



REVISTA ELETRÔNICA DE
NEGÓCIOS INTERNACIONAIS
v.8, n.2, Art.1, p.1-21, 2013
<http://internext.espm.br>
ISSN 1980-4865

Artigo

INVESTIMENTO EXTERNO DIRETO CHINÊS NO BRASIL: MOTIVAÇÕES, DESAFIOS E PERSPECTIVAS

*Yanyi Wang*¹

*Marina Dias de Faria*²

*José Luis Felício Carvalho*³

Resumo: O objetivo da presente pesquisa foi estabelecido como identificar motivações apresentadas por empresas chinesas que realizam investimentos externos diretos no Brasil, bem como os desafios encontrados nesse processo e suas perspectivas futuras. Depois de uma revisão bibliográfica estruturada a partir dos temas do investimento externo direto e dos investimentos chineses na América Latina e no Brasil, conduziu-se um estudo empírico de base qualitativa a partir da consulta a informantes-chaves, abordagem metodológica que vem sendo utilizada em estudos de negócios internacionais que enfoquem a China ou que contem com gestores e/ou gerentes chineses como respondentes. Os procedimentos de coleta de dados envolveram entrevistas semi-estruturadas realizadas pessoalmente e por telefone, além de questionários contendo perguntas abertas, enquanto o tratamento dos dados seguiu o protocolo da análise de conteúdo clássica. Os resultados da etapa empírica da pesquisa ressaltam aspectos culturais e políticos que perpassam decisões estratégicas empresariais.

Palavras-chave: investimento externo direto; gestão internacional; modelo chinês de internacionalização.

¹ Bacharel em Administração pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: yanyi.andorinha@hotmail.com.

² Doutoranda no Instituto COPPEAD da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Email: marinafaria86@hotmail.com.

³ Professor Adjunto da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutor e Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Email: zkcarvalho@hotmail.com.

Introdução

Como consequência principalmente da desregulamentação e da liberalização dos mercados (PADILHA; LIMA, 2007), nos primeiros anos do século XXI é possível constatar uma maior inserção efetiva das economias dos países emergentes no cenário mundial. Nesse novo contexto internacional, a despeito de um sistema sócio-político complexo, a República Popular da China vem se destacando (HYE, 2012), notadamente em razão de um sistema de produção e consumo alicerçado por um contingente populacional de 1,3 bilhões de habitantes eventualmente aproveitáveis em suas estruturas econômicas como mãos-de-obra e como consumidores, os quais parecem representar a consolidação de um país em condição de potência emergente na arena competitiva do mercado mundial.

Em 2001, a China aderiu à Organização Mundial do Comércio (OMC), demarcando uma posição significativa para a busca de um novo equilíbrio na ordem econômica mundial (CHANG, 2012; CUNHA, 2011), haja vista que, no âmbito das relações internacionais, tal movimento ensejou a abertura gradativa do terceiro maior país em território do planeta (SUKUP, 2002). Outrossim, entre os anos de 2000 e 2007, nenhum país cresceu mais do que a China (NONNENBERG, 2010). Para Babones (2012), há evidências sólidas de que a China manterá um crescimento médio anual de 8% até o ano de 2040, quando a economia do país terá então superado as economias da Europa e dos Estados Unidos tomadas em conjunto.

Uma das causas da expansão econômica chinesa para a América Sul – processo que ora se intensifica – foi a demanda de *commodities* pela China, a qual provocou um aumento da exportação de tais itens por países tais como o Brasil (HOLLAND, 2010). Story (2004) amplia tal debate para além das *commodities*, defendendo o uso do termo “revolução” para discorrer sobre o modo como a China vem atuando no mercado global, descrevendo os processos pelos quais o governo chinês adota políticas de câmbio de desvalorização do Yuan, fomenta altas taxas de poupança e conduz estratégias de crescimento especificamente orientadas para a exportação em larga escala.

No parecer de Padilha e Lima (2007), o modelo chinês de internacionalização pode ser contemplado a partir da perspectiva de um exemplo bem sucedido de busca por vantagens competitivas, de inserção em mercados de forte concorrência e de crescimento sustentável. Park (2008), por sua vez, destaca que o crescimento econômico chinês deve ser visto como um contínuo movimento que envolve amplamente investimentos externos diretos (IED) e que, desde o âmbito interno, transcende aspectos predominantemente operacionais ou gerenciais de organizações produtivas, comportando aspectos determinantes de sócio-cultura, geopolítica e governança corporativa. Deve-se destacar que, majoritariamente, as transnacionais chinesas são organizações estatais (BÁRCENA *et al.*, 2010) e, por conseguinte, é importante que sejam abordadas também questões políticas, quando se enfoca a temática dos investimentos externos chineses (ALON, 2010). Sob tal perspectiva, Li-Ying *et al.* (2013) e Wei (2010) afirmam que, em anos recentes, os IED chineses vêm mobilizando a atenção de acadêmicos e praticantes em todo o mundo.

No que diz respeito aos IED chineses no Brasil, Oliveira (2010) afirma ser importante que a China seja vista como aliada para o crescimento econômico brasileiro. Azevedo (2008, p. 53), a seu turno, aponta que o Brasil constitui uma peça fundamental no projeto geopolítico chinês e se apresenta como um parceiro para a China, “muito mais do que um fornecedor de *commodities* para uma economia faminta ou um mercado a mais para os manufaturados *Made in China*”. Contudo, se, por um lado, são bastante significativos os investimentos chineses no Brasil, por outro, a internacionalização de empresas brasileiras para a China se encontra em um patamar inferior ao desejado (FLEURY; FLEURY, 2006), ainda que as exportações brasileiras para aquele país venham crescendo exponencialmente desde 1999

(CHANG, 2012). A China vem se destacando por exercer “um papel primordial no comércio exterior brasileiro, alcançando em 2009 a classificação de maior parceiro do Brasil” (MORTATTI; MIRANDA; BACCHI, 2011, p. 312).

Em tal cenário, a trajetória de internacionalização das empresas chinesas vem despertando interesse por parte de praticantes e da comunidade acadêmica. Tal interesse, contudo, infelizmente talvez não se traduza em esforços sistemáticos de pesquisa direcionados para a compreensão dos temas correlatos. Para Oliveira e Masiero (2005, p. 21), “a área de estudos asiáticos no Brasil é recente, com um número exíguo de instituições e de pesquisadores, com carência de recursos e (...) quase que integralmente concentrada em estudos direcionados ao Japão”. Nesse contexto, uma indagação importante refere-se aos motivos pelos quais um país que ainda tanto tem a crescer internamente como a China teria para investir em outros países, dentre os quais o Brasil. Tomando por base tal questionamento, estabeleceu-se como objetivo para a presente pesquisa identificar as motivações apresentadas pelas empresas chinesas que realizam investimentos externos diretos no Brasil, bem como os desafios por elas encontrados nesse processo.

O artigo foi estruturado em outras quatro seções, além desta introdução. Na próxima parte, apresenta-se o quadro teórico referencial que serviu de fundamento para o estudo. Na seqüência, são detalhados os procedimentos metodológicos seguidos para o desenvolvimento da etapa empírica da pesquisa, para que na quarta seção sejam representados os resultados obtidos a partir das entrevistas com os informantes-chaves selecionados. A última seção do texto traz as considerações conclusivas e sugestões para pesquisas futuras.

Referencial teórico

Investimento externo direto (IED)

Podem ser apontadas três principais razões para uma empresa investir em um outro país que não o seu de origem: busca de recursos específicos não disponíveis no mercado doméstico; abertura ou consolidação de novos mercados consumidores; e redução de risco por meio da diversificação das operações (BARBI; BRITO, 2010). Esses investimentos acarretam transformações e conseqüências diversas para o país no qual eles são realizados, tais como transferência de recursos, modificação do balanço de pagamentos, acirramento da concorrência, transferência de conhecimento e aumento da vulnerabilidade externa (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004). Ressalte-se a posição de Roll (2008), segundo a qual para uma organização realizar investimentos externos diretos em países culturalmente muitos díspares do país de origem, é preciso que os decisores das empresas do país investidor conheçam muito bem as peculiaridades do mercado pretendido.

