



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS V – MINISTRO ALCIDES CARNEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADAS
BACHARELADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

DANIEL JORGE PERDROSA COLOM

**ESTUDO COMPARADO DOS MECANISMOS DE
ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO EXTERNO
DIRETO UTILIZADOS NOS ESTADOS DO RIO
DE JANEIRO E DA PARAÍBA**

JOÃO PESSOA – PB

2014

DANIEL JORGE PEDROSA COLOM

**ESTUDO COMPARADO DOS MECANISMOS DE
ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO EXTERNO
DIRETO UTILIZADOS NOS ESTADOS DO RIO
DE JANEIRO E DA PARAÍBA**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientadora: Prof^a Dr^a Ana Paula Maielo Silva

JOÃO PESSOA – PB

2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

C718e Colom, Daniel Jorge Pedrosa
Estudo comparado dos mecanismos de atração de investimento externo direto utilizados nos Estados do Rio de Janeiro e da Paraíba [manuscrito] : / Daniel Jorge Pedrosa Colom. - 2014.
36 p. : il. color.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, 2014.
"Orientação: Profa. Dra. Ana Paula Maielo Silva, Departamento de Relações Internacionais".


1. Investimento externo direto. 2. Agências de atração de investimento. 3. IED no Rio de Janeiro e na Paraíba. I. Título.
21. ed. CDD 330

DANIEL JORGE PEDROSA COLOM

**Estudo Comparado dos Mecanismos de Atração de Investimento Externo Direto utilizados
nos Estados do Rio de Janeiro e da Paraíba**

Monografia apresentada ao Curso de Relações
Internacionais da Universidade Estadual da
Paraíba.

Aprovado(a) em 04/08/2014.



Professor(a) Ana Paula Maielo Silva / UEPB
Orientador(a)



Professor(a) Jacqueline Echeverría Barrancos / UEPB
Examinador(a)



Professor(a) Stephanie Queiroz Garcia
Examinador(a)

AGRADECIMENTOS

Primeiro agradeço a **Deus**, da forma que ele for, por ter me colocado no mistério da vida. E agradeço por ter inventado o café, que foi peça fundamental neste TCC.

À **Sônia**, minha mãe (mainha, princesa, cabrita), minha principal incentivadora de escola, colégio, universidade, trabalho e vida de um modo geral. À vovó **Luzia** por ser a pessoa mais doce do mundo, a vovô **Mauro** por ser um exemplo e à **Tia Chocha**, que é uma heroína e estaria muito feliz em ver minha vida hoje. Também agradeço a **Daniel**, meu pai, pelas lições que, sem saber, me ensinou. E por mais que alguns milhares de quilômetros nos separem agradeço às boas energias que **Daniela** e **Daomar**, minha irmã e meu sobrinho, me enviam.

Aos meus amigos do Clube JT, que me acompanham desde o colégio ou se juntaram aos poucos a esse grupo de pessoas belas, sem **André**, **Euler**, **Flávinha**, Loira **Flávia**, **Simone**, **Érik**, **Brenda**, **Élida**, **Tamires** e, a minha cúmplice de todos os atos, **Fábia** (Fababy), não haveria o eu do jeito que sou hoje. Obrigado por sua amizade.

Aos Toca Pixote, **Gabi**, **Gláucio**, **Pedro**, **Vavá** e **João** que formaram a melhor turma de Relações Internacionais do mundo, que, se um dia eu tivesse pensado em desistir do curso, desistiria de pensar, porque não faria sentido estudar sem vocês. Devo agradecer especialmente a **Ana Paula**, quem corrigiu esse trabalho primeiro, que é incansável e que descobriu junto comigo que somos uma ótima dupla de acadêmicos, principalmente antropológicos.

Ainda nos “nós nove” do Toca Pixote, agradeço às duas que se tornaram minhas irmãs, **Mari**, minha linda que, longe ou perto, diz que tudo vai dar certo, e **Jou**, aquela que troquei mensagens diárias de desespero e incentivo e se tornou monotemática junto comigo sobre os problemas do TCC (e a **Tia Jacy** pela vela acesa). Obrigado por serem pessoas que eu sei que posso contar pra tudo, a qualquer hora e em qualquer lugar.

Ao MUNDI e às pessoas que fizeram parte dele, pois me fizeram crescer profissionalmente e em número de pessoas que eu quero pra minha vida inteira perto de mim, desde o gênese do projeto como **Maylle**, **Nayanna**, **Luciane**, **Maria** (que foi citada neste trabalho), **Laís**, **Natália** e **Pedro** e aos que pegaram o bonde andando e me aguentam até agora como **Amanda**, **Aline**, **Débora** e **Larissa**.

Aos funcionários da UEPB, em especial a melhor funcionária de todos os campi dessa universidade, e de outras, **Kaline**, a magnânima, a competente, a eficiência em pessoa. Às bibliotecárias mais legais, **Isabelle**, **Fabíola** e **Leda**, aos **moços** da *xerox* e à **senhora que**

vende lanche na frente da universidade, sempre simpática. Também aos professores responsáveis por esse curso, em especial a orientadora mais linda e competente desse planeta, **Ana Paula Maielo** e aos professores que mais tive aproximação pessoal e acadêmica: **David Morales Martinez, Alexandre Leite, Amélia, Eliete Gurjão, Gabriela Gonçalves, Jacqueline Barrancos, Marcio Adriano Dias e Laurênia Souto**.

Ao grupo do Lista, que, não sei como, misturou tudo que há de bom nesse curso e fez com que as pessoas mais avulsas e diferentes (**Lohana, Indira, Aline, Taís, Paulo, Arthur, Geórgia e Bia**) se juntassem pra me fazer feliz de uma forma geral e cada um do seu jeito. Obrigado pelo apoio, pelas mensagens de “Que saudades, termina logo isso pra gente se ver.” e “Ai tá difícil? Porque aqui tá.”, pelo envio de TCC e etc. Não há palavras o suficiente para descrever o quanto eu gosto de vocês. E a **Tia Lana** que cuida de todos nós.

À Secretaria de Estado do Turismo e do Desenvolvimento Econômico (SETDE), pela oportunidade crescimento pessoal e profissional, em especial a **Marcos Procópio**, meu chefe e professor que me faltou na universidade, à **Leny**, que nunca se cansa e é uma mãe na SETDE, e a **Nalva**, que é a alegria da Secretaria. Ao Núcleo de Atração de Investimentos, que me deu a oportunidade de trabalhar com **Elze**, que sempre fez o papel de minha irmã mais velha, a **Brian**, que sempre vai ser um líder, e a **Bia** que apareceu na minha vida e espero que nunca saia. E à nova geração do NAI, **João e Stephanie**, pelo apoio, ajuda e paciência que tiveram comigo na época de produção deste TCC.

E ao **povo paraibano** que contribuiu para minha formação. Esse trabalho é dedicado a vocês, na esperança de ter auxiliado o crescimento da Paraíba e, principalmente, o desenvolvimento de seu povo.

RESUMO

A partir dos anos 1970, as transações econômicas internacionais tiveram um grande salto em termos quantitativos, pois o avanço nas telecomunicações e transporte e a tendência de liberalização crescente das economias diminuíram consideravelmente os problemas logísticos e de comunicação e facilitaram a ação do capital internacional. Entre os vários processos de internacionalização das empresas, o Investimento Externo Direto (IED) se destaca, haja vista o grande fluxo de capitais envolvidos e os níveis positivos na geração de emprego e renda gerados por eles. Nesse contexto vê-se a importância do Brasil como um dos países que mais recebeu esse tipo de investimento produtivo nos últimos anos e percebe-se também a atuação de seus estados para captação desse IED atraído para o país. A Paraíba, recentemente, criou o Núcleo de Atração de Investimentos do Governo do Estado, que vem atuando nessa área, porém acredita-se que os mecanismos de atração de investimentos utilizados no estado não são completamente satisfatórios. Tendo isso em mente, far-se-á um estudo comparativo entre os mecanismos de atração de IED utilizados na Paraíba e no Rio de Janeiro, estado brasileiro que mais atrai esse tipo de investimento.

PALAVRAS-CHAVE: Investimento Externo Direto; agências de atração de investimento; IED no Rio de Janeiro e na Paraíba.

ABSTRACT

From the 1970s, international economic transactions had a big jump in quantitative terms, for the advancement of telecommunications and transportation, and the trend of increasing liberalization of economies has reduced the logistical and communication problems and facilitated the action of international capital. Among the various processes of internationalization of enterprises, Foreign Direct Investment (FDI) is notable, considering the large flow of capital and positive levels involved in the generation of employment and income generated by them. In this context we see the importance of Brazil as a country that received this kind of productive investment in recent years and also is possible to see the performance of their states to capture that attracted FDI into the country. Paraíba recently created the Center for Investment Attraction of the State Government, which has been working in this area, but it is believed that the mechanisms used to attract investments in the state are not completely satisfactory. Keeping this in mind, a comparative study of the mechanisms of attracting FDI used in Paraíba and Rio de Janeiro (Brazilian state that more attracts this kind of investment) will be made.

