

# Barómetro China-PLP: impactos da cultura nas relações empresariais

O projeto *Barómetro China-PLP: impactos da cultura nas relações empresariais* teve como objetivo estudar os impactos das relações culturais nas relações empresariais e de negócios entre a China e os Países de Língua Portuguesa (PLP), tendo a MIF como espaço privilegiado de medição desses impactos. Apesar de existir informação de natureza macroeconómica sobre o tema, os aspetos culturais e o seu impacto nas relações económicas têm sido subvalorizados. Este projeto pretende dar um contributo para preencher esta lacuna, focando-se em conhecer a importância dos fatores culturais e linguísticos para o estabelecimento de relações económicas viáveis e de sucesso, ao longo do tempo. Pretendeu-se também obter dados úteis quer aos Governos dos respetivos países envolvidos, quer às Câmaras de Comércio, Associações Comerciais e empresas em geral. Finalmente, pretende-se dar um contributo para colocar na agenda do estudo das relações económicas e empresariais entre a China e os PLP um tema tão importante quanto ignorado nas práticas empresariais do dia-a-dia: os aspetos culturais, explícitos e tácitos, que dão forma aos valores e comportamentos dos agentes económicos e comerciais.

**1. A Importância dada à Região Administrativa Especial de Macau (RAEM) e ao Fórum Macau para as relações China-PLP** é diferente de acordo com as relações históricas, políticas e económicas que cada PLP tem com Macau e com a China, bem como o seu maior ou menor interesse em desenvolver essas relações através de Macau. No caso de Portugal, esse interesse é elevado, dada a importância da RAEM na salvaguarda do património histórico, cultural e linguístico português em Macau, e através de Macau. O inverso acontece com o Brasil que, por ter relações económicas diretas com a China, e uma presença forte noutros *fora* e locais, como Hong-Kong e Guangdong tem menos necessidade de Macau como plataforma intermediária para os seus negócios. Os restantes PLP veem na RAEM um fator potenciador do desenvolvimento de atividades como a aprendizagem das duas línguas (português e chinês) e a promoção das relações comerciais com os PLP. No entanto, estes *stakeholders* estão conscientes de que, em cada situação de cooperação económica, as relações políticas com a China são o fator determinante.

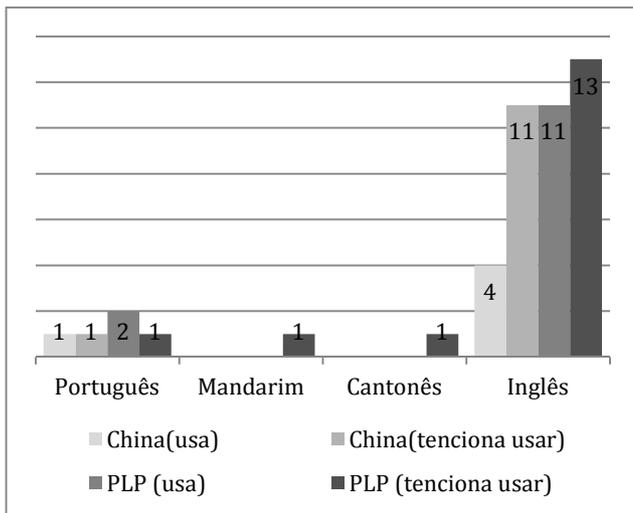
**2. Como é vista a estratégia do Fórum Macau nas relações entre a China e os PLP?** O Fórum constitui um *complemento* às relações políticas e diplomáticas entre estes países, uma plataforma que pode possibilitar o investimento, o comércio, e a facilitação da transferência de matérias-primas. Os PLP apresentam diferentes visões

estratégicas da sua presença no Fórum: para Portugal, preservação do património, da língua e da cultura portuguesa em Macau, e interesse comercial; para o Brasil, uma presença menos visível, dadas as relações bilaterais desenvolvidas fora do âmbito dos PLP; para os restantes PLP, uma oportunidade de captação de investimento, bem como oportunidades de transferência tecnológica e desenvolvimento de sectores económicos estratégicos. O desafio do Fórum é assim compatibilizar os diferentes interesses estratégicos dos PLP com os interesses estratégicos e a escala da China.

