

Negócios internacionais: Estratégias de investimentos no contexto Luso-Brasileiro

Ana Lucia Guedes

Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE)

Resumo. Este ensaio descreve e analisa novos desafios e oportunidades no âmbito dos negócios internacionais no contexto Luso-Brasileiro. Inicialmente, o ensaio desafia a hegemonia do conhecimento acadêmico em negócios internacionais alcançado por conexões Anglo-Americanas para sustentar que a valorização das conexões Luso-Brasileiras em um mundo globalizado pode promover conexões mais sólidas com outros países e regiões. A seguir, o ensaio descreve e analisa dados referentes aos fluxos de entrada e saída de investimentos direto externo no contexto Luso-Brasileiro com propósito de destacar, dentre os desafios e oportunidades contemporâneos, a crescente internacionalização das empresas portuguesas e brasileiras nas últimas duas décadas. Como considerações finais, o ensaio sustenta que a intensificação das conexões Luso-Brasileiras em termos de fluxos de investimentos requer estudos interdisciplinares entre os âmbitos de economia política internacional, negócios internacionais e gestão internacional.

Palavras-chave: Negócios internacionais, investimento direto externo, internacionalização de empresas portuguesas e brasileiras.

1. Introdução

O principal objetivo do presente ensaio é argumentar que o âmbito de negócios internacionais deve ser teorizado e investigado em economias emergentes, tais como o Brasil, e em economias européias tidas como menos desenvolvidas, tais como Portugal, sob uma perspectiva abrangente que problematize bagagens conceituais e epistemológicas que não são genuinamente ‘inter-nacionais’ (ver Faria & Guedes, 2005). O principal aspecto dessa abordagem, tendo o âmbito das estratégias de investimento entre Brasil e Portugal como foco privilegiado, é o reconhecimento de que o mercado nesses países é moldado e mobilizado não somente por empresas, mas também pelo Estado e pela sociedade civil.

Endereço: Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Praia de Botafogo, 190 sala 511, Rio de Janeiro - RJ, Brasil CEP 22250-900. E-mail: ana.guedes@fgv.br

O foco excessivo da literatura produzida nos Estados Unidos (EUA) em modelos econômicos para analisar ou prescrever estratégias de investimento internacional é explicado em grande parte pelos processos de transformações pró-mercado, lideradas pelas conexões Anglo-Americanas, que vêm sendo implementadas em diversos países, e em escala global, nos últimos anos. De fato, países como Brasil e Portugal, passaram por processos específicos de transformação de suas economias políticas nacionais em economias de mercado com grande interface global. Reformas do Estado, redução do tamanho da máquina pública, processos de privatizações, transformação de direitos em necessidades, conversão de cidadãos em consumidores, transformação de dependentes do Estado em empreendedores, e ascensão de ‘burocratas’ públicos para gerentes (ver Clegg, Ibarra-Colado & Bueno-Rodriguez, 1999) são explicados por esse novo cenário, que é coerente com a literatura dominante de estratégia de investimento internacional. Já que ficou cada vez mais acirrada a disputa por investimentos estrangeiros e por mercados atrativos na era da globalização, também ficou ainda mais acirrada a disputa pelo ‘mercado’ global do conhecimento acadêmico em gestão (ver Peter & Olsen, 1983). O controle do conhecimento dominante em estratégia de investimento internacional passou a ser questão de central importância para economias tidas como desenvolvidas. Este ensaio argumenta que Brasil e Portugal devem reconhecer esse quadro de disputas e desenvolver uma posição mais estratégica nesse ‘mercado’.

É razoável considerar que a perspectiva que se tornou dominante nos EUA acabe inibindo o desenvolvimento de conhecimento acadêmico em outros países e regiões, especialmente nos novos e atrativos ‘mercados’. Essa questão já ficou mais óbvia na literatura de algumas áreas do conhecimento em administração, tais como estudos organizacionais, produzida principalmente na Europa. De fato, diferentes autores da área de Estudos Organizacionais, muitos deles vinculados ao *Critical Management Studies*, vêm mostrando há algum tempo, e sob diferentes perspectivas, que a produção e a disseminação de conhecimento acadêmico em gestão são influenciadas por interesses, instituições e processos de natureza política e econômica. As literaturas das áreas de gestão internacional e negócios internacionais ainda não despertaram para essa questão (ver Guedes & Faria, 2007; Prasad, 2003). Esse quadro deve ser desafiado por pesquisadores da área de negócios internacionais de Portugal e Brasil (incluindo os da área de gestão internacional).

Três movimentos importantes merecem destaque. O primeiro, que esse quadro de contradições ajuda a explicar, é a crescente preocupação, especialmente em economias emergentes e em economias européias tidas como menos desenvolvidas, com a produção de conhecimento local que desafie o domínio dos EUA (Boyacigiller & Adler, 1991; Ibarra-Colado, 1996; Faria & Guedes, 2005; Cabral-Cardoso, 2006; Gonçalves, Faia-Correia, & Cunha, 2005). O segundo é que um número crescente de autores vem mostrando que as estratégias das grandes empresas vêm privilegiando a dimensão ‘não mercado’ (Baron, 1995a e 1995b; 2005; Levy, Alvesson, & Willmott, 2003), tendo em vista a importância de governos nacionais para suas estratégias de investimentos internacionais na era da globalização. O terceiro é que a expansão da literatura baseada em dimensões exclusivamente econômicas e no mercado está estreitamente relacionada ao fortalecimento e à expansão das manifestações políticas do tipo ‘anti-marketing’, ‘anti-globalização’, ‘anti-mercado’ e ‘anti-corporação’ nos últimos anos (Klein, 2000; Spar & Mure, 2003; Smith, 2003).

Esses aspectos ‘culturais’ vêm chamando a atenção da literatura contemporânea focada na dimensão

internacional dos negócios (Steenkamp, 2001; Martínez & Toyne, 2000; Boddewyn, Toyne, & Martínez, 2004), ainda que sob uma perspectiva reducionista e etnocêntrica. Essa perspectiva não permite o reconhecimento de dimensões institucionais do mercado sob uma perspectiva genuinamente ‘internacional’. Em outras palavras, essa perspectiva não é adequada para a adequada problematização dos crescentes investimentos internacionais no contexto Luso-Brasileiro e para a compreensão do processo contemporâneo de formação de um contexto Luso-Brasileiro que pode ser de grande importância estratégica para Portugal e Brasil na era da globalização.