Dunning (1998) classifica as estratégias associadas aos investimentos externos diretos (IED) organizacionais em quatro categorias: *market seeking*, *resource seeking*, *efficiency seeking* e *strategic assets*. Na estratégia de *market-seeking*, as empresas investem em um país ou em uma determinada região para se beneficiar das necessidades do mercado consumidor local. A estratégia de *resource-seeking* tem como objetivo a internacionalização em busca de recursos específicos a um custo mais baixo do que no país de origem – tais recursos podem ser físicos ou intangíveis, assim como matérias-primas, força de trabalho ou capacidade tecnológica (CHEVARRIA, 2007; PIMENTEL, 2009). *Resource-seeking* constitui, portanto, a estratégia mais utilizada por empresas de setores de extração de minerais, papel e celulose e fabricação de móveis e produtos de madeira (SARTI; LAPLANE, 2002). Em seguida, o que leva as empresas a planejarem a adoção da terceira estratégia – denominada *efficiency-seeking* – é a busca da racionalização dos processos complementares de produção, logística e marketing, alcançando sinergia entre as operações em diversos países. Por fim, o

investimento através de *strategic asset-seeking* é empreendido quando uma organização deseja promover suas estratégias globalmente (PIMENTEL, *op cit.*).

O processo de internacionalização através do IED das empresas originárias de países em desenvolvimento pode ser observado a partir de três momentos. Na primeira onda (1960-1980), destaca-se a atuação de empresas latino-americanas localizadas em países como Argentina, México, Colômbia e Venezuela, e de organizações asiáticas baseadas em nações como Cingapura, Malásia, Filipinas, Hong Kong, Coreia do Sul e Índia, as quais tinham por meta ultrapassar barreiras comerciais em setores como extrativismo e construção civil. Durante a primeira onda, os países geograficamente próximos eram os principais alvos dos investimentos. Na segunda onda (1980-1990), os chamados Tigres Asiáticos – Hong Kong, Cingapura, Coreia e Taiwan – tomam a frente do movimento com o objetivo de desenvolver novos mercados. A maioria dos IED incorridos por ocasião da segunda onda tinha como propósito não apenas consolidar o mercado do país receptor do investimento, mas também promover a exportação tomando-se o país receptor como plataforma. A recente terceira onda conta com a maior participação da América Latina. Os maiores *players* nos investimentos são Hong Kong, Taiwan, Cingapura, Brasil, África do Sul, China, Coreia do Sul, Malásia, Argentina, Rússia, Chile e México. O destino dos investimentos já não se direciona apenas para os países vizinhos, buscando também a atuação no âmbito global, inclusive para países desenvolvidos (ACIOLY; ALVES; LEÃO, 2009).

Sá (2011) empreende uma ampla e compreensiva revisão das teorias mais difundidas ao longo das últimas cinco décadas acerca de IED. De modo geral, os investimentos externos diretos são tidos como uma orientação estratégica que melhora, mantém ou restaura a competitividade do investidor em um mercado globalizado. Nesse contexto, as operações internacionais de uma organização relacionadas a IED são motivadas por possibilidades de redução da concorrência, por vantagens específicas de propriedade, por necessidade de diversificação de riscos e oportunidades, por vantagens de internalização devidas a diferenças entre os países, principalmente entre fatores de custo e tecnologia (cf. DUNNING, 2003). De forma complementar, decisões de IED podem igualmente traduzir questões de “economia de localização, incluindo tarifas e custos de transporte”, especificamente em grandes mercados, nos quais se reduz o custo de fazer negócios no exterior (SÁ, *op. cit.*, p. 52).

Ao longo dos últimos anos, o incremento de investimento direto estrangeiro na economia brasileira apresenta um crescimento sem precedentes e, de acordo com Lima Jr (2005), em consonância com a estratégia de *market-seeking*, o tamanho do mercado brasileiro tem sido a principal motivação para as organizações que realizam IED no país, bem como a taxa de crescimento do PIB e os custos de mão-de-obra. Para o autor, em relação à forma pela qual tais investimentos vêm ocorrendo, destacam-se as fusões e aquisições, a privatização de serviços públicos e a venda de empresas privadas locais, sendo que o setor de serviços desponta como principal setor de atração ao capital estrangeiro. Concer, Turolla e Margarido (2010) asseveram que, na última década, o Brasil consolidou sua posição como um destino obrigatório para o IED estrangeiro, sendo considerado um país chave no atual estágio de competição entre as grandes corporações mundiais, ao mesmo tempo em que a nação também vem se configurando como um investidor direto importante no cenário global.

IED chinês no mundo

Nas últimas duas décadas, a República Popular da China obteve o *status* de maior credor dos Estados Unidos da América e maior portador de reservas internacionais, demonstrando potencial tanto para constituir a maior nação fabril do mundo como para se tornar seu maior mercado (HO-FUNG, 2011). Não por coincidência, uma das principais

características do desenvolvimento econômico chinês nos últimos trinta anos foi o expressivo incremento de seu comércio exterior (CAI; CLACHER, 2009; NONNEMBERG, 2010).

A trajetória do investimento chinês no mundo compreende cinco fases distintas (BARBI; BRITO, 2010). A primeira – que principia em 1979 e se estende até 1985, e que pode ser denominada “internacionalização cautelosa” –, marca o início dos investimentos de empresas estatais chinesas no âmbito global. Na segunda fase, que vai de 1986 até 1991, o governo chinês permitiu que um maior contingente de empresas chinesas estabelecesse filiais no exterior, com a missão de cumprir metas econômicas e políticas do país (SOARES, 2011). Entre 1992 e 1998, ocorreu a terceira fase de expansão de IED, com predomínio da expansão e da regulamentação de empresas chinesas, que passaram realizar negócios internacionais, principalmente a partir de investimentos em bens imobiliários e em especulação financeira. Na quarta fase, que compreende o período entre 1999 e 2001, a política “*Go Global*” mudou o rumo dos investimentos chineses. Nessa fase, a China buscou explorar novos mercados, melhorar o acesso à propriedade tecnológica estrangeira e aprimorar a competitividade de suas empresas. Contudo, a saída de fluxos de capital chinês para o mundo permanecia restritiva e complexa, necessitando da aprovação de diferentes órgãos governamentais, como ainda acontece (SOUZA, 2011).

A última fase de expansão de IED chineses, a partir de 2001, é marcada pela adesão da China à Organização Mundial do Comércio (OMC), que promoveu um aumento dos fluxos comerciais, pois governo e empresas chinesas se comprometeram a seguir regras acordadas internacionalmente, o que representava para os demais países “o reconhecimento de certas garantias no comércio (...) e a obrigação chinesa de seguir determinados padrões internacionais” (CHANG, 2011, p. 43). A associação da China à OMC também serviu para reformular as políticas de liberalização dos investimentos no exterior: com a simplificação de projetos em países estrangeiros, as empresas privadas chinesas começaram a investir sistematicamente fora do país sem sofrer com o controle de Pequim (SOARES, 2011).

Nas últimas duas décadas, o volume anual de comércio internacional praticado pela China tem crescido a uma taxa de 18,1%, elevando-se de US\$ 21,08 bilhões em 1978 para US\$ 2.207,22 bilhões em 2009 (HYE, 2012). O montante desse volume correspondente a IED passa por um aumento proporcional. De acordo com a Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), nos próximos anos a China certamente será uma das principais investidoras estrangeiras do planeta (ACIOLY; ALVES; LEÃO, 2009). Cunha e Xavier (2010) chamam a atenção para o fato de que a China vem avançando significativamente no desenvolvimento de indústrias de alta tecnologia, e consolidando sua posição em tais setores do mercado internacional.

