

DESTAQUE CAPITAL ESTRANGEIRO

ENTREVISTA MIKE PENG Professor de estratégia global da Universidade do Texas

“País está movendo o mundo, mas

Para acadêmico, esforço asiático no exterior ainda é pequeno e China precisa se adaptar às práticas do capitalismo global

Cláudia Bredarioli
cbredarioli@brasileconomico.com.br

Eles têm trazido para o ocidente uma nova percepção sobre modos de fazer negócios. Por outro lado, os chineses também passam por um grande processo de adaptação ao saírem de seu mercado para ampliar parcerias comerciais, segundo o professor de Estratégia Global da Universidade do Texas (EUA) e editor-chefe da publicação de negócios *Asia Pacific Journal of Management*, Mike Peng. Ph.D pela Universidade de Washington, com pesquisa voltada para a atuação global chinesa, Peng é autor de diversos livros sobre o tema. O especialista esteve no Brasil para palestra na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e falou com o BRASIL ECONÔMICO:

Há quanto tempo o senhor estuda a China e qual foi a motivação desse interesse? Qual a comparação que se pode fazer entre o cenário de então e o de hoje para a atuação global chinesa?

Iniciei meus estudos de doutorado em 1991, quando de fato as companhias chinesas começaram a investir fora de seu país. É interessante notar que isso faz apenas 20 anos. Mas faz muito menos tempo que a expansão global dessas empresas realmente se consolidou. O que me interessa estudar é de que maneira esse movimento chinês tem se desenhado diante do mundo global. Algo como pensar que o mundo está mudando muito rapidamente, a China tem grande participação nisso e é importante compreender de que maneira isso se dá.

Neste contexto, o senhor acredita que o mundo esteja mudando por causa da atuação chinesa ou é a China que tenta se inserir na lógica global?

São as duas coisas concomitantemente. É claro que a China está empurrando o mundo e, de algum modo, interferindo nas formas de fazer negócios. Mas também não é possível desconsiderar que os modos de negociar do capitalismo estão aí há muito mais tempo e a China, de certa maneira, também tem que se adaptar a eles. Há muitas pessoas que dizem que existe um novo jeito de fazer negócios que é totalmente influenciado pela China. Eu discordo. Acho

“

Há uma questão central dentro da maneira de gerenciar as empresas na China, que é a necessidade de sempre estar atento ao que o governo faz, diz, decide e quer. Há completa clareza de que o governo é o patrão e ele precisa ser obedecido

Uma área na qual as empresas chinesas prestam pouca atenção é a de comunicação. Não se sabe muito bem o que é marketing, branding ou propaganda. Eles podem ter a maior produção de alguma coisa e ninguém sabe disso



que talvez seja possível dizer que a China é única, mas é parte integrante de uma comunidade global. De toda forma, eu respeito quem dê destaque ao jeito chinês de fazer negócios pois, nesse contexto, também podemos falar do jeito brasileiro, do russo, do americano ou até mesmo do paulista.

Quais características dão essa condição de unicidade à China?

Há uma questão central dentro da maneira de gerenciar as empresas na China, que é a necessidade de sempre estar atento ao que o governo faz, ao que o governo diz, às decisões que o governo toma e ao que o gover-

no quer. Há completa clareza de que o governo é o patrão e ele precisa ser obedecido. É imprescindível jogar de acordo com essas regras. Outro ponto é que as empresas chinesas sempre estiveram muito mais acostumadas a pensar regionalmente. Têm um claro estilo local de gerenciamento.

pode investir muito mais”

Evandro Monteiro

Para Peng, relações empresariais com o Brasil perdem pela questão da distância e do idioma. Na África fala-se mais inglês, diz

atendido bem a seu redor, um mercado ainda muito demandante e com diversas necessidades a serem supridas.

Haveria pontos negativos nesse perfil de gerenciamento?

Acho que uma área na qual as empresas chinesas prestam pouca atenção é a de comunicação. Não se sabe muito bem o que é marketing, branding ou propaganda por lá. Eles podem ter a maior produção de alguma coisa e ninguém sabe disso.

