

CARTA BRASIL CHINA

EDIÇÃO 2 _ AGOSTO 2011

 CONSELHO
EMPRESARIAL
BRASIL-CHINA
中国-巴西企业家委员会

A operação da WEG na China

ENTREVISTA COM

PÁG 4

Siegfried Kreuzfeld

Diretor Superintendente da WEG Motores
Por Antonio Barros de Castro

ARTIGO CONVIDADO

PÁG 12

Chinese Outward Foreign Direct Investment

Por Hinrich Voss, Leeds University

ALERTA

PÁG 14

Aquisição de imóvel rural no Brasil por estrangeiros

Por Pedro Freitas e Felipe Bastos,
Veirano Advogados



CARTA BRASIL CHINA

é uma publicação trimestral da Secretaria Executiva do Conselho Empresarial Brasil-China, que reúne análises e reflexões acerca dos principais tópicos da agenda bilateral.

PRESIDENTE

Embaixador Sergio Amaral

DIRETORES

Alexandre Yambanis (Suzano), *Alfredo de Goeye* (Sertrading), *Antonio Augusto de Toni* (BRF BrasilFoods), *Fernando Alves* (PwC), *Jackson Schineider* (Embraer), *Mauri Seiji Ono* (Algar), *Pedro Freitas* (Veirano Advogados), *Rafael Benke* (Vale) e *Roberto Milani* (Comexport).

CONSULTOR

Antonio Barros de Castro

SECRETÁRIA EXECUTIVA

Julia Dias Leite

ANÁLISE

Édison Renato da Silva, Coordenador de Análise
André Soares, Analista Internacional
Amanda Rangel, Estagiária

INSTITUCIONAL

Luciana Gama Muniz, Coordenadora Institucional
Giselle Vasconcellos, Analista Institucional
Ana Luiza Goulart, Estagiária

PROJETO GRÁFICO

Presto Design

COLABORADORES DESTA EDIÇÃO

Felipe Bastos, Veirano Advogados
Hinrich Voss, Leeds University
Pedro Freitas, Veirano Advogados
Siegfried Kreutzfeld, WEG

Para fazer alguma crítica ou sugestão, entre em contato com a Secretaria Executiva do CEBC:
cebc@cebc.org.br / +55 21 3212-4350 / www.cebc.org.br

PATROCÍNIO



O Banco Bradesco, apresenta produtos e serviços para diferentes perfis de clientes e também atua com a proposta de suprir as demandas de empresas interessadas em estabelecer e estreitar relações comerciais nos mercados brasileiro e chinês. Para isso, o segmento *Corporate* mantém uma gestão de relacionamento centralizada, oferecendo soluções estruturadas – *Tailor Made* e de Mercado de Capitais – e gerentes especializados em visões de risco, mercado e setores econômicos. Os atendimentos são exclusivos para que as empresas recebam soluções customizadas de acordo com os negócios realizados. Ao mesmo tempo, as Agências e Subsidiárias no Exterior (Nova York, Londres, Grand Cayman, Luxemburgo, Hong Kong, Buenos Aires e México) têm como objetivo a obtenção de recursos no mercado internacional para repasses a clientes, principalmente por meio de financiamento a operações de comércio exterior brasileiro. Para mais informações acesse o site bradesco.com.br

EDITORIAL

Prezado Leitor,

Com o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre as questões mais relevantes da relação Brasil-China, o Conselho Empresarial Brasil-China lançou, em maio passado, seu Programa de Pesquisas, coordenado pelo Professor Antonio Barros de Castro e pela equipe de análise, com o estudo “Investimentos Chineses no Brasil: uma nova fase da relação Brasil-China”, dedicado à busca de um entendimento, tanto quanto possível mais preciso, sobre a natureza e as modalidades destes investimentos. Dando continuidade ao estudo sobre os investimentos recíprocos – uma das prioridades do Plano de Trabalho do CEBC – o Programa de Pesquisas estende seu foco aos investimentos brasileiros na China, através de uma série de entrevistas que buscará trazer as experiências das empresas brasileiras na China.

Neste volume, **Carta Brasil-China** brinda seus leitores com uma entrevista concedida por Siegfried Kreutzfeld, Superintendente da WEG Motores, a Antonio Barros de Castro e à equipe de analistas do CEBC sobre a operação desta empresa na China, iniciada com a instalação de uma planta na municipalidade de Nantong em 2004. O **Artigo Convidado**, escrito por Hinrich Voss, do Centre for International Business (CIBUL) da Leeds University Business School, trata dos investimentos externos diretos (IED) chineses. Completando, Pedro Freitas e Felipe Bastos, ambos do Veirano Advogados, registram, no **Alerta**, as implicações de aquisições de imóveis rurais no Brasil por estrangeiros e brasileiros equiparados a estrangeiros.

Com a entrada de 10 novos associados, o Conselho Empresarial comemora o reconhecimento de seu trabalho. É com energia renovada, portanto, que damos continuidade a um conjunto de iniciativas que promovem um maior entrosamento entre as comunidades empresariais brasileira e chinesa e a um mais amplo conhecimento entre ambos os países.

Cordialmente,



SERGIO AMARAL
PRESIDENTE



JULIA DIAS LEITE
SECRETÁRIA EXECUTIVA



CONFIRA A EDIÇÃO ANTERIOR DA CARTA BRASIL-CHINA

DESTAQUES

Entrevista: Li Xiaotao, Vice-Presidente da Huawei no Brasil

Artigo Convidado: Arthur Kroeber, Diretor da Dragonomics

Análise CEBC: Investimentos Chineses no Brasil

Alerta: 12º Plano Quinquenal

China em Foco: Inovação Nativa, Inovação Tecnológica

Acesse: www.cebc.org.br

ENTREVISTA COM

Siegfried Kreutzfeld

**DIRETOR
SUPERINTENDENTE
DA WEG MOTORES**

Por Antonio Barros de Castro

A operação da WEG na China

QUEM É A WEG

A WEG Motores tem sede em Jaraguá do Sul, Santa Catarina, e está presente em seis países. A empresa iniciou suas atividades na China, em 2004, com a instalação de uma planta na municipalidade de Nantong.

CASTRO: Gostaríamos de começar esta entrevista abordando a decisão da WEG em ir para a China. Quais foram os fatores que mais influenciaram esta decisão? Quais eram os principais objetivos da empresa? E quais foram as primeiras providências tomadas ao chegar ao país?

SIEGFRIED: A WEG passou por três grandes fases ao longo desses 50 anos. A primeira foi a fase de crescimento (os 10 anos iniciais), uma segunda de internacionalização – na qual criamos filiais comerciais em mais de 30 países – e a última fase, que começou há aproximadamente 10 anos, chamada de globalização. Nesta última, o objetivo tem sido expandir a produção para continentes estratégicos, com o fim de aproximar a empresa destes mercados.

Inicialmente, construímos fábricas no México e na Argentina. Entre 2003 e 2004, os mercados da Ásia e, mais especificamente, da China, foram selecionados. Em 2004, fizemos uma pesquisa para avaliar as oportunidades no mercado asiático e definir onde deveríamos estabelecer um local de produção. A WEG precisava de uma planta local, uma vez que os atendimentos realizados a partir do Brasil envolviam custos de logística e tempo de transferência muito elevados. Em 2004, após pesquisa junto a milhares de fabricantes chineses, escolhemos a municipalidade de Nantong, na província de Jiangsu. O Governo da Província ofereceu à WEG a compra de uma empresa estatal local, incluindo todos os seus ativos. A fábrica de Nantong possuía uma área construída de cerca de 30 mil m² e terreno de aproximadamente 67 mil m². Nesse tempo, o Governo preparava a venda de muitas empresas estatais – algumas são ainda hoje chinesas, mas não mais de controle público, enquanto outras foram oferecidas a empresas estrangeiras, como a WEG. Nosso caso é

um exemplo de como o governo chinês busca alternativas para aqueles que desejam investir no país.