KEYWORDS: Direct Foreign Investments; Investment Promotion Agencies; FDI in Rio de Janeiro and Paraíba.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O INVESTIMENTO EXTERNO DIRETO (IED)	12
2.1 Principais Características do IED e seu Histórico	12
2.2 Teorias das Relações Internacionais e o IED	16
3 OS MECANISMOS DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS	17
3.1 O Investimento Externo Direto no Brasil	18
3.2 Melhores Práticas das Agências de Atração de Investimentos	21
3.3 O caso do Rio de Janeiro.....	24
3.3.1 Informações Gerais sobre a SSRI.....	25
3.3.2 Informações Sobre o Funcionamento da Agência.....	26
3.3.3 Informações Sobre o Quadro de Funcionários	26
3.4 O Caso da Paraíba	27
3.4.1 Informações Gerais Sobre o NAI	28
3.4.2 Informações Sobre o Funcionamento da Agência.....	29
3.4.3 Informações Sobre o Quadro de Funcionários	29
4 COMPARANDO OS CASOS	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento tecnológico, alavancado na segunda metade do século XX, disponibilizou novas opções de barateamento de produção às grandes empresas. Em busca de maximizar seus lucros, essas empresas puderam ir além do território dos países onde foram fundadas em busca de recursos naturais, novos mercados, menores custos de mão de obra e incentivos fiscais, tornando-se transnacionais.

As empresas que buscam se expandir internacionalmente encontram diversas possibilidades para tanto, como: a ampliação de seu comércio internacional, aumento do fluxo de capitais ou a aplicação de Investimento Externo Direto (IED)¹.

O IED, como será detalhado futuramente neste trabalho, defini-se basicamente em alocação de recursos produtivos de uma empresa oriunda de um país em outro. Esse investimento produtivo promove no local receptor o desenvolvimento da sua economia com aumento do número de empregos e renda, o que faz com que atores nacionais e subnacionais se interessem em trabalhar focados na captação de IED.

De acordo com o *World Investment Report 2014*, elaborado pela *United Nations Conference on trade and Development* (UNCTAD), o IED movimentou \$1.45 trilhões de dólares no mundo, um crescimento de 9% em comparação com o ano de 2012. O estudo ainda explica que esse crescimento representa uma recuperação, em virtude dos efeitos negativos da crise econômica recente, e projeta um crescimento de \$1,6 à \$1,8 trilhões de dólares nos anos de 2014 a 2016, respectivamente (UNCTAD, 2014).

A fim de captar de forma mais eficiente o IED para o Brasil, foi criada em 2002, a “Investe Brasil”, agência nacional de atração de investimentos que foi extinta no ano de 2005. Atualmente, os órgãos nacionais que trabalham nessa área são a Agência Brasileira de Promoção à Exportação (Apex) e a Rede Nacional de Informações sobre Investimento (RENAI), ambos ligados ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

Com a criação desses órgãos, o Brasil consegue difundir internacionalmente uma imagem favorável para a atração de IED. Da mesma forma, Unidades Federativas (UFs) almejam as mesmas possibilidades de captação de recursos que o país e, por isso, criam

¹ Investimento Externo Direto é a tradução escolhida para a expressão em inglês *Foreign Direct Investment* (FDI). Alguns autores, como SAKURAI (2012) e a Receita Federal (s/d), utilizam, com o mesmo sentido, as expressões Investimento Direto Externo, Investimento Estrangeiro Direto ou ainda a própria sigla das palavras em inglês, FDI.

agências estaduais de atração de investimento para captar o IED destinado para o país, de forma focada para o seu território.

Em 2005, nos estados do Rio de Janeiro, de São Paulo e do Rio Grande do Sul, a representação do IED na renda per capita dos habitantes é estimado em R\$1.556,00, já os estados da Paraíba, de Sergipe e de Alagoas indicaram uma representação de IED menor que R\$170,00 per capita (Banco Central, 2009 *apud* SAKURAI, 2012). Os dados apresentados mostram que existem estados com experiência em atração de IED, ao mesmo tempo em que outros não apresentam o mesmo desempenho positivo.

À luz do contexto apresentado, este artigo busca compreender como a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro trabalha para tornar o estado mais atrativo para a captação de IED se comparado aos estados com características similares (condições histórica, culturais e socioeconômicas), como São Paulo e Rio Grande do Sul. Desta forma, o presente trabalho busca, ainda, identificar se é possível utilizar, de forma semelhante, os mecanismos de atração de Investimento Externo Direto (IED) utilizados pelo estado do Rio de Janeiro no estado da Paraíba. É importante esclarecer que não faz parte do escopo deste artigo fazer uma comparação entre as realidades internas do Rio de Janeiro e da Paraíba, utilizando-as como condições determinantes para a atração de IED.

O trabalho será dividido em três partes, tendo como meta a comparação da atuação das agências de atração de IED nos estados do Rio de Janeiro e da Paraíba. Na primeira seção, será apresentado o conceito de IED (o que é e como atua) e será analisado como esse tipo de investimento evoluiu através da história recente, apresentando, portanto, os seus efeitos positivos e negativos nos locais receptores. Ainda nesta seção, será discutido brevemente como as teorias de Relações Internacionais compreendem esse fenômeno. Na seção subsequente será pormenorizado o histórico da atuação de IED no Brasil e como a literatura avalia quais seriam as melhores práticas adotadas pelas agências de atração de investimento. Num segundo momento, serão explicados os históricos de captação de IED do Rio de Janeiro e da Paraíba, bem como o funcionamento de suas respectivas agências de atração de investimentos e a organização de seus quadros de funcionários. Finalmente, na última seção, serão comparados os dois casos estudados a fim de definir quais seriam as ações que poderiam ser tomadas pela agência de atração de investimentos da Paraíba para que esta se torne mais eficiente na captação de IED.

No contexto acadêmico das Relações Internacionais no estado da Paraíba, percebe-se a grande quantidade de estudos voltados às áreas tradicionais de pesquisa (Segurança, Democracia, Direitos Humanos), que muitas vezes são distantes da realidade local.

Entretanto, acredita-se que além daqueles estudos, também se faz necessário elaborar análises de temas que abarquem a realidade do contexto regional da Paraíba com o intuito de promover impactos positivos nesse contexto. Sabendo disso, define-se como essencial elaborar um estudo que investigue métodos mais eficientes para atração de IED na Paraíba, com vistas a melhorar o processo já existente.

Para cumprir o objetivo proposto, três etapas foram fundamentais. Inicialmente buscou-se levantar e analisar uma bibliografia variada e abrangente de fontes oficiais de pesquisa, como documentos dos estados do Rio de Janeiro e da Paraíba, órgãos nacionais de pesquisa, livros e periódicos especializados e relatórios de *thinktanks*. Também foi utilizado um questionário para obter as informações necessárias das agências de atração de investimentos do Rio de Janeiro e da Paraíba. Uma vez cumprida as etapas anteriores (revisão bibliográfica e análise do questionário), foram contrastados as conclusões obtidas com os resultados esperados (a hipótese que se mostrar mais viável, é de que apenas algumas alterações nos mecanismos de atração de IED da Paraíba poderão ser feitas espelhadas nas já utilizadas no Rio de Janeiro).

2 O INVESTIMENTO EXTERNO DIRETO (IED)

Medidas neoliberais e o avanço das tecnologias, principalmente nas áreas de telecomunicações e nos meios de transporte, facilitaram a internacionalização das empresas que compõem o comércio mundial. Esse progresso tecnológico diminuiu os entraves logísticos, o que deu maior oportunidade às empresas de se tornarem transnacionais e, assim, buscarem maior possibilidade de lucro.

A forma de internacionalização das empresas estrangeiras analisadas neste trabalho é o Investimento Externo Direto (IED). Faz-se necessário, portanto, conceituar esse fenômeno ativo das relações internacionais contemporâneas e, para respaldar este estudo, foram selecionados trabalhos da literatura nacional e internacional e de organizações nacionais e internacionais.

2.1. PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO IED E SEU HISTÓRICO

Não há na literatura acadêmica uma grande divergência na conceituação do que é o IED. A UNCTAD, referência mundial de estudos sobre esse tipo de investimento, se utiliza,

no *Word Investment Report 2007*, da definição de IED da OCDE² publicada no *OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment* de 1996. Em sua publicação mais atual (disponibilizada no site oficial da organização)³, a OCDE define o IED na quarta edição do *OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment* de 2008 como:

“O investimento externo direto (IED) é uma categoria de investimento que reflete o objetivo de estabelecer um interesse duradouro por um investidor direto residente em uma economia em uma empresa de investimento direto que seja residente em uma economia diferente da do investidor direto. O interesse duradouro implica na existência de uma relação de longo prazo entre o investidor direto e a empresa de investimento direto e de um grau significativo de influência na gestão da empresa. A propriedade, direta ou indireta, de 10% ou mais do poder de voto de uma empresa residente em uma economia por um investidor residente em outra economia é uma evidência de tal relação.” (OCDE, 2008; pág. 234)⁴

Essa definição deixa claro que as principais características do IED são: a ligação do capital estrangeiro, com interesse de longo-prazo, a uma empresa produtiva (não se tratando, portanto, de investimento em carteira) e a participação do investidor direto estrangeiro no gerenciamento da empresa que recebe tais recursos (GONÇALVES, 2002; SAKURAI, 2012). Nacionalmente, podemos contar com a definição da Receita Federal brasileira, similar à supracitada:

Os investimentos estrangeiros podem ser efetuados sob a forma de investimentos diretos ou de investimentos em carteira.

O investimento direto é constituído quando o investidor detém 10% ou mais das ações ordinárias ou do direito a voto numa empresa; e considera-se como investimento em carteira quando ele for inferior a 10%.

(...)

