009), é reflexo de maior experiência internacional e resultará em desempenho superior. Desse modo,

- h)* **Hipótese 08:** Quanto maior a experiência internacional da multinacional estrangeira menor será o impacto da concentração de mercado no desempenho da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A influência dos recursos e capacidades da firma no desempenho das multinacionais estrangeiras que estão inseridas no mercado hospedeiro brasileiro foi testada, onde a variável dependente nas análises foi o ROA, e as independentes foram o Tamanho, Experiência Internacional, Conhecimento Local de Mercado e a Parcela de Mercado.

A Tabela 1 apresenta um resumo dos resultados variando em função da variável independente em Modelos 1, 2, 3 e 4, sendo o Modelo 1 exclusivamente as variáveis controle da competição industrial, o Modelo 2 conjugação das variáveis controle da competição industrial e da condição e transição institucional, o Modelo 3 apresenta as variáveis independentes dos recursos e capacidades da firma isoladas e o Modelo 4, as variáveis controle e as variáveis independentes.

No Modelo 1, na Tabela 1, as variáveis de controle do nível competição industrial, Concentração de Mercado e Nível da Intensidade Tecnológica foram significativa ($p < 0,01$), já no Modelo 2, mantendo-se as mesmas variáveis do modelo anterior e adicionando a variável do nível condição e transição institucional, Distância Regulatória, e todas as variáveis mostraram-se significantes ($p < 0,01$).

O Modelo 3, contém apenas as variáveis independentes do nível dos recursos e capacidades da firma, apresentou todas as variáveis significativas ($p < 0,01$). Comparando o Modelo 1 com o Modelo 3, apesar de trabalhar com variáveis desiguais, percebe-se que no mercado hospedeiro brasileiro, deferentemente do trabalho de Hansen e Wernerfelt (1989), a representatividade do nível de competição industrial ($R^2_{adj} = 0,966713$) é superior ao do nível dos recursos e capacidades da firma ($R^2_{adj} = 0,772223$).

Tabela 1 Influência dos recursos e capacidades da firma no desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

	Modelo1	Equação 2	Equação 3	Equação 4
<i>Variáveis de Controle</i>				
Const	116,547***	62,1438***	11,3916***	33,8851***
INT	-11,0515***	-5,72288***		-2,54023**
CONMKT	-141,382***	-97,2435***		-22,1336***
DR		15,4759***		2,85265*
<i>Recursos e capacidades da firma</i>				
LNTAM			-0,877347***	-2,27105***
LNEXI			-16,4076***	-4,57301***
LNCLMKT			20,7179***	5,5246***
Parcela de Mercado			268,029***	308,513***
N	399	399	399	399
F-valor	5678,612***	217,6139***	332,3981***	9,221723***
R ²	0,966883	0,627224	0,774553	0,143912
R ² ajustado	0,966713	0,624341	0,772223	0,128306

* p<0.1

** p<0.05

*** p<0.01

Fonte: Resultado da pesquisa.

No Modelo4, com todos os níveis de Peng, Wang e Jiang (2008) as variáveis controle Concentração de Mercado (-22,1336) e Nível de Intensidade Tecnológica do Setor (-2,54023) foram significantes a $p < 0,01$, já a Distância Regulatória (2,85265) foi significativa a $p < 0,1$. As variáveis independentes Tamanho (-2,27105) e Experiência Internacional (-4,57301) apresentaram significância ($p < 0,01$) com coeficiente negativo, já o Conhecimento Local de Mercado (5,5246) e a Parcela de Mercado (308,513) foram significantes ($p < 0,01$), com coeficientes positivos.

Com base nos resultados destes modelos, se nega a primeira hipótese deste estudo pelo fato do tamanho da subsidiária estrangeira ser estatisticamente relacionada em caráter *negativo* com o desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, o que revelam resultados diferentes de Hansen e Wernerfelt (1989), Lee, Habte-Giorgis (2004) e Halkos e Tzeremes (2007), que encontram significância positiva com o desempenho e até mesmo Capon, Farley e Hoenig (1990), que não encontram significância. A justificativa para este resultado pode ser realizada pelos trabalhos de Carlsson (1989) e King, Felin e Whetten (2010) que o tamanho da firma retira a possibilidade de flexibilidade da mesma, com isso amplia sua estrutura de custos, reduzindo deste modo sua rentabilidade.

Já a segunda hipótese, baseada nos estudos de Van Kranenburg, Palm e Pfann (2002) e Prescott, Kohli e Venkatraman (1986), é aceita, pois a parcela de mercado da subsidiária estrangeira é estatisticamente relacionada com o desempenho da mesma no mercado hospedeiro brasileiro.

Assim como a primeira hipótese, a de número três também é negada pelo fato dos resultados encontrados revelarem que a experiência internacional é estatisticamente relacionada em caráter *negativo* com o desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, este fato vai contra

as evidências de Chandra, Styles e Wilkinson (2009) e Bouquet, Morrison e Birkinshaw (2009).

Por outro lado, a hipótese quatro é aceita, pois os resultados revelam que o conhecimento local é estatisticamente relacionado com o desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, assim como evidenciado nos estudos de Xie et al. (2011), Delios e Beamish (2001) e Luo (1999). Pela estatística descritiva (Apêndice D) nota-se que a média de anos das subsidiárias estrangeiras estudadas foi próxima a 36 anos no mercado hospedeiro brasileiro, o que revela longa data de interação.