O interesse do governo chinês pela WEG estava relacionado à inovação que a empresa poderia introduzir no mercado, reconhecendo sua superioridade tecnológica?

Certamente esse aspecto teve muita influência. Eles conheciam a WEG e sabiam que a empresa possuía essa competência. O Governo é dedicado à busca de oportunidades em nível global, mapeando o interesse de empresas e de outros governos em realizar investimentos na China. No país asiático essa relação é fundamental. Desde o início, na fase de implantação da fábrica, a relação entre a empresa e o governo é muito positiva, para que se construam as bases para futuras oportunidades de crescimento.

No entanto, nem tudo são rosas. Nós nos instalamos na China há cerca de sete anos e, neste período, tivemos

que lidar, por exemplo, com os diferentes desafios culturais. Esse foi um grande choque e, com o tempo, tivemos que nos adaptar. O que possibilitou que isso ocorresse não foram as tecnologias e as máquinas, mas sim pessoas-chave. Levamos a tecnologia e compramos as máquinas. Já com as pessoas, a questão era bem diferente. Tivemos que contratar cerca de 20 estagiários sino-brasileiros (que falam, além do Chinês, Português e Inglês) e fizemos o treinamento dessas pessoas na WEG do Brasil. Encontramos muitos chineses com dupla cidadania, que moravam no Brasil, mas entendiam bem a cultura chinesa – principalmente engenheiros. Isso foi, sem dúvida, um diferencial em nossa ambientação local. Trouxemos para o Brasil pessoas de diferentes áreas: Engenharia, Recursos Humanos, Controladoria e etc., que ficaram por cerca de 6 meses. Temos um gerente de produção em estágio em nossa fábrica – todos são obrigados a passar por este treinamento. Além disso, enviamos expatriados brasileiros para assumir cargos-chave de gestão.

“

EM 2004, FIZEMOS UMA PESQUISA PARA AVALIAR AS OPORTUNIDADES NO MERCADO ASIÁTICO E DEFINIR ONDE DEVERÍAMOS ESTABELECEER UM LOCAL DE PRODUÇÃO. A WEG PRECISAVA DE UMA PLANTA LOCAL, UMA VEZ QUE OS ATENDIMENTOS REALIZADOS A PARTIR DO BRASIL ENVOLVIAM CUSTOS DE LOGÍSTICA E TEMPO DE TRANSFERÊNCIA MUITO ELEVADOS.”

O Presidente da WEG na China é um brasileiro?

Hoje o nosso CEO na China é um chinês, que fala Português e Inglês. O Diretor de Operação da Unidade é um brasileiro, que não fala Chinês.

Na China, é preciso ter uma pessoa que fale Chinês responsável pelos contatos e pelas relações. Isso chama-se guanxi e é fundamental para o sucesso de uma companhia estrangeira. Já fui à China muitas vezes e percebo que o contato próximo com nossos parceiros é fundamental. É importante jantar com eles e conversar sobre generalidades. Outro aspecto que temos descoberto, ao longo desses anos, é que a primeira relação deve ser com a cúpula do potencial cliente e não entre vendedores. Nosso Diretor, Liu Cheng, é responsável pelo primeiro contato, em seguida, enviamos à China um Diretor do Brasil e, só então, a relação começa a caminhar, a partir da confiança que se estabelece de forma muito pessoal.

Muito interessante essa característica. Uma pergunta a esse propósito: nessa etapa, como ficou o relacionamento com o sócio chinês?

Nós não tivemos sócio e esse é um aspecto importante de nossa atuação na China. A Embraco, por exemplo, viveu uma situação diferente. Nós adquirimos 100% dos ativos de uma empresa chinesa e, assim, temos uma empresa 100% WEG. Algumas mudanças precisaram ser feitas, como a substituição de máquinas, a realização de investimentos, a pintura de prédios antigos e, principalmente, a aplicação de nossa tecnologia.

“

A WEG TEM UM PLANO BEM DEFINIDO PARA A ÁSIA. A LOCALIZAÇÃO DA FÁBRICA, EM NANTONG, CIDADE PRÓXIMA A XANGAI, NÃO É ACIDENTAL. NÓS PRETENDEMOS ATENDER, A PARTIR DESSA UNIDADE, TODO O MERCADO CHINÊS, O JAPÃO, PARTE DA AUSTRÁLIA E, NO FUTURO, O MERCADO DA ÍNDIA E RÚSSIA.”

Mas o governo não fez nenhuma imposição quanto à necessidade de um parceiro chinês para o negócio?

Não.

E foram vocês que escolheram essa empresa?

Uma consultoria internacional realizou uma excelente pesquisa e nos apresentou algumas alternativas. Avaliamos aspectos como a localização e as características dos produtos já fabricados pelas empresas e Nantong foi, então, a escolhida.

A partir de então, 100% do negócio é comandado por vocês?

Sim, 100% é comandado por nós.

Essa parece ser uma situação excepcional para um investimento estrangeiro na China e que não existia antes...

Não existia e, ainda hoje, dependendo do setor, o Governo exige que a empresa tenha um parceiro chinês. Felizmente, não foi o que ocorreu com a WEG em 2004.

Eu acho que, em 1994, isso não seria possível.

Realmente seria impossível e foi, nessa época, que a Embraco se instalou na China. É importante assinalar que a distância impõe barreiras significativas. A comunicação é difícil e acompanhar as ações e atividades exige do executivo uma atenção diferente. Eu trabalho à noite, até as 22h, para realizar conference calls e, muitas vezes, venho pela manhã, às 6h. Os e-mails são recebidos durante a noite, assim, logo pela manhã, há uma carteira de e-mails não respondidos. Além disso, é necessário estar presente. Vou à China três vezes por ano para acompanhar as atividades.

A WEG tem um plano bem definido para a Ásia. A localização da fábrica, em Nantong, cidade próxima a Xangai, não é acidental. Nós pretendemos atender, a partir dessa unidade, todo o mercado chinês, o Japão, parte da Austrália e, no futuro, o mercado da Índia e Rússia. Existe, também, uma linha de produtos que exportamos da China para a Europa, por questões de competitividade. Todos os demais produtos que produzimos lá se destinam à Ásia.

E houve algum problema de cópia?

Essa é uma grande dificuldade que se enfrenta na China. Antes de instalarmos a fábrica, fizemos uma rodada de benchmarking. Conversamos com nossos fornecedores sobre como eles se

protegiam. Como a proteção é restrita, tivemos que reduzir informações sobre as especificações de nossos produtos. Ainda assim, cerca de 15 dias após o lançamento de um novo produto, ele já pode ser encontrado em fabricação por outra empresa.

Isso não atrapalha a permanência de vocês na China?

Não. Buscamos atender o mercado de produção em massa, mas com produtos customizados. Essa é uma grande força da WEG.

Mercado de produção em massa com alguma diferenciação?

Exato. A China faz a produção em massa de produtos padrão. Nós, em contrapartida, buscamos atingir o mercado que eles não atendem e, com isso, conquistamos mais participação.

Por que a China? Poderia ser em outro país?

Simplesmente porque os custos de transformação e mão de obra são muito mais baixos. Algumas matérias-primas também têm melhores preços. Materiais como cobre são commodities, mas o aço e outros componentes usados em nossa linha de produção são mais competitivos na China.

Como fica a concorrência com a questão das cópias e custos baixos, dentre outros aspectos?

