



11º Congresso de Pós-Graduação

**PERCEPÇÕES DE UM GESTOR ESTRANGEIRO NUM CONTEXTO DE IMPLANTAÇÃO DE UMA
UNIDADE INDUSTRIAL FORA DO SEU PAÍS DE ORIGEM: O BRASIL É DIFERENTE!**

Autor(es)

CRISTINA YOKO HAYACHI
SANETE IRANI AANDRADE
LEANDRO DE OLIVEIRA FERREIRA
ODAIR FERRAZ FILHO
DALILA ALVS CORRÊA

Orientador(es)

DALILA ALVES CORRÊA

Resumo Simplificado

O processo de internacionalização de empresas intensificou muito nas últimas décadas. Trata-se de um processo onde as empresas investem seu capital em países emergentes e também, onde encontram vantagens competitivas para os negócios. O interesse pela internacionalização ocorre em relação a países conhecidos dos interessados, em ambientes de processo de familiarização mais rápidos, onde insumos de produção estão mais disponíveis, e os recursos se mostram mais acessíveis aos tomadores de decisões. Este processo inicia com estudos preliminares sobre a economia do país, o retorno sobre investimentos, a acessibilidade às fontes de matéria-prima e de capital, a rede de distribuição, clima, força de trabalho, políticas públicas, entre outros aspectos. Porém, não é incomum ocorrer neste processo, descon siderações sobre os impactos da cultura local e organizacional do país receptor e sobre as relações entre cultura matriz (país de origem) e cultura filial (país receptor). Muitas surpresas surgirão advindas do desconhecimento das implicações geradas pelas relações de trabalho vigentes, a identidade e natureza do comportamento humano local, a legislação trabalhista, os hábitos e costumes dos habitantes e dos consumidores, dos fornecedores entre outros aspectos que impactam processos de internacionalização de empresas e entrada em novos mercados. Estudos sobre a internacionalização de empresas discutem dentre outros aspectos, o impacto da cultura nacional nas relações de trabalho em função dos hábitos, valores e crenças tanto dos países de origem quanto dos países receptores. Os gestores expatriados com a missão de fundar uma unidade em outro país necessitam de conhecimentos específicos sobre processos de integração e adaptação com a cultura nacional e organizacional. O objetivo do artigo é apresentar o processo vivenciado por um gestor austríaco, responsável pela implantação de uma unidade industrial no Brasil, relacionado aos aspectos culturais e sociais que permeiam e se interagem neste contexto. Privilegiou-se relatos para expressar as percepções deste gestor, sobre eventos relacionados à cultura local, relações de trabalho, hábitos e costumes inerentes a forma de se fazer negócio dos brasileiros. A empresa do estudo pertence a um grupo austríaco, de origem familiar, com 30 anos de existência e presença em 40 países. A unidade industrial em questão constitui-se também na primeira de um projeto maior, servindo de protótipo para o grupo, cuja atividade é produzir insumos para nutrição animal e agrícola. Trata-se de um estudo inicial, realizado no sentido de compreender o papel dos processos culturais que permearam as operações de internacionalização da empresa em território brasileiro, constituindo-se também na fase inicial das operações da empresa neste país. O estudo foi desenvolvido pelo método estudo de caso, com coleta de dados realizada através de observação participante e entrevista em profundidade com o diretor geral, o qual também foi o fundador da planta e precursor do empreendimento no Brasil. O estudo mostrou que este processo deve se constituir numa ação planejada pelo qual o membro de um grupo com *background* cultural se adapta à cultura de um grupo diferente – o que demanda oferecimento de programas de treinamento para expatriados