Interpondo os resultados dos dados referentes às hipóteses 3 e 4, percebe-se que o mercado hospedeiro brasileiro apresenta características particulares. Este fato é justificado, pois a experiência internacional que, baseada em Adler e Hashai (2007), possibilita comércio intra-firma e fluxo de conhecimento entre subsidiárias, apresenta coeficiente negativo, enquanto que o conhecimento local (ERIKSSON; CHETTY, 2003; LORD; RANFT, 2000; MAKINO; DELIOS, 1996) revela coeficiente positivo. Estes resultados evidenciam que as capacidades desenvolvidas pelas firmas multinacionais não conseguem ser alocadas eficientemente – gerando resultado em desempenho – no mercado hospedeiro brasileiro, esta singularidade no mercado hospedeiro brasileiro é confirmada quando se visualizam os resultados do Conhecimento Local, ou seja, firmas com maior tempo no mercado brasileiro conseguem desenvolver capacidades e recursos que lhe geraram mais desempenho.

Diferentemente da Tabela 2 que mostra os resultados entre variáveis independentes e dependentes, as Tabelas 2 e 3 revelam os resultados das análises os efeitos mediadores entre variáveis preditivas e mediadoras.

Na Tabela 2, a variável mediadora é o Conhecimento Local de Mercado, as variáveis preditivas são as Distâncias Normativa, Regulatória e interação entre as Distâncias Normativa e Regulatória, e a variável desfecho, seguindo a

nomenclatura de Baron e Kenny (1986), ROA. Neste quadro, encontram-se as Equações 1, contendo as variáveis controle Tamanho, Experiência Internacional, Nível de Intensidade Tecnológica no Setor e Concentração de Mercado junto com a variável preditiva. Já nas Equações 2, mantêm-se as controles e a variável preditiva da Equação 1, acrescida da variável mediadora Conhecimento Local de Mercado. O foco da análise é sobre a diferença entre os coeficientes da variável preditiva (Distâncias Normativa, Regulatória e interação entre as Distâncias Normativa e Regulatória) da Equação 1 e 2.

Tabela 2 Variável mediadora Conhecimento Local de Mercado, variável desfecho ROA e preditivas Distâncias Normativa, Regulatória e interação entre as Distâncias Normativa e Regulatória

	Variável Desfecho - ROA					
	1ªEq	2ªEq	1ªEq	2ªEq	1ªEq	2ªEq
<i>Variáveis de Controle</i>						
const	59,8121***	17,7383**	109,685***	-1,34607	134,908***	3,11532
LNTAM	2,6387***	2,89412***	1,03617*	0,88805	2,07851***	1,94385***
LNEXI	-10,8012***	-16,0273***	-14,6636***	-5,91295***	-16,4036***	-8,03327***
INT	-3,91804***	-4,87351***	-6,36796***	0,0399588	-6,18806***	-1,95217**
CONMKT	-42,555***	-44,5935***	-97,8761***	0,225144	-140,302***	-10,5083
<i>Variável Preditiva</i>						
DN	9,86612***	8,27038***				
DR			16,5847***	7,20431***		
DNxDR					7,93685***	3,37926***
<i>Variável Mediadora</i>						
LNCLMKT		21,0342***		8,04058***		10,945***
N	399	399	399	399	399	399
F-valor	26,77022***	493,8118***	140,1301***	24,48857***	1159,986***	25,92781***
R ²	0,257480	0,885002	0,644780	0,276222	0,937600	0,287785
R ² ajustado	0,247862	0,883209	0,640179	0,264943	0,936792	0,276685

* p<0.1

** p<0.05

*** p<0.01

Fonte: Resultado da pesquisa.

Pelos resultados apresentados na Tabela 2, as hipóteses 5, 6 e 7 são aceitas pelos critérios matemáticos. Percebe-se que com a introdução da variável pré-estabelecida como mediadora, a mesma enfraqueceu o impacto das variáveis preditivas sobre a variável desfecho.

Mais especificamente, os resultados revelam que a variável mediadora reduz o impacto de todas as variáveis preditivas sobre a variável desfecho ROA. Nominalmente, as variáveis preditivas: a) Distância Normativa, o coeficiente era 9,86612 na Equação 1, e na Equação 2 passa a ser 8,27038; b) Distância Regulatória apresentava coeficiente de 16,5847 e com a inclusão da variável mediadora teve redução para 7,20431 e; c) Interação entre a Distância Normativa e Regulatória, inicialmente com coeficiente de 7,93685 na Equação 1 e com 3,37926 na Equação 2.

Além dos resultados de diferenciação matemática dos coeficientes realizados seguindo Baron e Kenny (1986) e Roy e Oliver (2009), foi realizado o teste F para confirmar os resultados encontrados em parâmetros de também diferenciação estatística. O teste confirmou que a variável preditiva na Equação 2 é significativamente ($p < 0,01$) diferente da Equação 1, ou seja, obteve-se resultado matemático e estatístico de enfraquecimento pela variável mediadora sobre a preditiva com a variável desfecho ROA nos Modelos 2 e 3, já no Modelo 1 não. Deste modo, podem-se aceitar as hipóteses 6 e 7, ou seja, quanto maior o conhecimento local menor o impacto da Distância Regulatória e da Interação entre a Distância Normativa e Regulatória no desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Na Tabela 3, as variáveis preditiva e mediadora são diferentes das apresentadas no Quadro 10. Na Tabela 3, tem-se como variável preditiva a Concentração de Mercado e como mediadora a Experiência Internacional, mantendo-se ROA como variáveis desfecho.

Pelos resultados apresentados na Tabela 3, percebe-se que a variável mediadora Experiência Internacional conseguiu enfraquecer o impacto da variável preditiva concentração de mercado na variável desfecho ROA. Especificamente, a variável preditiva Concentração de Mercado apresentava, na Equação 1, coeficiente de -79,3474 e na Equação 2, com acréscimo da variável mediadora Experiência Internacional, passou a ter 0,225144. Faz-se necessário frisar que a variável preditiva na Equação 2, não apresentou significância, quando comparada com a Equação 1.