Não há o que fazer quanto a isso. Nesse ponto, a relação se coloca como um diferencial, ou seja, a qualidade do serviço que a empresa presta ao cliente. A proteção intelectual realmente é um grande problema. Nós lançamos alguns produtos no Brasil e patenteamos em diversos mercados. Por exemplo, para uma nova plataforma, fizemos 22 patentes, mas não na China. Estive em maio de 2011 lá e encontrei alguns traços desse meu produto nos concorrentes.

Então, estrategicamente faz sentido que o produto seja de massa, porém, customizado. A customização é como um anzol, com o qual a empresa fiska e cria uma barreira em relação àqueles que não têm a mesma relação com o cliente. Minha dúvida é: ao passarem do mercado de massa customizado para o de massa padrão, vocês não teriam mais defesa alguma? Seria apenas a competição preço a preço?

Sim, mas, nesse caso, restam a qualidade e confiabilidade do produto – os únicos diferenciais quando o produto é padrão.

E vocês estão partindo para isso?

Sim. Nós levamos toda nossa tecnologia e desenvolvimento do Brasil – os processos e as especificações de qualidade estão sendo implementados lá também. Nessa linha, é possível conquistar grandes clientes, como os fabricantes de equipamentos mundiais instalados na China (fabricantes de bombas, compressores e etc.). Em geral, a durabilidade do produto de fabricantes chineses é bem menor, uma vez que os processos não são bem controlados. Essa é a diferença.

Às vezes a WEG perde funcionários que estão sendo treinados?

Na China, a rotatividade de empregados é muito maior que no Brasil. Se outra empresa oferece um pequeno acréscimo de salário, eles tendem a trocar de emprego. Uma das motivações para isso é o fato de que eles não têm previdência.

E isso não preocupa vocês com relação à transmissão de conhecimento e processos?

Prejudica, certamente. Por isso, certas pessoas-chave (trainees e gestores) são mantidas. No entanto, não é possível segurar o chamado “chão de fábrica”. Há, sim, maneiras – como nós fazemos – de criar diferenciais por meio do salário e de alguns benefícios, que vão além do que é exigido pelo sindicato.

Esse é um contraste forte com o Japão, onde a fidelidade recíproca entre operário e empresa é muito alta.

É verdade. Esse aspecto na China não existe. Lá, a religião é o salário. Tivemos que mudar algumas características no chão de fábrica como, por exemplo, a gestão de estoque e fluxos, que não existia na empresa antes da compra pela WEG. O empregado era pago por quantidade produzida, ou seja, por peça. O planejamento era baseado em garantir a maior produção, mesmo que esta fosse mantida em estoque posteriormente. Isso, no entanto, não é um planejamento. Para mudar, tivemos que trabalhar bastante. Levamos, em primeiro lugar, um refeitório para a fábrica. Os chineses estavam, por exemplo, habituados a almoçar ao lado da máquina. Em nossa fábrica, quando a compramos, havia banheiros que eram apenas uma vala, para que os empregados não precisassem deixar o local de trabalho. Levou três anos de trabalho para que essas mudanças fossem implementadas. Os chineses estão se internacionalizando e se ambientando pouco a pouco aos nossos padrões culturais, o que é muito interessante. Eles não perdem o guanxi, mas outros aspectos estão realmente sendo absorvidos.

Coisas que se revelam disfuncionais no ambiente contemporâneo...

Certamente. Dentre outros aspectos, inclusive, a forma de gestão. Nós temos um sistema muito participativo

de decisão. Essa é uma de nossas grandes forças. Um funcionário de chão de fábrica, através dos CCQ (círculos de controle de qualidade), consegue participar e implementar melhorias no negócio. Na China, há uma hierarquia muito rigorosa. O chefe manda e o empregado obedece.

Então, o chinês não é estimulado a participar?

Não. Esse aspecto também já foi bastante desenvolvido em nossa unidade. Acreditamos que nossa forma de gestão cria mais fidelidade. Um dos gerentes de chão de fábrica da unidade esteve no Brasil e apresentei a ele nosso sistema participativo. Ele não acreditou que isso pudesse funcionar na China. Hoje estamos vendo que, com a iniciativa, melhoramos a produtividade da fábrica. Com a implementação dessas pequenas mudanças – aproximando-nos dos funcionários; discutindo com eles; fazendo-os participar e não apenas seguir a hierarquia – tivemos melhorias de qualidade e de produtividade. Ainda assim, reconheço que a produtividade no Brasil é muito maior.

Vocês acham que o mesmo princípio também se aplicaria, em outros casos, a produtos e tecnologias?

Sim, pois o princípio se baseia apenas na gestão. A China cresce muito mais em produtividade do que nós, no Brasil. Assim, é com a gestão de pessoas que conseguimos esses avanços.





“

NA CHINA, A ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS É MUITO MAIOR QUE NO BRASIL. SE OUTRA EMPRESA OFERECE UM PEQUENO ACRÉSCIMO DE SALÁRIO, ELAS TENDEM A TROCAR DE EMPREGO.”

Pois é, ia lhe perguntar sobre isso a seguir: como a produtividade cresce tanto lá?

Os chineses desconhecem alguns sistemas de gestão e, por isso, são menos produtivos. As empresas se planejam mal, o que não acontece com o Governo, que é extremamente bem planejado e eficiente. A construção civil chinesa apresenta grandes vantagens comparativas em relação ao setor no Brasil. Há dois anos, foi anunciado o trem rápido de Xangai a Pequim, que já está pronto. É espantosa a velocidade com que eles constroem. Essa capacidade, no entanto, é do Governo. Com as empresas é um pouco diferente – o aprendizado está ainda acontecendo. A produtividade não alcança os níveis daqui, pois são necessários anos para a plena implementação desses sistemas. Ou seja, ainda há muito que se trabalhar nesse aspecto na China.

Então este aumento tão significativo da produtividade está relacionado ao

efeito base, ou seja, eles partem de uma base mais baixa, sendo, portanto, mais fácil crescer.

Exato.

O que significa também que eles têm uma margem, ou seja, um espaço para alta de salários que não implique em alta dos custos, não é? Isso é uma variável crítica.

Sim, é uma variável crítica que deve ser bem gerenciada. Há cerca de um ano e meio, solicitei a um gestor uma análise sobre o excesso de horas extras na fábrica. Ele me explicou que os funcionários trabalhavam mais, pois não alcançavam as metas de produção. Naquele momento, notei a necessidade de um bom trabalho de gestão. Hoje, com quase a mesma quantidade de pessoas, nós eliminamos a hora extra, acertamos os salários e estamos produzindo o esperado. O ganho de produtividade foi muito grande mas, claro, tivemos que fazer alguma compensação salarial.

Nós chamamos isso de vantagens do atraso – existem muitas delas. Têm reservas de crescimento, como essa, por exemplo.

Sim, mas ainda precisamos muito de pessoas que observem oportunidades de melhorias. Na China, o sistema de gestão é bem diferente do nosso. Normalmente, há um “capataz” em cada seção que observa o trabalho dos demais. E é preciso salientar que o chinês é muito obediente.

O capataz está ali para orientar os funcionários em caso de dúvidas?

Sim, ele está constantemente monitorando.

A próxima pergunta é importante. Há provas contundentes da criatividade chinesa. A Universidade de Cambridge organizou uma lista enorme de grandes inventos que provêm da China. Mas, a impressão que temos, pela sua resposta, é que o chinês não seria participativo para propor melhorias, por outro lado. Como fica essa questão da criatividade dos trabalhadores e da participação para propor melhorias?