2. Âmbito de Negócios Internacionais

A evolução teórica dos campos de negócios internacionais e gestão internacional, desde a constituição das referidas áreas, foi liderada pela academia dos EUA. A análise comparativa das agendas de pesquisa sugere similaridades em termos da ampliação dos conceitos, dos temas de pesquisa e da superação dos desafios com objetivo de obter autonomia e legitimidade frente as demais áreas funcionais da gestão e das ciências sociais (Guedes, 2007).

Essa concentração regional dos desenvolvimentos de ambas as áreas reflete o fenômeno de expansão de investimentos diretos externos e empresas multinacionais dos países industrializados no pós-guerra, mas sugere a necessidade de adoção de uma abordagem mais crítica, especialmente em países menos desenvolvidos. Isso se deve tanto as necessárias considerações históricas e de economia política que foram negligenciadas pelas áreas de negócios internacionais e gestão internacional, quanto a complexidade das práticas de negócios internacionais no contexto contemporâneo.

A análise da literatura de negócios internacionais e de gestão internacional sugere que a principal característica comum entre as áreas, e o que as difere de outras áreas, é fato das decisões estratégicas e práticas de empresas multinacionais contemplarem múltiplos níveis de análise (global, internacional, nacional e inter-organizacional e intra-organizacional). Estes níveis refletem complexidades e interdependências referentes ao amplo mundo dos negócios internacionais que não são tão observadas em outras áreas.

Cabe notar o predomínio de estudos, tanto em negócios internacionais quanto em gestão internacional, focados nos investimentos diretos externos e nas empresas multinacionais. A análise também evidencia que a investigação das estratégias e práticas de empresas multinacionais requer a adoção de abordagens multidisciplinares e/ou interdisciplinares com outras áreas das ciências sociais e que isso pode ajudar as duas áreas a transcender o foco na firma.

O presente ensaio sugere que isoladamente os diferentes paradigmas (tanto a abordagem – econômica – predominante em negócios internacionais, quanto as concorrentes – comportamental, gerencial e cultural – em gestão internacional) que vêm sendo construídos nas duas áreas são insuficientes para pesquisa em países em desenvolvimento. Isso decorre do fato de que a literatura negligencia aspectos relevantes para esses países, como por exemplo, os impactos ambientais e sociais das práticas das multinacionais, bem como as implicações políticas, sociais e econômicas da atração de investimentos diretos tanto para governo e sociedade quanto para as multinacionais e, finalmente, a crescente internacionalização de empresas dos países emergentes.

Ramamurti (2004) aponta que a agenda de pesquisa de NI deve contemplar o estudo das multinacionais dos países em desenvolvimento. Com base na agenda de pesquisa proposta por Meyer (2004), Ramamurti sustenta que as multinacionais dos países em desenvolvimento são tão importantes quanto as empresas estrangeiras para a prosperidade dos países pobres. A liberalização econômica dos anos de 1990 obrigou a reestruturação das multinacionais. Algumas dessas empresas tornaram-se estatais, outras foram privatizadas, mas várias emergiram como competidores globais nas respectivas indústrias e também atuam nos principais mercados da economia mundial. Assim, diante de sua crescente inserção na economia mundial, elas passam a ser atores relevantes no âmbito da teoria e da prática de negócios internacionais.

A breve análise apresentada reconhece as contribuições das múltiplas perspectivas (econômicas, comportamentais, culturais, gerenciais e de barganha entre governos e empresas multinacionais) focadas nos negócios internacionais, mas indica importantes lacunas nas áreas de negócios internacionais e gestão internacional, tais como o estudo das instituições internacionais e supranacionais, dos sistemas nacionais comparativos, das relações governo-empresa, dos impactos sociais e ambientais das atividades das empresas multinacionais em países em desenvolvimento, e as empresas multinacionais com origem nos países em desenvolvimento. Mais especificamente, a literatura recente concentra-se em tópicos como fusão e aquisição, gestão do conhecimento, conceito de globalização, papel das organizações não-governamentais e o estudo de países como China e Índia.

Apesar destes desenvolvimentos teórico-empíricos, a afirmação de que negócios internacionais e gestão internacional são disciplinas autônomas não será aceita por todos na comunidade acadêmica. O fato da atual agenda de pesquisa de negócios internacionais se caracterizar pela ausência de uma grande questão empírica aquece o debate sobre sua legitimidade como disciplina autônoma e, em paralelo, os desafios das interfaces de negócios internacionais com as outras áreas funcionais da gestão (inclusive com a área de gestão internacional) e das ciências sociais.

Paralelamente ao debate sobre a constituição e diferenciação dos campos de gestão internacional e negócios internacionais, os pesquisadores dessas áreas enfrentam um novo desafio: entender o fenômeno da globalização. A globalização criou ambientes mais complexos que, independentemente da ideologia que irá prevalecer, exigem análises fundamentadas em uma noção mais ampla dos negócios internacionais. Esta noção mais ampla implica em rever a unidade de análise de negócios internacionais e, talvez, estabelecer mais claramente as distinções/sobreposições entre os âmbitos de negócios internacionais e gestão internacional.

Considerar essas lacunas em pesquisas futuras implica em ampliar o escopo de negócios internacionais e retomar temas e abordagens de economia política, como relações governo-empresa e sistemas nacionais comparativos, tidos como relevantes na agenda de pesquisa em negócios internacionais nos anos de 1970.

Aspectos das dimensões institucionais, comerciais e a evolução dos fluxos de investimento direto entre Portugal e Brasil (em ambos os sentidos) serão descritos a seguir com propósito de subsidiar análise dos negócios Luso-Brasileiros.

3. Dimensões Institucionais, Comerciais e os Fluxos de Investimento Direto Externo

Inicialmente, cabe destacar que muitas das características institucionais de Portugal são mais semelhantes às do Brasil do que às de economias tidas como (mais) desenvolvidas. Tais semelhanças podem ser ilustradas pela forte presença do Estado na regulação do mercado (Carioca, Diniz, & Petracci, 2004) e na popularidade de estratégias empresariais de não-mercado (Gonçalves et al., 2005). Especialistas de mercado de empresas de consultoria (Capp, Elstrodt, & Jones, 2005; Carioca, 2004) sugerem que há desafios estruturais semelhantes nos dois países, tais como o tamanho da economia informal e a baixa produtividade dos trabalhadores.