O investimento direto estrangeiro parece ser mais resistente do que o investimento em carteira às crises financeiras nos países receptores, pois resulta de decisões de longo prazo, não sendo, por isso, afetado pela conjuntura de curto prazo. (RECEITA FEDERAL,s/d)

O conceito de IED, como já exposto, tem como característica a participação estrangeira na tomada de decisão de uma empresa em outro país, o que o difere dos Investimentos em Carteira (ou Investimento em Portfólio), pois esses “(...) correspondem a fluxos para aplicações financeiras ou especulativas em bolsas de valores e que não visem o controle da empresa receptora do recurso, (...)” (SAKURAI, 2012; pág. 2). Os conceitos

² Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico.

³ Disponível em: <
<http://www.oecd.org/fr/daf/inv/statistiquesetanalysesdelinvestissement/fdibenchmarkdefinition.htm> >. Acesso em: 18 de Julho de 2014.

⁴ Tradução Nossa.

citados definem de forma clara o que é o IED, entretanto, não expõem as possibilidades de operacionalização desse tipo de investimento.

O manual para promoção de investimentos em cidades de mercados emergentes, o *Millennium Cities Initiative* produzido pelo *Vale Columbia Center on Sustainable International Investment*, da Universidade de Columbia, complementa o conceito já citado e define de forma objetiva que existem quatro tipos de projetos para aplicação de IED:

“Projetos *greenfield*: Novos projetos estabelecidos em um local por um investidor estrangeiro.

Projetos de expansão: investimentos feitos por uma filial estrangeira ou sua controladora em uma operação existente (por exemplo, novos equipamentos, novas instalações de produção, novas atividades), que geralmente envolve um aumento de pessoal.

Projetos *brownfield* ou fusões e aquisições (F & A): investimentos realizados quando uma empresa compra uma unidade de produção existente para lançar uma nova atividade de produção.

Projetos *de joint venture*: novos projetos que envolvem a participação conjunta de uma empresa estrangeira e uma empresa local.” (CENTER, V.C, 2009; pág. 6)⁵

O *Millennium Cities Initiative* foi um manual elaborado para o fomento de investimentos em cidades, localizadas em mercados emergentes, de médio porte ou com baixo orçamento, que por sua vez, tendem a não possuir grandes empresas que atraiam o interesse internacional. Esse estudo acredita, portanto, que Projetos de *greenfield*, expansão e *joint ventures* são aqueles que “(...) geram nova entradas de capitais e novos postos de trabalho.” (CENTER, V.C, 2009; pág. 6)⁶. Dessa forma, podemos aplicar o conceito de IED ao objetivo deste trabalho se utilizarmos, principalmente, os Projetos de *greenfield* como melhor possibilidade desse tipo de investimento para a Paraíba.

Por mais que tenhamos hoje uma definição do que é o IED, como a supracitada, ainda é difícil estabelecer o marco inicial desse fenômeno. O avanço tecnológico, principalmente nos setores das telecomunicações e transportes, interligado à liberalização econômica foram fatores fundamentais para o aumento dos fluxos de capitais no mundo na segunda metade do século XX, sendo o Consenso de Washington⁷ essencial para esse crescimento (FRIEDEN, 2006; CASTELLS, 1999).

A partir de meados da década de 1970, foram intensas as modificações socioeconômicas relacionadas ao processo de internacionalização da economia mundial. Desde já, é preciso enfatizar que esse processo não é novo. Mas ganhou

⁵ Tradução Nossa.

⁶ Tradução Nossa.

⁷ Está sendo levado em consideração principalmente o ponto número sete desse consenso que diz “barreiras que impedem a entrada de ‘externos’ devem ser abolidas” (WILLIAMSON, 2004, pág. 8). Tradução Nossa.

características inusitadas e um impulso com o enorme salto quantitativo ocorrido nas tecnologias da informação. (DUPAS, 1999. Pág. 39)

Antes da década de 1970 não havia um grande número de países com legislação para regulação de IED⁸, inclusive alguns governos eram hostis à atuação das empresas transnacionais (SÁ e MEDEIROS, 2007). Entretanto essa situação de protecionismo foi se alterando no decorrer desse século.

A liberalização econômica⁹, iniciada no Reino Unido e nos Estados Unidos no fim dos anos 1970 e início dos anos 1980, se expandiu para a maioria dos países capitalistas na década seguinte. Por sua vez, a aplicação do neoliberalismo e do Consenso de Washington, de forma não contextualizada e adaptada às condições históricas, políticas, econômicas e sociais dos países emergente, em especial na América Latina, se mostrou desastrosa. Todavia, algumas medidas de liberalização da economia em harmonia com fatores internos, e.g. bons índices sociais, se mostram hoje como um fator primordial para atração de um IED com qualidade¹⁰ (GONÇALVES, 2002; ZHANG, 2005; SÁ e MEDEIROS, 2007; ASSIS, 2012).

O *World Investment Report* 2014 da UNCTAD expôs que as economias em desenvolvimento lideraram o fluxo de recebimento de IED em 2013, tendo atraído \$778 bilhões de dólares, configurando 54% do total desse fluxo. Nesse contexto, o Brasil está em 5º lugar no ranking de 2013 dos vinte maiores países receptores de IED, tendo recebido \$64 bilhões de dólares nesse tipo de investimento, atrás apenas de Hong Kong (US\$ 77 bi), Rússia (US\$ 79 bi), China (US\$ 124 bi) e EUA (US\$ 188 bi), líder absoluto em atração de IED (UNCTAD, 2014).

Essa liderança em recebimento de IED pelos países em desenvolvimento é explicada por medidas liberalizantes de suas economias, como diminuição de restrições nas remessas de lucros e na participação privada em um maior número de setores da economia (UNCTAD 1994; 1995 *apud* SÁ e MEDEIROS, 2007; GONÇALVES, 2008). Outros fatores tradicionais, relacionados às vantagens específicas dos países que são atrativos para alocação de IED são:

⁸ “A legislação para IED foi liberalizada nos últimos anos. Nos anos 1960 e 1970 apenas 7 países tinham legislação para IED; na década de 1980 esse número cresceu para 29; nos anos 1990 já eram 77 países; atualmente a maioria dos países possuem legislação ou normatização para a área de investimentos externos.” (HAMDANI, 2001 *apud* ZHANG, 2005). Tradução Nossa.

⁹ “A liberalização representa a redução das barreiras comerciais de acesso aos mercados nacionais. A desregulamentação envolve a eliminação ou afrouxamento das normas reguladoras da atividade econômica. O que o neoliberalismo faz é a troca de sinais: intervenção estatal x iniciativa privada; regulação x mercado; barreiras comerciais x liberalização; e, controle do investimento externo x abertura.” (GONÇALVES, 2002; pág. 7).

¹⁰ A qualidade do IED considerado neste trabalho é o investimento que tenha um menor impacto ambiental, que possa gerar *spill-over* tecnológico, que gerem uma cadeia produtiva etc.

bons níveis de capital humano, infraestrutura, tamanho do mercado, custo de mão de obra, qualidade da burocracia, observância do cumprimento das leis e carga tributária (SCHNEIDER e FREY, 1985; LOREE e GUISENGER, 1995; LANE e MILESIFERRETTI, 2000; GARIBALDI *et alii*, 2001; CAMPOS e KINOSHITA, 2003 *apud* JUNIOR, 2005; UNCTAD, 1999 *apud* SÁ e MEDEIROS, 2007; SAKURAI, 2012).

As características supracitadas estão consolidadas pela literatura acadêmica nacional internacional e mostram que esses fatores tradicionais são fundamentais para a captação de IED. Esses fatores, que vem influenciando a quantidade e qualidade do IED investido nos países em desenvolvimento, já estão estabelecidos desde o século passado em países desenvolvidos, como os Estados Unidos, que lideram há anos o ranking do *World Investment Report*.

É possível afirmar, diante dessa perspectiva, que nas décadas de 1960 e 1970 o IED, promovido pelas transnacionais, era visto por muitos críticos como indesejável para os países em desenvolvimento. Eles acreditavam que as empresas investidoras transfeririam apenas tecnologia obsoleta, exerceriam grande influência sobre a política e economia dos países receptores e desencorajariam investimentos nacionais (CHANG e GRABEL, 2004; pág. 138).

Recentemente, estudos explicam que o IED pode ser um meio de desenvolvimento das economias receptoras, pois haveria o crescimento do número de empregos, reestruturação da cadeia industrial, transferência de *Know-how* e efeitos de *spill-over* tecnológico (HAMDANI, 2001; MAEKUSEN e VENABLES, 1999; UNCTAD, 1992 *apud* ZHANG, 2005).

2.2. TEORIAS DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS E IED

Por mais que o fenômeno do IED esteja sendo cada vez mais praticado no mundo, não há, porém, na disciplina de Relações Internacionais, uma grande variedade de pesquisas relacionadas ao assunto. Esse tema, por sua vez, é abordado, com muita frequência, de forma direcionada a fatores econômicos e a interesses das empresas nas áreas de Economia e Administração, respectivamente.

Nas teorias de Relações Internacionais, o IED é explicado de forma dispersa pela teoria neoliberal da área que, por sua vez, agrega esse tipo de investimento à ideia do capital internacional e o aumento da sua influência política, em detrimento do poder soberano dos Estados. Da mesma forma, existem estudos que relacionam política interna e externa e sua conexão com o direcionamento do IED, porém essas dão maior foco às causas econômicas

dessa alocação do que a razões políticas (BURCHIL, 2005; BÜTHE e MILNER, 2008 *apud* ASSIS, 2012).