Holland (2010) estabelece uma relação de justificativas para os investimentos das empresas chinesas em outros países: garantir fontes de recursos naturais para continuar com o ritmo de crescimento econômico de 8 a 10% do PIB ao ano; atender ao ritmo global de competição; obter acesso a novas tecnologias; diversificar riscos; e aumentar cada vez mais seus ativos com o intuito de incrementar sua influência no ambiente global. Nos países da América Latina, os IED chineses parecem ter como objetivos o acesso a recursos naturais e, ao mesmo tempo, o favorecimento à entrada de produtos chineses no mercado latino-americano (ACIOLY; ALVES; LEÃO, 2009). No que refere aos países do Mercosul, Brasil, Argentina e Peru foram as nações que mais receberam o IED chinês nos últimos anos (SOUZA, 2011).

O cenário externo pelo qual a China tem se aventurado crescentemente nas últimas décadas não tem sido integralmente receptivo ao país, que atualmente é percebido como um forte

concorrente global que vem modificando os mercados internacionais. Para Foo (2011), o crescimento dos investimentos externos diretos chineses causa desconfiança em outros países. Uma das posições em voga no Ocidente é a de que a China deveria substituir a demanda externa por demanda doméstica como força motriz do seu crescimento (RODRIK, 2010). Moreira (2005, p. 37), por sua vez, afirma que a China pode constituir uma ameaça para a indústria da América Latina “pela combinação de mão-de-obra abundante, rápido crescimento da produtividade e um Estado onipresente”.

Outro fator capaz de despertar a desconfiança dos países ocidentais com relação aos investidores chineses é a distância cultural. Para além das disparidades ideológicas que envolvem sistemas de produção, um dos aspectos responsáveis por tal distância vem da estrutura social da China, que não se baseia nem no indivíduo e nem na sociedade, mas antes no relacionamento (SHENG, 2008). Beverland (2009) argumenta que, para entender a forma pela qual os chineses se envolvem em atividades de negócios, é fundamental que se conheça as regras de relacionamento presentes na sociedade chinesa.

Estrangeiros interessados em estabelecer relações comerciais com chineses devem, por exemplo, adaptar-se para absorver o complexo conceito de *guanxi*, termo que não conta com uma tradução exata. Na prática, em lugar de centrar-se exclusivamente em regras formais, os interessados em negociar com empresas chinesas precisam enfatizar *guanxi* em sua rede de relações sociais e comerciais, tais como as interações com pessoas influentes na organização com quem se pretende estabelecer parcerias, ou que ocupem posições estratégicas no governo (WILSON; BRENNAN, 2010). Para Cui e Jiao (2011), *guanxi* relaciona-se diretamente com o estabelecimento de alianças estratégicas com os *stakeholders* da organização e, por conseguinte, com a manutenção de vantagem competitiva. Trata-se, sobretudo, de uma forma peculiar de relacionamento entre empresas, clientes e governo, baseada em princípios de ética e confiança mútua, por meio da qual é possível falar abertamente sobre estratégias, dificuldades e oportunidades. Liu e Ross (2006), entretanto, advertem que o *guanxi* vem perdendo a importância à medida que a China se aproxima de outros países em que tal prática causa estranheza. Dong e Liu (2010) acreditam na tendência de que os demais aspectos da cultura chinesa associados a relações comerciais sofram cada vez mais modificações devido a essa proximidade.

Investimentos chineses no Brasil

Nas últimas duas décadas, tem prevalecido um significativo fortalecimento do relacionamento bilateral entre Brasil e China (CHANG, 2012). A partir de 2008, mais especificamente, a China incrementou IED na América Latina, mas de modo substancialmente mais expressivo no Brasil, ainda que tais investimentos tenham sido direcionados principalmente para matérias-primas como energia e minérios (FERCHEN, 2011). Historicamente, os investimentos chineses no Brasil têm como principal objetivo garantir o fornecimento de matérias-primas para seu mercado doméstico (OLIVEIRA, 2006; OLMOS, 2011; SILVA; SOARES, 2011).

No parecer de Becard (2011, p. 31), a cooperação bilateral sino-brasileira no período 1990-2010 apresentou importantes avanços, primordialmente em razão da maior liberdade de ação promovida pela interdependência crescente do sistema internacional, embora tais avanços tenham sido limitados devido, sobretudo, “(i) às instabilidades internas no Brasil e na China e (ii) à falta de planejamento sistemático da parceria sino-brasileira”. No ano de 2010, a China foi o país que mais investiu no Brasil, com um total de US\$ 7,5 bilhões, ou 15% do total de IED recebidos pelo país (BÁRCENA *et al.*, 2010). A maior parte das empresas chinesas que investiram no Brasil em 2010 é composta por estatais que pertencem a setores estratégicos da economia chinesa (SILVA; SOARES, 2011). Registrou-se, todavia, um movimento de mudança no perfil do investimento chinês no Brasil do ano

de 2010 para 2011. Em 2010, 85% do investimento era ligado a *commodities*, enquanto no período de janeiro a outubro de 2011, 74% do investimento foram destinados a setores de manufaturas, semi-manufaturas e pesquisa e desenvolvimento (PEDROSO, 2011).

Como argumenta Cunha (2011), os conglomerados chineses vêm sendo incentivados pelo governo de Pequim a avançar em seus processos de internacionalização. Os conglomerados estatais na área de petróleo e gás (dentre os quais se destacam Sinopec, Cnooc e a Petrochina) representam uma articulação planejada entre a busca de segurança energética, a política externa e a estratégia de crescimento no longo termo. Ainda na área de *commodities*, sobressaem-se outras corporações com controle ou participação estatal (como Chalco e Baosteel). Com relação a bens de consumo, telecomunicações e produtos eletrônicos, destacam-se empresas como Huawei, TCL, Lenovo, Boe Technology e Galanz. Registram-se ainda corporações em trajetória de internacionalização em setores de alimentos e bebidas (Tsingtao e Cofco International), comércio e navegação (China Ocean Shipping Group e Sinochem Corp) e construção civil (China State Construction and Engineering Company). A entrada de corporações chinesas no Brasil tem sido igualmente significativa.

Com relação a IED praticados em 2011, no setor de agronegócios a atuação em evidência foi da empresa Chongqing Grain Group, num investimento de US\$ 4 bilhões na instalação de um pólo de 100 mil hectares para processamento de soja e fertilizantes em Barreiras, na Bahia, além do desenvolvimento de um sistema de armazenagem e logística de grãos (SILVA; SOARES, 2011). Outra ação destacada foi a da chinesa Chongqing Huapont Pharm, que anunciou uma aquisição de 7,5% na brasileira CCAB Agro no valor de US\$ 20 milhões, com o objetivo de potencializar e expandir o *core business* da corporação chinesa principalmente na área de defensivos agrícolas (LOPES; BATISTA, 2011).

No setor de automóveis, a Chery instalou em 2009 a primeira fábrica de carros chineses no Brasil, com um investimento inicial de US\$ 400 milhões. Outro *player* chinês que entrou no setor automotivo brasileiro foi a JAC Motors, que anunciou em 2011 um investimento de US\$ 600 milhões em uma fábrica para produzir 100 mil veículos por ano (OLMOS, 2011). No setor financeiro, o Bank of China, controlado pelo governo chinês, abriu em 2010 uma subsidiária em São Paulo, com o objetivo de facilitar e agilizar o comércio e as atividades econômicas de empresas brasileiras e chinesas (WESTGARD, 2010).