Em paralelo, cabe ressaltar que há sobreposição de setores da economia nos quais ambos são internacionalmente competitivos, tais como têxteis, vestuário e calçados; máquinas-ferramentas; papel; veículos; produtos de extração florestal e, turismo.

A similaridade entre as características institucionais dos mercados de Brasil e de Portugal também pode ser um dos grandes motivos pelo qual cada vez mais empresas portuguesas vêm investindo no Brasil e empresas brasileiras vêm investindo em Portugal, ainda que em menor proporção. Pesquisa junto a empresários portugueses mostrou que os crescentes investimentos no Brasil são explicados pela semelhança entre a língua, história e cultura dos países (Silva, 2005; Costa, 2006).

O comércio bilateral, conforme ilustra a Tabela 1, tem se elevado tanto em termos de corrente de comércio como de saldo comercial, com resultados favoráveis ao Brasil. No entanto, em termos percentuais as exportações do Brasil para Portugal representam apenas 1,07% do total no ano de 2006. Em termos de participação percentual, do total exportado em 2007, o Brasil apresenta diversificação de parceiros comerciais, como segue: 25,36% para a União Européia; 13,57% para a Ásia; 15,99% para os Estados Unidos e Porto Rico; 9,23% para o Mercosul e, 14,09% para a ALADI (MDIC/SECEX, 2008).

Ao contrário, o comércio internacional português apesar de responsável pelo crescimento da economia manifesta déficits crônicos ao longo dos últimos anos (aproximadamente 7,6% do PIB). Em 2006, a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) representou 5,1% das exportações portuguesas, dos quais 0,7% foram para o Brasil. Em conjunto, a União Européia representou 77,2% das exportações e, 75,5% das importações portuguesas em 2006 (AICEP Portugal Global, 2007). Comparativamente, cabe notar que a União Européia é no presente momento o maior parceiro comercial do Brasil e de Portugal em termos de destino preferencial das respectivas exportações.

A descrição e análise da evolução dos fluxos de IDE entre Portugal e o Brasil deve se iniciar, segundo Silva (2002), a partir da adesão de Portugal à Comunidade Européia em 1986. Desta forma, o autor identifica duas fases distintas na qual o Brasil assume posição de destaque na primeira (período de 1986 a 1994), e Portugal se destaca pelos valores elevados de investimentos na segunda (a partir de 1995). A Figura 1 ilustra os investimentos do Brasil em Portugal no período de 1988-2001 e, a Tabela 2 mostra os investimentos do Brasil em Portugal no período de 1996-2005.

A União Européia constitui a principal origem de capital estrangeiro em Portugal (AICEP, 2007). Os principais investidores (em termos acumulados), no período de 2000-2006, foram o Reino Unido, a Alemanha, a França, os Países Baixos, a Espanha, a Bélgica/Luxemburgo, a Finlândia e os Estados Unidos. O Gráfico 1 ilustra o fluxo de investimento direto em Portugal.

Tabela 1
Intercâmbio Comercial Brasileiro com Portugal

A n o	Exportação			Importação			Resultados		
	US\$ F.O.B. (A)	Var. % (**)	Part. % (B)	US\$ F.O.B. (*)	Var. % (**)	Part. % (A-B)	Saldo	Corrente Comércio (A+B)	Cobertura (A/B)
1987	125.748.633	—	0,48	26.564.681	—	0,18	99.183.952	152.313.314	4,73
1988	173.894.834	38,29	0,51	24.971.269	-6,00	0,17	148.923.565	198.866.103	6,96
1989	187.905.547	8,06	0,55	34.260.498	37,20	0,19	153.645.049	222.166.045	5,48
1990	217.512.404	15,76	0,69	40.971.167	19,59	0,20	176.541.237	258.483.571	5,31
1991	223.544.667	2,77	0,71	43.590.917	6,39	0,21	179.953.750	267.135.584	5,13
1992	257.087.119	15,00	0,72	36.605.004	-16,03	0,18	220.482.115	293.692.123	7,02
1993	270.059.329	5,05	0,70	56.355.145	53,95	0,22	213.704.184	326.414.474	4,79
1994	302.029.602	11,84	0,69	82.597.905	46,57	0,25	219.431.697	384.627.507	3,66
1995	412.882.250	36,70	0,89	171.894.715	108,11	0,34	240.987.535	584.776.965	2,40
1996	324.270.192	-21,46	0,68	218.805.331	27,29	0,41	105.464.861	543.075.523	1,48
1997	409.905.037	26,41	0,77	221.015.728	1,01	0,37	188.889.309	630.920.765	1,85
1998	439.990.402	7,34	0,86	222.441.558	0,65	0,39	217.548.844	662.431.960	1,98
1999	334.216.524	-24,04	0,70	151.136.824	-32,06	0,31	183.079.700	485.353.348	2,21
2000	380.393.632	13,82	0,69	170.175.292	12,60	0,30	210.218.340	550.568.924	2,24
2001	507.779.253	33,49	0,87	198.111.264	16,42	0,36	309.667.989	705.890.517	2,56
2002	584.047.487	15,02	0,97	169.318.572	-14,53	0,36	414.728.915	753.366.059	3,45
2003	631.739.470	8,17	0,86	143.407.107	-15,30	0,30	488.332.363	775.146.577	4,41
2004	967.306.589	53,12	1,00	190.722.349	32,99	0,30	776.584.240	1.158.028.938	5,07
2005	1.021.447.239	5,60	0,86	232.271.011	21,78	0,32	789.176.228	1.253.718.250	4,40
2006	1.468.571.025	43,77	1,07	312.602.903	34,59	0,34	1.155.968.122	1.781.173.928	4,70
2007	1.804.911.627	22,90	1,12	340.990.692	9,08	0,28	1.463.920.935	2.145.902.319	5,29
Janeiro	107.646.499	—	0,98	18.756.839	—	0,22	88.889.660	126.403.338	5,74
Fevereiro	136.593.331	26,89	1,35	23.969.253	27,79	0,33	112.624.078	160.562.584	5,70
Março	129.320.232	-5,32	1,00	34.891.266	45,57	0,36	94.428.966	164.211.498	3,71
Abril	106.704.790	-17,49	0,86	29.109.281	-16,57	0,35	77.595.509	135.814.071	3,67
Maio	169.158.751	58,53	1,24	31.664.789	8,78	0,32	137.493.962	200.823.540	5,34
Junho	155.824.794	-7,88	1,19	16.288.810	-48,56	0,18	139.535.984	172.113.604	9,57
Julho	141.741.822	-9,04	1,00	24.306.177	49,22	0,23	117.435.645	166.047.999	5,83
Agosto	182.929.663	29,06	1,21	26.704.413	9,87	0,23	156.225.250	209.634.076	6,85
Setembro	112.389.770	-38,56	0,79	24.717.094	-7,44	0,23	87.672.676	137.106.864	4,55
Outubro	245.433.740	118,38	1,56	35.554.543	43,85	0,29	209.879.197	280.988.283	6,90
Novembro	137.976.715	-43,78	0,98	42.534.298	19,63	0,35	95.442.417	180.511.013	3,24
Dezembro	179.191.520	29,87	1,26	32.493.929	-23,61	0,31	146.697.591	211.685.449	5,51
2008	168.521.931	56,55	1,27	33.120.287	76,58	0,27	135.401.644	201.642.218	5,09
Janeiro	168.521.931	—	1,27	33.120.287	—	0,27	135.401.644	201.642.218	5,09
Fevereiro									
Março									
Abril									
Maio									
Junho									
Julho									
Agosto									
Setembro									
Outubro									
Novembro									
Dezembro									

