

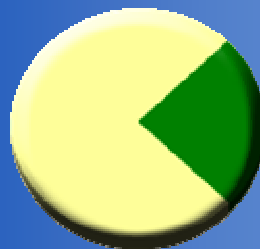
Caminhos da Embraco na CHINA



A Embraco hoje



**Líder mundial no
segmento de
compressores
herméticos**



**22% market
share global**

36 anos

de existência



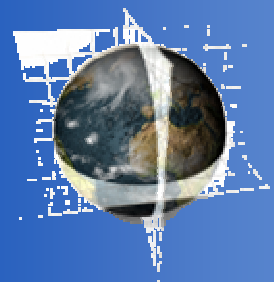
**+ 300 milhões de
produtos fabricados**



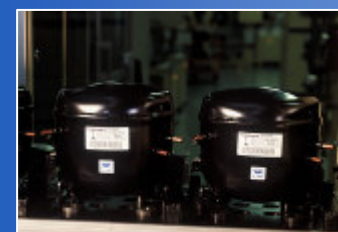
**Liderança
tecnológica**



**Fábricas em 3
continentes**



**Rede global de
distribuição e venda**



**27 milhões de
compressores/ano**

Plantas e pessoas





Por que ir para a China?

- **Exportações para a China desde 1986**
- **Marca Embraco já conhecida na Ásia**
- **Percepção do crescimento econômico, potencial interno do mercado de refrigeradores**
- **Futura base de exportações para o continente**
- **Infra-estrutura boa, baixo custo de produção**

Primeira indústria brasileira a formar joint venture com o governo chinês em 1995



MERCADO CHINÊS

- **Investimento para conhecer particularidades do mercado**
 - Como se faziam negócios na China
 - Mercado financeiro – entradas e saídas de divisas
 - Sistema jurídico e tributário
 - Diferenças regionais
- **Principais demandas do mercado, então estimado em 7 a 8 milhões de compressores/ano**
- **Diferenças culturais entre os dois países**



Primeiros passos Embraco



1993 - início dos entendimentos sobre uma possível parceria

1995 - estabelecimento de joint venture com grupo Snowflake, controlado pela municipalidade de Beijing

Documentos que estruturaram a associação

- o contrato de joint venture
- o contrato social – sociedade limitada
- o contrato de locação das instalações (fábrica já existente)
- o contrato de licença de uso de marca no produto
- o contrato de fornecimento de tecnologia – compressores EC



Características e desafios



Estratégias de negócios

Entendimento da cultura

Propriedade intelectual

Negociações complexas

Sistema jurídico em consolidação

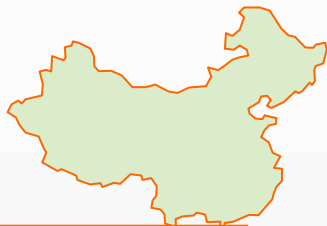
Entendimento dos protocolos sociais



O começo da operação - 1995



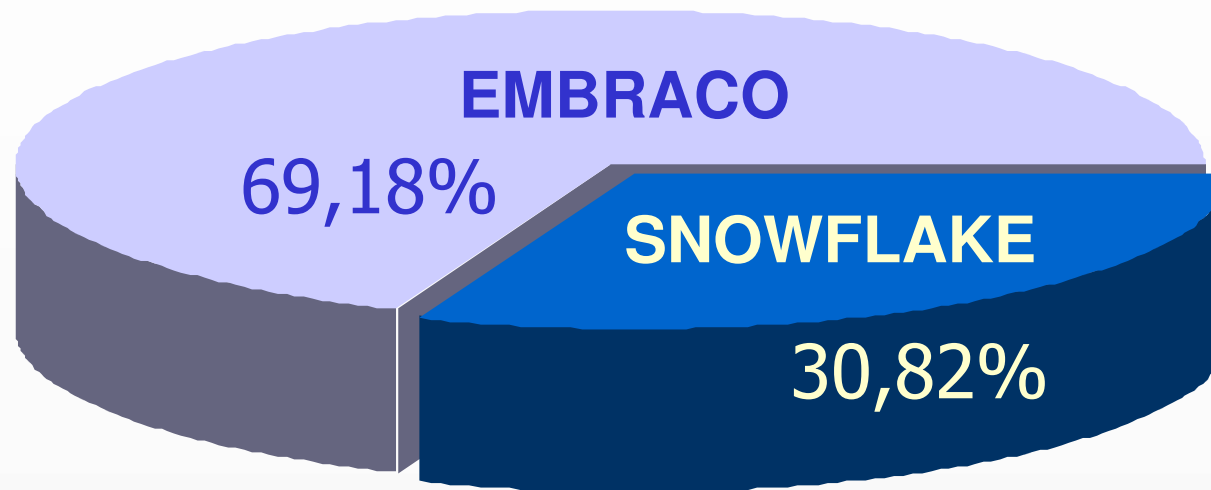
- o **Empresa Beijing Embraco Snowflake Compressor Company - BESCO**
- o **Antiga fábrica localizada em área urbana: Distrito de Fungtai, ao sul de Beijing**
- o **Volume de produção: 1 milhão de compressores/ano**
- o **No. funcionários: aprox. 1150 pessoas**
- o **Foco no mercado doméstico**