Assim como nos resultados da Tabela 2, logo após a identificação da diferenciação matemática, realizou-se o teste F para confirmar os resultados encontrados também em nível de diferenciação estatística. Com a realização do teste F, percebeu-se que a nível estatístico os resultados também se diferenciam. Deste modo, se aceita a hipótese 8, ou seja a experiência internacional enfraquece o impacto (exerce efeito mediador) da concentração de mercado no desempenho (ROA) das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

Entende-se com base nos dados da Tabela 3 que apesar da Experiência Internacional estar relacionada em atributo negativo com o desempenho, quando analisada em consonância com a Concentração de Mercado, a variável mediadora mostra-se relevante para estabelecer desempenho, pois conseguiu reduzir um impacto negativo superior ao seu.

Os resultados revelam que recursos e capacidades da firma podem ser utilizados para mediar conjunturas externas a subsidiária estrangeira, dependendo da variável desfecho escolhida, assim como comentado teoricamente por Wright et al. (2005), Cantwell (2009), Cantwell, Dunning e Lundan (2010) e Xu e Meyer (2013).

Tabela 3 Variável mediadora Experiência Internacional, variável desfecho ROA e preditiva Concentração de Mercado.

	Variável Desfecho - ROA	
	1ªEq	2ªEq
<i>Variáveis de Controle</i>		
const	21,2294***	-1,34607
LNTAM	-0,259663	0,88805
LNCLMKT	14,9764***	8,04058***
INT	-6,04487***	0,0399588
DR	5,77987***	7,20431***
<i>Variável Preditiva</i>		
CONMKT	-79,3474***	0,225144
<i>Variável Mediadora</i>		
LNEXI		-5,91295***
N	399	399
F-valor	413,6247***	24,48857***
R ²	0,842714	0,276222
R ² ajustado	0,840676	0,264943

* p<0.1

** p<0.05

*** p<0.01

Fonte: Resultado da pesquisa.

O Conhecimento Local de Mercado, assim como comentado por Lord e Ranft (2000), Makino e Delios (1996) e Li (1994), conseguiu reduzir o impacto da distância regulatória e da interação da distância normativa e regulatória com a variável desfecho ROA das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro.

A variável mediadora Experiência Internacional reduziu o impacto da variável preditiva na mesma variável desfecho, resultado também encontrado de maneira generalizada na teorização matemática realizada por Adler e Hashai (2007) e o estudo multicaso qualitativo (oito casos de pequenas e médias empresas australianas) de Chandra, Styles e Wilkinson (2009).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização deste trabalho identificou-se a influência dos recursos e capacidades da firma no desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro e o efeito mediador do conhecimento local de mercado e experiência internacional sobre fatores de condições e transições institucionais e de competição industrial, respectivamente.

O Modelo 4 aceita as hipóteses 2 e 4 deste estudo, ou seja, a Parcela de Mercado (308,513) e o Conhecimento Local (5,5246) são estatisticamente relacionados ($p < 0,01$) com o desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro. O Tamanho e a Experiência Internacional, apesar de apresentar significância ($p < 0,01$), são relacionados em atributo negativo ao desempenho, e não positivo como formulado nas hipóteses.

Além do conhecimento local de mercado ter sido significativo para com o desempenho das subsidiárias estrangeiras, quando analisado como variável mediadora, a mesma ainda enfraquece o impacto das variáveis preditivas distância regulatória e interação entre distâncias normativa e regulatória no desempenho com a variável desfecho ROA. Apesar da Experiência Internacional apresentar coeficiente negativo ligado ao desempenho da firma, quando analisada como variável mediadora, a mesma enfraquece o impacto da variável preditiva Concentração de Mercado.

Estes resultados confirmam as construções teóricas de Wright et al. (2005) e Xu e Meyer (2013) quanto a possibilidade de recursos e capacidades da firma interagirem com fatores externos à firma, como competição industrial e condições e transições institucionais, que venham a refletir em seu desempenho. Contudo, este fato deve ser visto com cautela, pois os resultados também demonstram que esta interação nem sempre é encontrada. Deste modo, a implicação gerencial deste estudo é a confirmação da possibilidade, teorizada

por Xu e Meyer (2013), da subsidiária estrangeira poder utilizar recursos e capacidades para reduzir ou vencer barreiras externas a sua firma no mercado hospedeiro brasileiro.

Ressalta-se também a limitação do estudo, a escassez de dados a respeito de países emergentes, mais especificamente o mercado hospedeiro brasileiro. Para trabalhos futuros, sugere-se que os mesmos recursos e capacidades da firma, operacionados em outras *proxies* bem como outros recursos e capacidades de subsidiárias estrangeiras sejam testados no mercado hospedeiro brasileiro sobre os mesmos fatores de competição industrial e condições e transições institucionais. Sugere-se também coleta de dados primários a respeito de fatores não disponibilizados em banco de dados, como a integração com estado, o posicionamento de rede de fornecimento, o poder em canais de distribuição, utilização e posicionamento de patentes e marca.