Cabe ressaltar ainda, na conceituação teórica de IED, que a captação desse tipo de investimento pode ser locada como parte da atividade paradiplomática. No Brasil, a promoção econômica e comercial internacional é definida como uma das atividades principais das unidades federativas no exterior, assim como a captação de recursos e a cooperação internacional (SALOMÓN, 2012; KLEIMAN, 2012). Portanto, os órgãos de Relações Internacionais das unidades federativas podem ter diversas ações paradiplomáticas, entretanto, para este trabalho, serão analisadas apenas as atividades das agências de atração de investimento.

3 OS MECANISMOS DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO

Como dito anteriormente, o IED é percebido atualmente por acadêmicos, governos nacionais e subnacionais como um dos instrumentos para o desenvolvimento de suas economias. Os entusiastas desse tipo de investimento levam em conta, principalmente para as economias em desenvolvimento, a perspectiva de acréscimo nos indicativos de emprego e renda em consequência da alocação de capital estrangeiro produtivo em seu território.

Em algumas situações, como no caso da China, existe um *Business Climate*¹¹ favorável ao investimento, não havendo, portanto, visão da necessidade do governo chinês de uma organização nacional para atração de investimentos nesse país. As províncias chinesas, por sua vez, criam mecanismos de atração de investimento¹² a fim de direcionar para seus territórios os investimentos que são naturalmente atraídos para o país (ZHANG, 2005).

O caso brasileiro se assemelha em parte com o da China. Por mais que o Brasil conte recentemente com mecanismos nacionais de atração de investimentos, algumas características internas, que são bem vistas pelo capital internacional, estão sendo construídas de forma não intencional (para captação de IED) pelo país desde a última década do século XX. A fim de aproveitar o capital estrangeiro que busca o país, os estados da federação criam agências de atração de investimento direcionando esse IED para o seu interesse.

¹¹ “*Business climate* é geralmente entendido como o conjunto de variáveis de um local que interferem na realização de negócios. Engloba assuntos como mercado consumidor, custo de instalação, custo de energia, legislação, entre outros.” (ASSIS, 2012; pág. 40)

¹² Serão considerados neste trabalho como mecanismos de atração de investimentos as medidas dos governos para a melhor captação de IED, entre elas: criação e manutenção de agências de atração de investimentos e órgãos afins; criação de um plano de *marketing* do local; incentivos para empresas estrangeiras; e criação planejada de *Business Climate* para o IED.

Será esclarecido neste ponto: como o Brasil vem recebendo o IED ao longo dos anos; quais são as melhores práticas aplicadas pelas agências de atração de investimentos estudadas pela literatura acadêmica sobre o assunto; e se levantará separadamente quais são os mecanismos de atração de investimento utilizados no Rio de Janeiro e da Paraíba para enfim compará-los no último ponto deste trabalho.

3.1 O INVESTIMENTO EXTERNO DIRETO NO BRASIL

A literatura acadêmica começa a considerar as entradas de fluxos significativos de IED no Brasil a partir da segunda metade do século XIX em diante. CURADO e CRUZ (2008), afirmam que desde 1860 é possível encontrar uma participação relevante do IED na economia brasileira. A primeira fase da relação industrialização e IED é datada de 1860 a 1933, que tem uma importância quase inexpressiva, se comparada com as fases futuras, tendo como participação principal o investimento inglês em setores básicos que estimulassem a atividade agroexportadora.

Ainda de acordo com esses autores, a segunda fase da inserção do IED na industrialização brasileira vai de 1930 a 1955, com a participação já preponderante dos EUA que havia ascendido como potência econômica, política e militar após as duas grandes Guerras. Nesse período percebe-se uma alteração do perfil do investidor que não buscava o país apenas como fonte de matéria prima, mas, apesar dessa mudança, o IED alocado no Brasil nessa época não era muito diversificado, se destinando a alguns serviços e setores da indústria como o químico, têxtil, setores de produtos metálicos e equipamentos elétricos, entre outros. Na terceira fase estudada por CURADO e CRUZ (2008), que vai de 1955 a 1980, há a consolidação da participação do IED estadunidense na economia brasileira, em volume e em qualidade das indústrias instaladas no Brasil.

Nos anos 1970, como citado no ponto anterior, se inicia uma participação cada vez maior do IED nos países em desenvolvimento. No Brasil “(...) a partir de 1969, com a estabilização da inflação, a retomada do crescimento econômico e a consolidação de um regime político (...) simpático ao capital estrangeiro, os investimentos externos começaram a se expandir no país.” (NONNENBERG e MENDONÇA, 2003; *apud* JUNIOR, 2005). Para esse autor, o regime desenvolvimentista, com a aplicação da estratégia de substituição de importações, foi o principal responsável para atração de IED da época.

Ainda segundo JUNIOR (2005), após o grande crescimento do volume de IED no país na década de 1970 houve uma redução desses investimentos no Brasil, redirecionados para os

países asiáticos, por causa da crise da dívida, baixo crescimento econômico e alta inflação. Nas palavras de VEIGA (2004; pág. 17) “A crise dos anos 1980 praticamente expulsou o Brasil do mapa do IED”¹³, situação que só foi alterada na década seguinte.

Assistiu-se na segunda metade da década de 1990 um novo *boom* de entrada de IED no Brasil. LAPLANE *et al* (2001), GONÇALVES (1999) apud JUNIOR (2005) e VEIGA (2004) elencam alguns fatores que acarretaram esse novo crescimento de investimentos no país, eles são: a estabilização macroeconômica que gerou demanda interna; liberalização dos setores da economia, como a indústria, que são preferenciais ao IED; criação do Mercosul, ampliando o mercado regional; privatizações e concessões de empresas públicas, sendo esse o principal setor da atuação do IED na época; e atualização de legislação que incentivassem setores da estratégicos da indústria, como a reformulação da Lei de Tecnologia e Informação.

O ano de 1995 é um ponto médio entre duas tendências do IED destinado ao Brasil, a primeira marcada pelo investimento prioritariamente estadunidense, e a segunda, pela pluralização dos países investidores e setores receptores. Segundo VIEGA (2004), esse ano é o ápice do investimento externo direcionado à atividade produtiva industrial em diversos setores e com a participação preponderante dos Estados Unidos. Nos anos que seguem, até 2003, há uma desaceleração da participação do IED na economia brasileira, após o fim das grandes privatizações, assim como a pluralização dos investimentos (aumento da participação em serviços) e dos países investidores (menor participação da Alemanha, Canadá e Reino Unido e maior da Espanha, Portugal e Holanda).

Do ano de 2004 em diante, podemos ver novamente o crescimento da contribuição de IED na economia Brasileira. Nos anos de 2007 a 2011 temos altos índices de participação de investimento externo no PIB nacional, tal fato é explicado pela crise financeira internacional que desviou o fluxo de IED dos países desenvolvidos, maiores envolvidos na crise, para os países em desenvolvimento (ASSIS, 2012). De 2011 até hoje, o país continua sendo um dos grandes receptores de IED mundial, alternando posições entre o quarto e quinto lugares no ranking da UNCTAD.

A grande participação de IED na economia nacional nos últimos anos se dá a fatores externos, como a crise internacional que favoreceu os países em desenvolvimento, a fatores internos como a melhora da infraestrutura, capital humano, estabilidade econômica e política e pela atuação de agências atração de investimento em nível nacional.

¹³ Tradução Nossa.

Como já demonstrado, em 2002 foi criada a agência “Investe Brasil”¹⁴, sendo essa de caráter misto de público e privado, com o objetivo de ser o órgão nacional de prospecção de investimentos e tendo como meta aliar os interesses dos financiadores da agência (GOVERNO FEDERAL *apud* ASSIS, 2012). De acordo com SAKURAI (2005) *apud* ASSIS (2012) existiram cinco razões principais para a extinção dessa agência, a saber: a não perspectiva de um retorno garantido das empresas privadas que investiriam na agência; insuficiência orçamentária e de recursos humanos; problemas de gestão organizacional devida a própria natureza multiministerial do órgão; a sede no Rio de Janeiro, o que não facilitaria a comunicação com setores governamentais importantes; e falta de postura ativa para atração de IED.

Atualmente dois órgãos públicos trabalham com o fomento do IED no Brasil, estes são: a Agência Brasileira de Promoção a Exportação (Apex) e a Rede Nacional de Informações sobre Investimentos (RENAI). Ambos trabalham com a prospecção de investimentos externos, porém é possível delinear suas atuações de acordo com seu foco principal de atuação, o interno e o externo.

A principal função da Apex é a criação de uma estratégia de venda da imagem do país. Esse processo se compõe de uma fase de delimitação dos setores prioritários¹⁵ para captação de IED e posteriormente o contato com os países alvos por meio de instituições e feiras que concentrem um maior número de possíveis investidores. A RENAI, por sua vez, funciona como um canal de comunicação interno para promoção de IED, trabalhando em parceria com secretarias estaduais de atração de investimento, embaixadas e câmaras de comércio, entre outros (APEX, s/d; RENAI, s/d *apud* ASSIS, 2012).

As duas agências possuem funções bem similares e muitas vezes desempenham o mesmo trabalho – ambas, inclusive, criam e disseminam imagens do Brasil e dos seus estados em diferentes países e instituições parceiras. No entanto, se pudesse traçar a maior diferença entre as duas, é de que a Apex trabalha de fora pra dentro – atingindo investidores para trazer ao Brasil – enquanto a RENAI atua de dentro pra fora. (ASSIS, 2012; pág. 26)

Tendo em consideração o histórico do IED no Brasil, e adentrando o objetivo deste trabalho, faz-se necessário explicar a atuação das agências de atração de investimento dos estados do Rio de Janeiro e da Paraíba, que serão contrastadas no último ponto. É necessário

¹⁴ Hoje a marca pertence a uma empresa privada de consultoria de investimentos.