Principais dificuldades:

- o **Incertezas quanto à legislação chinesa**
- o **Diferenças culturais acentuadas**
- o **Confiança entre as partes - construção do relacionamento**

Capital Social atual





CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente



Vice-Presidente



Membros



Gerência

Gerente Geral



Vice-Gerente Geral



Gerentes



Embraco hoje na China



- Nova fábrica localizada em área planejada – distrito industrial próximo ao aeroporto
- Investimento conjunto de US\$ 65 mi
- Plataforma estratégica para abastecer mercado asiático de refrigeração
- Foco no mercado doméstico
- Capacidade produtiva plena de 4,5 milhões de produtos
- Certificação ISO 9001
- + de 1.100 funcionários



Diferenciais da nova fábrica



- **Centro de pesquisa e desenvolvimento**
- **Novo produto EM - global**
- **Tecnologia de ponta**
- **Capacidade produtiva plena de 4,5 milhões de produtos**
- **Em processo de certificação ISO 14001**
- **Preocupação ambiental:**
 - **Redução consumo água**
 - **Redução consumo energia elétrica**
 - **Redução consumo de CO2**

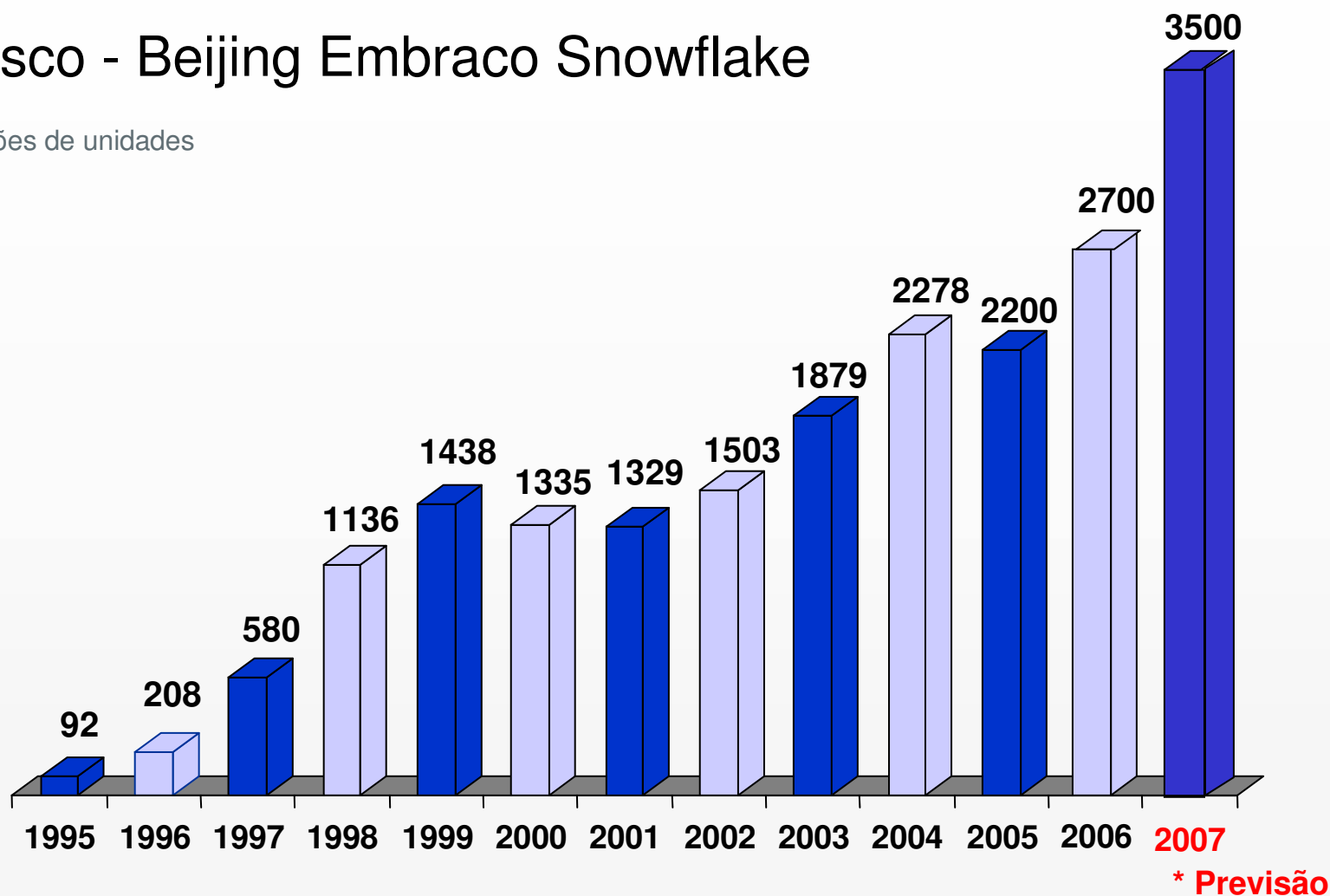


Evolução do volume de vendas da Besco na China



Besco - Beijing Embraco Snowflake

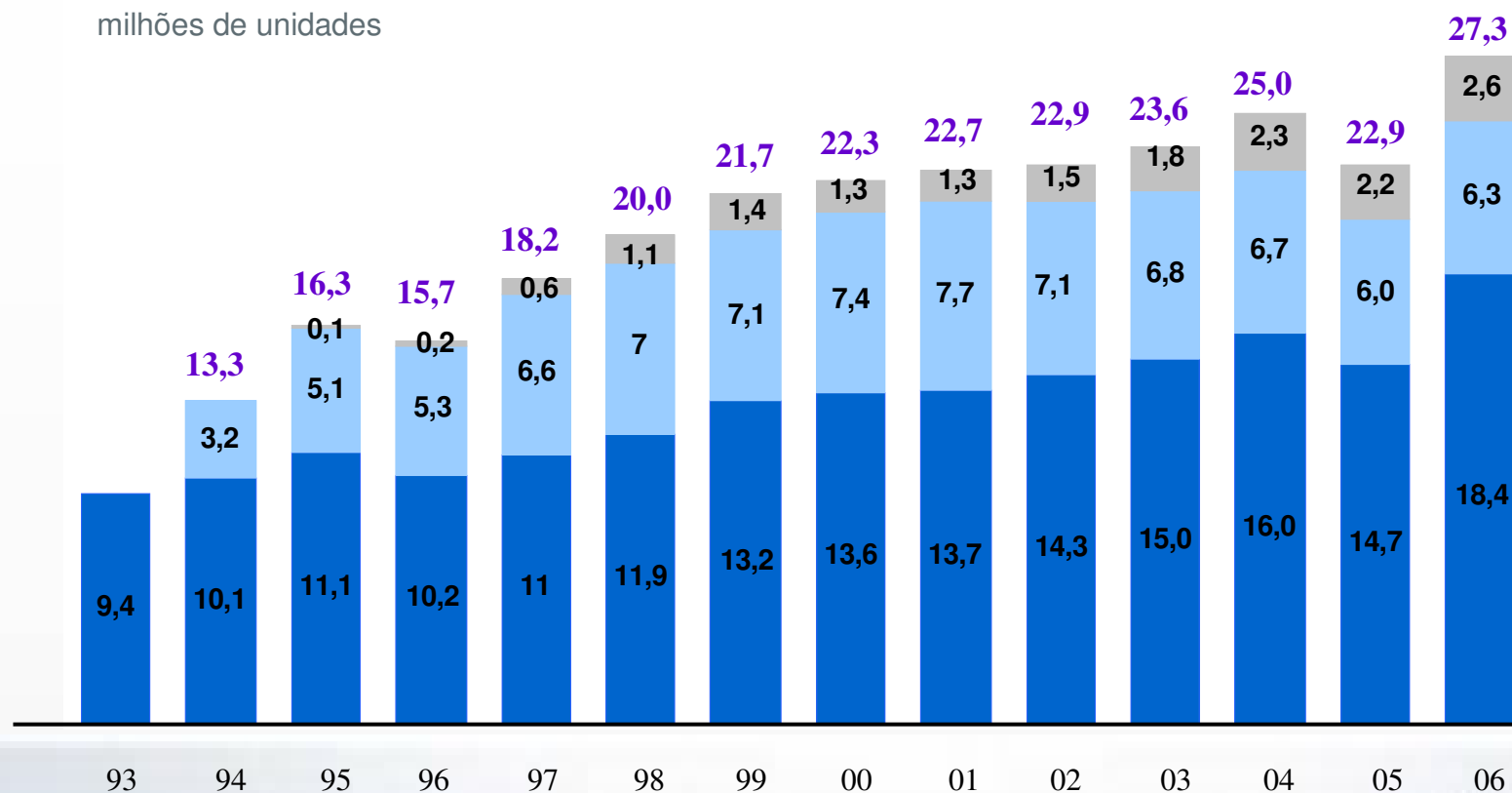