REFERÊNCIAS

- ADLER, N.; HASHAI, N. Knowledge flows and the modeling of the multinational enterprise. **Journal of International Business Studies**, n. 38, p.639-657, 2007.
- BARNEY, J. B. Firm resources and sustainable competitive advantage. **Journal of Management**, v. 17, n.1, p.99-121, 1991.
- BARNEY, J.; WRIGHT, M.; KETCHEN, D. The resource-based view of the firm: ten years after 1991. **Journal of Management**, v.27, p.625-641, 2001.
- BARON, R. M.; KENNY, D. A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 51, n. 6, p. 1173-1182, 1986.
- BIGGESMANN, S.; FAM, K.-S. Business marketing in BRIC countries **Industrial Marketing Management**, v. 40, p.5-7, 2011.
- BOEHE, D. M. Collaborate at home to win abroad: how does access to local network resources influence export behavior?. **Journal of Small Business Management**, v.52, p. 167-182, 2013.
- BOUQUET, C.;MORRISON, A.; BIRKINSHAW, J. International attention and multinational enterprise performance. **Journal of International Business Studies**,v. 40, p.108-131, 2009.
- BRESNAHAN, T. H. Empirical studies of industries with market power. In. SCHAMALENSEE, R.; WILLING, R. **Handbook of Industrial Organization**. Volume II, Amsterdam: North Holland, p.1011-1057, 1989.
- CANTWELL, J. Location and the multinational enterprise. **Journal of International Business Studies**, v. 40, n. 1, p.35-41, 2009.
- CANTWELL, J.; DUNNING, J. H.; LUNDAN, S.M. An evolutionary approach to understanding international business activities: the co-evolution of MNEs and the institutional environment. **Journal of International Business Studies**, v. 41, n. 4, p.567-586, 2010.

CAPON, N.; FARLEY, J. U.; HOENIG, S. Determinants of financial performance: a meta-analysis. **Management Science**, v. 36, n. 10, p. 1143-1159, 1990.

CARLSSON, B. Flexibility and the theory of the firm. **International Journal of Industrial Organization**, v. 7, n. 2, p. 179-203, 1989.

CAVES, R. E. International corporations: the industrial economics of foreign investment. **Economica**, v. 38, n. 5, p. 1-27, 1971.

CHACAR, A.; VISSA, B. Are emerging economies less efficient? Performance persistence and the impact of business group affiliation. **Strategic Management Journal**, v.26, n. 10, p.933-946, 2005.

CHANDRA, Y.; STYLES, C.; WILKINSON, I. The recognition of first time international entrepreneurial opportunities: evidence from firms in knowledge-based industries. **International Marketing Review**, v. 26, n. 1, p.30–61, 2009.

DELIOS, A.; BEAMISH, P. W. Survival and profitability: the role of experience and intangible assets in foreign subsidiary performance. **Academy of Management Journal**, v. 44, n. 5, p.1028-1038, 2001.

DUNNING, J. The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity. **International Business Review**, v. 9, n. 1, p.163-190, 2000.

DYER, J. H.; SINGH, H. The relational view: cooperative strategy and sources of inter organizational competitive advantage. **Academy of Management Review**, v. 23, n. 4, p.660-679, 1998.

ERIKSSON, K.; CHETTY, S. The effect of experience and absorptive capacity on foreign market knowledge. **International Business Review**, n. 12, p.605–673, 2003.

ESTRIN, S.; PREVEZER, M. The role of informal institutions in corporate governance: Brazil, Russia, India, and China compared. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 28, p.41-67, 2010.

GAO, J.Y. MURRAY, M. KOTABE; J. L. A Strategy tripod perspective on export behaviors: Evidence from domestic and foreign firms based in an emerging economy. **Journal of International Business Studies**, v.41, n. 3, p. 377-396, 2010.

HALKOS, G. E.; TZEREMES, N. G. Productivity efficiency and firm size: an empirical analysis of foreign owned companies. **International Business Review**, v.16, p. 713-731, 2007.

HANSEN, G.S.; WERNERFELT, B. Determinants of firm performance: the relative importance of economic and organizational factors. **Strategic Management Journal**, v. 10, n. 5, p.399-411, 1989.

HARVEY, M. G.; SPEIER, C.;NOVICEVIC, M. M. The impact of emerging markets on staffing the global organization: a knowledge-based view. **Journal of International Management**, n.5, p.167–186, 1999.

HAY, D. A. The post-1990 Brazilian trade liberalization and the performance of large manufacturing firms: productivity, market share and profits. **The Economic Journal**, v. 111, p. 620-641, 2001.

HOLTBRÜGGE, D.; BARON, A. Market entry strategies in emerging markets: an institutional study in the BRIC countries. **Thunderbird International Business Review**, v. 55, n. 3, p.237-252, 2013.

IWASAKI, N.; SELDON, B. J.; TREMBLAY. Brewing wars of attrition for profit (and concentration).**Review of Industrial Organization**, v. 33, p.263-279, 2008.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, v. 8, n. 1, p.23-32, 1977.

KING, G. G.; FELIN, T.; WHETTEN, D. A. Finding the organization in the organizational theory: a meta-theory of the organization as a social actor. **Organization Science**, v. 21, n. 1, p. 290-305, 2010.

KOSTOVA, T. Transnational transfer of strategic organizational practices: a contextual perspective. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 2, p.308–325, 1999.

KOSTOVA, T.; ZAHEER, S. Organizational legitimacy under conditions of complexity: the case of the multinational enterprises. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 1, p.64–81, 1999.

LEE, J.; HABTE-GIORGIS, B. Empirical Approach to the sequential relationships between firm strategy export activity, and performance in US manufacturing firms. **International Business Review**, v. 13, p. 101-129, 2004.

LI, J. Experience effects and international expansion: strategies of service MNCs in the Asia-Pacific region. **Management International Review**, v. 34, n. 3, p. 217-234, 1994.

LI, J.; YUE, D. R. Market size, legal institutions, and international diversification strategies: implications for the performance of multinational firms. **Management International Review**, v. 48, n. 6, p. 667-688, 2008.

LORD, M. D.; RANFT, A. L. Organizational learning about new international markets: exploring the internal transfer of local market knowledge. **Journal of International Business Studies**, n. 31, p.573–589, 2000.

