



Fábrica da Jac Motors na China: chineses investem em quase todos os setores da economia

Os chineses continuam chegando

As multinacionais chinesas no Brasil estão contratando. Veja o que você precisa saber antes de aceitar uma proposta de emprego em uma delas → **LUIZ DE FRANÇA**

O estreitamento das relações comerciais entre Brasil e China tem sido assunto frequente no noticiário. Ainda mais com a visita da presidente Dilma Rousseff ao país, prevista para este mês. Desde 2009, a China se tornou o principal destino dos produtos brasileiros. Sua participação na pauta da nossa exportação saiu de 6,1%, em 2006, para 15,3%, em 2010. Os anúncios de investimentos chineses em empresas no Brasil também saltaram de

86 milhões de dólares, em 2009, para 17,7 bilhões de dólares, em 2010, segundo dados do Banco Central e da Federação da Indústria do Estado de São Paulo. São empresas do setor de energia, óleo e gás, mineração, infraestrutura, siderurgia, agricultura e TI. “E vem mais por aí”, diz Jorge Luiz Menegassi, presidente da consultoria Ernst & Young Terco, que visitou, no fim do ano passado, oito grandes companhias estatais chinesas e dois fundos de investimentos bilionários.

Desde então, uma delas entrou no mercado brasileiro: a State Grid — que comprou concessionárias de transmissão de energia elétrica em São Paulo e Minas Gerais. “Fazia quatro anos que não retornava à China e fiquei espantado com a mudança nesse curto período e a vontade deles de investir aqui”, diz Jorge Luiz. Atualmente, há 50 empresas chinesas operando no país, segundo dados da Embaixada da China no Brasil. Mas há informações de que outras mais devem aportar por aqui.

“Tem uma grande multinacional de infraestrutura planejando sua entrada no país de olho nas obras da Copa do Mundo e da Olimpíada”, diz, sem revelar o nome, Tang Wei, diretor-geral da Câmara Brasil-China para Desenvolvimento Econômico (CBCDE). Essa invasão chinesa traz boas notícias do ponto de vista de geração de emprego. Em São Paulo, serão mais de 3 000 postos de trabalho até 2013 com a instalação da montadora de automóveis Chery, em Jacareí, no interior do estado, e cerca de 12 000 indiretos, segundo a prefeitura local.

Trabalhar em uma multinacional chinesa requer flexibilidade para encarar a nova cultura. Nem todos se adaptam. Foi o caso de Rodrigo d’Avila Vianna, contratado para ser gerente de projetos da telecom Huawei. “Acredito que as pessoas precisam ter liberdade para exercitar seu empreendedorismo e tomar decisões favoráveis à empresa. No entanto, isso parece inadmissível na cultura chinesa, onde todos devem cumprir um protocolo”, diz Rodrigo que saiu menos de um ano depois de sua admissão. A Huawei afirma em nota que seu rápido crescimento no país é fruto de dedicação, trabalho em equipe, empreendedorismo, criatividade e integração de seus colaboradores.

As experiências vividas em companhias de gestão chinesa por profissionais brasileiros dividem as opiniões entre os que conseguiram se adaptar e os que odiaram o momento. “As prioridades não são as mesmas, as maneiras de gerir também não, a questão do tempo é diferente e, para ficar mais complexo, a cultura organizacional também”, diz Virgínia Drummond, professora de gestão intercultural da Fundação Dom Cabral, em Minas Gerais. Entre os principais aspectos característicos de uma empresa de gestão chinesa

Ganhando a confiança

Ricardo Pagani, de 49 anos, é gerente-geral da Foxconn no Brasil, fabricante chinesa de hardware com sede em Jundiaí, no interior de São Paulo, que pretende abrir 5 000 vagas em cinco anos. Ele recebeu a VOCÊ S/A em sua sala, que tem apenas dois móveis, um computador e um lousa com algumas anotações.

Qual é sua receita de sucesso?

Existe muito preconceito em relação aos chineses. A visão do regime político carrega um fardo muito grande, do tipo “Isso não deve ser bom. Não mandar em mim”. E, na verdade, trabalhar numa empresa oriental é muito simples. É preciso entender que a cultura é diferente e que primam pela confiança.

Como construir essa confiança?

Demonstre que você tem compromisso com aquilo que está se propondo a fazer. Eles não gostam de pessoas que trabalham por trabalhar.

E como é a comunicação?