¹⁵ “A delimitação dos setores é feita a partir das vocações e necessidades do país, fazendo com que a economia cresça de acordo com a política de desenvolvimento firmada pelo governo federal.” (ASSIS, 2012; pág. 25). e.g. Biotecnologias, Petróleo e Gás, Tecnologia da informação e Turismo.

esclarecer, antes, quais são as melhores práticas consideradas pela literatura acadêmica sobre a atuação desse tipo de agência.

3.2 MELHORES PRÁTICAS DAS AGÊNCIAS DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO

O IED, como anteriormente citado, traz ao país receptor uma série de benefícios, principalmente nas áreas de emprego e renda. Por isso, as agências de atração de investimento dos países buscam criar uma imagem favorável para prospectar investimento de qualidade para seu território, criando setores de interesse para a aplicação de capital no país. Algumas vezes, porém, esses setores definidos pelas agências nacionais não englobam, total ou parcialmente, os interesses que as unidades federativas consideram mais importantes para o seu território.

Tendo isso em vista, os estados compreendem a necessidade de criação de agências próprias de atração de IED, a fim de melhor aproveitar o investimento direcionado ao país. A agência estadual de atração de investimento, com base em um conhecimento mais próximo de suas desvantagens e, principalmente, vantagens, tem o poder de definir objetivos próprios, que podem diferir dos nacionais, e tornar a atração de IED mais eficaz.

A literatura acadêmica pesquisa as melhores práticas que podem ser utilizadas pelas agências de atração de investimento, visando sua melhor atuação. Serão utilizados nessa seção dois manuais base de melhores práticas em captação de IED, quais sejam, o *The Policy Framework for Investment: A Review of Good Practices*, da OCDE, e o *Millennium Cities Initiative* do Vale Columbia Center on Sustainable International Investment, da Universidade de Columbia, já citado neste trabalho.

Cabe esclarecer que nenhum desses dois trabalhos tem como foco o estudo de agências estaduais de investimento, sendo o primeiro trabalho voltado para agências nacionais de investimento e o segundo para agências municipais, todavia, ambos contribuem para a pesquisa, principalmente no caso do *Millennium Cities Initiatives*, que estuda as melhores práticas de unidades federativas.

De uma forma geral, ambos os estudos concordam que as principais funções de uma agência de atração de investimentos são: a estratégia, a organização, o marketing, a seleção de empresas (*investor targeting*), a facilitação do investimento e a continuação do atendimento, formando um ciclo, como exemplificado na Figura 1.

Figura 1. As funções da agência e o ciclo de atração de investimentos



Fonte: Henry Loewendahl, "A framework for investment promotion," *Transnational Corporations*, 10 (1), (2001), p. 3. *apud* CENTER, V.C, 2009; pág. 24.

A CENTER, V.C (2009), define que uma boa **estratégia**¹⁶ da agência de atração de investimentos é aquela que é formulada visando o melhor IED com o menor gasto possível na ação de *marketing*. Seria necessário, portanto, um plano que fosse eficiente em mostrar as vantagens específicas e competitivas do local, ou seja, a propaganda daquele benefício exclusivo e o que tem de melhor se comparado com outros.

Ainda é considerado de grande relevância por esse estudo, que haja a definição de um papel claro da atuação da agência de atração de investimentos, isso a tornaria mais eficiente na execução de seu objetivo, sem o desvio de sua função para outros âmbitos que não a prospecção de investimentos. Outros fatores levados em consideração para a **organização**¹⁷ da agência são: a necessidade de uma autonomia operacional e recursos próprios de trabalho em *marketing* e manutenção de funcionários qualificados. Além disso, a agência deve ter um relacionamento dinâmico com instituições internas do estado e com as agências nacionais de promoção de investimento, para assim obter informações necessárias e futuras facilitações para as empresas que irão se alocar no território.

A OCDE (2006), assim como o Vale Columbia Center, considera que há a necessidade de um gasto proporcional com a agência consonante com o retorno esperado pelo seu trabalho. O orçamento da agência deve abarcar os custos com material de divulgação exterior, material de uso interno da agência e seu gasto com funcionários, tendo em consideração que "O salário pago aos funcionários que trabalham no setor de atração de investimentos é

¹⁶ Grifo nosso.

¹⁷ Grifo nosso.

geralmente similar aos da área privada, a fim de atrair funcionários com habilidades apropriadas.”¹⁸ (CENTER, V.C, 2009; pág. 46).

O *Millennium Cities Initiative* explica a importância de uma boa estratégia de *marketing*¹⁹ e define como meios mais eficientes de publicidade do local (principalmente considerando agências com orçamento limitado) os portfólios e *web sites* informativos. Para o estudo, há a necessidade de ligação entre o desenvolvimento do *marketing* pela agência e a **seleção de empresas**²⁰ (*investor targeting*), pois a construção da imagem do local deve se relacionar ao que o investidor procura. Sendo esses dois instrumentos, portfólio e *web site*, produzidos para um público específico já idealizado na estratégia, evitando, portanto, esforços e gastos desnecessários.

Após os quatro primeiros pontos do ciclo finalizados (estratégia, organização, marketing e seleção das empresas, *investor targeting*) e o contato realizado com a empresa, faz-se necessário operacionalizar a **facilitação do investimento**²¹. “Muitos governos tem introduzido reformas para agilizar e simplificar o processo de abertura de novos negócios”²² (OCDE, 2006; pág. 37), portanto a função da facilitação do investimento é tornar sua prospecção em realidade, dessa forma é necessário desenvolver algumas medidas efetivas para a concretização do IED no território, entre as principais, de acordo a CENTER, V.C (2009), estão o suporte informativo e as *one-stop shops*.

As empresas estrangeiras que expandem seu capital para outra economia não têm informações fundamentais necessárias como legislação, localizações, informações culturais e recrutamento de capital humano. Dessa forma, é necessário que a agência de atração de investimentos promova essas informações, que são simples, porém fundamentais. As *one-stop shops*, por sua vez, são consideradas como um ótimo facilitador do IED, pois são locais onde se concentram um grande número de agências governamentais que regulam a abertura de empresas, evitando assim perda de tempo.

O último passo do ciclo, que não dá fim ao processo de atração de investimentos, é a **continuação do atendimento**²³. Manter a facilitação das ações de uma empresa já instalada é fundamental para as agências de atração de investimento, pois ajuda a manter o investimento conquistado no local, contribui para que haja a expansão do empreendimento gerando mais

¹⁸ Tradução Nossa.

¹⁹ Grifo nosso.

²⁰ Grifo nosso.

²¹ Grifo nosso.

²² Tradução Nossa.

²³ Grifo nosso.

empregos e renda e cria uma boa imagem para outros possíveis investidores através dos relatos positivos das empresas já instaladas (CENTER, V.C, 2009).

Ainda de acordo com os estudos, também pode ser considerado como uma ação positiva dessas agências, a prospecção de investimento nacional direto, principalmente para agências com baixo orçamento.

Portanto, de acordo com a literatura utilizada, a operacionalização eficiente desse ciclo é a mais aconselhada, haja vista que os trabalhos usados têm como base de pesquisa a utilização de casos empíricos, além dos estudos de especialistas nas áreas de *Marketing*, Relações Internacionais e Gestão Pública. Tendo esses pontos esclarecidos, cabe agora entender o funcionamento dos mecanismos de atração de investimentos dos estados do Rio de Janeiro e da Paraíba.

Com a participação da Subsecretaria de Relações Internacionais do Rio de Janeiro (SSRI) e o Núcleo de Atração de Investimentos do Estado da Paraíba (NAI) foi possível conseguir a maioria das informações necessárias para a elaboração deste trabalho. Como o autor deste artigo é Gestor de Atração de Investimentos do NAI, foi mais fácil, portanto, obter as informações dessa agência. Salientamos de forma enérgica a atenção e cooperação da SSRI na figura de Luiz Carlos T. de Carvalho, Assessor Especial de Relações Internacionais, que proveu as informações pedidas à sua agência.

Para a melhor disposição das informações, o conteúdo foi separado em Informações Gerais, Informações sobre o Funcionamento da Agência e Informações sobre o Quadro de Funcionários, além de um breve histórico inicial dos estados e das agências.

3.3 O CASO DO RIO DE JANEIRO

O Rio de Janeiro está localizado na região sudeste do país, possui a área de 43.696 km², conta com 16 milhões de habitantes (8,4% da população brasileira), é um dos estados maior relevância econômica do país, 10,9% do PIB brasileiro, e é aquele com maior proporção IED *per capita* (IBGE, 2010; FMI, 2010 *apud* RIO DE JANEIRO, 2013; BANCO CENTRAL, 2005 *apud* SAKURAI, 2012).

O órgão responsável pela prospecção de IED no Rio de Janeiro é a Subsecretaria de Relações Internacionais (SSRI), criada em 2008, pertencendo à pasta da Secretaria de Estado da Casa Civil e é responsável pela interlocução externa do Governo do Estado. A SSRI tem como objetivo “planejar, coordenar, integrar, articular e executar as ações do Governo do Estado do Rio de Janeiro no plano internacional, em parceria com as Secretarias de Estado e

demais órgãos da administração estadual, do governo federal, das prefeituras e entidades do setor privado.” (RIO DE JANEIRO, 2013) e tem como funções atuar com a captação de financiamentos externos, as relações institucionais internacionais, a cooperação internacional e a atração de IED.