Do ponto de vista de um industrial, posso dizer que, sem dúvida, o chinês tem uma grande capacidade de copiar e de se adaptar rapidamente. Isso ocorre na Ásia, em geral. O Japão também foi assim.

Na WEG temos um princípio fundamental: benchmarking. Para criar algo novo, como uma nova plataforma de produto, o primeiro passo é uma pesquisa mundial com o objetivo de mapear o que já existe no mercado. A partir disso, não reinventamos a roda mas, sim, a adaptamos. Essa é uma premissa fundamental para o desenvolvimento de novos produtos na WEG. Foi o caso da nova plataforma de motores que fabricamos no Brasil e, para a qual, desenvolvemos 22 patentes. De um produto commodity, como o motor, que existe há 130 anos, nós criamos outros através das inovações.

Vou lhe perguntar sobre uma coisa um pouco delicada. É uma grande curiosidade para o brasileiro a figura do guanxi. Gostaria que você explicasse um pouco o que é isso. Não existe na cultura norte-americana, certamente.

Só posso lhe dizer o que aprendi nesses últimos anos: “O guanxi é puro relacionamento, baseado em éticas e princípios de confiança mútua entre pessoas.”

Existe uma ética do guanxi?

Existe, sim. Não há nada por trás disso que seja antiético. Ele se baseia apenas na confiança. É uma relação em que diretores e clientes falam sobre estratégias, crescimento e oportunidades de maneira aberta e sincera. Se o cliente, que está do outro lado da mesa, sente que a empresa transmite confiança, o negócio vai em frente; e o contrário também acontece. Não há nada além disso. Trata-se da conquista de confiança nos níveis mais altos.

É quase o oposto ao modelo americano, que não mistura a esfera pessoal com a profissional, pretendendo ser totalmente objetivo e direto.

O que se observa na China é diferente. Em reuniões de negócios, trata-se um pouco de assuntos comerciais, mas o principal são generalidades e assuntos pessoais. É um ritual muito interessante. Há protocolos: uma forma de falar e uma celebração. O Ganbei (brinde) é algo fundamental para os chineses como forma de agradecimento. É um sinal de que há confiança. Nós somos um pouco avessos a isso. O Brasil é um pouco mais parecido com o americano.

O guanxi opera nas relações com fornecedores também ou basicamente com o governo?

Todos os níveis: governo, clientes e fornecedores.

Na Rússia pós-soviética, há relatos chocantes de empresários ocidentais sobre a dificuldade de relacionamento mútuo.

Na Rússia, nós instalamos uma filial comercial. Inicialmente, tivemos um parceiro, que comprou uma certa quantidade de motores, mas acabou desistindo. Nesse caso, eles simplesmente não nos pagaram. Na Rússia, as negociações são muito difíceis. Pensamos em estabelecer, no futuro, uma fábrica lá, mas, analisando a instabilidade jurídica, julgamos a decisão muito arriscada. A Marcopolo tentou por dois anos e chegou a começar a construção de uma planta, mas desistiu. A burocracia é muito grande e tudo é investigado e analisado.

Isso não existe só na Rússia. Na Nigéria, por exemplo, também é complicado. Como é na China?

Na China, não. Há aspectos que me impressionam na China. A segurança, por exemplo, é espetacular. Não se pode burlar a lei. Não existem roubos e a infraestrutura, principalmente na costa, é impecável. Há uma estrutura de estrada e transportes muito boa. Os chineses estão desenvolvendo alguns centros no interior e isso tem gerado mais rotatividade de mão de obra. Durante o ano novo chinês, os funcionários voltam para casa e nem sempre retornam ao trabalho.

Com relação ao governo: vocês não têm dificuldades com certas autorizações?

Se não tivéssemos um bom relacionamento estabelecido, certamente haveria dificuldade. Felizmente, o guanxi nos auxilia nesse aspecto, como, por exemplo, na agilidade em conseguir certas licenças. É fundamental que se tenha o guanxi. Por isso mesmo, estive na semana passada em São Paulo para jantar com a delegação chinesa do governo da província de Nantong, interessada nas intenções futuras da WEG.

“

NÓS LEVAMOS TODA NOSSA TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO DO BRASIL – OS PROCESSOS E AS ESPECIFICAÇÕES DE QUALIDADE ESTÃO SENDO IMPLEMENTADOS LÁ TAMBÉM. NESSA LINHA, É POSSÍVEL CONQUISTAR GRANDES CLIENTES, COMO OS FABRICANTES DE EQUIPAMENTOS MUNDIAIS INSTALADOS NA CHINA...”



Essa relação de confiança é construída com o tempo.

Ainda quanto a relações com o governo: eles ofereceram algum estímulo fiscal ou creditício no início?

Não.

Ao entrar na China, a Embraco, introduziu uma inovação significativa e recebeu uma vantagem por isso, uma redução no imposto de renda. Agora, a inovação já se difundiu. Em entrevista recente da empresa, eu perguntei: “Então, vocês perderam a vantagem?”. Não, eles ainda a possuem. Segundo eles, ainda faltam alguns pontos para que sejam alcançados pelos chineses, mas aquela inovação inicial já se difundiu. Vocês não tiveram estímulos nem com relação ao terreno? Não houve disputas de províncias/

idades oferecendo vantagens? Isso é normal na China. Vocês já fizeram alguma inovação lá?

Não, nós transferimos produtos do Brasil e, nesse aspecto, estamos, por enquanto, em fase de implantação de produtos similares aos que o mercado chinês já possui, porém com a nossa tecnologia. Não diria que isso é inovação. A WEG tem alguns benefícios ao exportar da China, mas não são motivados por um produto inovador. Diria que talvez possamos pensar nisso um dia. Eu realmente não sabia que era possível.

Hoje, temos na China o produto mais up-to-date de nossa linha. Somos, talvez, o único fabricante de motores de alta eficiência na China. Há uma tendência no mundo a economizar energia elétrica e, neste sentido, estamos preparados para atender o mercado. Inclusive, já falei ao governo chinês sobre o assunto e realizaremos uma reunião específica a este respeito.

É um avanço em direção ao verde, que é a prioridade absoluta chinesa.

O nosso padrão é Efficiency and Reliability for the Industry e tem movido o nosso desenvolvimento nos últimos 30 anos. A atuação da WEG, que engloba nossa política, a pesquisa, o desenvolvimento e o portfólio de produtos, é voltada para a garantia da eficiência.

O Centro de Pesquisas da WEG no Brasil é renomado. Na China não há um centro?

Nós temos uma área de engenharia que não pesquisa, mas sim desenvolve customizações para o mercado. A pesquisa básica ainda é feita na matriz. Estamos pensando em estabelecer um centro na China ou na Índia. Neste último país, onde também possuímos uma unidade, há uma vantagem de comunicação, uma vez que o indiano tem a grande facilidade do Inglês. Por outro lado, os chineses têm uma capacidade impressionante de aprender. Algo que observei em Nantong é que os vendedores e os camelôs de rua, quando não estão vendendo, estão lendo. É uma questão cultural.

Como você está sendo muito aberto e a entrevista está sendo formidável, vou me permitir um palpite: acho que um centro na Índia seria quase uma ofensa aos chineses. Poderia ser nocivo a vocês na China.

Nós sabemos. Mas, na Índia, temos uma unidade para fabricação de máquinas grandes – um negócio bastante diferente da China. Assim, acredito que não teríamos problemas.

No início, vocês perderam dinheiro na China?

Não colocaria dessa forma, considero como um investimento. Levamos um bom tempo para obter lucro na China. Foi um exercício de gestão e persistência. As empresas brasileiras devem ir para o país asiático conhecendo esse tipo de dificuldade.