Um executivo de uma empresa americana faz um projeto e o apresenta com PowerPoint. Não funciona para os chineses. Eles entendem isso como propaganda, e não gostam.



©2

Por que não funciona?

Porque não quer dizer nada para eles, são somente slides. Se você tem uma ideia e fez um projeto, vá a reunião, pegue um flipchart e um pincel e desenvolva sua apresentação escrevendo e dando exemplos ali, na hora, olhando para as pessoas e perguntando se foi claro. Eles vão olhar para você e falar assim: “Essa pessoa entende o conceito que está me explicando, ela sabe o que está falando”.

O que mais você aprendeu?

Não ache que eles vão se sobrepor aos seus valores. Se posicione, mas com valores. O problema é se posicionar como flexível e aí se entende que você não tem valores.

Oportunidades à vista

Três montadoras de motocicletas, uma de ônibus, uma de caminhões e uma fábrica de painéis solares estão em negociação para investir no Brasil. Segundo Charles Tang, presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-China, se confirmados, os investimentos criarão cerca de 10 000 empregos diretos. Pernambuco e Espírito Santo receberão a XCMG, montadora de máquinas pesadas para construção civil. A Chongqing Grain Group vai investir 4 bilhões de reais em agronegócios. A Sany, que neste ano começou a montar escavadeiras e guindastes no interior de São Paulo, vai contratar mais 1 000 pessoas até o fim de 2014. “A JacMotors, na China, pretende seguir os passos da concorrente Chery e também instalar uma montadora futuramente”, diz Charles Tang.



A lógica chinesa

ENTENDER ALGUNS HÁBITOS CHINESES PODE FACILITAR SUA INTEGRAÇÃO NO TRABALHO

1. RELAÇÃO COM O EMPREGO

Falar que eles só pensam em trabalho não é exagero. Na China não existem leis trabalhistas, férias, 13°. E trabalham sábado e domingo. No Brasil, mesmo tendo de se adaptar às leis locais, fica a cultura das reuniões madrugada adentro.

2. DECISÕES

Os chineses costumam levar meses para tomar uma decisão. Todos os aspectos devem ser analisados a fim de evitar erros. Mas, uma vez decidido, a execução é rápida.

3. RELACIONAMENTO

Apesar de metódicos e fechados, eles têm uma cultura baseada na rede de relacionamentos, assim como nós. O negócio é ganhar confiança para fazer parte da rede.

4. EMBARAÇO

Assim como na China não se devolve um presente, o reconhecimento positivo não é muito bem-vindo quando feito em público. Para eles, o feedback negativo ou positivo deve ser tratado em particular.

estão a valorização da senioridade, o respeito irrestrito à hierarquia, a limitação da autonomia. “Tudo isso são valores que fazem parte da identificação cultural deles e, portanto, não pense que irá mudar isso”, diz o headhunter Robert Wong.

Portanto, prepare-se para essa nova realidade de mercado, pois provavelmente você irá esbarrar em uma companhia chinesa durante sua carreira. “É bom lembrar que elas estão se ocidentalizando faz pouco tempo. O foco em gestão e pessoas é muito novo”, diz Boris Leite, presidente da consultoria Axialent, com escritório em São Paulo. Uma dica para saber

se a gestão terá mais o jeito brasileiro ou chinês de administrar é entender o quadro acionário. “Se cada uma das partes tiver 50%, esse controle pode ser compartilhado e talvez o impacto nessa diferença de gestão seja menor.”

As recrutadoras já estão cientes dos problemas de adaptação que muitos profissionais brasileiros enfrentam em empresas de gestão chinesa. “Por isso, deixamos bem claro no processo de seleção que os chineses não são o tipo de povo que faz grandes esforços para conhecer a cultura local e buscam replicar a cultura chinesa onde estão. Pois as chances de

essas diferenças serem vivenciadas logo no início são muito grandes, o que pode resultar na saída prematura do profissional”, diz Marcelo De Lucca, da consultoria de recrutamento **Michael Page**.

Para quem quer arriscar entrar em uma multinacional chinesa, a dica é estar aberto à cultura e entender suas diferenças. Foi o que fez Ricardo Pagani, que em três anos foi promovido de diretor de projetos a gerente-geral da Foxconn do Brasil, a maior fabricante de computadores e componentes eletrônicos do mundo — a única a fabricar os iPhones da Apple. ●