Diante de tais exemplos positivos, cabe fazer notar as muitas barreiras que podem ser prejudiciais à parceria entre Brasil e China para o ganho dos dois países (OLIVEIRA, 2006). Um dos fatores que podem dificultar o aporte de IED é a distância psicológica entre o país investidor e o país que recebe o investimento (ROCHA, 2004). No que diz respeito à China e ao Brasil, a distância se deve fortemente às diferenças culturais entre as nações, inclusive no que tange à forma de fazer negócios (RODRIGUES, 1996). Schnorr e Schnorr (2007) alertam para a importância de se entender alguns aspectos culturais chineses para que os executivos brasileiros possam comercializar com empresários da China. Nesse sentido, Fernandes (2008) defende que a melhor maneira para evitar conflitos culturais entre chineses e brasileiros é buscar antecipar os possíveis embates, buscando-se conhecer o perfil dos empresários chineses. Para Zhang (2000), um fator crucial reside na busca pela compreensão, por parte dos empresários brasileiros, da lógica embutida na gestão da qualidade chinesa. Outra barreira que pode ser prejudicial para alianças comerciais estratégicas entre Brasil e China é a visão de que as empresas chinesas constituem ameaça para a economia brasileira, uma vez que a China conta com uma suposta “oferta ilimitada de mão-de-obra” (MOREIRA, 2005, p. 21).

Finalmente, cabe observar que as aproximações entre China e Brasil também podem ser abordadas pejorativamente, sobretudo por pesquisadores do mundo anglo-saxão. Gilboy e Heginbotham (2004, p. 256), por exemplo, valem-se da expressão “latino-americanização

da sociedade chinesa” para argumentar que o crescimento chinês tem sido acompanhado do nascimento de “favelas em estilo brasileiro” no entorno de suas principais cidades, do aumento da economia informal e da supressão dos direitos da classe trabalhadora.

Procedimentos metodológicos

Confiando na perspectiva de que o campo da administração internacional tem muito a ganhar com o desenvolvimento de esforços qualitativos de pesquisa (CHUEKE; LIMA, 2011), a parte empírica do presente estudo estruturou-se a partir do protocolo de entrevistas realizadas junto a informantes-chaves, conforme aconselham Welch *et al.* (2002) especificamente para investigações focadas em negócios internacionais. Informantes-chaves são identificados como indivíduos cujo conhecimento associado a contextos particulares e cuja expertise relacionada a tópicos relevantes para a pesquisa em questão se mostram significativos e capazes de proporcionar informações ricas (JOHNSON *et al.*, 2007). Em virtude das características peculiares de tais sujeitos, não se pode determinar previamente um tamanho para a amostra da pesquisa, ainda que Creswell (1998) discorra acerca de estudos envolvendo informantes-chaves com amostras contendo desde um até mais de 300 sujeitos.

Para Welch *et al.* (2002), em razão da dimensão política que permeia questões relevantes em administração internacional, a coleta de dados a partir de informantes-chaves configura-se como a forma mais efetiva para explorar problemáticas envolvendo países e/ou organizações que atuem em negócios internacionais. Por esse mesmo motivo, pesquisas envolvendo informantes-chaves vêm sendo utilizadas em estudos de negócios internacionais que enfoquem a China ou que contem com gestores e/ou gerentes chineses como respondentes (por exemplo: KÜHLMANN; HUTCHINGS, 2010; SHI; WRIGHT, 2001).

Na presente pesquisa estabeleceu-se, outrossim, uma amostra intencional selecionada por critérios de tipicidade (PATTON, 1990), composta por quatro informantes-chaves. Escolheu-se como primeiro informante (I-01) o coordenador da área de pesquisa internacional do Conselho Empresarial Brasil-China, entidade sem fins lucrativos orientada para formular propostas destinadas ao aperfeiçoamento de estruturas bilaterais de comércio e investimento. Como segundo informante (I-02), recorreu-se a um associado sênior de origem sino-brasileira da Felsberg e Associados, empresa de consultoria e direito empresarial com atuação em mais de 70 países e especializada em comércio internacional e investimento estrangeiro. O terceiro informante (I-03) foi um analista financeiro sênior da SinoLatin Capital, uma organização especializada em gerenciamento de capital privado e em consultoria financeira, que se posiciona como a principal plataforma de investimento entre a China e a América Latina. Por fim, o presidente da filial brasileira da Chery Automobile – a maior montadora independente de automóveis da China, presente em 80 países e que ostenta o título de campeã nacional de exportações chinesas – foi o quarto informante-chave da pesquisa (I-04).

A coleta de dados junto aos sujeitos integrou duas técnicas tradicionais de obtenção de informações em pesquisa qualitativa (PATTON, 1990; VERGARA, 2009), contando tanto com questionários contendo perguntas abertas enviadas por correio eletrônico, quanto com entrevistas semi-estruturadas realizadas pessoalmente e por telefone. Os dados obtidos foram gravados em áudio e/ou transcritos e, no caso de I-03, traduzidos a partir do idioma inglês. O tratamento de dados seguiu o protocolo da análise de conteúdo clássica (BAUER, 2002) com agrupamento por tema em função de similitudes (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

Representação e discussão dos resultados

Direcionamento do investimento externo direto chinês

Corroborando autores como Ferchen (2011) e Oliveira (2006), os informantes-chaves enfatizaram que, quando se trata da escolha dos setores nos quais as empresas chinesas vão investir, há uma divisão em dois grupos de países: o dos países subdesenvolvidos, em que o foco é a busca de matérias-primas, e o dos desenvolvidos, onde se busca avanço tecnológico:

A China está investindo em vários setores pelo mundo. Ela investe desde projetos na aquisição de *commodities* na África e América Latina até fusões e aquisições em tecnologia de ponta nos EUA e Europa. Na América Latina, o investimento é voltado para setores de petróleo, gás e mineração. (I-03)

Os informantes-chaves destacaram que o investimento chinês no Brasil ainda é recente, porém já é possível apontar alguns setores nos quais ele se concentra:

Há um aumento recente da participação de empresas chinesas no Brasil, desde 2009. Principalmente em relação a eletrônicos, carros, materiais de construção e máquinas em geral. (I-04)

Remetendo-se à perspectiva de que a economia chinesa continuará crescendo nos próximos anos (NONNEMBERG, 2010) os informantes enfatizaram a importância de pensar sobre os próximos passos dos IED chineses, e todos os sujeitos concordaram que estão ocorrendo mudanças nos setores mais procurados. Conforme havia sido registrado por Pedrosa (2011), o ano de 2011 foi apontado como um importe marco para essas mudanças: se antes o foco concentrava-se nos setores de matérias-primas e recursos naturais, em 2011 os investimentos diretos ganharam em diversificação:

2010 foi marcado por uma forte entrada de IED voltado para recursos naturais. No entanto, 2011 apresentou uma mudança de direção de investimento. As empresas estão investindo em indústria manufatureira, atividades que possui maior caráter tecnológico. Há um contraste entre esses dois anos. (I-01)

A China deve continuar investindo em matérias-primas na América Latina num futuro próximo. No entanto, em 2011, já vimos uma série de anúncios de negócios que diferem um pouco do usual investimento em recursos naturais e commodities, o que pode sugerir que a China está começando a pensar no Brasil mais como um destino para seus produtos e fornecer tecnologia em troca. (I-03)

Motivações para o investimento externo direto chinês

Quando questionados acerca das motivações para IED da China em outros países, os informantes apontaram a questão do abastecimento do mercado interno chinês, confirmando as posições de autores como Oliveira (2006) e Silva e Soares (2011). Nos textos dos sujeitos também fica claro que as empresas chinesas estão investindo externamente com o objetivo de ampliar seu mercado consumidor. É interessante notar que a lógica de buscar recursos para alimentar o mercado doméstico ocorre devido à grande participação das empresas estatais no processo de investimento externo. Nesse sentido, Bárcena *et al.* (2010) defendem ser impossível entender o processo de internacionalização das empresas chinesas sem levar em conta o fato de as maiores empresas transnacionais do país serem estatais. Os informantes também discutiram sobre as diferentes “lógicas” seguidas por empresas chinesas:

As empresas chinesas internacionalizam-se de três formas. A primeira seria a das grandes empresas estatais que se internacionalizam para assegurar as necessidades de fornecimento de recursos naturais para China. Elas atuam como interesses nacionais. A segunda lógica é seguida por empresas estatais não centrais ou empresas de capital híbrido, cujo processo de produção requer

avanços sistêmicos de tecnologia que a China, até agora, ainda não possui capacidade de desenvolver sozinha. Essas empresas são motivadas pela busca por ativos estratégicos e optam por desenvolvê-los através de joint-ventures e da aquisição de empresas no exterior, principalmente européias e norte-americanas. Por fim, a terceira lógica seria das empresas privadas que se aproveitam de suas vantagens de preço para ofertar produtos em mercados com características semelhantes aos chineses, como o leste europeu e os países da América Latina. (I-01)

O PIB chinês vem crescendo a uma taxa de aproximadamente 10% nos últimos 20 anos. Assim, a China está interessada em investir fora por dois motivos: para obter recursos necessários para alimentar sua indústria (matérias-primas e tecnologia), e para ter acesso a novos mercados para seus produtos e serviços. (I-03)

No que diz respeito a IED de empresas chinesas em países da América Latina, os informantes apontaram diferentes motivações para o aumento de sua ocorrência. Tomando-se o setor automobilístico como exemplo, pode-se aventar que um dos movimentos estratégicos de internacionalização de muitas empresas chinesas para a América Latina envolve tornarem-se *players* no setor, competindo com as marcas locais praticando preços mais baixos:

Um motivo do investimento na América Latina é que aqui há muita riqueza em recursos naturais, e outro motivo seria o mercado consumidor muito forte, principalmente no Brasil. Se você procura recursos naturais, você tem que ir aonde tem. A mesma coisa acontece com o mercado consumidor. A América Latina conseguiu congrega esses dois fatores para atrair o investimento chinês. (I-02)

O que motiva o investimento chinês na América Latina, no que diz respeito a automóveis, é o fato de essa ser uma região em crescimento real no mercado automotivo. (I-04)

Conseqüências dos investimentos chineses para a América Latina e o Brasil

Quando inquiridos acerca dos impactos econômicos, políticos e sociais dos IED chineses na América Latina, os informantes-chaves reforçaram ser muito cedo para avaliar tais investimentos, que ainda são muito recentes. Mesmo assim, os sujeitos tendem a acreditar que o investimento chinês traz benefícios para os outros países.

A China tornou-se um dos maiores investidores e parceiros comerciais da América Latina num curto período de tempo. Por isso, o impacto chinês nessa região ainda é difícil de avaliar. (...) Existem duas maneiras de ver o investimento chinês na América Latina. É benéfico para a região, porque traz consigo capital, principalmente no Mercosul, que tem falta. Ou pode ser visto como uma nova invasão de um player que entra, extrai os recursos da América do Sul, e não deixa nada positivo na região. A primeira visão é defendida pelos agentes econômicos do setor de commodities da América Latina, visto que são beneficiados pelas oportunidades surgidas pelo interesse chinês. A segunda visão é de alguns políticos, que exigem medidas protecionistas para salvar a indústria nacional. Em geral, é visto como um novo fenômeno positivo para América Latina, porque leva para a região tecnologia que pode ajudar a desenvolver a indústria local. (I-03).

Na América Latina como um todo, isso ajuda alguns países com problemas de investimento como Venezuela ou Argentina, e isso ajuda a desenvolver um pouco a economia deles. O acirramento da competição torna mais competitivo o mercado, principalmente na área de bens de consumo. Um exemplo disso são os carros. Politicamente gera um pouco de medo, vamos dizer assim. Na área de *commodities*, um investimento muito forte começa a incomodar. Sociamente pode-se dizer que mais investimento gera mais emprego, e em alguma

proporção, gera mais acesso a uma série de produtos, pois o preço destes cai bastante. (I-02)

Não obstante o reconhecimento das questões de poder e política que permeiam os debates acerca das conseqüências sócio-econômicas dos IED chineses – tal como registra Azevedo (2008) – pode-se perceber que os informantes parecem ter uma visão bastante positiva sobre os investimentos chineses na América Latina e no Brasil. Cabe observar que o sujeito I-02 destaca a criação de novos empregos como uma vantagem para o país que recebe o investimento; contudo, esse mesmo informante defendeu, em outro momento de sua entrevista, que o Brasil não deveria restringir a entrada de trabalhadores chineses para serem aproveitados como mão-de-obra em empresas chinesas instaladas no país. Paradoxalmente, essa proposta anularia a vantagem de geração de emprego para a população local.

Barreiras para o IED chinês no Brasil

Diante dos impactos positivos potenciais para os investimentos chineses no Brasil, é importante observar que algumas barreiras ainda precisam ser transpostas para incrementar o volume de investimentos. Em consonância com os preceitos teóricos da Escola de Uppsala (ver, por exemplo: HILAL; HEMAIS, 2003), algumas dessas barreiras guardam relação com a distância psíquica entre China e Brasil, como aliás já havia sido apontado por alguns pesquisadores (RODRIGUES, 1996; SHENG, 2008). Na presente investigação, como defendido por Rocha (2004) e Schnorr e Schnorr (2007), os informantes apontaram as diferenças culturais como principal componente para a percepção dessa distância, conforme se pode observar nos trechos a seguir. No último deles, é possível perceber que o informante I-01 considera que as empresas européias têm mais facilidade de se instalar no Brasil, pois a distância cultural dos países da Europa para o Brasil é menor do que a da China para Brasil:

No Brasil, as empresas chinesas enfrentam muitas dificuldades. Dentre elas: falta de compreensão cultural, as barreiras lingüísticas, as diferenças na legislação trabalhista brasileira. (I-03)

Outra dificuldade seria a língua portuguesa, apesar de que há um aumento de pessoas estudando português na China e mandarim no Brasil (...) Se fosse uma língua mais próxima, talvez tivesse mais investimento. (I-02)

As empresas chinesas enfrentam as mesmas dificuldades que outras empresas estrangeiras. Diria a dificuldade burocrática. Na verdade, não há discriminação nenhuma de ser uma empresa chinesa. Esta enfrentaria as mesmas barreiras que uma empresa americana, européia... a única dificuldade que acrescentaria seria a questão cultural. (I-01)

Como destacaram anteriormente I-03 e I-01, algumas questões relativas à legislação brasileira também foram apontadas como barreiras para mais investimento chinês no Brasil.

As empresas chinesas têm reclamado da dificuldade de conseguir vistos para os chineses trabalharem aqui. Porque pela legislação brasileira, a mão-de-obra tem que ser local, salvo se não se encontra o profissional com as mesmas qualificações no país receptor do investimento. Outra questão é a compra de terras. As empresas chinesas querem comprar um terreno aqui, para instalação de fábricas. Como acontece em qualquer lugar, isso não pode. (I-01)

A principal dificuldade é entender a legislação brasileira (...) em três pontos principais: tributação, imigração com muitas restrições e trabalhista. (I-03)

As principais dificuldades são: tributação complexa, tributos sociais (...) e a escassez de profissionais que dominem o (idioma) inglês no Brasil. (I-04)

Se nos dois trechos os informantes queixam-se da dificuldade no entendimento das leis brasileiras, principalmente no que tange à tributação, pode-se aventar, em contrapartida, que o problema poderia dizer respeito não apenas à compreensão das leis, mas também a seu cumprimento por parte das empresas chinesas. A última fala de I-04, que se soma à fala anterior de I-02, destaca que, além da dificuldade dos executivos brasileiros com relação ao idioma mandarim, estranhamente aqui faltam profissionais que dominem o idioma inglês, o que pode atrapalhar os investimentos não apenas da China, como de outros países no Brasil.