LU, J.; LIU, X.; WANG, H. Motives for outward FDI of Chinese private firms: firm resources, industry dynamics and government policies. **Management and Organization Review**, v. 7 n. 2, p. 223-248, 2011.

LUO, Y. Time-based experience and international expansion: the case of an emerging economy. **Journal of Management Studies**, v. 36, n. 4, p. 505-534, 1999.

MAKINO, S.; DELIOS, A. Local knowledge transfer and performance: implications for alliance formation in Asia. **Journal of International Business Studies**, v. 27, n. 5, p. 905-928, 1996.

MONTGOMERY, C. A.; WERNERFELT, B. Sources of superior performance: market share versus industry effects in the U.S. brewing industry. **Management Science**, v. 37, n. 8, p.954-959, 1991.

MUDAMBI, R.; NAVARRA, P. Is knowledge power? knowledge flows, subsidiary power and rent-seeking within MNCs. **Journal of International Business Studies**, v. 35, n.4, p.385-406, 2004.

NORTH, D. C. **Institutions, institutional change, and economic performance**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 159 p. 1990.

PENG, M. W. The resource-based view and international business. **Journal of Management**, v.27, n. 6, p.803-829, 2001.

PENG, M. W. Institutional transitions and strategic choices. **Academy of Management Review**, v.28, n. 2, p.275-296, 2003.

PENG, M. W.; WANG, D. Y. L.; JIANG, Y. An institution-based view of international business strategy: a focus on emerging economies. **Journal of International Business Studies**, v. 39, n. 5, p.920-936, 2008.

PITELIS, C. N. Edith Penrose and the resource-based view of (international) business strategy. **International Business Review**. v. 13, v. 4, p. 523-532, 2004.

PRESCOTT, J. E.; KOHLI, A. K.; VENKATRAMAN, N. The market share-profitability relationship: an empirical assessment of major assertions and contradictions. **Strategic Management Journal**, v. 7, p.377-394, 1986.

ROY, J.-P.; OLIVER, C. International joint-venture partner selection: the role of the host-country level environment. **Journal of International Business Studies**, v.40, p. 779-801, 2009.

RUGMAN, A.; VERBEKE, A. Subsidiary specific advantages in multinational enterprises. **Strategic Management Journal**, v. 22, n. 3, p.237-250, 2001.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations**. Oaks, CA: Sage, 360 p. 1995.

SRIVASTAVA, R. K.; FAHEY, L.; CHRISTENSEN, H. K. The resource-based view and marketing: The role of market-based assets in gaining competitive advantage. **Journal of Management**, v. 27, p.777-802, 2001.

THOME, K. M.; VIEIRA, L. M.; SANTOS, A. C. International marketing channels for Brazilian beef: comparison between Russia and the United Kingdom. **Journal of East-West Business**, v. 18, n. 4, p.301-320, 2012.

TREMBLAY, V. J.; IWASAKI, N.; TREMBLAY, C. H. The dynamics of industry concentration for U.S. micro and macro brewers. **Review of Industrial Organization**, v. 26, p.307-324, 2005.

VAN KRANENBURG, H.; PALM, F. C.; PFANN, G. A. Exit and survival in a concentrating industry: the case of daily newspapers in the Netherlands. **Review of Industrial Organization**, v. 21, n. 3, p. 283-298, 2002.

WANG, C.; HONG, J.; KAFOUROS, M.; BOATENG, A. What drives outward FDI of Chinese firms? Testing the explanatory power of three theoretical framework. **International Business Review**, v. 21, n. 3, p. 425-438, 2012.

WERNERFELT, B.; MONTGOMERY, C.A. Tobins's and the importance of focus in firm performance. **American Economic Association**, v. 78, n. 1 p.246-250, 1988.

WRIGHT, M.; FILATOTCHEV, I.; HOSKISSON, R. E.; PENG, M. W. Strategy research in emerging economies: challenging the conventional wisdom. **Journal of Management Studies**, v. 42, n. 1, p.01-33, 2005.

XIE, Y. H.; ZHAO, H. J.; XIE, Q. J.; ARNOLD, M. On the determinants of post-entry strategic positioning of foreign firms in a host market: a “strategy tripod” perspective. **International Business Review**, v. 20, p.477-490, 2011.

XU, D.; MEYER, K. E. Linking Theory and context: ‘strategy research in emerging economies’ after Wright et al. (2005). **Journal of Management Studies**. v. 50, n. 7, p. 1322-1346, 2013.

YIU, D.; MAKINO, S. The choice between joint ventures and wholly-owned subsidiaries: a test of transaction cost theory and institutional perspective. **Organization Science**, v. 13, n. 6, p.667–684, 2002.

ZOU, S.; CAVUSGIL, S. T. The GMS: a broad conceptualization of global marketing strategy and its effect on firm performance. **Journal of Marketing**, v. 66, n. 4, p. 40-56, 2002.

CAPÍTULO 5 Considerações finais do estudo

1 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO ESTUDO

A presente tese objetivou identificar os fatores determinantes do desempenho de subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro, seguindo o modelo conceitual de Peng, Wang e Jiang (2008). Para isso, foi realizada uma pesquisa utilizando subsidiárias estrangeiras que operam no mercado hospedeiro brasileiro durante os anos de 2008 a 2011 totalizando uma amostra com 399 observações. A análise dos dados foi feita pela técnica de análise de dados em painel, tendo como estimador os mínimos quadrados ponderados.

Os resultados foram apresentados em três capítulos, seguindo a mesma conjugação de Peng, Wang e Jiang (2008) e seguem resumidos no Quadro 1 logo abaixo.

