

A China abre os olhos para o Brasil

Angelica Wiederhecker, de Beijin, china

O Brasil foi um dos maiores beneficiários do *boom* chinês da última década. Na virada do milênio, a China ficou fora da lista dos dez principais destinos das exportações brasileiras, ocupando o 12º lugar. Em menos de uma década, ultrapassou os Estados Unidos e tornou-se o maior parceiro comercial. Embalado pelo voraz apetite chinês por *commodities*, o país engatou um ciclo de expansão nos últimos anos. A importância desse mercado asiático foi realçada pela crise financeira global, quando os Estados Unidos e a Europa mergulharam numa recessão que não fora vista desde os anos 1930. Ainda assim, a economia brasileira continuou a prosperar, amparada pelo formidável programa de investimento em infraestrutura chinês, que resultou em quantidades recordes de importações.

Mas os ganhos imediatos gerados pela relação comer-

cial entre o Brasil e a China podem estar se esgotando. Os laços entre os dois países estão entrando em nova fase que apresenta riscos e oportunidades. A má notícia é que o Brasil deve estar prestes a sofrer as consequências de uma onda de vendas chinesas que competirão com bens produzidos por empresas brasileiras em casa e para importantes mercados, como os países da América Latina. A boa notícia é que a tão esperada onda de investimentos chineses no Brasil finalmente começou a se concretizar. A questão crucial é se o país terá a capacidade de tirar o melhor proveito do potencial desses investimentos.

Nova onda

A forte expansão da economia brasileira ocorrida no primeiro trimestre do ano – a maior em pelo menos 14 anos –, fez o país retomar o ritmo pré-crise, de acordo

com dados do IBGE. Após o impacto da crise financeira, o Brasil enfrentou seis meses de recessão e sofreu retração de 0,2% do PIB, em 2009. Mas este ano o país deve ficar acima dos 7%, segundo previsões dos economistas e pesquisadores do Instituto Brasileiro de Economia (IBRE), da Fundação Getúlio Vargas, sendo alternativa atraente para investidores estrangeiros em comparação a mercados importantes como os Estados Unidos e a União Europeia, cujo crescimento deve chegar a 3,1% e 1%, respectivamente, em 2010, segundo previsão do Fundo Monetário Internacional (FMI).

Com isso, empresários chineses têm demonstrado cada vez mais interesse em expandir suas operações e investir na América Latina e, em particular, no Brasil. "Consideramos o país como um mercado emergente estratégico, pois não foi tão

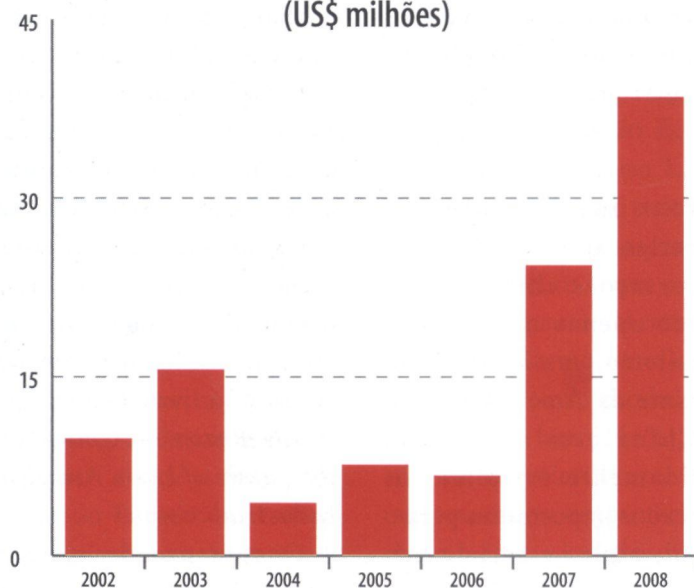
severamente afetado pela crise", diz Wu Zengqi, vice-presidente sênior da ZTE, fabricante de equipamentos de telecomunicações. No Brasil há oito anos, a empresa é uma das maiores multinacionais chinesas, com vendas de US\$ 8,8 bilhões, em 2010. Mas não apenas as grandes estão de olho no mercado brasileiro. Muitas empresas de pequeno e médio porte, que anteriormente não teriam considerado seriamente uma incursão comercial no outro lado do globo, estão vendo o país como uma importante oportunidade de expansão.