Obs: (*) VAR% => CRITÉRIO DE CÁLCULO: Anual = Sobre o ano anterior na mesma proporção mensal / Mensal = Sobre o mês anterior.

(**) PART. % => Participação percentual sobre o Total Geral do Brasil.

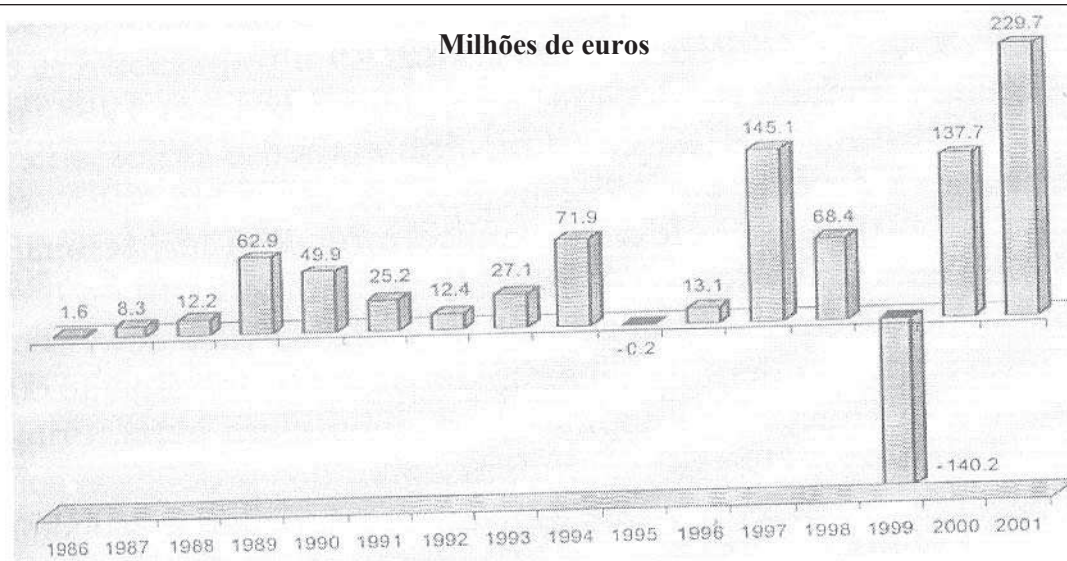
IMPORTAÇÃO => Base ALICE – Jan/08, País de Origem. Dados definitivos até Dez/96. Dados preliminares para os meses seguintes.

EXPORTAÇÃO => Base ALICE – Jan/08, País de Destino Final.

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior / Secretaria de Comércio Exterior – MDIC/SECEX.

Sítio: <http://www2.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/secex/competencia.php>, acesso em 16/04/2008.

Figura 1. Investimento direto do Brasil em Portugal (entradas líquidas), 1988-2001*



* Dados incluem lucros reinvestidos depois de 1996.

Fonte: Banco de Portugal.

Tabela 2

Evolução do investimento direto externo do Brasil em Portugal

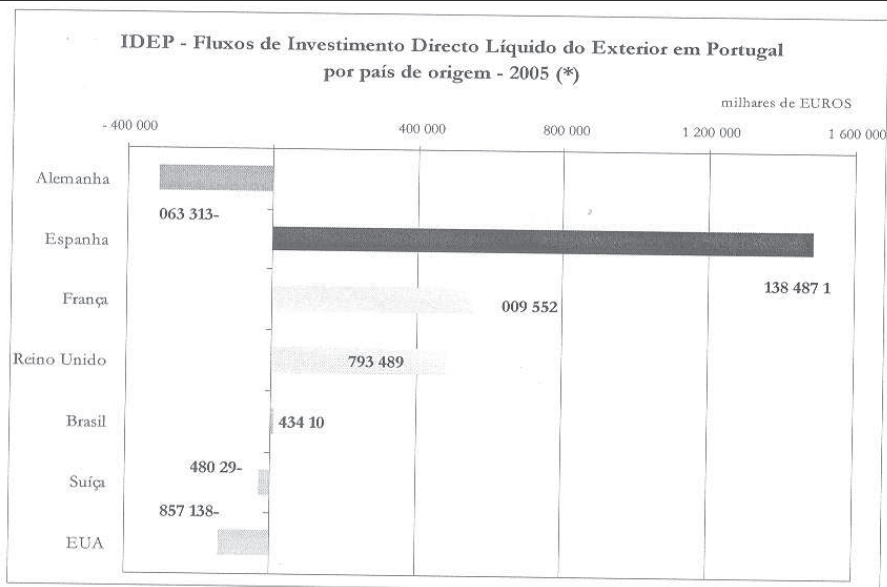
	Valores líquidos (1)	Valores Brutos (2)
1996	12 561	24 345
1997	144 591	165 939
1998	68 128	86 238
1999	- 140 603	264 132
2000	137 470	144 452
2001	-543 060	265 801
2002	131 585	397 196
2003	-5 640	254 345
2004	- 1 866	28 249
2005	10 434	15 534

Fonte: GEE com base no Banco de Portugal (Fevereiro de 2006); Valores em milhares de euros.