Quadro 1 Resumo das hipóteses e resultados

HIPÓTESES	ROA
<i>Competição Industrial</i>	
Quanto maior a concentração do mercado correspondente ao setor de atuação da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro menor será o seu desempenho	Aceito
Quanto maior o nível de intensidade tecnológica do setor do mercado hospedeiro brasileiro onde a subsidiária estrangeira esta instalada maior será o seu desempenho	Não aceito
<i>Condições e Transições Institucionais</i>	
Quanto maior a distância normativa entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária	Não aceito
Quanto maior a distância regulatória entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária	Não aceito
Quanto maior a interação entre as distâncias normativa e regulatória entre o país de origem da multinacional estrangeira e o mercado hospedeiro brasileiro menor será o desempenho da subsidiária	Não aceito

“continua...”

Quadro 1 “conclusão

HIPÓTESES	ROA
<i>Recursos e Capacidades da Firma</i>	
Quanto maior o tamanho da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro, maior será seu o desempenho.	Não aceito
Quanto maior a parcela de mercado da subsidiária estrangeira no mercado hospedeiro brasileiro, maior será seu o desempenho.	Aceito
Quanto maior a experiência da multinacional estrangeira, maior será o desempenho da subsidiária estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro	Não aceito
Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro maior será seu desempenho	Aceito
Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da distância normativa no seu desempenho	Aceito
Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da distância regulatória no seu desempenho	Aceito
Quanto maior o conhecimento local da subsidiária estrangeira do mercado hospedeiro brasileiro menor será o impacto da interação entre as distâncias normativa e regulatória no seu desempenho	Aceito
Quanto maior a experiência internacional da multinacional estrangeira menor será o impacto da concentração de mercado no desempenho das subsidiárias estrangeiras no mercado hospedeiro brasileiro	Aceito

Fonte: Resultado da pesquisa.

O presente trabalho possibilita a melhor compreensão dos três níveis de fatores de Peng, Wang e Jiang (2008) e do mercado hospedeiro brasileiro. Estes resultados revelam que o mercado hospedeiro brasileiro apresenta possibilidades de determinação de desempenho, assim como comentado conceitualmente por Meyer, Mudambi e Narula (2011). Estas possibilidades devem ser interpretadas especificamente para o mercado hospedeiro brasileiro (ESTRIN; PREVEZER, 2010) e levadas em consideração para formulações de estratégias de subsidiárias estrangeiras (XU; MEYER, 2013).

Apesar das sugestões para estudos futuros terem sido realizadas no final dos Capítulos 2, 3 e 4, faz-se necessário comentar que em estudo recente, Xu e

Meyer (2013) chamam atenção para novas possibilidades de condutas estratégia em mercados de economias emergentes, e mais especificamente, derivadas de suas complexidades. Ressalta-se também a limitação do estudo, a escassez de dados a respeito de países emergentes, mais especificamente o mercado hospedeiro brasileiro. Espera-se que, com esta pesquisa, outros passos sejam dados na busca de melhor compreensão do mercado hospedeiro brasileiro.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Quadro 1A Ítems do cálculo da Distância Normativa¹

Ítems	Questão referente ao item
a) desvio de fundos públicos	No seu país, o desvio de recursos públicos para empresas, indivíduos ou grupos devido à corrupção (1 = é comum, 7 = nunca ocorre)
b) favorecimento na decisão de funcionários públicos	Ao decidir sobre políticas e contratos, funcionários do governo em seu país (1 = geralmente favorecem firmas e indivíduos ligados a si mesmo, 7 = são neutros)
c) extensão da formação de recursos humanos	A abordagem geral das empresas em seu país a respeito de recursos humanos é (1 = investir pouco em treinamento e desenvolvimento dos funcionários, 7 = investir pesadamente para atrair, treinar e reter funcionários)
d) nível de orientação ao consumidor	As empresas de seu país (1 = geralmente tratam mal seus clientes, 7 = são altamente responsivas aos clientes e priorizam a retenção de clientes)
e) cooperação na relação de trabalho,	A relação de trabalho de seu país é: (1 = geralmente conflituosa, 7 = geralmente cooperativa)
f) disposição de delegar autoridade	Em sua empresa, disposição para delegar autoridade aos subordinados é (1 = baixo – altos executivos controlam todas as decisões importantes, 7 = alta - autoridade é frequentemente delegada aos chefes das unidades de negócios e outras de nível inferior de gestores)

¹ Os itens selecionados são um compilado entre os estudos de Xu (2004), Xie et al. (2011), Chao e Kumar (2010), Gaur et al. (2007) e encontram-se presentes em todos os anos do estudo no banco de dados do *The Global Competitiveness Report*.

APÊNDICE B

Quadro 1B Ítems do cálculo da Distância Regulatória²

Ítems	Questão referente ao item
a) Eficácia da lei antimonopólio	A política Antimonopólio em seu país é (1 = negligente e não é eficaz na promoção da concorrência, 7 = eficaz e promove a competição)
b) direitos de propriedade	Direitos de propriedade em seu país, incluindo ativos financeiros, são: (1 = pouco definido e não protegido por lei, 7 = claramente definido e bem protegido por lei)
c) direitos de propriedade intelectual	Aproteção da propriedade intelectual e as medidas contra falsificação em seu país são: (1 = fracas e não executadas, 7 = forte e executadas)
d) independência judicial	O sistema judiciário em seu país é independente das influências políticas de membros do governo, cidadãos ou empresas? (1 = não-fortemente influenciado, 7 = sim-totalmente independente)
e) eficiência da estrutura jurídica	O quadro legal em seu país para resolver disputas e contestações de legalidade das ações governamentais e/ou regulamentos, referente a negócios privados, é (1 = ineficiente e sujeito à manipulação, 7 = eficiente e segue um processo claro e neutro)
f) transparência da política governamental	As empresas em seu país normalmente são informadas de forma clara pelo governo de mudanças nas políticas e regulamentos que afetam a sua firma? (1 = nunca esclarecido; 7 = sempre informado)

² Os itens selecionados são um compilado entre os estudos de Xu (2004), Xie et al. (2011), Chao e Kumar (2010), Gaur et al. (2007) e encontram-se presentes em todos os anos do estudo no banco de dados do *The Global Competitiveness Report*.