“

OS CHINESES ESTÃO SE INTERNACIONALIZANDO E SE AMBIENTANDO POUCO A POUCO AOS NOSSOS PADRÕES CULTURAIS, O QUE É MUITO INTERESSANTE.”



Mas acontece que as empresas brasileiras não têm essa mentalidade. Isso é uma exceção.

Estive esse ano em um evento fechado da Votorantim. Eles desejam ir para a China e nos convidaram a apresentar nossa experiência. Falei com bastante naturalidade sobre as dificuldades, a gestão e a relação, dentre outros aspectos. Eles acharam a exposição muito boa e creio que estejam decididos a entrar no país. Na época, não fizemos o mesmo. Contratamos uma consultoria, que liderou uma pesquisa sobre as melhores possibilidades. Assim, não utilizamos a experiência de outras empresas. À exceção de uma pequena conversa com a Embraco, todo o nosso aprendizado foi por vivência durante esses sete anos.

Se possível, gostaria de falar agora sobre os concorrentes chineses. Eu costumo chamar de dragõezinhos. Como eles estão evoluindo?

Esse é um aspecto em que, a cada ano, notamos diferenças. Os chineses aprendem com uma velocidade enorme e estamos certos de que, hoje, eles são a grande ameaça mercadológica do mundo. A WEG é um fabricante global e deve aprender a usufruir dessa competitividade. Tenho realizado algumas pesquisas sobre produtos chineses e é difícil entender como é possível chegar àqueles preços. Muitas vezes, o custo das matérias-primas já é maior que o preço de venda. Isso me deixa preocupado. O produto de fabricante chinês, se comparado ao meu, tem o mesmo peso, utiliza a mesma matéria-prima e mão de obra. Como ele consegue vender 40% mais barato? Acho, sim, que há incentivos, mas não é apenas isso.

Os chineses estão aprendendo a melhorar a qualidade de seus produtos e a customizá-los, atendendo às especificações do mercado. A China, no entanto, ainda não alcançou os níveis da Coreia, por exemplo. Eles exportam seus produtos, mas estão carentes em termos de serviços para dar continuidade ao ne-

gócio. Dentro da China, nós já estamos competindo em igualdade. Basta encontrar os canais certos e as formas de fazer negócios. Em termos de competitividade do produto, já estamos equiparados.

Mas, quando falo em competitividade, estou me referindo também à concorrência que a China impõe em outros países, principalmente, na Europa. A Europa tem uma característica muito interessante: é possível vender um produto de qualquer nacionalidade, sem mencionar a origem. O produto chinês está no mercado, mas não se sabe. Nos EUA, os chineses não incomodam, uma vez que os americanos são muito pragmáticos. Se o produto funciona, não é tão relevante de onde ele provém. Algumas empresas optam pela tática de Brand Label, em que um projeto próprio é levado para a China apenas para fabricação, sendo assinado com a marca original. Considero essa uma estratégia suicida. As empresas acabam por ensinar aos chineses a fabricarem o seu produto. Estes, em contrapartida, podem, por competência própria, se tornar concorrentes. A filosofia da WEG é baseada na construção de sua marca com tecnologia própria.

Para efeito de entendimento, vou contra-argumentar um pouco. Primeiro, eles podem ter vantagens de custos que vocês não têm. Eu não tenho certeza, por exemplo, se eles não conseguem mão de obra mais barata. Segundo, eles têm uma desinibição tecnológica que lhes permite fazer muita coisa. Por exemplo, eles não têm nenhum problema em ter, na fábrica, um operário carregando produtos com carrinho de mão, o que não ocorreria no caso de vocês.

Eu vi isso acontecer: um operário carregando o motor com um carrinho de mão. Na minha fábrica, ele usaria um jacaré.

Eu poderia continuar com esse raciocínio. A verdade é a seguinte: eles adotam tecnologia up to date para os clientes mais críticos e, para o restante, não.

Vocês têm uma consistência tecnológica muito maior. Como, digamos, a Siemens. Imagine se a Siemens deixaria alguém carregar seus produtos com um carrinho de mão. Então, há diversos fatores que tornam o produto chinês mais barato, apesar de usar a mesma tecnologia básica, ter o mesmo peso, dentre outros aspectos que já levantamos. O que você poderia dizer é que isso não representa uma diferença tão grande. Eu concordo. Por outro lado, é preciso levar em consideração que, em certos casos, eles possuem ligações comerciais para comprar com preços mais baixos, em escalas maiores. Enfim, acredito que há inúmeros recursos de operação e gestão que permitem a eles diminuir custos. Assim, reduzir a diferença apenas a favores governamentais pode ser precipitado, embora eles existam também.

Acho impressionante que se consiga fabricar um produto cujo preço de venda é mais baixo que o custo de matéria-prima. Ao longo desses anos, nós temos descoberto alguns fatores da competitividade chinesa. Existem certos aspectos, que você já mencionou, como fontes de matéria-prima mais baratas. Com relação à mão de obra, hoje, mesmo considerando os encargos, o salário chinês corresponde a um terço do brasileiro, em média. Isso gera competitividade. A commodity também tem um custo menor na China, já que a mão de obra é mais barata e a carga tributária mais baixa.

Há mais coisas. As empresas brasileiras exigem margens de retorno muito mais altas do que as chinesas. Enfim, há uma série de fatores e, finalmente, há o fator do preconceito contra os chineses que, obviamente, não é seu caso. Eu já li muito a respeito da escravidão a que são submetidos os trabalhadores chineses.

Mas isso não existe, pois não é escravidão. Os chineses são, sim, trabalhadores.

Pois é, por definição, não há nada que negue mais a escravidão que a alta rotatividade.

Eu visitei fábricas de nosso concorrente. Somos amigos, apesar da competição forte. Já fui três vezes à fábrica deles. Lá os trabalhadores moram dentro na fábrica, em dormitórios, trabalham de 15 a 17 horas por dia, 7 dias por semana.

Você mesmo disse que, se possível, um funcionário chinês almoça ao lado da máquina, pois essa é a sua cultura. Eles são ex-camponeses e sempre comeram trabalhando. A questão do preconceito, no entanto, é complexa e termina por prejudicar o Brasil. Explicações maldosas e fantásticas são inventadas, deixando de se prestar atenção a assuntos sérios. Esse não é o seu caso, de maneira nenhuma, muito pelo contrário. Na fábrica da Embraco, na China, perguntei a eles, levando em consideração a progressão dos dragõezinhos, em quanto tempo acreditavam que alcançariam um nível global de qualidade. Eles apostaram que seria em cerca de cinco anos.

Eu diria sete anos. Falta pouco mesmo, pois eles são muito rápidos. O que, em certa medida, é bom. Faz o mercado se desenvolver, exigindo mais qualidade. Há sete anos tenho acompanhado a evolução da China e dos produtos chineses, antes mesmo do estabelecimento de nossa fábrica, e tem sido impressionante.

Veja só como é dramático isso: WEG e Embraco, que estão seguramente entre as melhores empresas brasileiras, consideram que, em um período de cinco a sete anos, os chineses estarão equiparados a elas. Outra questão: quais são as perspectivas de crescimento da empresa na China? Elas existem? São fortes?

Sim, são fortes. Em nosso plano estratégico, a Nantong deve se tornar um grande polo industrial daquele mercado. Temos um plano de crescimento e, nos próximos sete anos, esperamos multiplicar em cinco vezes nosso tamanho de hoje. Não faremos isso apenas por meio do crescimento orgânico. Com essa velocidade, teremos que crescer também por aquisições. Observando os últimos seis anos, estamos investindo muita energia, confiantes no crescimento.

Do lado de cá, ocidental, uma grande parte dos países estará praticamente estagnada nos próximos cinco a sete anos.