O artigo 53 do decreto de criação da SSRI é dedicado à Assessoria de Comércio e Investimentos e define suas competências:

- I. Atuar na promoção de investimentos, em parceria com as Secretarias de Estado, governo federal, seções econômicas e comerciais de embaixadas e consulados estrangeiros e brasileiros e entidades do setor privado envolvidas no trabalho de atração de investimentos estrangeiros diretos para o Estado do Rio de Janeiro;
- II. Promover o comércio exterior, visando à ampliação das exportações e das importações fluminenses, através da realização de missões econômicas e comerciais, organização de rodadas de negócios, participação em feiras internacionais, em parceria com o governo federal e com o setor privado, entre outras iniciativas. (RIO DE JANEIRO, 2013)

Tendo em vista essa introdução do histórico e das ações da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro, e antes de se partir para os principais pontos que serão contrastados com o NAI da Paraíba, faz-se necessário esclarecer que as informações sobre a SSRI expostas nos pontos seguintes provem das respostas do questionário respondido por Luiz Carlos T. de Carvalho, Assessor Especial de Relações Internacionais, que estão disponibilizadas no Anexo 1.

3.3.1 INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A SSRI

Como já exposto, a Assessoria de Comércio e Investimentos da SSRI atua como agência de atração de IED do Rio de Janeiro desde 2008, além de ser responsável pela promoção do comércio exterior do estado, atuando nesses setores em parceria com a Companhia de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro (CODIN)²⁴, com a Agência Estadual de Fomento (AgeRio)²⁵ e com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico. Além desses órgãos, a SSRI possui uma forte interação com: a Apex e a RENAI, a nível federal; a Secretaria de Ciência e Tecnologia, ainda em nível estadual; com a Rio Negócios, agência

²⁴ A Companhia de Desenvolvimento Industrial do Estado do Rio de Janeiro – CODIN - é uma sociedade de economia mista, de administração indireta do Estado do Rio de Janeiro, vinculada à Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços – SEDEIS. (CODIN, 2013)

²⁵ A AgeRio – Agência Estadual de Fomento – uma instituição financeira não bancária, sociedade de economia mista, com personalidade jurídica de direito privado, vinculada à Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços – SEDEIS. (AGERIO, 2013)

municipal do Rio de Janeiro, na área de atração de investimentos; e demais secretarias econômicas dos municípios. Há também a atuação da SSRI junto aos consulados, embaixadas e escritórios de representação estrangeiros no Rio de Janeiro e em outras localidades do país.

A SSRI foi criada pela necessidade de ampliar, diversificar, qualificar e descentralizar (interiorizar) a atração de investimentos estrangeiros, não sendo uma função da Subsecretaria a captação de investimento nacional direto. O perfil das empresas alvos da agência são as médias e grandes multinacionais, com pouca ou nenhuma presença produtiva no Brasil e tem como setores prioritários: O&G, Naval, Automotivo, Hotelaria, *Real State* e *Green Economy*.

Não foi enfrentado, em seu início, nenhum problema burocrático, o que houve, de acordo com Luiz de Carvalho foi uma dificuldade de esclarecer a área de atuação de cada uma das instituições estaduais que trabalham na prospecção de investimentos. O assessor ainda afirma que forças política não influenciam ou já influenciaram negativamente as ações da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro.

A SSRI possui autonomia para elaboração de projetos, criação de *marketing* e promoção de investimentos e, desde sua criação até hoje, já atraiu investimentos potenciais de US\$ 10,4 bilhões. De acordo com Luiz de Carvalho, há no estado um *Business Climate* favorável à atuação da Subsecretaria para atração de investimentos.

A SSRI não possui *web site*.

3.3.2 INFORMAÇÕES SOBRE O FUNCIONAMENTO DA AGÊNCIA

As condições de trabalho (local, funcionários, orçamento) da SSRI nem sempre foram as ideais. A agência possui apenas um setor e a forma mais comum de primeiro contato com os investidores é por meio de reuniões pessoais, e-mails e questionários.

Seu financiamento provém apenas do tesouro estadual fluminense e o orçamento anual com marketing e funcionamento da agência não foi revelado.

3.3.3 INFORMAÇÕES SOBRE O QUADRO DE FUNCIONÁRIOS

Desde sua criação, houve uma evolução significativa do número do quadro de funcionários do da SSRI, que contava com o trabalho de apenas oito funcionários no ano de sua criação e hoje tem a atuação de 20 funcionários, que possuem nível técnico/profissional mínimo de pós-graduação e com a formação mais comum em Relações Internacionais.

A remuneração mínima dos funcionários da agência é de R\$ 2.200 e há, de acordo com Luiz de Carvalho, uma alta rotatividade dos funcionários da agência.

O conhecimento em inglês e espanhol como línguas estrangeiras é um pré-requisito para os funcionários.

3.4 O CASO DA PARAÍBA

A Paraíba está localizada na região nordeste do país. Possui uma área de 56.340 km² - conta com 3,5 milhões de habitantes - com o PIB de R\$ 35, 4 bilhões e vem demonstrando cada vez mais interesse de inserir-se na rota do desenvolvimento promovido pelo IED (IBGE, 1988 *apud* LIMA, VASCONCELOS e MATEUS 2008; IDEME e IBGE, 2011).

Tendo como justificativa o grande fluxo de IED atraído para o país e que, através das agências do MDIC, demonstrava interesse no território paraibano, o Secretário Executivo de Indústria e Comércio da Paraíba²⁶ solicitou em 2011, por meio de Ofício ao Gabinete do Governador, a criação de um comitê receptivo que atuaria de forma proativa como agência de atração de investimentos do estado e tendo as seguintes funções:

1. Recebendo os empresários em missão comercial e atendendo às demandas existentes;
2. Atuando na prospecção de investimentos externos diretos para o nosso estado;
3. Realizando paradiplomacia ao estabelecer convênios de cooperação com unidades subnacionais – departamentos, províncias, estados, ou municípios de outros países – nos quais o Brasil tem relacionamento diplomático. (...);
4. Construindo e divulgando informações sobre o Estado da Paraíba nos mais diversos canais disponíveis tanto nas esferas federais, nas plataformas oferecidas pelos ministérios para investidores tanto externos como nacionais; quanto nas esferas internacionais;
5. Participando de feiras internacionais promovendo o nosso Estado;
6. Utilizando boas práticas de governança para facilitar a comunicação e a ação concertada entre os agentes dentro do Governo do Estado e da sociedade civil que sejam partes interessadas nos processos. (PARAÍBA, 2011)

Apesar do documento acima citado, o Núcleo de Atração de Investimentos existe na prática, porém “não possui registro formal como órgão formal” (ASSIS, 2012). Explicado o histórico e as funções formais documentadas do NAI, passaremos aos principais pontos que serão contrastados com a SSRI do Rio de Janeiro. Por questões metodológicas será respondido o mesmo questionário enviado à SSRI, porém com as alterações cabíveis e as informações de documentos oficiais da Paraíba.

²⁶ Marcos José de Araújo Procópio, graduado em Engenharia Elétrica atuante no mercado de produção e comercialização de produtos eletrônicos e similares há cerca de 15 anos.

3.4.1 INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE O NAI

O Núcleo de Atração de Investimentos, assim como já citado é o órgão responsável pela prospecção de IED na Paraíba e está vinculado à Secretaria Executiva de Indústria e Comércio da pasta da Secretaria de Estado do Turismo e do Desenvolvimento Econômico. O Núcleo atua pontualmente com a Companhia de Desenvolvimento Industrial da Paraíba (CINEP)²⁷, com a Secretaria de Planejamento e Gestão (SEPLAG) e com as demais secretarias estaduais. Nacionalmente, o Núcleo se relaciona com a Apex e a RENAI e se relaciona com as prefeituras da Paraíba e suas secretarias, quando solicitado.

O perfil das empresas prospectadas para o estado são aquelas de médio porte que possam trazer emprego e renda e que desenvolvam a cadeia produtiva local. Os setores prioritários em atração de IED inicialmente foram o Turismo, Energias Renováveis, Indústria de Couro e Calçados e Tecnologia da Informação e atualmente foram acrescentados os setores de Indústria e Turismo Náutico, Equipamentos Médico-Hospitalares e Distribuição e Logística. O NAI também trabalha na atração de investimentos nacionais, que foram aqueles que se concretizaram nos três anos de atuação do núcleo.

As dificuldades burocráticas iniciais perduram até hoje, pois a falta de formalização do NAI faz com que o escopo das suas ações institucionais seja limitado, a exemplo da impossibilidade de manutenção de um quadro fixo de funcionários com cargos específicos. Além disso, forças políticas influenciam negativamente a atuação da agência paraibana de atração de investimentos, pois, muitas vezes seu trabalho se torna lento, para, ou até mesmo não se inicia por interesses políticos.

O NAI não possui nenhuma autonomia para criação de *marketing*, assim como todos os órgãos do estado, tal tarefa cabe a Secretaria de Comunicação Institucional do Estado (SECOM). Os funcionários do NAI não possuem autonomia para criação de projetos e busca de novos investidores, seu trabalho é realizado por demanda de algum investidor interessado no local ou pela iniciativa do Secretário Executivo de Indústria e Comércio.