APÊNDICE D

Tabela 1D Estatística descritiva

	Média	DesP	Mínimo	Máximo
ROA	0,0800343	0,109868	-0,38527	0,194205
Parc Merca	0,0328512	0,0368178	0,006518	0,155854
TAM	5576,1009	1,24455	447	81922
EXI	62,7766	0,928381	3	249
CLMKT	36,3009	0,968073	3	119
CONMKT	0,422940	0,104327	0,224827	0,861524
INT	2,45614	1,03091	1	4
DN	0,889472	0,589857	0,035	1,6
DR	1,25277	0,677442	0,2875	2,1
DNXDR	1,45303	1,40354	0,08	2,03

APÊNDICE E

Fatores de inflação de variância (VIFs) da Competição industrial

VIF ROA – TAM, EXI, CLMKT

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

LNTAM1,004
LNEXPER1,071
LNCL1,071

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, onde $R(j)$ é o coeficiente de correlação múltipla

entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz $X'X$:

Norma-1 = 49152,026
Determinante = 2,9311908e+010
Número de condição recíproca = 0,00011823955

VIF ROA – TAM, EXI, CLMKT, INT, CONMKT

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

LNTAM1,056

LNEXPER1,071
LNCL1,116
INTEC1,235
CONCENTRA1,264

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, onde $R(j)$ é o coeficiente de correlação múltipla entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz $X'X$:

Norma-1 = 57971,508

Determinante = 4,014523e+013

Número de condição recíproca = 3,8551833e-005

APÊNDICE F

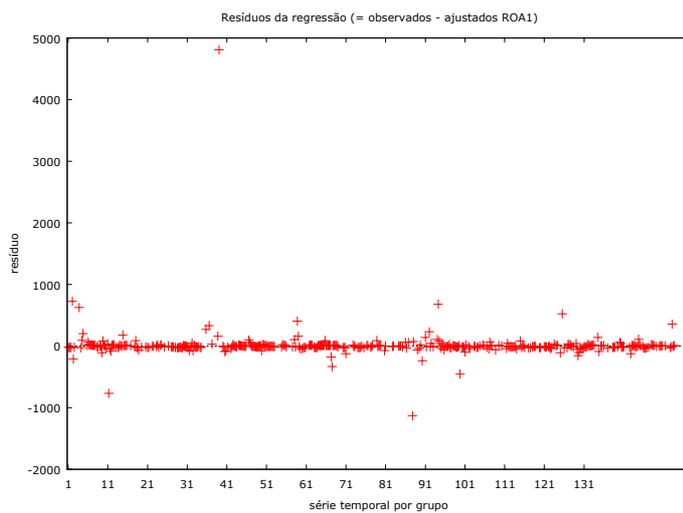
Teste de normalidade dos resíduos Competição industrial com variável dependente ROA

Teste da normalidade dos resíduos -

Hipótese nula: o erro tem distribuição Normal

Estatística de teste: Qui-quadrado(2) = 29516,1

com p-valor = 0



APÊNDICE G

**Fatores de inflação de variância (VIFs) da Transições e Condições
Institucionais**

VIF ROA – DN

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

LNTAM1,059
LNEXPER1,133
LNCL1,263
INTEC1,262
CONCENTRA1,265
DN1,310

VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, onde R(j) é o coeficiente de correlação múltipla

entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz X'X:

Norma-1 = 60726,099

Determinante = 4,245011e+015

Número de condição recíproca = 3,6789506e-005

VIF ROA – DR

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

LNTAM1,056
 LNEXPER1,130
 LNCL1,182
 INTEC1,272
 CONCENTRA1,265
 DR1,223

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, onde $R(j)$ é o coeficiente de correlação múltipla entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz $X'X$:

Norma-1 = 61870,304
 Determinante = 5,996677e+015
 Número de condição recíproca = 3,6067192e-005

VIF ROA – DN x DR

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0
 Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

LNTAM1,057
 LNEXPER1,122
 LNCL1,264
 INTEC1,245
 CONCENTRA1,265
 DNXDR1,265

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, onde $R(j)$ é o coeficiente de correlação múltipla entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz $X'X$:

Norma-1 = 62475,134

Determinante = 2,4884192e+016

Número de condição recíproca = 3,5730968e-005

APÊNDICE H

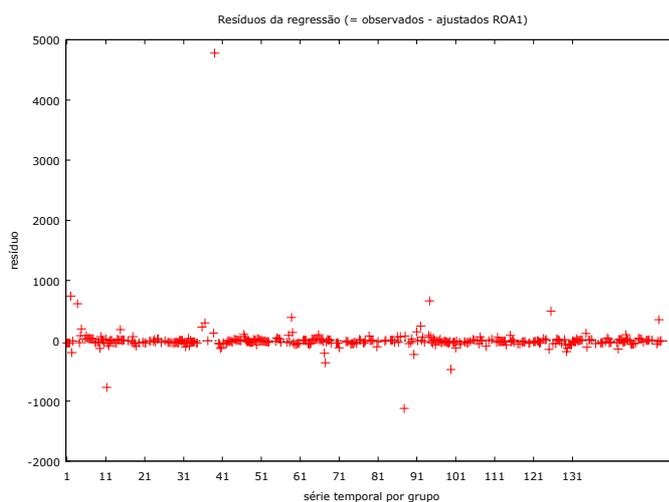
**Teste de normalidade dos resíduos Transições e Condições Institucionais
com variável dependente ROA e independente Distância Normativa**