(1) corresponde ao saldo incluído na balança financeira. Um sinal (+) significa uma entrada de capitais em Portugal, um sinal (-) significa uma saída de capitais de Portugal (desinvestimento).

(2) Corresponde ao crédito (entrada de capitais) incluído na balança financeira.

Gráfico 1. Investimento direto externo em Portugal – Países de origem



(*) Valores Líquidos – corresponde aos saldos incluídos na balança financeira, com sinal contrário no caso do IDPE.

Fonte: CEE – Ministério da Economia e Inovação com base no Banco de Portugal (Fevereiro de 2006).

Segundo Mendonça, Farto, Ribeiro e Dias (2001), no período 1988-92 Portugal absorvia apenas 3,3% do investimento direto do Brasil no exterior. Em 1997 esta percentagem subia um pouco, para 5,7%, mas para baixar substancialmente em 1998 para apenas 0,9%. No conjunto do investimento estrangeiro em Portugal, a posição do Brasil aparece também muito reduzida, com apenas 1,8% do stock em 1995 e 2,8% dos fluxos no período 1996-99. No período 1996-99, os investimentos se concentram em quatro setores: “atividades financeiras”, “construção”, “imobiliário” e “transportes, armazenagem e comunicações”. O setor do imobiliário prefigura um comportamento mais estruturado por parte dos investidores brasileiros. Cabe ainda notar a ausência completa de interesse do investidor brasileiro na indústria transformadora portuguesa: menos de 1% do investimento direto bruto do Brasil no período 1996-99.

Como observações finais, Mendonça et al. (2001, p. 20) afirmam que o Brasil não é ainda um investidor direto de primeiro plano em Portugal, como, aliás, também não o é a nível mundial, apesar da dimensão da sua economia. O Brasil aparece com algum relevo no setor da construção onde, no período em análise, atinge os 21% e 38% do investimento direto estrangeiro bruto e líquido, respectivamente. O potencial ainda muito pouco explorado do investimento direto do Brasil em Portugal, pelo que se justificam medidas de captação específicas orientadas para os empresários brasileiros.

Considerando os investimentos estrangeiros no Brasil, Olivares e Guedes (2005) afirmam que os ibéricos passam de uma posição residual (menos de 1% conjuntamente) para a condição de principais investidores externos, totalizando 26,9% do fluxo de IDE no período de 1996/2001. Este

aumento resulta da participação ativa de Espanha e Portugal no processo de privatização e na aquisição de empresas privadas. Outra novidade, segundo os autores, é o destino dos investimentos no período de 1996/2001, quando o ingresso de IDE para a indústria reduz a aproximadamente 20,5% do acumulado e nos serviços salta para 76,9% do total. Os investimentos externos foram feitos nos setores de telecomunicações, energia elétrica e gás, bem como no setor financeiro (Gonçalves, 1999; 2005). Mas foi no segmento de serviços para mercado interno que se concentraram os investimentos portugueses atingindo 90,5% do fluxo total no período de 1996/2000.

Silva (2002) indica que a primeira característica do investimento ibérico na década de 1990 reside no fato de que Portugal e Espanha concentraram a maior parte dos seus investimentos fora dos países desenvolvidos. A segunda característica refere-se ao perfil dos investimentos nos setores de serviços e comércio com propósito de garantir participação no mercado interno. A terceira característica destes investimentos é que foram feitos em países que compartilham a cultura ibérica, isto é, na América Latina.

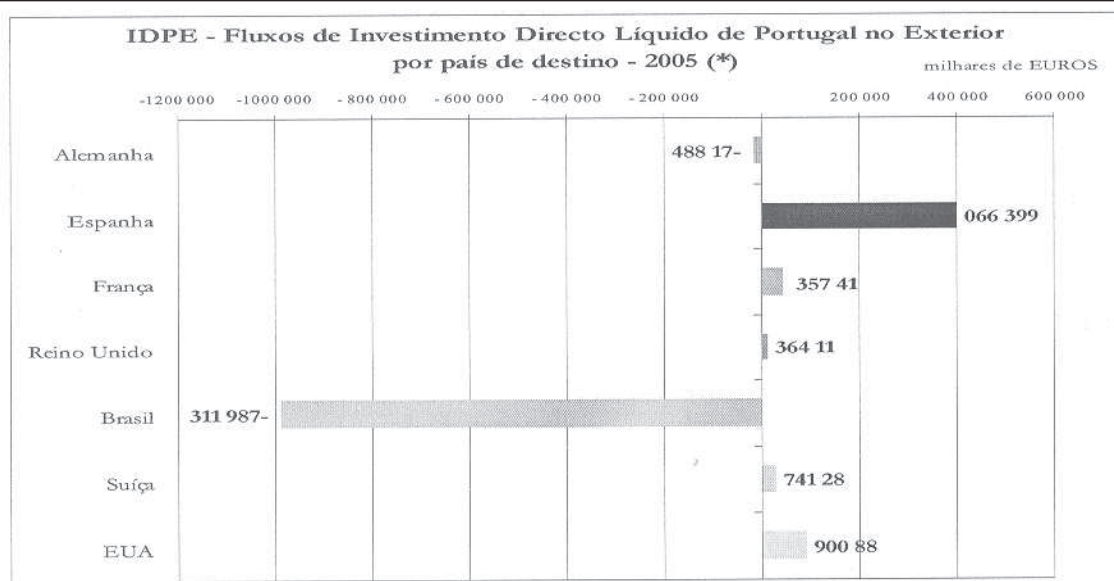
Dados levantados por Silva (2002) demonstram que entre 1995 e 2001 Portugal foi o quinto país que mais investiu no Brasil. O Gráfico 2 ilustra o fluxo de investimento direto de Portugal no exterior. Desde 2001 os Países Baixos e a Espanha têm estado respectivamente como primeiro e segundo destino do IDE português, embora o Brasil se mantenha como o principal destino no stock acumulado (mais de 40% do total segundo Costa, 2006). Em 2002, o Brasil foi o terceiro destino com 9% do total; em 2003 a participação atinge apenas 2%; em 2006 aumentou novamente sua quota para 9% do total (AICEP Portugal Global, 2007). A Tabela 3 ilustra a evolução do investimento direto de Portugal no Brasil. Na opinião de Olivares e Guedes (2005) as estratégias dos investidores ibéricos permanecem válidas porque as empresas contabilizaram ganhos operacionais e de capital e, em paralelo, possuem nos mercados internos dos países latino-americanos possibilidades de expansão e vantagens competitivas que não teriam no contexto europeu.