Atualmente a China tem investido muito mais que outros países em termos globais. O senhor acredita que esse movimento terá continuidade nesse ritmo?

Acho que a China ainda pode investir muito mais. Se compararmos com a Rússia, por exemplo, a relação entre a poupança e o investimento externo chinês ainda é pequena.

Em geral, na pauta de comércio chinesa com vários países prevalece a importação de produtos básicos e a exportação de produtos manufaturados na China. É assim com o Brasil e, de certa forma, essa questão levanta um problema de primarização das exportações dos países com os quais a China faz negócios.

Essa questão é interessante. Eu acredito que a China tenha, sim, necessidade de comprar produtos manufaturados e destacar o setor automobilístico e empresas brasileiras como a Embraer, com plenas condições de desenvolver esse fornecimento. Mas é preciso observar também que a China faz negócios com quem quer fazer negócios com ela. Por exemplo, se os Estados Unidos não gostam dos chineses e não os querem lá, os chineses terão que procurar outro país para fazer parceria comercial e, se o Brasil aceitar as condições chinesas, ele será esse parceiro. Ocorre o mesmo com os países da África.

Os países africanos, aliás, estabeleceram comércio com a China bem antes de os investimentos chineses chegarem ao Brasil, que tradicionalmente produz mais commodities do que a China tem interesse em comprar. A que o senhor creditaria esse processo? À questão geográfica?

Sim, a questão da proximidade geográfica ajuda, mas também há um ponto importante que é o idioma. Fala-se mais inglês na África do que no Brasil. E em Macau já não se ensina mais português nas escolas. Então, é difícil encontrar na China quem fale esse idioma. ■

Quais motivos o senhor destacaria, entre os que levam a essa estratégia de gestão local?

Bom, primeiramente há que se pensar que as empresas chinesas nunca tiveram representação fora de seu país. Mas, mais do que isso, sempre contaram com um vasto mercado a ser

OCUPAÇÃO DE TERRITÓRIO

US\$ 6,6 bi

foi o investimento chinês nas Ilhas Virgens Britânicas até 2009, enquanto no Reino Unido esse volume foi sete vezes menor: de apenas US\$ 950 milhões.

ECONOMIA SEM FREIOS

12%

foi o crescimento econômico chinês em 2008 - o mais alto do mundo, ao lado da Coreia -, enquanto os Estados Unidos amargavam queda de 1% no PIB.

NOVA FRONTEIRA

49ª

era a posição ocupada pelo Brasil no ranking de investimentos diretos chineses até o fim de 2008, quando o país recebeu apenas US\$ 22 milhões.

A Redecard, que aceita a maior variedade de cartões, comemora a chegada da Visa.

Agora a Redecard aceita os cartões Visa e Visa Electron. Isso significa ainda mais oportunidades de vendas para os clientes da Redecard faturarem sem parar. A Redecard, que já celebra uma bem-sucedida parceria de 23 anos com a MasterCard®, comemora a chegada da Visa. Essa novidade vem completar a oferta de produtos e serviços para os nossos clientes, com a aceitação da maior variedade de cartões do mercado. **Redecard, mais do que uma maquininha, uma amiga.**

REDECARD

Amiga do lojista.

redecard.com.br

Imagens meramente ilustrativas.

Imagens meramente ilustrativas.

Imagens meramente ilustrativas.



Em breve mais bandeiras para você faturar ainda mais.

HIGHLIGHT FOREIGN CAPITAL

INTERVIEW MIKE PENG Professor of Global Strategy at the University of Texas

"China is moving the world, but is capable of investing much more"

For the scholar, the Asian efforts abroad are still small and China must adapt itself to the global capitalism practices

Cláudia Bredarioli

cbredarioli@brasileconomico.com.br

Chinese companies have brought to the Western countries a new insight on ways of doing business. On the other side, the Chinese are also experiencing a great adaptation process while leaving their domestic market to expand business partnerships abroad, according to Mike Peng, Ph.D. from the University of Washington, Professor of Global Strategy at the University of Texas (USA) and head publisher of the business publication *Asia Pacific Journal of Management*. By conducting research aimed at the global Chinese performance, Peng is the author of several books on this subject. The expert researcher was in Brazil to give a lecture in Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) and talked with *Brasil Econômico*.