milhões de unidades



Volume global de vendas



milhões de unidades



BRASIL EUROPA CHINA

Momento atual



- o Gerenciamento do parceiro chinês está mais focado em resultados
- o Conceitos de gestão, qualidade e produtividade estão internalizados
- o Pessoas já entendem que a empresa deve gerar empregos e lucro
- o China integrou-se à Organização Mundial do Comércio em 2004
- o Crescimento contínuo é a forma de suportar investimentos para desenvolvimento futuro

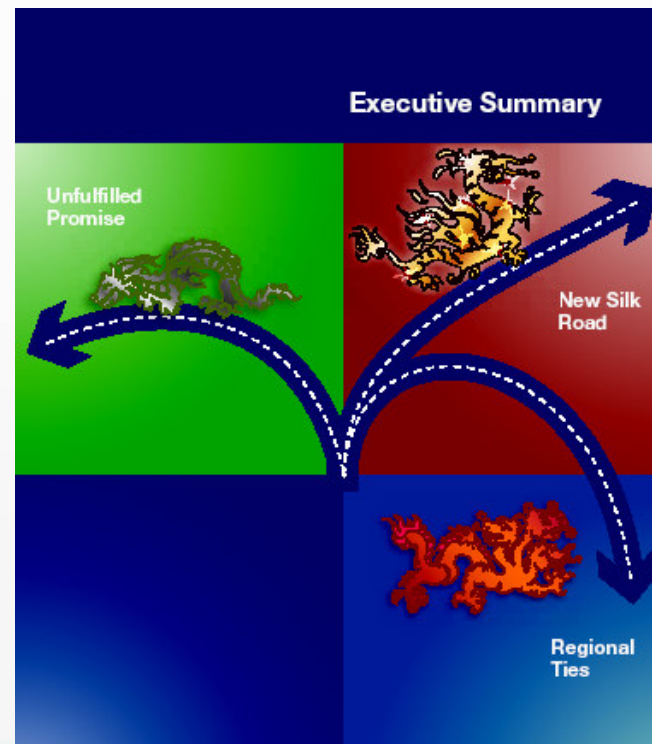


Cenários futuros e Responsabilidade Social



- o Na reunião do Fórum Econômico Mundial, em setembro de 2006 em Beijing, foi tratada a questão do crescimento sustentável da China e apresentados os cenários até 2025.
- o E como será a atuação da Embraco diante desses cenários?

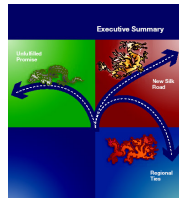
Sem conseguir implantar reformas estruturais, compromete desenvolvimento econômico, social e ambiental



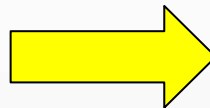
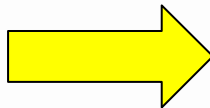
Conquista desenvolvimento econômico sustentável, com base na integração global sem fronteiras. Retomada de forte influência cultural no mundo

Lidera crescimento com foco regional asiático, fruto de política protecionista

Análise dos cenários



COMPARANDO OS TRÊS CENÁRIOS



	Regional Ties	Unfulfilled Promise	New silk road
Leadership & governance	Strong one-party leadership	Reactive leadership – lacking in long term vision	Next generation leadership more open to individual rights and social liberties
Economic governance	Global slowdown affects exports to Europe and EUA – focus on domestic and Asian markets	Growth eventually slows as export weakens and domestic market demand does not significantly increase	High and balance growth based on both external and domestic market development
Social development	Succeeds in maintaining social stability and cohesion despite a depressed global environment	Unbalance development driven by coastal areas with high disparities across regions and classes	Reforms and accelerated urbanisation combined with na insufficient social safety net cause some initial concerns
External relationships	Sucessful regional ties fuel growth and prosperity in the region after western countries shift attention away from the region	Aspiration to be a major global player not fulfilled while lagging reforms affect relations and trade	China plays na increasingly active role on the world stage and in international organisations