A estatal Sichuan Great Trading, baseada em Chengdu, no sudoeste da China,

fabrica uma ampla escala de ferramentas desde chaves de fenda a martelos. Depois de uma visita comercial ao Brasil no ano passado, a empresa planeja se estabelecer no mercado brasileiro. Qi Kejun, o diretor de marketing, diz que a Sichuan é normalmente conservadora quanto à prospecção de novos mercados, em comparação com empresas privadas. No passado, se concentrou apenas nos mercados dos Estados Unidos e alguns países da Europa, mas com a crise, o panorama mudou. "Estamos muito entusiasmados com o mercado brasileiro, que é bastante promissor para produtos fabricados na China."

Empresas chinesas têm demonstrado interesse em expandir suas operações e investir na América Latina e, em particular, no Brasil

Investimentos estrangeiros diretos da China no Brasil
(US\$ milhões)



Fonte: Banco Central do Brasil

Shirley Woo, diretora da Guangdong Yulong, firma de médio porte do setor moveleiro baseada no Sul da China, afirma que há cada vez mais interesse pelos países latino-americanos e, especialmente, no Brasil. "É um novo mercado para nós, por isso não temos muita experiência, mas vemos enorme potencial." A empresa exporta móveis prontos para clientes brasileiros, mas tem interesse, no futuro, em trabalhar com encomendas.

O detalhamento das exportações chinesas mostra que a crise fez com que o país avançasse na diversificação de mercados, transformando economias emergentes como

Nos primeiros cinco meses do ano, as exportações chinesas para economias emergentes aumentaram — crescimento de 110,1% para o Brasil

o Brasil em destinos cada vez mais importantes para seus produtos. Os últimos dados do comércio chinês mostram que nos primeiros cinco meses do ano, os embarques para economias emergentes mantiveram alta, com crescimento de 110,1% das exportações apenas para o Brasil (a Rússia vem em segundo lugar, com incremento de 91,6%). "A recuperação das vendas externas chinesas nesse início de ano deve ser guiada pela forte recuperação de outras economias emergentes", prevê Ha Jiming, economista do banco de investimentos China International Capital Corporation (CICC).

Por trás da ampliação da presença chinesa em países emergentes, estão a rápida

recuperação desses mercados frente ao crescimento lento visto em economias avançadas e a política cambial da China. O renminbi esteve atrelado ao dólar até meados de junho, enquanto as moedas de países emergentes como Brasil, Índia, Coreia do Sul e México apreciaram significativamente em relação à moeda americana. Com isso, a moeda chinesa sofreu desvalorização média de 14% em relação a essas moedas, em 2009, garantindo competitividade às suas mercadorias e serviços. O Banco Mundial nota ainda que nos primeiros cinco meses de 2010 as exportações chinesas estiveram 10% acima do mesmo período do ano passado, o que indica claramente que exportadores chineses ampliaram sua fatia das exportações globais, na medida em que o número relativo às importações mundiais ainda estão abaixo de seu patamar pré-crise.

Terceiros mercados

O perigo apresentado pelas exportações chinesas não reside apenas no mercado brasileiro, mais ainda no restante da América Latina. A China está avançando rapidamente em terceiros mercados importantes para o Brasil, o que é especialmente preocupante para bens manufaturados produzidos por

brasileiros, cujo principal destino é a América do Sul. Segundo estudo do professor Kevin Gallagher, do Departamento de Relações Internacionais da Boston University, 39% de todas as exportações brasileiras se veem ameaçadas por produtos chineses. Mas a competição é ainda mais acirrada no caso de bens manufaturados, já que 91% se encontram sob risco — frente aos baixos preços dos bens chineses. No caso de manufaturados *high-tech*, o percentual é ainda maior, chegando a 93,66%.

O resultado da competição brutal dos aportes chineses se reflete nos números relativos ao mercado global. Em termos de participação no total mundial de exportações de manufaturados, a quota da China elevou-se de 0,4%, em 1985, para 11,5%, em 2006, enquanto a do Brasil sofreu redução de 1% para 0,8% em igual período. "A China está cada vez mais ganhando a competição com exportadores latino-americanos de manufaturados, no mundo e em mercados regionais, e o pior pode ainda estar por vir", diz Gallagher, um dos autores do livro *The Dragon in the Room — China and the Future of Latin American Industrialization*.

