

Na China, batalha entre Alibaba e Yahoo fica mais próxima

Kathrin Hille e Joseph Menn

Ultimamente, sempre que os executivos do grupo Alibaba falam sobre o Yahoo, levam o assunto para o lado pessoal. Wang Shuai, diretor de marketing da Taobao, afiliada de varejo do grupo chinês, sugeriu no fim de semana que seria aconselhável a executiva-chefe do Yahoo, Carol Bartz, arrumar a própria casa antes de tentar conseguir um assento no conselho de administração do Alibaba.

David Wei, executivo-chefe do Alibaba.com, unidade que tem capital aberto e é a principal do grupo, ridicularizou recentemente o Yahoo comparando-o a um avô problemático.

Um motivo para tanto rancor é que o Alibaba se vê acorrentado a um grande acionista que não pode lhe trazer mais nenhum benefício, mas que se mostra cada vez mais exigente.

Em 2005, o Alibaba comprou as operações do Yahoo na China e pagou o grupo dos Estados Unidos com participação de 40%. Desde então, o império do Yahoo nas buscas de internet ruiu, enquanto o Alibaba rapidamente está se tornando uma força mundial no comércio eletrônico atacadista.

De acordo com os termos acertados antes da abertura de capital do Alibaba.com, em 2007, o Yahoo tem direito a ocupar outro assento no conselho do Alibaba a partir de 25 de outubro, equiparando sua representação à da atual administração e ameaçando o controle de Jack Ma, fundador e presidente do conselho.

Se o Yahoo nomear mais um diretor do conselho, passará a ter dois assentos entre os cinco existentes. A administração atual tem dois diretores e o Softbank, empresa japonesa de tecnologia que é outro grande acionista do Alibaba, tem a quinta cadeira.

"Essa situação significa que o Yahoo poderia desafiar Jack Ma", diz uma fonte próxima ao Alibaba. É improvável que o Yahoo seja "tolo o suficiente" para tentar substituir Ma, acrescenta a fonte, mas poderia pressionar para antecipar a abertura de capital do Taobao ou do Alipay - a unidade de pagamentos pela internet - e tentar influenciar a forma como o Yahoo China é administrado.

Outro ponto de discórdia é a expansão internacional do Alibaba. Um acordo de acionistas assinado em 2005 dá ao Yahoo direito de opinar se - e de que forma - o grupo chinês pode criar unidades voltadas ao consumidor em certos mercados, como Reino Unido, França, Alemanha, Coreia do Sul e, principalmente, os Estados Unidos.

O Taobao, braço do grupo voltado às pessoas físicas, começou a avançar no exterior com passos cautelosos em Hong Kong, Taiwan e Japão. Analistas acreditam que investidas no segmento de consumo na Europa e EUA são inevitáveis - colocariam o Alibaba em confronto com o eBay, com o qual atualmente tem um acordo de atendimento a clientes com operações entre empresas, ou B2B. Qualquer decisão do tipo exigiria permissão do Yahoo, o que o Alibaba considera frustrante.

Entre fevereiro e junho, equipes lideradas pelos diretores de finanças das duas empresas buscaram negociar uma forma de o Yahoo sair do Alibaba. Em 25 de maio, o Alibaba propôs acordo para evitar até 40% dos impostos que o Yahoo teria de pagar caso vendesse a participação diretamente, segundo fontes a par da situação. O Yahoo rejeitou o acordo e apresentou contraoferta, na qual o Alibaba pagaria um preço muito maior pela participação, o que levou o grupo chinês a encerrar as negociações.

O Alibaba agora mudou de estratégia. Para tentar convencer Carol, do Yahoo, a não nomear outro diretor, o Alibaba informa que se o Yahoo, junto com o Softbank, ganhar representação majoritária no conselho do Alibaba, o governo chinês considerará que a empresa está sob controle estrangeiro e impedirá seu desenvolvimento. Tendo em vista o tamanho do Alibaba e

sua importância para a internet na China, é provável que Pequim olhe com desconfiança se investidores estrangeiros tentarem tomar o controle do grupo.

Embora não exista regulamentação específica vetando o controle estrangeiro de uma empresa de capital aberto, analistas dizem que haveria impacto negativo na obtenção pelo Alibaba de aprovação do governo para qualquer tentativa de desmembrar suas unidades para levantar dinheiro no mercado acionário.

"Sem resolver o problema de controle estrangeiro, não deverá haver de jeito nenhum uma oferta pública inicial de ações importante na internet chinesa", disse uma fonte a par dos argumentos do Alibaba.

A executiva-chefe do Yahoo também depende da abertura de capital do Alibaba ou de suas unidades Taobao e Alipay, equivalentes locais do eBay e do Paypal, para lucrar com o investimento do Yahoo.

Ao mesmo tempo, a administração do Alibaba tenta solucionar o impasse como se fosse uma rixa familiar - recrutando um importante membro do clã para mediar. A empresa pediu a Jerry Yang, fundador do Yahoo e atualmente seu único representante no conselho do Alibaba, para convencer Carol a não indicar outro diretor.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 23 set. 2010, Empresas, p. B2.

A utilização deste artigo é exclusiva para Filmmulheres.com.br