Analisando algumas pesquisas, nos próximos 10 a 15 anos, a atratividade da área de máquinas e motores será muito boa na Ásia.

Nessa última ponderação, você mencionou duas coisas: crescimento do mercado e o da WEG no mercado. O mercado, de maneira geral, não vai aumentar tanto, mas o market share de vocês pode aumentar.

Somos muito pequenos, quando analisamos o tamanho do mercado da China. Por isso, multiplicar por cinco é factível. Sinto-me muito entusiasmado com isso.

Gostaria de tocar na questão do pré-sal. O pré-sal é um mundo. Como ele altera o quadro brasileiro para WEG?

No Grupo WEG, não apenas aqui no headquarters, mas em nossas filiais no mundo, podemos cobrir todas as oportunidades oferecidas pelo pré-sal. Todos estão trabalhando fortemente nesse sentido, o que torna a competitividade muito acirrada. Dos últimos 40 barcos licitados, ganhamos uma parte e a outra foi para a nossa concorrente. Estamos trabalhando também em conteúdo nacional. A WEG talvez seja uma das poucas empresas brasileiras com competências suficientes para atender grande parte das necessidades do pré-sal. Tanto é que, no ano passado, uma das reuniões da Petrobras para tratar do pré-sal ocorreu na WEG. Estamos trabalhando bem sincronizados com as demandas.

Trabalhando com grandes motores inclusive?

Não apenas motores. Trabalhamos com automação, com todas as subestações dos navios nas áreas, dentre outros aspectos. Há um tipo de tecnologia, por exemplo, alguns motores de bombas profundas, que não fabricamos. Mas, em compensação, produzimos todo o pacote elétrico de automação, distribuição de energia e motorização.

Estou impressionado. Eu sabia que o caso da WEG era excepcional, mas a entrevista excede as expectativas.

Quando decidimos ir para a China, eu pensei que seria "um terror". Ao longo desses anos, vejo muito mais oportunidades. Aliás, só oportunidades. A rede de infraestrutura, a rapidez com que se constrói na China e a velocidade de decisão, principalmente. Mesmo com a necessidade do guanxi, em todos os aspectos, a China é capaz de trazer muito mais velocidade aos negócios.

Até por causa do guanxi, talvez.

Exatamente. Se os chineses não perderem a confiança em você, realmente, não há problemas. ▼



Chinese outward foreign direct investment

Hinrich Voss*,
Leeds University

* Pesquisador do Centro de Negócios Internacionais da Universidade de Leeds.

The internationalisation of Chinese firms is an integral part of the economic rise of China and the dawning of what many have dubbed the “Chinese century”. The growth and impact of Chinese multinational enterprises (MNEs) is attracting increasing attention, but somewhat to our surprise, we know little, and understand less, about Chinese MNEs themselves.

Multinational enterprises can be defined as firms that own and control assets – foreign direct investment (FDI) – in at least one foreign country, and China is now spawning increasing numbers of such firms. Chinese firms have invested abroad since the late 1970s but for a long time the levels of investment were minor and largely under the radar of the public consciousness. This changed dramatically in 2004-2005. Shanghai Automobile Industrial Corporation and Nanjing Automobile Corporation acquired MG Rover, the British car manufacturer, Lenovo acquired IBM’s PC business, and TCL acquired the TV manufacturing business of French Thomson. Even failed attempts to acquire western businesses generated furore. China’s state-owned oil company CNOOC failed to acquire California-based UNOCAL, and Haier failed in employing Maytag to expand its American operations. Chinese firms’ sudden appearance as corporate predators, left business commentators questioning the assumption that firms from emerging economies were incapable of overseas competition head to head with advanced economy firms.

Overnight, fifty years of academic research on identifying the necessary conditions for a firm to become a multinational enterprise, based on the experience of MNEs from advanced economies, came into question. These prerequisites to become multinational basically boil down to enjoying superior capabilities in the form of technology, proprietary knowledge, and other internationally transferable assets owned by the firm. The received explanation accounted nicely for the established multinational Blue Chips from Europe, Japan and the USA. But firms from Brazil, China or Mexico were thought inherently incapable of internationalising through direct investments. In fact, emerging economy firms had been venturing abroad since the 1980s, but this had been overlooked largely because the firms involved were generally small and medium sized.

It is held that firms invest internationally in order to expand, or defend, their overseas market (so-called “market-seeking” investment), to secure better access to raw materials such as oil and minerals (resource-seeking), to acquire access to technologies, brands, distribution channels (strategic-assets seeking), and/or to reduce overall production costs through utilising cheaper inputs, generally labour, or greater productivity, often through scale economies (efficiency-seeking). Looking at the recent Chinese acquisitions – even the failed ones – shows that these deals fit into these categories. Lenovo acquired new technology and a well established brand name from IBM in order to expand its international market presence. And Haier intended to acquire an American household name to strengthening its competitive position in the USA and to act as a springboard for further international expansion. But can we fit the “western model” of multinational expansion to internationalising Chinese firms in general?

Evidence from a large sample of internationalising Chinese state-owned enterprises (SOEs) indicates that we can: Chinese firms invest in OECD countries mainly to develop their market share and gain knowledge; they invest in resource-rich countries in the oil, gas, and mining sectors; and that we do not see Chinese efficiency-seeking

investments abroad is well explained by the simple fact that cost savings are readily available through domestic relocation within China. Finally, Overseas Chinese – migrants and their communities outside China act as business and information brokers into local markets abroad, and can be an invaluable resource for internationalising Chinese firms.

Although our ability to explain Chinese MNEs is looking reasonably complete, there is one element missing: the role of government. Government policy has been critical to guiding the Chinese domestic economy to today’s success story. Strict control over early investments slowly eased during the 1980s and 1990s, as naïve firms gathered experience of operating in foreign markets. This culminated in the “Go Global” policy of 1999, heralding comprehensive support for the government target to have fifty Chinese firms ranked in the Fortune 500 by 2015. Broadly speaking, the types of support are the standard ones – information provision and sharing about host markets and business opportunities, but the financial support appears to have distinctive effects. Remarkably, Chinese firms with little experience of international competition and with low technological sophistication seemed able to employ this finance in countries that are, by western norms, politically and

“

CHINESE FIRMS INVEST IN OECD COUNTRIES MAINLY TO DEVELOP THEIR MARKET SHARE AND GAIN KNOWLEDGE; THEY INVEST IN RESOURCE-RICH COUNTRIES IN THE OIL, GAS, AND MINING SECTORS; AND THAT WE DO NOT SEE CHINESE EFFICIENCY-SEEKING INVESTMENTS ABROAD IS WELL EXPLAINED BY THE SIMPLE FACT THAT COST SAVINGS ARE READILY AVAILABLE THROUGH DOMESTIC RELOCATION WITHIN CHINA.”

economically very risky. An absence of western competitors, plus political and institutional support through the Chinese government’s extensive links in Africa also helped, along with the mushrooming of Chinese special economic zones in Africa (and now Europe, and most recently the USA). In principle, these SEZs enable the Chinese government to create hubs for Chinese firms, from which to explore selling to the local market. However, as yet, the precise extent of the benefit derived from these zones by Chinese firms remains unclear.