Os autores ainda ressaltam que os segmentos que mais receberam investimento (telecomunicações, comércio varejista e eletricidade) afetam as matrizes (respectivamente, Portugal Telecom, Grupo Sonae e Eletricidade de Portugal) em Portugal porque a Bolsa de Valores de Lisboa oscila de acordo com os movimentos das subsidiárias brasileiras.

Em 2002, podiam ser encontradas 370 subsidiárias portuguesas atuando na economia brasileira, nos mais diversos setores, tais como infra-estrutura (telecomunicações, energia e cimento), tecnologia da informação e turismo; número significativo quando comparado aos anos 1990, em que esse número era de apenas poucas dezenas (Silva, 2003). Em 2003, segundo Silva (2005) foram registradas 400 empresas lusitanas no país. Em termos de expansão de IDE para o Brasil, Olivares e Guedes (2005) sugerem que as oportunidades concentram-se no segmento de infra-estrutura (transporte e energia). Isso os investimentos representam ganhos de eficiência para outros segmentos da economia brasileira com altos padrões de competitividade, tais como agronegócios, cimento, químicos e mineração.

Os setores de telecomunicações e de turismo, por exemplo, têm sido particularmente importantes para a expansão do âmbito Luso-Brasileiro de negócios e de trocas econômicas, políticas e sociais no contexto da globalização. Esses dois setores são tidos como estratégicos por grandes empresas, governos e mesmo instituições da sociedade civil. Segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT),

Gráfico 2. Investimento direto externo de Portugal – Países de destino



(*) Valores Líquidos – corresponde aos saldos incluídos na balança financeira, com sinal contrário no caso do IDPE.

Fonte: CEE com base no Banco de Portugal (Fevereiro de 2006).

Site: <http://www.cciib.net/img/upload/IDPE-destino.xls>, acessado em 16/04/2008.

Tabela 3

Evolução do investimento direto externo de Portugal no Brasil

	Investimento	% Total	Desinvestimento	Líquido	Posição*
1996	290.925	30.4	2.315	288.610	1
1997	619.647	27.6	45.300	574.347	1
1998	4.325.069	45.7	243.139	4.081.930	1
1999	3.416.420	33.5	1.915.281	1.501.139	2
2000	3.842.643	27.4	916.257	2.926.386	1
2001	2.279.264	17.0	1.157.117	1.122.147	3
2002	1.091.302	9.4	3.416.629	-2.325.327	3
2003	194.119	1.7	216.258	-22.139	6
2004	509.848	4.1	217.751	292.097	4
2005	195.750	3.8	1.183.062	-987.312	5

Fonte: Banco de Portugal

Unidade: Milhares de Euros

Notas: * Posição do país enquanto destino do IDPE ilíquido.

Informação disponibilizada pelo Banco de Portugal em Fevereiro de 2006

Fonte: Banco de Portugal, Site: <http://www.bportugal.pt/>, acesso em 16/04/2008.

em 2000, o faturamento global do setor de turismo foi de US\$477,9 bilhões. No Brasil, no mesmo ano, estes números alcançaram US\$4,2 milhões, segundo o Banco Central do Brasil. Entre os países que mais enviam turistas ao Brasil está Portugal. Entre 2003 e 2006, o número de turistas portugueses que vieram ao Brasil aumentou em 78,6%, segundo a Embratur. Portugal também é um dos países que mais investem no turismo brasileiro. Até o ano de 2009, o Brasil deverá receber investimentos portugueses valorados em R\$729,8 milhões, principalmente na região Nordeste do país. Os investimentos virão de grupos privados, tais como Pestana, Vila Galé, Dorisol e Espírito Santo.

O setor de telecomunicações, no Brasil, por sua vez, apresentou um faturamento de R\$143,8 bilhões, em 2006, o que representou 6,2% do PIB nacional e um aumento de 7% em comparação a 2005, segundo a Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil). Entre os grandes grupos que atuam neste mercado está o grupo Portugal Telecom, com participação de 50% na Vivo (maior empresa de telefonia móvel da América do Sul), entre outras empresas de telecomunicações, adquiridas em processos recentes de privatização (Ramamurti, 2000). Empresas do setor de telecomunicações no Brasil e em Portugal são particularmente interessantes para a investigação das estratégias de internacionalização porque as empresas desse setor vêm liderando a expansão do mercado no contexto da globalização.

Cabe destacar o fato de o Estado ainda ser muito influente no setor de turismo, tanto em Portugal (Farhangmerh & Simões, 1997) quanto no Brasil (Gonçalves & Serafim, 2006). Essa interface com o Estado propicia as empresas associadas ao turismo o uso mais freqüente de estratégias de não-mercado. No entanto, analistas de mercado sugerem que a excessiva regulação e o moroso licenciamento restringem as operações das empresas estrangeiras neste setor da economia de Portugal (Carioca et al., 2004).

A preferência de empresas de telecomunicações e turismo por estratégias focadas na dimensão ‘não-mercado’ não contribui para reduzir a assimetria entre empresas e consumidores. Por outro lado, elas podem ser extremamente efetivas para o fortalecimento da reputação das empresas, para obtenção e acúmulo de ‘capital social’, e para reduzir resistências locais, incluindo o âmbito governamental e o de regulação, a propósitos de padronização, concentração ou oligopolização dos setores investigados.

4. Considerações finais

Apesar da crescente importância do âmbito Luso-Brasileiro de negócios, a maior parte da literatura de negócios internacionais dedicada a esses países, tanto no Brasil quanto em Portugal, tem se baseado em bagagens – em termos teóricos, ontológicos e epistemológicos – construídas nos EUA. Cabe aqui destacar a extraordinária carência de pesquisa focada no âmbito Luso-Brasileiro na área de administração. Correspondentemente, há uma extraordinária carência de pesquisa focada na dimensão internacional desse novo cenário Luso-Brasileiro.

O presente ensaio sugere que o desenvolvimento de pesquisa no âmbito de negócios internacionais, por uma equipe luso-brasileira composta de pesquisadores mais experientes e pesquisadores em (diferentes níveis de) formação, seja um importante primeiro passo para outros passos que venham a atenuar esse quadro de desequilíbrio. Neste sentido, o ensaio sustenta que a intensificação das conexões Luso-Brasileiras em termos de fluxos de investimentos requer estudos interdisciplinares entre os âmbitos

de economia política internacional, negócios internacionais e gestão internacional.