Não há um *Business Climate* favorável à atuação da agência no estado, pois:

“Instaurada por determinação pessoal do Secretário Executivo de Indústria e Comércio, independentemente das metas centrais de governo, a criação do Núcleo não fez parte de uma política central do governador, foi, na verdade, compreensão

²⁷ A CINEP é um órgão que possui autonomia, liberdade orçamentária e administrativa para realização das ações em prol do desenvolvimento industrial da Paraíba e está ligada juridicamente à SETDE. (ASSIS, 2012). Muitas vezes esse órgão se mostra ineficaz em seus objetivos, pois, apesar de possuir um contingente operacional e orçamentário muito maior que o NAI, demonstra resultados muito inferiores a esse.

da necessidade e um órgão com esta finalidade do Secretário Executivo Marcos Procópio. (...)
Hoje, o grande empecilho para o funcionamento do NAI é justamente a falta de apoio central do governo.” (ASSIS, 2012; pág. 38)

O NAI mantém um *web site* nas versões em inglês e português.

3.4.2 INFORMAÇÕES SOBRE O FUNCIONAMENTO DA AGÊNCIA

As condições de trabalho (local, funcionários, orçamento) do NAI, desde sua criação, não foram e ainda não são satisfatórias, pois o local de trabalho é antigo e sucateado, o quadro de funcionários da agência é pequeno, e apesar de sua qualificação, limitado pela sua falta de autonomia e recurso e o orçamento para a agência não é condizente com os resultados que se esperam dela. A agência possui apenas um setor e a forma mais comum de primeiro contato com os investidores é por meio de contato pessoal e por e-mail.

O Núcleo é financiado apenas pelo tesouro estadual paraibano, tendo seu orçamento incorporado aos gastos totais com a SETDE. Não há orçamento anual com *marketing*, pois tal ação não lhe compete.

3.4.3 INFORMAÇÕES SOBRE O QUADRO DE FUNCIONÁRIOS

O quadro de funcionários da agência se mantém entre três e quatro funcionários desde sua criação, nunca mais que isso. O nível técnico/profissional mínimo é de graduando e a formação mais comum dos funcionários é em Relações Internacionais.

A remuneração mínima dos funcionários da agência é de R\$ 1.200 e há uma alta rotatividade dos funcionários da agência, na atual formação do NAI, dois funcionários, de três, possuem menos de um ano no cargo.

O conhecimento em inglês e espanhol como línguas estrangeiras é um pré-requisito para os funcionários.

4 COMPARANDO OS CASOS

O que se fará agora é o contraste dos mecanismos de atração de investimentos²⁸ encontrados no Rio de Janeiro e da Paraíba, quando necessário também se utilizará os conceitos da literatura acadêmica, a fim de propor melhorias nos mecanismos de atração de investimento na Paraíba. Reiteramos que, como dito desde o início deste trabalho, não se considerará as vantagens comparativas dos estados estudados.

O primeiro ponto que é levado em consideração é o *Business Climate* encontrado no Rio de Janeiro. Conforme constatado em Zhang (2005) e Assis (2012), já citados neste trabalho, esse é um fator fundamental para a atração de IED e, por isso, a SSRI consegue trabalhar de forma mais eficiente quando uma empresa estrangeira encontra no Rio de Janeiro um bom local para investir. Viu-se, nas seções anteriores, que o estado é em grande medida responsável pelo favorecimento dos fatores que proporcionam as melhores condições para o IED. E no caso do Rio de Janeiro, percebe-se que o estado atua de forma direta para favorecer o *Business Climate*.

No caso paraibano, o NAI encontra uma série de dificuldades burocráticas e de entraves no estado, pois nunca houve interesse dos governos em criação de um *Business Climate* favorável ao desenvolvimento da Economia paraibana. Este trabalho sugere que os governos tomem medidas duradouras de fomento de um clima favorável aos negócios que possam surgir não só por IED, mas como também por investimentos nacionais e locais.

Em relação ao *Marketing*, o NAI o promove através de *seu web site* e por seu portfólio que conta com informações eficientes para o investidor estrangeiro e nacional, mudando sua antiga imagem de um local atrasado ou apenas turístico. Entretanto a publicidade do Rio de Janeiro é superior à da Paraíba, pois o estado é há muito tempo divulgado internacionalmente vinculado a imagem do país, por publicidade espontânea ou por agências nacionais de Turismo, o que é positivo para o IED, pois esse também é um setor prioritário do estado; e porque o Rio de Janeiro possui muito mais recursos para investir em *marketing* (em revistas internacionais de economia, feiras internacionais de negócios, promoção de eventos para possíveis investidores ou em missões internacionais).

Sugere-se, portanto, que o NAI mantenha os esforços em mudar positivamente imagem do estado em favor dos negócios, não apenas como local turístico, e que aproveite

²⁸ Repetimos que serão considerados neste trabalho como mecanismos de atração de investimentos as medidas dos governos para a melhor captação de IED, entre elas: criação e manutenção de agências de atração de investimentos e órgãos afins; criação de um plano de *marketing* do local; incentivos para empresas estrangeiras; e criação planejada de *Business Climate* para o IED.

oportunidades de divulgação que não sejam tão custosas para o baixo orçamento e interesse disponibilizados pelos governos ao IED, até que essa situação de descaso seja alterada.

Sobre a criação e manutenção de agências de atração de investimento, é visível que os níveis de organização institucional, de valorização dos funcionários e de funcionamento da SSRI são muito superiores aos da Paraíba. Percebe-se também a delimitação da atuação da subsecretaria na Figura 2.

Figura 2. Escopo de atuação da SSRI



Fonte: Rio de Janeiro (2013).

Apesar da ação bem delimitada apresentada na figura acima, sabe-se que houve uma evolução da atuação da SSRI em termos de quadro de funcionários, condições de infraestrutura e do âmbito de ação da agência e dos outros órgãos que facilitam o IED no estado. Portanto sugere-se que o NAI continue buscando sua profissionalização e espaço dentro da Paraíba, conscientizando os governos da importância do setor e evitando o desvio de atuação do núcleo, para atividade que não sejam diretamente ligadas à captação de IED.

Em relação aos incentivos oferecidos, não foi encontrado uma grande diferença entre os estados estudados e os demais estados brasileiros, pois incentivos (fiscais, locacionais, etc.) sempre são oferecidos para as empresas que desejam se instalar. O que as empresas buscam são as características mais favoráveis ao seu lucro, como localização, mão de obra qualificada, infraestrutura adequada ao escoamento da produção, etc.

Portanto, de acordo com os objetivos propostos neste trabalho, é possível concluir que muitos dos mecanismos de atração de IED encontrados no Rio de Janeiro (com exceção do *Business Climate*) já são utilizados na Paraíba, porém de forma menos eficiente. Foi entendido que a elaboração do NAI englobou em sua idealização os principais pontos positivos sugeridos pela literatura internacional, que tem como base principal estudos práticos, porém os contextos político e burocrático da Paraíba impedem o desenvolvimento dessa atividade.

Concluimos apresentando a sugestão que o estado da Paraíba faça um plano de ação para resolução dos problemas encontrados nesses mecanismos e que eles sejam postos em prática, logicamente considerando o orçamento e tempo necessário para efetivação das correções de maneira a aproveitar melhor os benefícios da captação eficiente de IED, tendo como exemplo o trabalho desenvolvido no Rio de Janeiro. Por fim, vimos que a necessidade principal, para a melhora dos mecanismos de atração de IED na Paraíba, é a vontade política para a mudança.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a comparação dos mecanismos de atração de IED utilizados no Rio de Janeiro e da Paraíba, percebeu-se que o estado da Paraíba deve aperfeiçoar seu *Business Climate* e aprimorar a forma de atuação da sua agência de atração de investimentos, o NAI. Todavia há incerteza na continuidade das ações positivas que estão sendo tomadas em prol dessa área nos últimos anos, se com a mudança de governos. Portanto, a falta de medidas de Estado, e não de governo, podem prejudicar a atuação da agência paraibana.

De uma forma geral, viu-se ainda que não há na literatura das Relações Internacionais estudos aprofundados sobre IED, e também se percebeu, além disso, a falta de estudos Latino-Americanos das relações internacionais do assunto. Apesar de certa facilidade em se encontrar estudos científicos brasileiros sobre IED nas áreas de Economia e Administração, não havia mesma disponibilidade em trabalhos de Relações Internacionais sobre o tema. Na Paraíba, foi encontrada apenas uma pesquisa sobre IED e a atuação de suas agências em âmbito dos estados, o que é mais um argumento em favor da justificativa deste trabalho sobre a necessidade de haver um maior número de pesquisas nessa área.

Cabe ressaltar que este trabalho procurou trazer uma visão sobre a atuação das agências de atração de investimento de unidades federativas, neste caso os estados do Rio de

Janeiro e da Paraíba, tornando-o diferente dos estudos encontrados nas áreas irmãs. A Economia e a Administração geralmente produzem pesquisas do impacto do IED nas economias e sobre os motivos das empresas se internacionalizarem, respectivamente. Dessa forma este trabalho buscou contribuir com um estudo pragmático o IED numa perspectiva da atuação de uma UF, o que é diferente do encontrado no meio acadêmico.

Apesar de este trabalho ter alcançado seus objetivos, sabe-se que o assunto não está de forma alguma esgotado. Pelo contrário, viu-se a necessidade de maior produção acadêmica sobre os temas de IED sob uma perspectiva das relações internacionais, como também dos mecanismos de atração de investimento, ou seja, quais meios os países e unidades federativas se utilizam para se projetar internacionalmente e conseguir IED.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, M. O. E. G. de. **A mão visível do mercado: política de construção de imagem da Paraíba para atração de investimentos internacionais**. João Pessoa, 2012.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CENTER, V. C. **Handbook for promotion Foreign Direct Investment in Medium-Size, Low-Budget Cities in Emerging Markets**. Nova York: Columbia, 2009.

CHANG, H.; GRABEL I. **Reclaiming Development**. AED Books. Londres e Nova York, 2004.