To a large extent the internationalisation of Chinese firms conforms to the experience of firms from other countries, notwithstanding some distinctive Chinese features. Developments that need to be watched include the internationalisation of Chinese privately-owned firms, as they operate unlike their state-owned counterparts, and will impact differently on host economies. As Chinese outward direct investments grow, and become more sophisticated in their international operations, businesses and policy-makers’ attention will naturally turn to monitoring these impacts, and away from simply keeping a tally of investments. ▀

AQUISIÇÃO DE IMÓVEL RURAL NO BRASIL POR ESTRANGEIROS E BRASILEIROS EQUIPARADOS A ESTRANGEIROS

Por Pedro Freitas* e Felipe Bastos**

Brésil, la nouvelle ferme du monde. Com essa manchete, que classifica o Brasil como a nova fazenda do mundo, a edição do dia 22 de junho de 2011 do jornal francês “Le Monde” apresentou extensa matéria dando destaque às reuniões do G-20 Agrícola em Paris, França, nos dias 22 e 23 daquele mês.¹

Exagerado, ousado? Talvez. Ou não. O fato é que tal prognóstico, aliado a fatores históricos² e socioeconômicos³, alimenta faz tempo acalorados debates em torno do acesso a imóveis rurais no Brasil. A consolidação do Brasil como potência agrícola tem atraído há muitos anos um volume crescente de investimentos estrangeiros para as atividades desenvolvidas em nosso campo. Mas esse longo namoro entre o capital externo e a grande vocação agropecuária brasileira terá que aguardar um pouco mais para ser sacramentado e transformar-se em um casamento duradouro.

Reconhecendo a completa falência dos mecanismos de controle da ocupação das propriedades rurais no Brasil, o governo federal se sentiu compelido⁴ a alterar o panorama legal, restringindo sensivelmente a possibilidade de aquisição de terra rural por sociedades brasileiras controladas por capital estrangeiro.

A atuação do governo se deu principalmente por meio da Advocacia-Geral da União (“AGU”), que, após longo processo de maturação, editou o Parecer n.º LA-01 a respeito de condições e limites para a aquisição de imóvel rural

por estrangeiros e equiparados (o “Parecer”). O Parecer foi aprovado em 23 de agosto de 2010 pelo então Presidente da República Luís Inácio Lula da Silva e publicado na Imprensa Oficial, tornando-se vinculante para toda a Administração Pública Federal.⁵

O Parecer revigorou sérias restrições para aquisição e arrendamento de imóveis rurais no país, aplicáveis a sociedades brasileiras controladas por estrangeiros.

O PARECER

O Parecer ressuscitou o §1º do art. 1º da Lei 5.709/71, que a própria AGU, em dois pareceres normativos anteriores, já havia declarado como incompatível com a Constituição da República de 1988. O referido dispositivo equipara a estrangeiro residente no país a pessoa jurídica estrangeira autorizada a funcionar no país, para fins de aquisição de imóvel rural, “a pessoa jurídica brasileira da qual participem a qualquer título, pessoas estrangeiras físicas ou jurídicas que tenham a maioria do seu capital social e residam ou tenham

* Sócio de VEIRANO ADVOGADOS.

** Associado Sênior de VEIRANO ADVOGADOS.

1. A íntegra do artigo está disponível no site do Jornal, no endereço http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30&objet_id=1160618. Último acesso em 29.06.2011.

2. É o caso da tradicional prática de “grilagem” como manobra ainda largamente utilizada para fraudar títulos aquisitivos de propriedade rural.

3. São exemplos desses fatores os preços muito elevados (com tendência de mais crescimento) das commodities alimentícias no mercado internacional, atreladas ao fenômeno da crise mundial de alimentos; as projeções favoráveis à expansão da exploração do etanol e biodiesel como fontes energéticas alternativas aos combustíveis fósseis, da qual o Brasil é pioneiro e líder; e conflitos relacionados à “biopirataria” na região amazônica.

4. A legislação brasileira a respeito da aquisição de propriedade rural por estrangeiro é antiga, datando do período em que o Brasil era governado por uma ditadura militar. Seus principais diplomas já têm aproximadamente 40 anos, como ocorre com a Lei n.º 5.709, de 1971

(“Lei 5.079”), regulamentada pelo Decreto n.º 74.965, de 1974. Mesmo assim, eram poucas as esperanças de que o Congresso Nacional lograsse aprovar, num horizonte breve, as várias iniciativas legislativas apresentadas com o objetivo de renovar a legislação sobre a matéria. Apenas recentemente foi noticiada a instalação de uma subcomissão da Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural da Câmara dos Deputados destinada a analisar e propor medidas sobre o processo de aquisição de áreas rurais e sua utilização, no Brasil, por pessoas físicas e jurídicas estrangeiras. A reunião para discutir e votar o plano de trabalho estava designada para ocorrer no dia 28 de junho de 2011.

5. Antes mesmo da aprovação e publicação do Parecer, a Corregedoria do Conselho Nacional de Justiça, em decisão de 13 de julho de 2010, prenunciando um alinhamento estatal quanto à mudança de posição a respeito da constitucionalidade do § 1º do art. 1º da Lei 5.709/71, determinou que cartórios de notas e registros imobiliários passassem a “observar rigorosamente as disposições da Lei n.º 5.709 de 1971 quando se apresentarem ou tiverem de lavrar atos de aquisição de terras rurais por empresas brasileiras com participação majoritária de estrangeiros, pessoas físicas ou jurídicas.” (Pedido de Providências – Corregedoria 0002981-80.2010.2.00.0000).

sede no Exterior” (o “estrangeiro equiparado”).

Discussões sobre a constitucionalidade do Parecer à parte – embora seja um campo muito fértil, não há ainda posição jurisprudencial sobre o tema –, a única certeza é que a repristinação do referido §1º do art. 1º da Lei 5.709/71 culminou por revitalizar a reboque uma séria de outras normas jurídicas que eram igualmente entendidas como inconstitucionais. É o que acontece com a norma⁶ que estende ao arrendamento rural todos os limites, restrições e condições aplicáveis à aquisição de imóvel rural por estrangeiros e estrangeiros equiparados previstos na citada Lei 5.709/71.

Assim é que, no atual quadro normativo, segundo a interpretação conferida pelo Parecer, qualquer empresa brasileira que esteja sob o controle acionário, direto ou indireto, de estrangeiros sujeitar-se-á aos mesmos limites e restrições na aquisição de imóvel rural aplicáveis a estrangeiros genuínos, dos quais destacamos os seguintes:

- A aquisição de imóveis rurais deverá ser destinada à implantação de projetos agrícolas, pecuários, industriais ou de colonização vinculados a seus objetos estatutários, devendo tais projetos ser aprovados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, ouvido o órgão federal competente para o desenvolvimento regional na respectiva área (e.g., SUDAM, SUDENE), devendo ser ouvido o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, na hipótese de projeto de natureza industrial;
- A soma das áreas rurais pertencentes a pessoas estrangeiras, físicas ou jurídicas, e estrangeiros equiparados não poderá ultrapassar um quarto (25%) da superfície do município em que se situem, assegurando uma prevalência estritamente nacional dessa superfície. Pessoas estrangeiras, físicas ou jurídicas, de mesma nacionalidade e estrangeiros equiparados não poderão ser proprietárias, num mesmo município, de áreas rurais que excedam 40% do quantitativo anterior (ou seja, 40% dos 25% da superfície do município);
- As restrições não são aplicáveis a áreas rurais inferiores a 3 módulos de exploração indefinida (MEI). (O MEI é uma unidade de medida cujo valor é definido de modo genérico e residual pelo INCRA para cada microrregião estabelecida pelo IBGE, variando conforme diversos fatores demográficos e socioeconômicos, como, e.g., distância para o centro consumidor); e
- A aquisição ou o arrendamento de área rural superior a 100 (cem) MEI por pessoa jurídica estrangeira ou por estrangeiros equiparados dependerá de autorização do Congresso Nacional.