Transpondo as barreiras para o investimento chinês no Brasil

Instigados a sugerir possíveis soluções para os problemas enfrentadas por empresas chinesas que optam por investir no Brasil, os informantes apontaram diversas possibilidades, começando por alternativas para tentar diminuir a distância cultural entre os dois países, principalmente no que diz respeito à comunicação, retomando a questão do idioma:

Essas dificuldades serão resolvidas com o tempo, quando as novas gerações de brasileiros e chineses não pensarem um no outro sob o conceito de estrangeiro. E também desempenham papel fundamental as instituições que promovem eventos bi-culturais e servem como uma ponte entre as duas regiões. (I-03)

Na China tem (...) pessoas estudando português. No Brasil, tem poucos cursos de estudos formais da língua chinesa (...) precisa incentivar esse intercâmbio. (I-02)

O profissional brasileiro tem que aprender mais a língua inglesa. (I-04)

Alguns informantes apontaram soluções que pressupõem mudanças na legislação brasileira, de modo a beneficiar as empresas chinesas. Contudo, esses informantes parecem analisar tais aspectos sob uma perspectiva unilateral, que preconiza que somente o Brasil tem que ceder e modificar suas leis, para só então merecer os investimentos chineses.

(...) em relação a terras, como fez o caso da (empresa) chinesa que queria comprar terras no estado da Bahia e o governo baiano cedeu a terra por um determinado período, não para a empresa chinesa produzir soja, porque empresas brasileiras já fazem, mas para instalar uma fábrica de produção de óleo de soja. Ou seja, investir em outras cadeias de produção. (I-01)

Na questão da legislação, talvez um pouco mais de flexibilidade por parte do Brasil, pelo menos na questão do visto. (I-02)

O papel dos governos chinês e brasileiro no IED entre as nações

Assim como outros autores, Rodrigues (1996) aponta que o governo de um país tem papel fundamental para as definições de internacionalização de suas empresas e que, diante da expressividade das empresas públicas chinesas, é importante refletir sobre o papel do governo da China nos negócios que suas empresas realizam com outros países. Os informantes enfatizaram que o governo chinês fornece incentivos para a internacionalização das empresas, mas ressaltam que a criação de bancos específicos para internacionalização seria um passo importante para criar ainda mais incentivos para as empresas chinesas realizarem IED.

O governo chinês já incentiva suas empresas a investirem no Brasil através de seus bancos de desenvolvimento (Banco de Desenvolvimento e o Banco Chinês

de Importação e Exportação), que dão facilidade de crédito a empresas que investem na América Latina. Cabe na verdade as próprias empresas assumirem o desafio de internacionalizarem seu capital humano, e certificar-se de que diferenças culturais não se tornem um obstáculo, quando negociarem fora da China. (I-03)

A criação de bancos específicos para prospecção de um novo mercado, de conhecimento logístico e monetário, o que daria suporte à instalação de empresas chinesas em outros países. (I-04)

Com respeito ao papel do governo brasileiro diante do IED chinês, os informantes crêem que o Brasil deveria se colocar mais ativamente em busca de novos investidores chineses, sendo que o primeiro passo seria deixar de encarar os chineses como ameaças:

O governo brasileiro poderia acelerar as discussões internas sobre propriedade de terras por entidades estrangeiras. Muitas empresas chinesas estão incertas sobre a segurança de seus investimentos, uma vez que existem constantes rumores do parlamento brasileiro de modificar leis existentes. (I-03)

O governo brasileiro deveria promover um pouco mais oportunidades para empresas brasileiras investirem na China ou ir à China buscar investidores. (I-02)

Criar condições de competitividade com as montadoras nacionais e não enxergar a China como uma grande ameaça para o mercado local. (I-04)

Conclusões

O objetivo estipulado para esta pesquisa foi identificar as motivações das empresas chinesas que realizam investimentos externos diretos no Brasil, bem como os desafios por elas encontrados no processo. Os resultados obtidos a partir dos informantes-chaves permitem confirmar questões previamente registradas pela literatura, mas avançam em alguns aspectos ainda pouco explorados por pesquisadores. De forma geral, como alerta Pedroso (2011), deve-se atentar para o fato de que o período de transição do ano de 2010 para 2011 – momento em que se obteve os dados juntos aos informantes – demarca uma mudança nas características dos IED chineses no Brasil, que deixam de centrar-se em matérias-primas e recursos naturais para abastecer o mercado interno chinês, e passam a comportar a diversificação, incluindo a preocupação em ampliar o mercado consumidor para produtos da China.

Foram detectadas ambigüidades nas falas dos informantes-chaves com relação a aparentes pontos contraditórios nos negócios entre China e Brasil, como quando um dos sujeitos da pesquisa denunciou as dificuldades impostas pelo governo brasileiro para que trabalhadores chineses dêem entrada no país para servirem como mãos-de-obra em instalações chinesas e, simultaneamente, anunciou como vantagem para o Brasil a criação de empregos locais a partir do estabelecimento ou da ampliação de investimentos chineses em facilidades industriais. Tais pontos de tensão entre interesses distintos em negócios internacionais – que constituem um tema clássico da literatura (por exemplo: SMITH, 1971) e que costumam emergir por meio de metodologias de pesquisa envolvendo informantes-chaves (WELCH *et al.*, 2002) – evidenciam questões recorrentes próprias da política comercial internacional. No caso específico de Brasil e China, recomenda-se que sejam realizados novos esforços de pesquisa para que este e outros pontos sejam investigados de modo mais detido.

Como era de se esperar, a distância cultural entre Brasil e China foi apontada como fonte de dificuldades significativas para a consolidação de IED por parte de empresas chinesas no Brasil. Pimentel (2009), por exemplo, chama atenção pelo fato de que a sócio-cultura

chinesa é caracterizada pelo coletivismo, com limites tênues entre a vida privada e o trabalho, além do fato de o ambiente profissional ser marcado por fortes relações de hierarquia, exatamente o oposto da forma com que os brasileiros fazem negócios. Entretanto, antes de ressaltar tais diferenças culturais, ou discorrer sobre as distâncias psíquicas correspondentes ao modo de Uppsala, espantosamente os informantes-chaves remetem a um problema mais rudimentar que deve necessariamente servir como alerta para os praticantes: as dificuldades de comunicação decorrentes do fato de os profissionais brasileiros, em sua maioria, ignorarem o idioma mandarim ou apresentarem severas limitações com o inglês.

Outra importante contribuição dos informantes-chaves para a prática, e que poderia, eventualmente, ser objeto de futuras pesquisas, refere-se a alternativas bi-culturais de Brasil e China para buscar aproximar os dois países, com participação dos setores empresariais e governamentais. Os informantes levantaram igualmente a possibilidade de fomentar investimentos bilaterais de internacionalização por meio da criação de bancos específicos.

À guisa de recomendações adicionais para estudos futuros, sugere-se que, além dos trabalhos acerca de investimentos chineses no Brasil, devem ser ampliadas as pesquisas envolvendo IED brasileiros na China, a exemplo de Schiavini *et al.* (2011), que investigaram aspectos do processo de inserção no mercado chinês pela multinacional brasileira WEG Equipamentos Elétricos S.A. por meio de IED. Também podem contribuir para avanços no entendimento das estratégias de IED a partir da China estudos de caso de internacionalização de empresas chinesas para o Brasil. Adicionalmente, Park (2008) alerta para a importância de que sejam conduzidas investigações sobre os impactos sócio-ambientais da expansão chinesa, tema negligenciado em estudos sobre a internacionalização da China.

O presente artigo apresenta limitações decorrentes da metodologia empregada na parte empírica da pesquisa. Inicialmente, cabe notar que a utilização de somente quatro informantes-chaves não diretamente relacionados ao processo decisório das empresas ou órgãos oficiais do governo chinês responsáveis por IED chineses no Brasil contrasta com as ambições do trabalho, o que certamente constitui uma limitação do método e, por conseguinte, uma restrição importante à universalização dos resultados obtidos. Ademais, a metodologia empregada não permite captar elementos econômicos importantes das motivações do investimento chinês no Brasil, notadamente os efeitos das mudanças já realizadas e aquelas antecipadas pelas organizações quanto às taxas de câmbio entre o Real e o Yuan.