Em paralelo, ainda que ambos os países possuam elevada potencialidade para acelerar o processo de internacionalização das respectivas empresas, ocorreram mudanças substanciais nas relações Luso-Brasileiras como resultado dos investimentos realizados na década de 1990. O movimento inicial das empresas brasileiras no sentido de evitar barreiras de entrada, e assim garantir acesso, ao mercado português e, principalmente ao mercado europeu, que resultaram da adesão de Portugal à Comunidade Européia, deve ser reconhecido como marco na aproximação e estreitamento dos laços econômicos no âmbito Luso-Brasileiro. O movimento posterior das empresas portuguesas para garantir participação no mercado doméstico brasileiro em meados da década de 1990, apenas fortalece estes laços. Estes aspectos foram tratados na literatura focada nas relações Brasil-Portugal produzida em alusão aos 500 anos de descobrimento (Albuquerque & Romão, 2000; Santos, Cohn, & Camargo, 2001).

Cabe notar que, comparativamente, os processos de internacionalização de empresas do Brasil e de Portugal seguem padrão de estratégias corporativas de acesso a mercado que inúmeras empresas de países desenvolvidos ainda adotam como estratégias de internacionalização, principalmente na América Latina (Mortimore, 2000). Se a adoção e a implementação de estratégias de internacionalização podem ser facilitadas, conforme abordagens de negócios internacionais (Dunning, 2006), pela semelhança entre regimes institucionais, os laços econômicos entre ambos deveriam ser naturalmente mais estreitos, principalmente se considerarmos as potencialidades de mercado nos países que compõem a CPLP.

Independentemente do volume das trocas comerciais e dos fluxos de investimentos, o fato de Portugal e Brasil estarem inseridos em processos (mais ou menos) institucionalizados de integração regional, faz com que os desafios para ambos sejam ainda mais complexos. Cabe indagar se ambos estariam dispostos a assumir papel de liderança conjunta para fomentar as oportunidades que possam resultar do estreitamento das relações Luso-Brasileiras no contexto das negociações União Européia-Mercosul. Neste caso, o artigo sustenta que as relações governo-empresa se constituem em tema central de negócios internacionais (ver Grosse, 2005). Em paralelo, o artigo enfatiza especialmente a adoção de abordagens interdisciplinares entre as áreas de economia política internacional, negócios internacionais e gestão internacional.

Referências Bibliográficas

- Albuquerque, R., & Romão, A. (2000). *Brasil-Portugal: Desenvolvimento e cooperação: o diálogo dos 500 anos*. Rio de Janeiro: EMC.
- Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal – AICEP Portugal Global, Informação Portugal, Julho 2007, Site: <http://www.icep.pt/CmsAPI/AICEP/aicep.html>, acesso em 17/04/2008.
- Bailey, E. (1999). Integração das tendências políticas na vantagem dinâmica. In G. Day, & D. Reibstein (Eds.), *A dinâmica da estratégia competitiva* (Cap. 3). Rio: Campus.
- Baron, D. (1995a). Integrated strategy: Market and non-market components. *California Management Review*, 37 (2), 47-65.
- Baron, D. (1995b). The nonmarket strategy system. *Sloan Management Review*, 37 (1), 73-85.

- Boddewyn, J., Toyne, B., & Martínez, Z. (2004). The meanings of “international management”. *Management International Review*, 44 (2), 195-212.
- Boyacigiller, N., & Adler, N. (1991). The parochial dinosaur: Organizational science in a global context. *Academy of Management Review*, 16 (2), 262-290.
- Cabral-Cardoso, C. (2006). Portuguese management between global rhetoric and local reality – the case of human resources management. *Management Research*, 4 (3), 193-204.
- Caldas, M. (1997). Santo de casa não faz milagre: condicionamentos nacionais e implicações organizacionais pela figura do ‘estrangeiro’. In F. Motta, & M. Caldas (Eds.), *Cultura organizacional e cultura brasileira*. São Paulo: Atlas.
- Caldas, M. (2006). Conceptualizing Brazilian multiple and fluid cultural profiles. *Management Research*, 4 (3), 69-180.
- Capp, J., Elstrodt, H. P., & Jones Jr., W. B. (2005). Reining in Brazil’s informal economy. *The McKinsey Quarterly*, January, 1-6.
- Carioca, M. J., Diniz, R., & Petracci, B. (2004). Making Portugal competitive. *The McKinsey Quarterly*, 3, 3-9
- Churchill Jr., G., & Peter, J. (2000). *Marketing – criando valor para os clientes*. São Paulo: Saraiva.
- Clegg, S., Ibarra-Colado, E., & Bueno-Rodriguez, L. (1999). *Global management: Universal theories and local realities*. London: Sage.
- Cooke, B. (2005). The managing of the (third) world. In C. Grey, & H. Willmott (Eds.), *Critical management studies – a reader*. Oxford: Oxford University Press.
- Costa, C. G. (2006). Proximidade cultural e dinamismo econômico: por que investem as empresas portuguesas no Brasil. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, 46, edição especial Minas Gerais, 35-47.
- Dunning, J. (1998). An Overview of Relations with National Governments. *New Political Economy*, 3 (2), 280-284.
- Dunning, J. (2006). Towards a new paradigm of development: Implications for the determinants of international business. *Transnational Corporations*, 15 (1), 173-227.
- Farhangmerh, M., & Simões, C. (1997). *Estudo de factores que contribuem para o desenvolvimento do sector hoteleiro português*. Rio das Pedras, RJ: Anais do ENANPAD.
- Faria, A. (2006a). Em defesa de uma agenda de pesquisa no âmbito da estratégia de marketing no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, 46, 13-24.
- Faria, A. (2006b). Crítica e cultura em marketing: Repensando a disciplina. *Cadernos EBAPE BR*, 4 (3).
- Faria, A., & Gangemi, P. (2006c). *Marketing, produtos culturais e orientação para o mercado: Um enfoque em empresas ex-estatais no Brasil*. Rio de Janeiro: Anais do II EMA.
- Faria, A., & Guedes, A. (2005). Movimento cultural nos estudos organizacionais: uma abordagem interdisciplinar focada no consumo e na globalização. *Cadernos Ebape Br*, 3 (1), 1-16.
- Gonçalves, R. (1999). *Globalização e desnacionalização*. São Paulo: Paz e Terra.
- Gonçalves, R. (2005). *Economia política internacional: Fundamentos teóricos e as relações internacionais do Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Gonçalves, D. A., Faia-Correia, M., & Cunha, M. P. (2005). The importation of American managerial ideas by a start-up consulting firm. *Iberoamerican Academy of Management*, Dezembro, Lisboa.
- Gonçalves, J., & Serafim, L. (2006). *A política pública de turismo no Rio Grande do Norte: um estudo dos impactos econômicos e socioculturais na Grande Natal*. Salvador, BA: Anais do EnANPAD.

