INTERNACIONALIZAÇÃO

Sócio chinês é fundamental para empresa crescer no país

Mesmo assim, executivos brasileiros têm de criar rede de contatos para conseguir negociar

DIVULGAÇÃO

CRESCIMENTO – Fábrica da Embraco Snowflake, situada nos arredores de Pequim: em meio à crise global, empresa contratou mais 350 funcionários no país

Raquel Landim
ENVIADA ESPECIAL
PEQUIM E XANGAI

Apesar das promessas de crescimento rápido, o mercado chinês é um desafio para os executivos brasileiros. Como a concorrência é acirrada, a fábrica precisa ter um custo enxuto para vender com preço baixo. Além disso, o mercado chinês exige "guanxi" – palavra em mandarim que define uma rede de contatos capaz de abrir caminho para os negócios.

Para vender na China, a empresa brasileira precisa convencer funcionários, consumidores e, principalmente, o governo comunista de que também é chinesa. Um primeiro passo é conseguir um sócio local. Mas, às vezes, não basta. A Embraer, por exemplo, não consegue novos contratos ou licenças de importação para aviões feitos no Brasil, porque está sendo pressionada por Pequim a trazer modelos maiores para a fábrica que possui com um sócio chinês em Harbin, no norte do país.

Embraco aumentou em 30% capacidade de produção no país

Uma das empresas mais bem adaptadas à realidade chinesa é a Empresa Brasileira de Compressores (Embraco) – hoje controlada pela americana Whirpool – que está na China desde 1995, em parceria com um sócio chinês.

Em meio à crise, a Embraco Snowflake iniciou as operações de uma nova linha de montagem na fábrica situada nos arredores de Pequim. O investimento de US$ 60 milhões elevou em mais de 30% a capacidade de produção da planta. A empresa contratou 350 pessoas e está funcionando 22 horas por dia, 7 dias por semana.

De acordo com João Lemos, gerente geral da empresa no país asiático, os incentivos tributários fornecidos pelo governo chinês, para troca ou aquisição de um novo refrigerador, baixaram os preços em 12%.

Graças ao pacote, o volume de vendas da empresa no país vai crescer 20% este ano, comparado com 2008. "O mercado interno compensou totalmente a queda na exportação." ●

Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 18 set. 2009, Economia & Negócios, online.