CURADO, M.; CRUZ, M. J. V. **Investimento Direto Externo e Industrialização no Brasil**. R. Econ. contemp., Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 399-431, set./dez. 2008.

DUPAS, G. **Economia Global e exclusão social: pobreza, emprego, estado e futuro do capitalismo**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

FRIEDEN, J. A. **Capitalismo global: história econômica e política do século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

GONÇALVES, R. **O Nó Econômico**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

GONÇALVES, R. **Emprego, Desenvolvimento Humano e Trabalho Decente: A Experiência Brasileira Recente**. Brasília: CEPAL/PNUD/OIT, 2008.

IBGE; IDEME-PB. **IDEME e IBGE divulgam PIB dos municípios paraibanos para 2011**.

Disponível em: <

https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ideme.pb.gov.br%2Findex.php%2Fobjetivos-do-milenio%2Fdoc_download%2F2872-anexo-estatistico-pib-municipal-2011.html&ei=SWHYU4XXCMW5igKSjYC4AQ&usg=AFQjCNG5bQXnEcnLpJNrtH1JQ QvBV5-4gA&sig2=tcA4cPC2GSv1hbEs2tNR3g>. Acesso em: 28 de Julho de 2014.

JUNIOR, A. J. M. L. **Determinantes do Investimento Externo Direto no Brasil**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2005.

KLEIMAN, A. **Um olhar brasileiro sobre a ação internacional dos governos subnacionais**. In: PINHEIRO, L.; MILANI, C. R. S. **Política externa brasileira: as práticas da política e a política das práticas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012. Pág. 301-329.

LIMA, T.; VASCONCELOS, I.; MATEUS, R. **Paraíba terra minha: história e geografia incangado**. João Pessoa: Imprell Editora, 2008.

OECD. **Benchmark Definition of Foreign Direct Investment**. OECD: Paris, n. 3, 1996.

OECD. **Benchmark Definition of Foreign Direct Investment**. OECD: Paris, n. 4, 2008.

PARAÍBA, 2011. **OFÍCIO/GSE/Nº 0029/22 Ref.: Criação de Comitê Receptivo para atração de investimentos**.

RECEITA FEDERAL, s/d. **O Investimento Direto Estrangeiro**. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/IDE/IDEBrasilCuba/ide.htm>> Acesso em: 21 de Julho de 2014.

RIO DE JANEIRO, 2013. **A Subsecretaria de Relações Internacionais**. Disponível em: <<http://investimentos.desenvolvimento.gov.br/public/arquivo/arq1366901719.pdf>> Acesso em: 28 de Julho de 2014.

SÁ, C. W. L.; MEDEIROS, J. J. **Fatores que Influenciam as Estratégias Empresariais de Investimento Externo Direto**. Workshop Sobre Internacionalização de Empresas. São Paulo, 2007.

SAKURAI, T. **Workshop sobre atração de investimentos no Brasil**. Belo Horizonte, 2012.

SALOMÓN, M. **A dimensão subnacional da política externa brasileira: determinantes, conteúdos e perspectivas**. In: PINHEIRO, L.; MILANI, C. R. S. **Política externa brasileira: as práticas da política e a política das práticas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012. Pág. 269-300.

UNCTAD. **Word Investment Report 2007**. Genebra, ONU. 2007.

UNCTAD. **Word Investment Report 2014**. Genebra, ONU. 2014.

VIEGA, P. da M. **Foreign Direct Investment in Brazil: regulation, flows and contribution to development**. 2004. Disponível em: <http://www.iisd.org/pdf/2004/investment_country_report_brazil.pdf>. Acesso em: 28 de Julho de 2014.

WILLIAMSON, J. **The Washing Consensus as Policy Prescription for Development**. Practitioners of Development. Washington, 2004.

ZHANG, J. **Target Foreign Direct Investment Promotion Strategy - Attracting the "Right" FDI for Development**. First Annual Conference on Development and Change. Neernrana, 2005.

ANEXO 1

Questionário para elaboração do TCC: **Estudo comparado dos mecanismos de atração de Investimento Externo Direto utilizados nos Estados do Rio de Janeiro e da Paraíba**

As perguntas estão separadas em grupos (Questionamentos gerais e sobre a história da agência, como se dá seu funcionamento e sobre seu quadro de funcionários) para o melhor ajuste de suas respostas no trabalho.

Questionamentos gerais e sobre a história da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro:

1. A Subsecretaria de Relações Internacionais do Rio de Janeiro atua como a agência de atração de investimentos do Estado? Se sim, há quanto tempo? Se não, qual órgão atua como tal? Sim, a Assessoria de Comércio e Investimentos da Subsecretaria, responsável também pela promoção do comércio exterior fluminense, atua em parceria com entidades como a CODIN, AGeRio e com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico na atração de investimentos. A atual configuração da Subsecretaria é de janeiro de 2008.
2. Por quais motivos e circunstâncias se criou a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro? Necessidade de ampliação, diversificação, qualificação e descentralização (para o interior) da atração de investimentos estrangeiros.
3. Quais foram as dificuldades burocráticas iniciais enfrentadas? Nenhuma burocrática propriamente, a maior dificuldade foi esclarecer a área de atuação de cada uma das instituições nessa “rede” de atração de investimentos.
4. Quais instituições trabalham (ou já trabalharam) com a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro? Como funciona essa interação? A nível estadual, além das citadas acima, há forte interação com a Secretaria de Ciência e Tecnologia. A nível federal os principais interlocutores são a ApexBrasil e o MDIC por meio da RENAI. Também atuamos de forma intensa com a Rio Negócios, Agência Municipal, e com demais Secretarias Econômicas dos municípios. Há também grande interação com Consulados, Embaixadas e Escritórios de representação estrangeiros no Brasil e no Rio.
5. Como se dá a relação entre a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro e os órgãos nacionais de atração de investimento? Diversos projetos em parceria, como o WEF on Latina America 2009 e 2011, além de 6 missões realizadas em conjunto.
6. Há ou já houve alguma cooperação entre a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro com alguma Organização Internacional, a exemplo da UNCTAD, em seu processo de institucionalização? Houve interação bastante próxima com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).
7. Qual a missão da agência? Atuar na promoção de investimentos, em parceria com as Secretarias de Estado, governo federal, seções econômicas e comerciais de embaixadas e consulados estrangeiros e brasileiros e entidades do setor privado

envolvidas no trabalho de atração de investimentos estrangeiros diretos para o Estado do Rio de Janeiro.

8. Quais os setores prioritários em Atração de Investimento Externo direto da agência? O&G, Naval, Automotivo, Hotelaria e Real State, Green Economy.
9. Qual o perfil das empresas alvos da agência? Médias e grandes multinacionais, com pouca ou nenhuma presença produtiva no Brasil.
10. A agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro também trabalha com a captação de investimentos nacionais? Se não, essa é a função de qual órgão? Não, a AGERio e a CODIn desenvolvem esse papel.
11. A agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro age com autonomia para elaboração de projetos, criação de *marketing* e promoção de investimentos? Sim.
12. Forças política influenciam ou já influenciaram negativamente as ações da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro? Não.
13. Desde sua criação, qual o montante de dinheiro que a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro já atraiu para o Estado? Investimentos potenciais de US\$10,4 bilhões.
14. Setores como economia, política, legislação etc. funcionam em harmonia para a atração de Investimento Externo Direto ou a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro não tem seu apoio? Sim, há forte integração entre os atores envolvidos no processo.
15. A agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro possui *Web site*? Não.
16. O Estado do Rio de Janeiro conta com *One-stop shop*? Não.
17. Quais os números de: (a) projetos efetivados pela agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro; (b) capitais estrangeiros investidos no Estado atualmente; e (c) número de empregos criados por empresas estrangeiras no Estado? Dados não podem ser completamente divulgados.

Funcionamento da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro:

18. As condições de trabalho (local, funcionários, orçamento) sempre foram as ideais? Não.
19. Em quantos setores a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro é dividida? Apenas 1.
20. Qual é o orçamento anual para manutenção da agência (despesas com o local de trabalho, quadro de funcionários, material produzido pela agência, materiais consumidos pela agência etc.)? N/A
21. Qual é o orçamento anual gasto pela agência especificamente com *Marketing*? N/A
22. O financiamento da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro provém apenas do Estado? Se não, quais as outras fontes de financiamento da agência? Apenas do tesouro estadual.
23. Como a agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro auto-avalia suas ações? A SSRI vem desenvolvendo trabalho permanente de promoção de investimentos,

sobretudo focado na mudança da imagem do Rio de Janeiro no exterior, já que o Estado, verdadeiro símbolo do país lá fora, é pouco conhecido por seus atributos e vantagens econômicas.

24. Qual a forma mais comum de primeiro contato com os investidores? (Tanto por parte da agência como pela iniciativa deles) Reuniões pessoais, e-mails, questionários.

Quadro de Funcionários da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro:

25. Como se deu a evolução do número do quadro de funcionários da agência de atração de investimentos do Rio de Janeiro? A SSRI passou de 8 funcionários, em 2007, para 20, em 2014.
26. Qual o nível técnico/profissional mínimo dos funcionários da agência? Pós-graduação.
27. Qual a formação mais comum dos funcionários da agência? Relações Internacionais.
28. Quais línguas estrangeiras são pré-requisitos para os funcionários da agência? Inglês e espanhol.
29. Qual a remuneração mínima dos funcionários da agência? R\$2.200
30. Há uma alta rotatividade do quadro de funcionários? Sim, cerca de 30%.