Referências

- ACIOLY, L.; ALVES, M.; LEÃO, R. **A internacionalização das empresas chinesas**. Nota Técnica nº 1 / maio. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília: IPEA, 2009.
- ALON, T. Institutional analysis and the determinants of Chinese FDI. **Multinational Business Review**, v. 18, n. 3, p. 1-24, 2010. DOI: 10.1108/1525383X201000013.
- AZEVEDO, G. Brasil e China. **GV-Executivo**, v. 7, n. 5, p. 50-55, 2008.
- BABONES, S. A structuralist perspective on economic growth in China and India: anticipating the end game. **International Journal of Sociology and Social Policy**, v. 32, n. 1/2, p. 29-41, 2012. DOI: 10.1108/01443331211201743.
- BAUER, M. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 189-217.
- BAUMANN, R.; CANUTO, O.; GONÇALVES, R. **Economia internacional: teoria e experiência brasileira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- BARBI, F.; BRITO, M. China na América Latina: Uma análise da perspectiva dos investimentos diretos estrangeiros. **Textos para Discussão da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas**, v. 247, 2010.
- BÁRCENA, A.; PRADO, A.; CIMOLI, M.; MALCHIK, S. **O investimento estrangeiro direto na América Latina e Caribe**. Nações Unidas: Cepal, 2009.
- BECARD, D. O que esperar das relações Brasil-China? **Revista de Sociologia e Política**, v. 19, s.1, p. 31-44, novembro de 2011. DOI: 10.1590/S0104-44782011000400004.
- BEVERLAND, M. Boundary conditions to business relationships in China: the case of selling wine in China. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 24, n.1, p.27-34, 2009. DOI: 10.1108/08858620910923676.
- CAI, C.; CLACHER, I. Chinese investment goes global: the China Investment Corporation. **Journal of Financial Regulation and Compliance**, v. 17, n. 1, p. 9-15, 2009. DOI: 10.1108/13581980910934009.
- CHANG, M. **Exportações brasileiras para a China e o Japão: padrões de especialização e competitividade**. Dissertação de Mestrado em Economia Aplicada apresentada à Escola Superior de Agricultura da Universidade de São Paulo. Orientadora: Heloisa Lee Burnquist. Piracicaba, 2012.
- CHEVARRIA, D. Multinacionais brasileiras e investimento externo direto: uma revisão da pesquisa nacional. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 2, n. 2, p. 247-274, jul.-dez. 2007.
- CHUEKE, G.; LIMA, M. Pesquisa qualitativa no campo de gestão internacional: será ela realmente qualitativa? In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 35, 2011. **Anais...** Anpad: Rio de Janeiro, 2011.

CONCER, R.; TUROLLA, F.; MARGARIDO, M. Outward Brazilian foreign direct investment: impulses and responses. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 5, n. 1, p. 132-147, jan.-jun. 2010.

CRESWELL, J. W. **Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1998.

CUI, Y.; JIAO, H. Dynamic capabilities, strategic stakeholder alliances and sustainable competitive advantage: evidence from China. **Corporate Governance**, v. 11, n. 4, p. 386-398, 2011. DOI: 10.1108/14720701111159235.

CUNHA, A. A China e o Brasil na nova ordem internacional. **Revista de Sociologia e Política**, v. 19, s.1, p. 9-29, novembro de 2011. DOI: 10.1590/S0104-44782011000400003.

CUNHA, S.; XAVIER, C. Fluxos de investimento direto externo, competitividade e conteúdo tecnológico do comércio exterior da China no início do século XXI. **Revista de Economia Política**, v.30, n.3, p. 491-510, 2010. DOI: 10.1590/S0101-31572010000300008.

DONG, K.; LIU, Y. Cross-cultural management in China. **Cross Cultural Management: An International Journal**, v. 17, n.3, p. 223-243, 2010. DOI: 10.1108/13527601011068333.

DUNNING, J. Location and the multinational enterprise: a neglected factor? **Journal of International Business Studies**, v. 29, n.1, p. 45-66, 1998. DOI: 10.1057/jibs.2008.74.

_____. Some antecedents of internationalization theory. **Journal of International Business Studies**, v. 34, p. 108-115, 2003. DOI: 10.1057/palgrave.jibs.

FERCHEN, M. As relações entre China e América Latina: impactos de curta ou longa duração? **Revista de Sociologia e Política**, v. 19, s.1, p. 105-130, novembro de 2011. DOI: 10.1590/S0104-44782011000400008.

FERNANDES, M. **Negociação Brasil e China: seus principais aspectos culturais**. Dissertação de Mestrado em Gestão Empresarial apresentada à Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getulio Vargas. Orientador: Yan Duzert. Rio de Janeiro, 2008.

FLEURY, M.; FLEURY, A. Brasil e China. **GV-Executivo**, v. 5, n. 4, p. 70-74, 2006.

FOO, C. An emerging paradigm in confronting the rise of an innovative China. **Chinese Management Studies**, v. 5, n. 1, p. 10-19, 2011. DOI: 10.1108/17506141111118426.

GILBOY, G.; HEGINBOTHAM, E. The latin americanization of China? **Current History**, v. 103, p. 256-261, 2004.

HILAL, A.; HEMAIS, C. O processo de internacionalização na ótica da escola nórdica: evidências empíricas em empresas brasileiras. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 7, n.1, p. 109-124, jan.-mar. 2003. DOI: 10.1590/S1415-6552003000100006.

HO-FUNG, H. O braço direito dos Estados Unidos? O dilema da República Popular da China na crise global. **Novos Estudos CEBRAP**, n. 89, p. 17-37, março de 2011. DOI: 10.1590/S0101-33002011000100002.

HOLLAND, M. Inserção comercial do Brasil na América do Sul: um estudo sobre os efeitos da China na região. **Textos para Discussão da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas**, v. 248, 2010.

HYE, Q. Exports, imports and economic growth in China: an ARDL analysis. **Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies**, v. 5, n. 1, p. 42-55, 2012. DOI: 10.1108/17544401211197959.

JOHNSON, P.; BUEHRING, A.; CASSELL, C.; SYMON, G. Defining qualitative management research: an empirical investigation. **Qualitative Research in Organizations and Management**, v. 2, n. 1, p. 23-42, 2007. DOI: 10.1108/17465640710749108.

KÜHLMANN, T.; HUTCHINGS, K. Expatriate assignments vs. localization of management in China: staffing choices of Australian and German companies. **Career Development International**, v. 15, n. 1, p. 20-38, 2010. DOI: 10.1108/13620431011020871.

LIMA Jr, A. **Determinantes do investimento direto estrangeiro no Brasil**. Dissertação de Mestrado em Economia apresentada ao Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais. Orientador: Frederico Gonzaga Jayme Júnior. Belo Horizonte, 2005.

LOPES, F.; BATISTA, F. Grupo chinês adquire 7,5% da CCAB Agro. **Valor Econômico**. 08 de dezembro de 2011. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/1129234/grupo-chines-adquire-75-da-ccab-agro>> Acesso em: 08 de fevereiro de 2012.

LI-YING, J.; STUCCHI, T.; VISHOLM, A.; JANSEN, J. Chinese multinationals in Denmark: testing the eclectic framework and internalization theory. **Multinational Business Review**, v. 21, n. 1, p. 65-86, 2013. DOI: 10.1108/15253831311309492.

LIU, H.; ROSS, L. Managing strategic planning paradigms in China. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 24, n. 5, p. 432-445, 2006. DOI: 10.1108/02634500610682845.