**3. Neste contexto, qual o papel que a MIF desempenha nas relações comerciais entre estes países?** É sobretudo uma atividade complementar às relações que já se devolvem na prática e noutros *fora*, uma feira comercial que proporciona um momento para identificar novas oportunidades de investimento, de diferentes escalas e interesses. No entanto, dadas as grandes diferenças entre os PLP presentes no Fórum, a MIF não possui o mesmo interesse estratégico para todos. A sua relevância mais comercial e menos de investimento torna-a menos atrativa para os PLP africanos, que têm menos para oferecer ao nível da exportação, demonstrando antes mais interesse na captação de investimento. Também para o Brasil a MIF tem menor importância estratégica, dadas as relações comerciais bem sedimentadas que este país desenvolve com a China fora do âmbito das atividades do Fórum. Já no caso de Portugal, a presença na MIF reflete o interesse comercial na área dos produtos alimentares e bebidas, que têm em Macau uma base de grande escoamento, através de intermediários, para a China.

**4. Qual a importância da língua e dos fatores culturais para as relações de negócio?** Entre os participantes na MIF 2014, quer a língua portuguesa, quer o mandarim se encontram claramente em segundo plano como língua comum de negócios, sendo o inglês a língua mais falada. O futuro apenas acentuará esta tendência de comunicar numa língua diferente da original de cada país envolvido, associado àquilo que parece ser um esforço acrescido dos parceiros chineses para dominar a língua inglesa nas últimas décadas.

Figura 1. Qual é a língua mais usada/que tenciona usar na sua atividade de negócios com a China/PLP? (n)



São poucas as empresas inquiridas que declararam ter já promovido cursos de língua para os colaboradores em contacto com os parceiros da China/PLP (apenas 6 chinesas e 9 dos PLP). Também nenhuma organização chinesa declarou ter dado aos seus colaboradores formação para lidar com os PLP enquanto parceiros de negócios, enquanto apenas 12 em 34 (35%) organizações dos PLP afirmaram tê-lo feito. São principalmente os PLP que declaram enviar colaboradores para o país parceiro (23 em 34 PLP, contra 2 da RPC), com o objetivo de participar em eventos esporádicos (reuniões de negócio, feiras ou convenções, referidos por 23 empresas dos PLP), trabalhar nas delegações da empresa nesses países (referido por 5 empresas dos PLP) ou ainda estudar e ter formação (referido por 5 empresas dos PLP). Na amostra inquirida, são assim principalmente os empresários de origem portuguesa ou dos PLP que investem na formação dos seus colaboradores com vista a proporcionar-lhes um conhecimento mais vasto e profundo sobre os destinatários dos negócios. No entanto, esse investimento continua a ser muito diminuto, traduzindo uma orientação focada numa racionalidade de curto prazo e alheia a aspetos mais abrangentes de contexto.

**5. Como melhorar a comunicação com os parceiros de negócio?** Os aspetos mais valorizados pelos PLP (n=30) para manter uma boa relação de negócios são os que dizem respeito ao conhecimento dos códigos tácitos da cultura chinesa (entender os códigos de conduta, ter um comportamento adequado aos valores desse país), bem como aspetos relacionais informais (ter uma boa relação pessoal com os interlocutores), e macro (estar informado sobre o contexto sociopolítico).

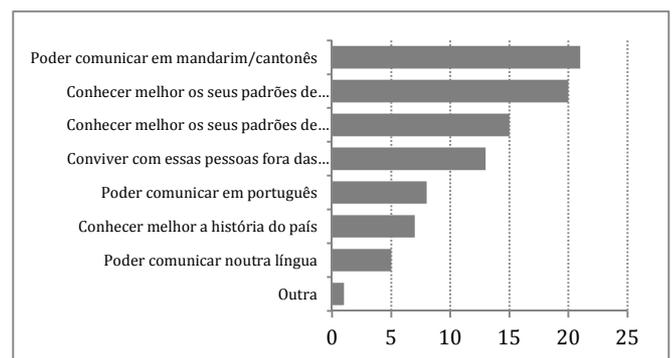
Tabela 1. Dos seguintes fatores, quais os que a sua organização considera mais importantes para manter uma boa relação de negócios com a China/os PLP? (múltipla, N)