Teste da normalidade dos resíduos -

Hipótese nula: o erro tem distribuição Normal

Estatística de teste: Qui-quadrado(2) = 28354,8

com p-valor = 0



APÊNDICE I

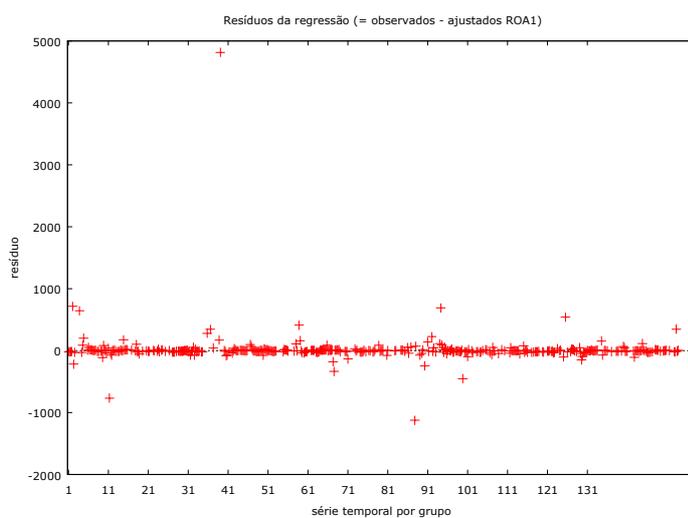
**Teste de normalidade dos resíduos Transições e Condições Institucionais
com variável dependente ROA e independente Distância Regulatória**

Teste da normalidade dos resíduos -

Hipótese nula: o erro tem distribuição Normal

Estatística de teste: Qui-quadrado(2) = 29601,3

com p-valor = 0



APÊNDICE J

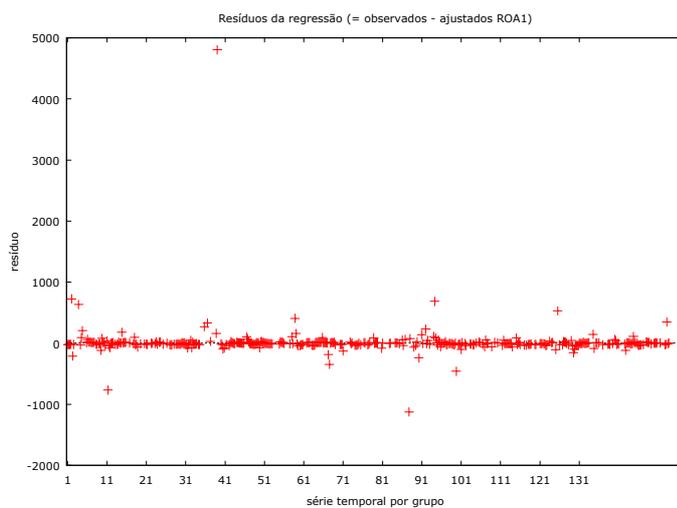
**Teste de normalidade dos resíduos Transições e Condições Institucionais
com variável dependente ROA e independente Distância Normativa X
Distância Regulatória**

Teste da normalidade dos resíduos -

Hipótese nula: o erro tem distribuição Normal

Estatística de teste: Qui-quadrado(2) = 29333,3

com p-valor = 0



APÊNDICE K

**Fatores de inflação de variância (VIFs) dos Recursos e Capacidades da
Firma**

VIFs ROA - InT e ConMKT

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

INTEC1,212
CONCENTRA1,212

VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, onde R(j) é o coeficiente de correlação múltipla entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz X'X:

Norma-1 = 4242,3724

Determinante = 603369,71

Número de condição recíproca = 0,00061902758

VIFs ROA - InT, ConMKT e DR

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

INTEC1,259
CONCENTRA1,215
DR1,062

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, onde $R(j)$ é o coeficiente de correlação múltipla entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz $X'X$:

Norma-1 = 5404,4793

Determinante = 1,0374652e+008

Número de condição recíproca = 0,00047747172

VIFs ROA - TAM, ExI, CLMKT E Parcela de Mercado

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

LNTAM1,004

LNEXPER1,071

LNCL1,071

Parcela1,007

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, onde $R(j)$ é o coeficiente de correlação múltipla entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz $X'X$:

Norma-1 = 49152,026

Determinante = 2,9311908e+010

Número de condição recíproca = 0,00011823955

VIF ROA – TAM, ExI, CLMKT, Parcela de Mercado, InT, CONMKT e DR

Fatores de Inflacionamento da Variância (VIF)

Valor mínimo possível = 1,0

Valores > 10,0 podem indicar um problema de colinearidade

LNTAM1,056
LNEXPER1,130
LNCL1,182
Parcela1,104
INTEC1,272
CONCENTRA1,265
DR1,223

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, onde $R(j)$ é o coeficiente de correlação múltipla

entre a variável j e a outra variável independente

Propriedades da matriz $X'X$:

Norma-1 = 61870,304

Determinante = 5,996677e+015

Número de condição recíproca = 3,6067192e-005

APÊNDICE L

**Teste de normalidade dos resíduos Recursos e Capacidades da Firma com
variável dependente ROA**

Teste da normalidade dos resíduos -

Hipótese nula: o erro tem distribuição Normal

Estatística de teste: Qui-quadrado(2) = 29869,6

com p-valor = 0