- Grosse, R. (2005). *International business and government relations in the 21st century*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Guedes, A. L., & Faria, A. (2007). Globalization and international management: In search of an interdisciplinary approach. *Brazilian Administration Review*, 4 (2), 20-39.
- Guedes, A. L. (2007). *Negócios internacionais*. São Paulo: Thomson Learning.
- Held, D., & McGrew, A. (2000). *An introduction to the globalization debate*. Cambridge: Polity Press.
- Hirst, P., & Thompson, G. (1998). *Globalização em questão. A economia internacional e as possibilidades de governabilidade*. Petrópolis: Vozes.
- Ibarra-Colado, E. (1996). Excellence at large: Power, knowledge and organizational forms in Mexican Universities. In S. Clegg, & G. Palmer (Eds.), *The Politics of Management Knowledge*. London: Sage.
- Klein, N. (2000). *No logo – taking aim at the brand bullies*. London: Vintage.
- Levy, D., Alvesson, M., & Willmott, H. (2003). Critical approaches to management. In M. Alvesson, & H. Willmott (Eds.), *Studying Management Critically*. London: Sage.
- Martinez, Z., & Toyne, B. (2000). What is international management and what is its domain? *Journal of International Management*, 6, 11-28.
- Mendonça, A., Farto, M., Ribeiro, E., & Dias, J. (2001). *Fluxos de investimento directo Portugal-Brasil: Uma caracterização geral*. Documentos de Trabalho, Ed. Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia (GEPE), Lisboa, Janeiro, DT 31.
- Mendonça, A., Farto, M., Ribeiro, E., & Dias, J. (2001). *O investimento directo das empresas Portuguesas no Brasil: Sectores, tipo de operação e principais determinantes, 1996-1999*. Documentos de Trabalho, Ed. Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia (GEPE), Lisboa, Janeiro, DT 32.
- Mendonça, A., Farto, M., Ribeiro, E., & Dias, J. (2001). *O investimento directo das empresas Brasileiras em Portugal: Sectores, tipo de operação e determinantes fundamentais, 1996-1999*. Documentos de Trabalho, Ed. Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia (GEPE), Lisboa, Janeiro, DT 33.
- Meyer, K. (2004). Perspectives on multinational enterprises in emerging economies. *Journal of International Business Studies*, 6, 11-28.
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior / Secretaria de Comércio Exterior – MDIC/ SECEX (2008). *Intercâmbio Comercial Brasileiro-Portugal*. Site: <http://www2.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/secex/competencia.php>, acesso em 16/04/2008.
- Mortimore, M. (2000). Corporate strategies for FDI in the context of Latin America's New economic model. *World Development*, 28 (9), 1611-1626.
- Olivares, M., & Guedes, C. (2005). *Globalización, inversiones extranjeras y desarrollo em América Latina*. Ed. Eumed.net, ISBN: 84-689-5536-1, N° Registro: 05/86635.
- Peter, J., & Olson, J. (1983). Is science marketing?. *Journal of Marketing*, 47 (3), 11-15.
- Ramamurti, R. (2000). Risks and rewards in the globalization of telecommunications in emerging economies. *Journal of World Business*, 35 (2), 149-170.
- Ramamurti, R. (2004). Developing countries and MNEs: Extending and enriching the research agenda. *Journal of International Business Studies*, 35 (4), 277-283.
- Santos, B. S., Cohn, A., & Camargo, A. (2001). *Brasil-Portugal, entre o passado e o futuro: o diálogo dos 500 anos*. Rio de Janeiro: EMC.

- Silva, J. R. (2002). *Portugal/Brasil – uma década de expansão das relações econômicas, 1992-2002*. Lisboa: Terramar.
- Silva, J. R., Fernandes, F. C., & Costa, C. G. (2003). Empresas e subsidiárias portuguesas no Brasil: um panorama. *Prospectiva e Planejamento*, 9, número especial.
- Silva, J. R. (2003). Significado e perspectivas do reencontro econômico entre Brasil e Portugal. *Bahia Análise e Dados, Salvador*, 13 (1), 23-29, jun.
- Silva, J. R. (2005). A internacionalização das empresas portuguesas: a experiência brasileira. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, 45, edição especial Minas Gerais, 102-112.
- Sklair, L. (1995). *Sociology of the global system* (2nd ed.). London: Prentice Hall/Harvester Wheatsheaf.
- Smith, C. (2003). Corporate social responsibility: Whether or how? *California Management Review*, 45 (4).
- Souza, A. (2003). Uma reflexão sobre as influências negativas do marketing e do consumo. *Gestão e Organização*, 1 (1), 73-85.
- Prasad, A. (2003). *Postcolonial theory and organizational analysis*. New York: Palgrave.
- Spar, D., & Mure, L. (2003). The power of activism: Assessing the impact of NGOs on global business. *California Management Review*, 45 (3), 78-101.
- Steenkamp, J. B. (2001). The role of national culture in international research. *International Marketing Review*, 18 (1), 30-44.
- Vianna, C. (2006). *A comunidade brasileira em Portugal*. Casa do Brasil, 24 de julho, site: <http://www.casado brasil.info/spip.php?article112>, data de acesso: 05/05/2008.

Abstract. This essay describes and analyses major challenges and opportunities within the domain of international business in the Luso-Brazilian context. Initially, the essay challenges the knowledge hegemony of Anglo-American connections in the field of International Business to sustain that to value the Luso-Brazilian connections in a globalized world may promote more solid connections with other countries and regions. As follows, the essay describes and analyses data related to inward and outward flows of foreign direct investments with the purpose to stress out, among challenges and opportunities, the growing internationalization of Portuguese and Brazilian companies in the last two decades. As final considerations, the essay sustains that the intensification of Luso-Brazilian connections in terms of the flows of investments require interdisciplinary studies among the fields of International Political Economy, International Business and International Management.

Key words: International business, foreign direct investment, internationalization of portuguese and brazilian companies.