	China	PLP
Ter um bom domínio da língua chinesa/portuguesa (local)	6	15
Conhecer os códigos de conduta/saber como agir sem chocar ninguém	6	26

	China	PLP
Ter uma boa relação pessoal com os seus interlocutores	8	23
Ter um comportamento adequado aos valores que vigoram no país	4	24
Estar informado do contexto sociopolítico	2	21
Conhecer os costumes no que respeita a forma de apresentação (vestuário, penteados, etc.)	4	14
Outro	0	2
Total de respostas válidas	17	30

Os aspetos linguísticos surgem no topo das soluções para melhorar a comunicação entre parceiros. Para os PLP, poder comunicar na língua de origem (mandarim ou cantonês) destes parceiros é a resposta mais dada (com 21 respostas). Apesar de a língua inglesa (cf. Figura 1) ser a língua que estas empresas tencionam usar nas suas relações de negócio no futuro, “poder comunicar noutra língua” (como o inglês), surge aqui em último lugar (n=7). Aquilo que parece mais desejável ou idealizado para melhorar a comunicação intercultural (poder comunicar em mandarim) parece assim estar em contradição com uma visão mais realista e pragmática, no curto-médio prazo (o inglês como língua franca de negócios). Já “poder comunicar em português” surge apenas em quinto lugar (n=8), bem distante da prioridade dada à comunicação em mandarim. A comunicação nas línguas de origem é assim percecionada como um fator de aproximação, mas não fundamental para a concretização do negócio, uma vez que o inglês na prática também o permite na maior parte dos casos.

Figura 2. Das seguintes ações, quais considera que poderiam melhorar a comunicação com o(s) parceiro(s) de negócio chines(es)? (PLP, n=30, resposta múltipla)

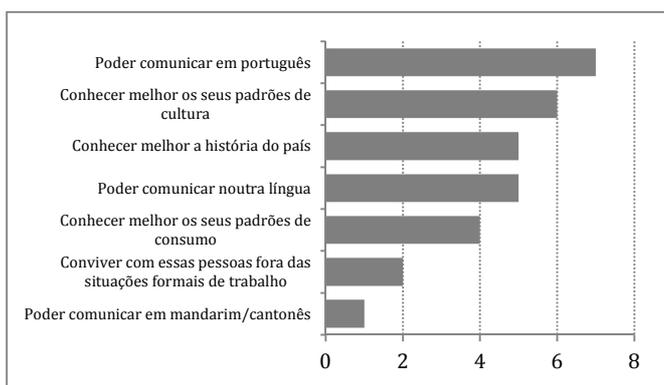


Para além da língua, outros aspetos culturais surgem no topo da lista das respostas mais dadas pelos PLP: “conhecer os padrões de consumo” (n=20); “conhecer melhor os padrões de cultura” (n=15). Os aspetos mais relacionais (“conviver com essas pessoas fora das situações formais de trabalho”) surgem apenas em quarto lugar (n=13), revelando um alheamento em relação à importância das *soft skills* para o estabelecimento de relações de confiança

mútua e reciprocidade e, também, para a concretização do negócio.

Já entre os inquiridos chineses a resposta mais frequente diz respeito à capacidade de comunicar em Português (n=7), seguindo-se a necessidade de ter um melhor conhecimento da cultura (n=6) dos parceiros de negócio, assim como a sua História (n=5). A maioria das empresas chinesas que responderam a esta questão (11 em 17 inquiridos) consideram importante ter formação sobre a cultura dos PLP para a comunicação que estabelecem com as organizações desses países. No entanto, quase nenhuma declarou dar aos seus colaboradores formação específica para trabalhar com os PLP, seja no que respeita à língua ou a outros aspetos culturais (cf. Tabela 1).