O aumento da concorrência chinesa não seria tão problemático se empresas

brasileiras estivessem indo em crescimento contínuo no país, mas a expansão da participação do Brasil na China também apresenta desafios. Um dos raros exemplos do setor de manufaturados de alto valor agregado brasileiro a se estabelecer na China, a Embraer, pode ver encurtados seus planos. A empresa, que atua em parceria com a estatal chinesa Avic II desde 2003, hoje monta os jatos ERJ-145, de 50 lugares, e todas as encomendas feitas serão entregues até 2011. O principal alvo da companhia, entretanto, é começar a produzir um jato regional maior (da família E-190/195) com capacidade para até 120 passageiros, para o qual precisa de autorização do governo chinês.

Se a possibilidade de produzir uma aeronave mais ajustada à demanda local não se concretizar, a empresa pode encerrar suas atividades na China. "Aguardamos o desfecho das negociações e a decisão por parte da Embraer quanto à permanência (na China), para os próximos meses", informa a assessoria de imprensa da empresa. E observar que "as diferenças culturais entre os dois países têm grande impacto nos negócios e que a forte presença do Estado e a estreita regulamentação do mercado são bastante distantes da realidade brasileira".

A queda-de-braço entre a Embraer e o governo chinês faz parte de um quadro mais amplo em que diversas empresas estrangeiras atuando na China têm reclamado das crescentes dificuldades em manter suas operações no país. Beijing vem fazendo cada vez mais exigências em termos de transferência de tecnologia e empregos em troca do acesso ao mercado chinês. "Há 20 anos não vejo a comunidade de negócios internacional na China tão desiludida", disse James McGregor, ex-diretor da Câmara de Comércio dos Estados Unidos no país, em entrevista recente.

Outra questão importante para o futuro do comércio brasileiro é a concentração da pauta de exportações do país. O comércio entre Brasil e China movimentou US\$ 36 bilhões, em 2010, concentrados — no lado brasileiro — na venda de *commodities*. Dados da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal) relativos a 2006 e 2008 mostram que, a exemplo com o que ocorre na relação comercial entre outros países latino-americanos e a China, cinco produtos — minério de ferro (44%), soja (23%), petróleo bruto (6%), aglomerados de minério de ferro (5%) e celulose (3%) — respondiam por 81% da pauta de exportações brasi-

O comércio entre Brasil e China movimentou US\$ 36 bilhões, em 2010, concentrados — no lado brasileiro — na venda de *commodities*

leira no período, o que torna o debate sobre diversificação e inovação decisivo para o sucesso de uma estratégia comercial para o futuro.

Mesmo na área de matérias-primas, a situação vem se tornando mais complexa. A Vale tem prosperado na China, mas a exemplo de outros segmentos, seu produto, o minério de ferro, tem encontrado crescentes obstáculos (ver matéria sobre Mineração na página 22). As negociações em torno do *benchmark* do minério de ferro são um tema delicado, especialmente depois de executivos da mineradora anglo-australiana Rio Tinto terem recebido em março uma dura e sem precedente sentença de 10 anos de prisão por tentativa

Em termos da participação no total mundial de exportações de manufaturados, a China passou de 0,4%, em 1985, para 11,5%, em 2006

de suborno e apropriação de segredos comerciais. A investigação e punição dos executivos da empresa seguiram uma complexa sucessão de eventos. Primeiro, a chinesa Chinalco viu frustrada sua tentativa de adquirir parte do capital da Rio Tinto no ano passado, o que teria enfurecido os chineses. Além disso, a China exigiu, em 2009, um desconto de 45% sobre o preço anterior do minério de ferro – cujos preços haviam caído por causa da crise –, mas a empresa se ateu ao percentual de 33%, prática do mercado.

Coincidindo com o afloramento das tensões no setor, a Vale vem reduzindo seus embarques para a China – embora o país seja seu maior mercado em termos de receita. Os preços locais sofreram

queda de cerca de 10% desde abril, como resultado de medidas adotadas pelo governo para conter especulação no setor. Com isso, a China passou a responder por 32% dá receita da empresa no primeiro trimestre, total inferior aos 45% registrados em 2009, segundo a consultoria Credit-Sights. O diretor-executivo de Ferrosos da Vale, José Carlos Martins, disse recentemente em Shanghai que a participação da empresa na China este ano deve diminuir, já que outros mercados estão crescendo rapidamente.