For how long have you studied China and what was the motivation behind this interest? Which comparison we may do between the initial scenario you found when starting your studies and the current one for the global Chinese performance?

I started my doctoral studies in 1991, when the Chinese companies started de facto making investments out of their country. It is interesting to observe that such an event occurred only 20 years ago. But the global expansion of these companies has been consolidated much more recently. My studies are focused on the way by which this Chinese motion has been occurring in a globalized world. It is something like thinking that the world is changing at a very fast pace, China has an important participation in this change and it is important to understand how this occurs.

Within this context, do you believe that the world is changing as a result of the Chinese participation or China is attempting to be inserted in the global logic?

Both things are occurring simultaneously. It is obvious that China is pushing the world, and in some way, interfering in the ways of doing business. But we cannot ignore the fact that the business practices of capitalism have been used for a much longer time and China, in a certain way, must also adapt itself to such practices. There are many people that mention a new way of doing business, which is totally influenced by China. I disagree. I think that perhaps we may say that China is unique, but it is also an integral part of a global community. Anyway, I respect the opinion of people who highlight the Chinese way of doing business, as, within this context, we may also talk about the Brazilian, Russian, American, or even the "Paulista", way of doing business.

Which characteristics provide this unique condition to China?

There is a core notion in the way of managing companies in China, which is the need for always paying attention to government actions, opinions, decisions, and desires.

There is a complete and clear comprehension about the fact that the government is the boss and must be obeyed. It is essential to play according to these rules. Another point is that the Chinese companies are always accustomed to think regionally (as opposed to globally). They have a clear local management style.

What are the reasons you would highlight to explain this local management strategy?

Well, we must first think that the Chinese companies seldom had representatives out of their country. But, more than that, they always relied on a vast domestic market to be serviced just surrounding them, which is very demanding and with needs to be met.

[PHOTO CAPTION] For Peng, China's business relations with Brazil are impaired by the distance and language. English is spoken more in Africa, he says.

Would this management profile have weaknesses?

I think that an area to which the Chinese companies do not pay much attention is communication. They do not know exactly what marketing, branding, or advertising mean. They may occasionally have the largest production level of something, but nobody knows that.

Today, China has invested globally much more than other countries. Do you believe that such performance will proceed at this pace?

I think that China is capable of investing much more. When compared to Russia, for example, the relation between Chinese savings vs. foreign investments is still small.

In general, the importation of basic products and exportation of products manufactured in China prevail in the Chinese trade agenda with several countries. This is true for Brazil, and in a certain way, this question raises a problem of concentration of primary product imports with the countries which China does business with.

This is an interesting question. I believe that China surely has the need for purchasing manufactured products, by highlighting the automotive segment and Brazilian companies like Embraer, fully capable of developing this supply. But we must also observe that China does business with countries that are interested in doing business with it. For example, if the United States does not like the Chinese trade and does not want its presence there, the Chinese will be obliged to search for another country in their quest for business partnerships. If Brazil accepts the Chinese conditions, it is this partner. The same occurs with countries in Africa.

By the way, the African countries established business relations with China before the arrival of Chinese investments in Brazil, which traditionally produces more commodities than China is interested in purchasing. In your opinion, what would be the reason behind this process? Geographical?

Yes, the geographical proximity helps, but there is also an important point, which is the language. English is more spoken in Africa than in Brazil. And the Portuguese language is not taught in schools in Macau any more. Then, it is difficult finding any manager in China that speaks Portuguese.

DATA

Territory Coverage

US\$6.6 billion was the total Chinese investment in British Virgin Islands until 2009, while this volume in the United Kingdom was seven times smaller: only US\$950 million.

Non-Stop Economy

12% was the Chinese economical growth in 2008 – the highest worldwide, besides Korea – while the United States suffered a 1% fall in GDP.

New Frontier

The 49th position was occupied by Brazil in the ranking of direct Chinese investment recipients by the end of 2008, when the country received only US\$22 million.