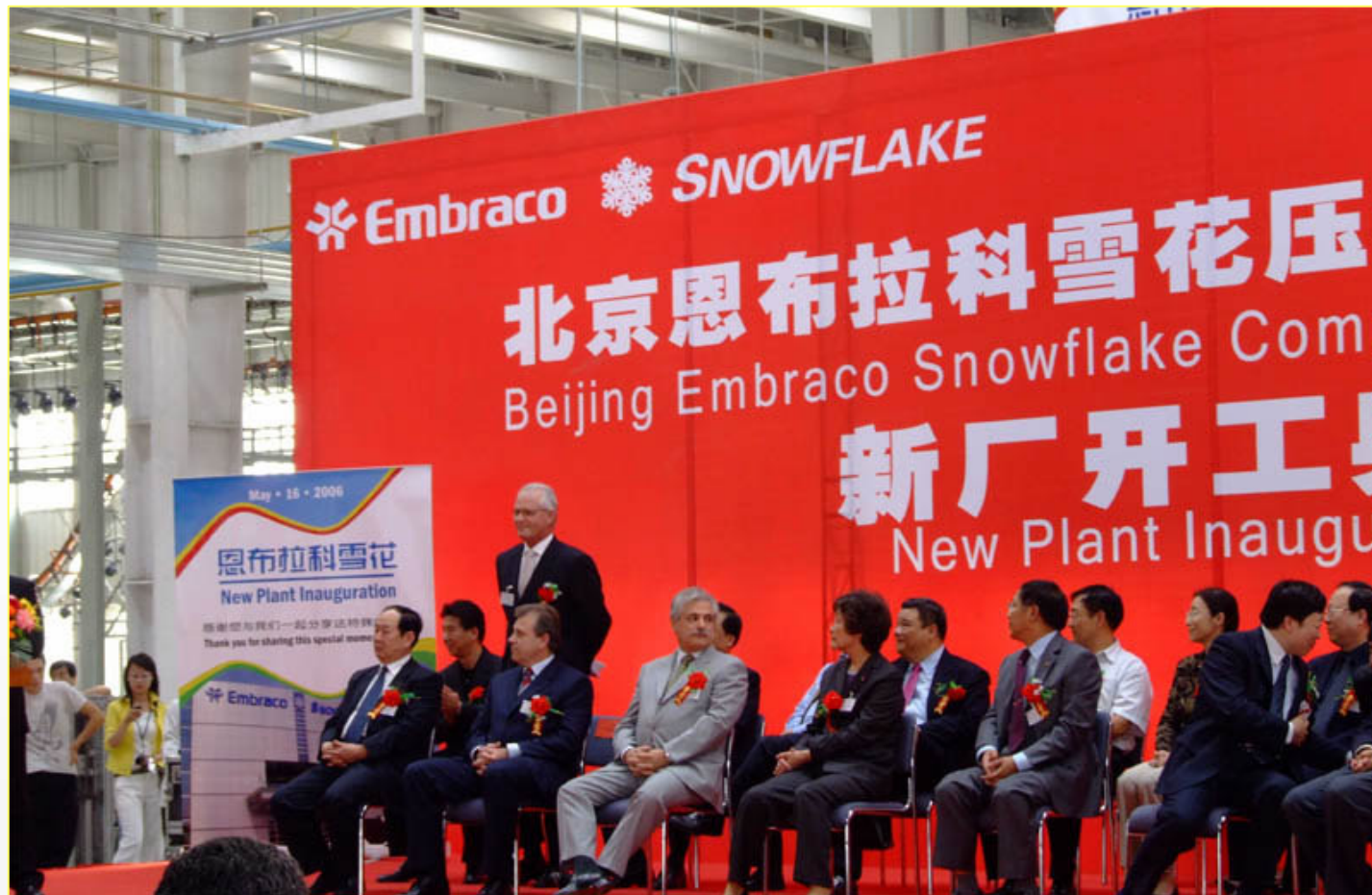
Inauguração nova planta – maio 2006



Inauguração nova planta – maio 2006



Inauguração nova planta – maio 2006



Inauguração nova planta – maio 2006



Inauguração nova planta – maio 2006



Conclusão



Não existe “negócio da China”.



“Conheça o inimigo e ataque onde menos se espera. É da natureza da água evitar as alturas e se precipitar para as planícies. Evite a sua força, golpeie seu vazio e, à semelhança da água, ninguém conseguirá fazer-lhe oposição.”

“Você precisa conhecer também as forças e as fraquezas de sua própria organização. Quando você desconhece o inimigo mas conhece a si mesmo, suas chances de vencer ou perder são iguais. Se desconhecer o inimigo e a si mesmo, decerto correrá perigo em cada batalha.”
(SUN TZU – A arte da guerra)

Obrigado!



Ernesto
Heinzelmann

presidente@embraco.com.br