Investimentos

Embora a nova ofensiva de empresas chinesas anuncie competição mais acirrada por mercados à frente, a ampliação da presença dessas empresas no Brasil também se traduz em investimentos, especialmente no setor de recursos naturais. Depois de anos de promessas, o interesse chinês vem se tornando concreto rapidamente. Em dezembro de 2009, a Wuhan Iron & Steel Group (Wisco) anunciou que investirá US\$ 400 milhões na mineradora M M X, do empresário Eike Batista, o que resultou na aquisição de 21,5% do capital da empresa. Entre os projetos que poderão ser executados pela M M X, estão a instalação de uma usina de aço

de cerca de US\$ 5 bilhões no porto de Açú, no Rio de Janeiro, e o desenvolvimento de duas minas no estado de Minas Gerais.

No início do ano, a Sinopec, segunda maior empresa da área de energia da China, finalizou um gasoduto de 1.337 km no Brasil. A obra, que serpenteia por 72 cidades brasileiras e tem capacidade para transportar 20 milhões de metros cúbicos de gás natural por dia, é um dos maiores projetos concluídos pela Sinopec no exterior. Há ainda o empréstimo da ordem de US\$ 10 bilhões entre a Petrobras e o Banco de Desenvolvimento da China, que servirá para financiar amplo plano de investimentos e especialmente as reservas do pré-sal, cujo potencial é visto como o maior nas Américas em mais de três décadas. Recentemente, cresceu também o interesse de empresários chineses na aquisição de terras no Brasil, tendo como objetivo plantio de soja. Em abril, o diário Chongqing News, da grande cidade na China central, informou que a Chongqing Grain Group, controlada pelo governo do município, cogitava um investimento de US\$ 300 milhões para comprar terras na Bahia. "Este é o ponto de inflexão na relação entre Brasil e China", diz a diretora econômica da embaixada

brasileira em Beijing, Tatiana Rosito, em referência ao aporte de investimentos chineses no Brasil.

A nova onda de exportações e investimento direto chineses no país reabriu o antigo debate sobre como é possível tirar proveito dos laços comerciais entre os dois países. A concentração da pauta de exportações brasileira em matérias-primas reforçou a impressão de que o relacionamento entre Brasília e Beijing tenha um caráter neocolonialista e venha a colocar o Brasil puramente a reboque do projeto de desenvolvimento chinês. Mas usadas com inteligência, as mesmas vantagens comparativas do Brasil podem eventualmente servir de motor para alavancar interesses estratégicos nacionais. A China, por exemplo, tem um enorme estoque de capital e vasta experiência na construção de obras de infraestrutura. "O ciclo do café foi muito importante para a formação de capital no Brasil", observa Tatiana Rosito, "por que esse novo ciclo de investimentos chineses não pode nos ajudar, por exemplo, a resolver nossos gargalos de infraestrutura"?

Além disso, é necessário aprender assegurar investimentos diretos e aprofundar as alianças com empresários chineses. "São necessários mais instrumentos de intera-



ção entre o Brasil e China", observa Sun Hongbo (foto), pesquisador do Centro de Estudos Latino-Americanos da Academia Chinesa de Ciências Sociais, ao mencionar a falta de conhecimento mútuo como obstáculo à ampliação dos laços comerciais. Adicionalmente, ele diz que as diferenças entre governos estaduais e da União, além das tributárias, devem ser alvo de mais esclarecimento por parte de governo e empresários interessados em fazer negócios com a China.

Já alguns economistas e integrantes do governo acreditam que, se o Brasil e demais países da região querem sobreviver a essa nova fase da concorrência chinesa, é necessária uma política industrial mais abrangente. Economistas como Javier Santiso, da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico (OECD), alertam para a necessidade de diversificação das exportações e da continuidade

Para tirar proveito da onda chinesa, os países da América Latina precisam avançar na diversificação da pauta de exportações

de reformas, especialmente na área de infraestrutura. Relatório da Cepal publicado em maio ressalta temas semelhantes, ao frisar que para tirar proveito da onda chinesa em sua totalidade, os países da região precisam avançar na diversificação de sua pauta de exportações, especialmente no que se refere à inclusão de bens de maior valor agregado.

"A China está construindo rapidamente capacidade tecnológica para seu desenvolvimento industrial, mas a América Latina de maneira geral não está prestando atenção suficiente à inovação e ao desenvolvimento industrial," alerta Kevin Gallagher. "Diversificação e inovação devem estar no centro das discussões sobre política econômica na região."