Em benefício da segurança jurídica e da estabilidade no tráfego mercantil, o próprio Parecer ressalva que o regime por ele instituído não alcança negócios imobiliários concluídos e efetivados anteriormente à sua publicação. Todavia, arrendamentos e outras transações com efeitos dominiais, inclusive decorrentes de alteração de controle acionário⁷, fusões, aquisições, incorporações ou cisões, realizados em violação aos preceitos revigorados pelo Parecer poderão ser declarados nulos, sobrevindo risco de responsabilização pessoal no âmbito civil e também criminal do tabelião que lavrar a escritura e do oficial de registro que ultimá-lo.

6. Art. 23, caput e §1o, Lei n.o 8.629, de 1993.

SOLUÇÕES E PERSPECTIVAS

A generalidade, a rigidez e a falta de atualidade das normas ressuscitadas pelo Parecer têm causado inúmeras dúvidas no mercado a respeito do verdadeiro alcance das restrições em vigor. Os textos normativos não contemplam outros direitos reais (v.g., direito real de superfície) nem institutos jurídicos de mais larga utilização nas últimas décadas relacionados à exploração econômica de bens imóveis (e.g., propriedade fiduciária). Tampouco as normas repristinadas parecem admitir quaisquer ressalvas a uma ou outra indústria (e.g., atividade de mineração), embora tenham sido concebidas com especial ênfase para a produção agrícola.

Em vista dessas insuficiências que marcam o regime normativo atual, grande parte dos agentes de mercado se encontra em compasso de espera, aguardando acenos do governo federal (ou do Congresso Nacional) no sentido de fixar regras novas e flexibilizantes. O governo já deu mostras de que estuda a elaboração de fórmulas mais específicas de disciplina da matéria, permitindo a separação do investimento benigno de cunho produtivo do puramente especulativo e que pouco (ou nada) agrega para a concretização dos anseios nacionais de liderança global no setor. Apesar de alguns sinais lúcidos emitidos pelo governo, determinar quanto tempo mais o estaque regime atual vigorará permanece sendo uma grande incógnita.

OUTRAS EXPERIÊNCIAS LATINO-AMERICANAS

Por fim, ressalte-se que o estabelecimento de normas mais rigorosas para a aquisição de propriedade rural por estrangeiros não é uma exclusividade brasileira. Na vizinha Argentina, que também tem recebido volumosos investimentos em imóveis rurais ultimamente – em especial da comunidade chinesa –, o Poder Executivo apresentou ao Congresso um projeto de lei que fixa regras ainda mais rígidas do que as atualmente em vigor no Brasil. Segundo o *Proyecto de Ley de Protección al Dominio Nacional sobre la Propiedad, Posesión y Tenencia de las Tierras Rurales*, a propriedade rural detida, direta ou indiretamente, por estrangeiros não poderá superar 1.000 hectares, contemplando ainda um limite total de 20% da totalidade de áreas rurais de propriedade, direta ou indireta, estrangeira, com uma limitação adicional de 30% dos 20% totais por nacionalidade do adquirente.

Um dos receios manifestados por alguns especialistas argentinos é no sentido de que, caso seja aprovado, o projeto de lei poderia colocar a Argentina no banco dos réus em novas e custosas arbitragens internacionais. As normas contidas no projeto de lei possivelmente colidiriam com uma multiplicidade de tratados bilaterais de investimentos firmados pela Argentina com outros países, violando o compromisso argentino de oferecer um ambiente regulatório estável para investimentos externos.

Pelo menos esse empecilho específico não aflige o governo brasileiro. Afinal, ao contrário da Argentina e da imensa maioria de países em desenvolvimento, que respaldaram sua política de atração de investimento direto estrangeiro na celebração desses tratados bilaterais de investimentos com outras nações, o Brasil jamais ratificou qualquer tratado dessa natureza, tampouco ratificou as principais convenções internacionais multilaterais sobre a matéria. ▀

7. Em 15 de março de 2011, o Advogado-Geral da União encaminhou ofício ao Ministro da Fazenda solicitando providências pela Comissão de Valores Mobiliários para o fiel cumprimento da Lei 5.709/71, em atenção ao Parecer, sobretudo em relação ao risco daquilo que qualificou de “possível manobra comercial por parte das empresas de capital social aberto, quando proprietárias de imóvel rural, que ao negociarem livremente suas ações no mercado poderão transferir o controle da sociedade a estrangeiros, visando à aquisição indireta de propriedade rural (...)”.

Na mesma data, o Advogado-Geral da União ainda encaminhou ofício ao Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior solicitando a adoção de providências pelo Departamento Nacional de Registro do Comércio, “particularmente quanto à expedição de orientação às Juntas Comerciais (...) para que não sejam arquivadas as alterações dos Estatutos Sociais das Empresas proprietárias de área rural que promovam a transferência de controle para pessoas estrangeiras, sejam elas físicas ou jurídicas.”

QUEM SOMOS

O Conselho Empresarial Brasil-China é formado por duas seções independentes, uma no Brasil, outra na China. Dedicase à promoção do intercâmbio econômico Brasil-China e, sobretudo, a fomentar o diálogo entre empresas dos dois países. O CEBC propõe-se a contribuir para um bom ambiente de comércio e investimentos, assim como a entender e divulgar as novas tendências observadas no dinâmico relacionamento Brasil-China. Atualmente, o CEBC é composto por cerca de setenta das mais importantes empresas e instituições brasileiras e chinesas com investimentos e negócios nos dois países.

ASSOCIADOS

SEÇÃO BRASILEIRA

Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) / Algar / Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (ABIEC) / Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE) / Associação Brasileira da Infra-Estrutura e Indústrias de Base (ABDIB) / Banco do Brasil / Banco Itaú BBA / BNDES / Bradesco / BRF Brasil Foods / C. Steinweg Handelsveem / CEBRI / China Invest / Columbia Trading / Comexport / Construtora Odebrecht / Embraer / Ernst & Young / Federação das Indústrias do Estado de Mato Grosso (FIEMT) / Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) / Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) / Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC) / Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) / Felsberg e Associados / Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) / GDK / Grupo Multi / Huawei Brazil / Instituto Aço Brasil- IABr / Machado Meyer Sendacz Opice / PwC / Sertrading / Standard Bank / Suzano Papel e Celulose / TozziniFreire Advogados / Usiminas / Vale / Veirano Advogados

SEÇÃO CHINESA

Aluminum Corporation of China Limited / A&W (Shanghai) Woods Co. Ltd / Baosteel Group Corporation / China Aviation Industry Corp. (AVIC II) / China Forestry Group Corporation / China Civil Engineering Construction Corporation / China Railway Construction Corporation Limited / China International Forestry Group / China Metallurgical Group Corporation / China Minmetals Corporation / China National Cereals, Oils & Foodstuffs Corporation / China Nonferrous Metal Industry's Foreign Eng. & Construction Co. / China North Industries Corp. / China International Trust and Investment Corporation (CITIC) / Dongguan Nine Dragons Paper Industries / Fujian Electronics & Information Group / GREE Electric Appliances / Guosen Securities / Huawei Technologies / Jiangyin Chengxing Industrial Group / Nine Dragons Paper (Holdings) Ltd / Nucotech Company Limited / Qingdao Rulong International Trading Co. Ltd / Shanghai Anxin Flooring Co. / Shanghai Baosteel Group Corporation / Shanxi Dajin International / ShanXi Foreign Investment & Trade Group / Sinopec / Xinxing Ductile Iron Pipes Group / Yankuang Group / Yongcheng Coal & Electricity Group Co.

COMO SE ASSOCIAR

Para mais detalhes sobre o processo de associação ao CEBC, entre em contato com a Secretaria Executiva por meio do e-mail cebc@cebc.org.br ou pelo telefone (21)3212-4350.

PATROCÍNIO:



Bradesco