Figura 3. Das seguintes ações, quais considera que poderiam melhorar a comunicação com o(s) parceiro(s) de negócio dos PLP? (RPC, n=17, resposta múltipla)



**6. Como conclusão deste projeto-piloto** destaca-se a importância atribuída à língua na relação de negócios, pelo modo como pode dificultar, ou mesmo impedir a comunicação. As relações culturais e linguísticas são um tópico entendido como determinante nestas relações económicas e comerciais, quer pelos *stakeholders* políticos/institucionais, quer pelos representantes das organizações presentes na MIF. O inglês é indubitavelmente percebido como a língua de negócios internacionais, mesmo no contexto das relações PLP-China, facto que se reflete na intenção de incrementar o seu uso no futuro, quer por parte dos empresários chineses, quer dos PLP. Isto apesar do recurso a intermediários macaenses e a alguns tradutores cujo número é muito inferior ao necessário. A falta de capital humano que domine as línguas portuguesa e chinesa (mandarim ou cantonês) torna o inglês o instrumento linguístico que permite a comunicação, ainda que o seu domínio não seja universal, nem do lado da China nem do lado dos PLP.

Constatou-se também o desconhecimento mútuo das culturas destes países, bem como o pouco interesse e investimento por parte dos empresários em promover mais o conhecimento da língua e cultura nas suas organizações, por exemplo através de cursos de formação específica sobre estes assuntos.

A partir do estudo-piloto desenvolvido neste projeto, recomenda-se que:

- Os empresários dos PLP e chineses promovam ativamente a realização de cursos de língua dos países

com os quais desenvolvem relações económicas, de modo a proporcionar as competências linguísticas mínimas que facilitem os primeiros contactos e diminuam a estranheza de parte a parte.

- Seja dada formação aos colaboradores que lidam diretamente com estes parceiros sobre os aspetos culturais dos países em questão, orientando as formações para o fornecimento de ferramentas interpretativas e que contrariem os estereótipos culturais, que sempre redundam em preconceitos.
- Que estas formações de curto prazo possam ter continuidade em iniciativas de prazo mais alargado, como estágios e/ou permanências dos colaboradores por determinados períodos nos países parceiros, assim permitindo a sua aproximação à cultura dos países parceiros, como *insiders*.
- Que sejam promovidos encontros informais e visitas entre empresas que começam a ter, ou já têm, negócios entre si, de modo a incrementar os laços pessoais e o conhecimento na primeira pessoa entre os colaboradores dos diferentes países, a qualidade da comunicação e a compreensão mútuas.
- Que haja um maior envolvimento de atores institucionais, como o Fórum Macau e respetivas delegações no apoio deste tipo de iniciativas, com vista a promover os negócios entre empresas da China e PLP.

**Ficha Técnica.** Este projeto seguiu uma metodologia mista, qualitativa e quantitativa, baseada em etnografia na MIF, entrevistas em profundidade a atores privilegiados e inquérito por questionário a representantes das organizações presentes na MIF. O projeto desenrolou-se entre Setembro de 2014 e Agosto de 2015 e foi desenvolvido por uma equipa interdisciplinar de investigadores da Universidade de São José, em Macau; Universidade Católica Portuguesa (Centro de Estudos e Sondagens de Opinião); e Universidade de Lisboa (Instituto do Oriente). O trabalho de campo teve lugar em Outubro e Novembro de 2014, para a parte qualitativa; e entre Janeiro e Março de 2015, para a parte quantitativa. O inquérito por questionário foi aplicado online, através de convite por e-mail, a uma amostra-mãe de 542 organizações participantes na MIF (empresas, câmaras de comércio ou associações comerciais), 455 chinesas e 87 dos PLP. A recolha decorreu entre a primeira semana de Janeiro de 2015 e a terceira semana de Março de 2015. Foram obtidas 69 respostas válidas, 34 de organizações dos PLP e 35 de organizações chinesas. Os dados recolhidos, não sendo representativos do universo, permitiram testar a metodologia a utilizar em edições subsequentes deste Barómetro, bem como levantar pistas exploratórias de investigação futura.