MORTATTI, C.; MIRANDA, S.; BACCHI, M. Determinantes do comércio Brasil-China de *commodities* e produtos industriais: uma aplicação VECM. **Economia Aplicada**, v. 15, n. 2, p. 311-335, 2011. DOI: 10.1590/S1413-80502011000200007.

MOREIRA, M. O desafio chinês e a indústria da América Latina. **Novos Estudos CEBRAP**, n. 72, p. 21-38, julho de 2005. DOI: 10.1590/S0101-33002005000200002.

NONNEMBERG, M. China: estabilidade e crescimento econômico. **Revista de Economia Política**, v. 30, n.2, p. 201-218, 2010. DOI: 10.1590/S0101-31572010000200002.

OLIVEIRA, H. As perspectivas de cooperação Sul-Sul no relacionamento Brasil-China **Nueva Sociedad**, n. 203, p. 1-15, 2006.

_____. Brasil e China: uma nova aliança não escrita? **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 53, n.2, p. 88-106, 2010. DOI: 10.1590/S0034-73292010000200005.

_____; MASIERO, G. Estudos Asiáticos no Brasil: contexto e desafios. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 48, n. 2, p. 5-28, 2005. DOI: 10.1590/S0034-73292005000200001.

OLMOS, M. China quer investir mais em energia e agricultura. **Valor Econômico**. 19 de julho de 2011. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/arquivo/899157/china-quer-investir-mais-em-energia-e-agricultura>>. Acesso em: 24 de fevereiro de 2012.

PARK, J. China, business and sustainability: understanding the strategic convergence. **Management Research News**, v. 31, n. 12, 2008. DOI: 10.1108/01409170810920657.

PADILHA, M.; LIMA, J. China: análise da inserção competitiva de um modelo socialista associado a mecanismos de mercado. **Análise Econômica**, v. 25, n. 47, p. 211-247, 2007.

PARK, J. China, business and sustainability: understanding the strategic convergence. **Management Research News**, v. 31, n. 12, p. 951-958, 2008. DOI: 10.1108/01409170810920657.

PATTON, M. **Qualitative evaluation and research methods**. 2. ed. London: Sage Publications, 1990.

PEDROSO, R. Investimento chinês muda de foco no Brasil e mira manufaturas. **Valor Econômico**, 10 de novembro de 2011. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/1089880/investimento-chines-muda-de-foco-no-brasil-e-mira-manufaturas>>. Acesso em: 10 de março de 2012.

PIMENTEL, J. **Empresas brasileiras na China: estratégia e gestão**. Dissertação de Mestrado em Administração apresentada à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. Orientador: Jacques Marcovitch. São Paulo, 2009.

ROCHA, A. O constructo da distância psicológica: componentes, mediadores e assimetria. In: HEMAIS, C. **O desafio do mercado externo: teoria e prática na internacionalização da firma**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004. p. 40-80.

RODRIGUES, S. Negociações para alianças estratégicas: o ingresso de empresas brasileiras no mercado chinês. **Revista de Administração**, v. 31, n. 3, p. 28-37, jul.-set. 1996.

RODRIK, D. Growth after the crisis. **American Economic Review: Papers & Review**, v. 100, n. 2, p. 89-93, 2010. DOI: 10.1257/aer.98.1.439.

ROLL, M. China branding: opportunities and challenges. **Business Strategy Series**, v. 9, n. 5, p. 231-237, 2008. DOI: 10.1108/17515630810906738.

SÁ, C. **Fatores que influenciam as estratégias empresariais de investimento externo direto em países emergentes no segmento de geração de energia elétrica**. Tese de Doutorado em Administração apresentada à Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. Orientador: Flávio Carvalho de Vasconcelos. São Paulo, 2011.

- SAMPIERI, R.; COLLADO, C.; LUCIO, P. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.
- SARTI, F.; LAPLANE, M. O investimento direto estrangeiro e a internacionalização da economia brasileira nos anos 1990. **Economia e Sociedade**, v. 11, n. 1, p. 63-94, 2002. DOI: 10.1590/S0104-06182012000200003.
- SCHIAVINI, J.; SCHERER, F.; MOURA, G.; MINELLO, I. Os desafios do processo de expatriação no cenário sino-brasileiro: o caso da WEG S.A. na China. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 6, n. 2, p. 22-47, jul.-dez. 2011.
- SCHNORR, L.; SCHNORR, A. *Ni hao ma?* Uma tentativa de compreensão, por olhos ocidentais, de elementos da cultura organizacional: caso de empresas calçadistas na China. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007. **Anais...** Anpad: Rio de Janeiro, 2007
- SHENG, H. Modelos de financiamento baseados em relações pessoais: experiência de empreendedores chineses no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 3, p. 741-771, 2008. DOI: 10.1590/S1415-6552008000300007.
- SHI, X.; WRIGHT, P. Developing and validating an international business negotiator's profile: the China context. **Journal of Managerial Psychology**, v. 16, n. 5, p. 364-389, 2001. DOI: 10.1108/EUM000000005523.
- SILVA, E, A; SOARES, A. **Investimentos Chineses no Brasil: Uma nova fase da relação Brasil-China**. Relatório de Pesquisa do Conselho Empresarial Brasil China, 2011.
- SMITH, C. Predicting the political environment of international business. **Long Range Planning**, v. 4, n. 1, p. 7-44, sept. 1971.
- SOARES, A. **Um estudo exploratório sobre o investimento direto das empresas chinesas no Brasil**. Relatório de pesquisa. Rio de Janeiro: COPPE/UFRJ, setembro de 2011.
- SOUZA, L. Investimento externo direto chinês no Mercosul, **Boletim Meridiano**, v. 12, n. 125, p. 32-39, 2011.
- STORY, J. **China**, a corrida para o mercado. São Paulo: Futura. 2004.
- SUKUP, V. A China frente à globalização: desafios e oportunidades. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 45, n. 2, p. 82-113, 2002. DOI: 10.1590/S0034-73292002000200005.
- VERGARA, S. **Métodos de coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.
- WEI, Z. The literature on Chinese Outward FDI. **Multinational Business Review**, v. 18, n. 3, p. 73-112, 2010. DOI: 10.1108/1525383X201000016.
- WELCH, C.; PIEKKARI, R.; PENTTINEN, H.; TAHVANAINEN, M. Corporate elites as informants in qualitative international business research, **International Business Review**, v. 11, p. 611-628, 2002. DOI: 10.1016/s0969-5931(02)00039-2.

WESTGARD, A. Desembarque chinês: em nova investida da China no Brasil, estatal compra fatia em campo petrolífero por US\$ 3 bi. **O Globo**, 22 de maio de 2010.

WILSON, J.; BRENNAN, R. Doing business in China: is the importance of *guanxi* diminishing? **European Business Review**, v. 22, n. 6, 652-665, 2010. DOI: 10.1108/09555341011082934.

ZHANG, Z. Quality management approach in China. **The Top Quality Management Magazine**, v. 12, n. 2, p. 92-104, 2000. DOI: 10.1108/09544780010318343.

CHINESE FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN BRAZIL: MOTIVATIONS, CHALLENGES AND PROSPECTS

Abstract: The aim of this research was established to identify motivations presented by Chinese companies that carry foreign direct investments in Brazil, as well as the challenges encountered in this process and its future prospects. After a literature review of topics from foreign direct investment and Chinese investment in Latin America and Brazil, we conducted an empirical study of qualitative basis from the consultation to key informants, a methodological approach that has been used in international business studies that focus on China or that contains Chinese managers as respondents. The procedures for data collection involved semi-structured interviews conducted in person and by phone in addition to questionnaires containing open questions, while the treatment of the data followed the protocol of classical content analysis. The results of the empirical stage of the research highlight cultural and political aspects that underlie strategic business decisions.

Keywords: foreign direct investment; international management; Chinese model of internationalization.

Submetido em 26/10/2012

Aceito para publicação em 07/05/2013.