

Na China, uma fantástica fábrica de bugigangas

Capital do consumo, Yiwu atrai viajantes do mundo inteiro, até brasileiros, e vende 2 mil toneladas de artigos por dia

Fotos de Any Bourrier

Any Bourrier

Especial para O GLOBO

• YIWU, Província de Zhejiang (China). “Seja bem-vindo a Yiwu, a capital dos produtos *made in China*”, diz a faixa vermelha com letras douradas pendurada no saguão do aeroporto novinho em folha, classificado na categoria 4-C, a de maior sofisticação tecnológica do transporte aéreo chinês. Outros cartazes coloridos, com endereços de despachantes ou de empresas de exportação, indicam que estamos desembarcando no maior atacadado do planeta. Nas 70 mil lojas de Yiwu estão à venda cem mil tipos diferentes de manufaturados produzidos na “fábrica do mundo”, os quais, depois de longas negociações, serão adquiridos e enviados para uma centena de países por via marítima, num total de mil contêineres por dia.

— No ano passado, o volume de negócios atingiu 21 bilhões de yuans (cerca de US\$ 3,239 bilhões), isto é, 8% a mais que em 2009. A média é de 2 mil toneladas de artigos vendidos diariamente — assegura com um sorriso de orgulho Jing Chuang, diretor-adjunto do Departamento Municipal de Turismo.

O aeroporto tinha sido previsto para um circulação de 50 mil passageiros por dia, oriundos de Estados Unidos, América do Sul, Europa, Canadá, Japão, Austrália e de países africanos. Mas Jing Chuang diz que “pelo menos 200 mil pessoas chegam diariamente em Yiwu por via aérea, rodoviária ou ferroviária”.

Tudo começou com decoração natalina

Situada na província de Zhejiang, a 300 quilômetros de Xangai, Yiwu é uma cidade média chinesa, com população de um milhão de habitantes. Município milenar, foi fundado durante a dinastia Qing, mas tinha pouca expressão política ou econômica até duas décadas atrás. Porém, nos anos 90, um golpe da sorte deu início a uma revolução que o fez passar de sonolento vilarejo agrícola à capital mundial do consumo: começou a produzir



FACHADA DE um centro comercial em Yiwu: o volume de negócios em 2010 chegou a US\$ 3,2 bilhões

Editoria de Arte

decoração para o Natal.

Calculadora numa das mãos, celular na outra, piscada de olhos para a intérprete chinesa, Vicente, importador colombiano, chegou cedo ao centro comercial de Futian para negociar a compra de 2 mil pinheiros de Natal com velas elétricas, 4 mil fantasias de Papai Noel e 50 mil bolinhas metálicas para as árvores. Ele planeja vender tudo semanas antes das festas de fim de ano. A discussão dura horas porque os comerciantes chineses gostam de barganhar, mas, no final, todo mundo fica satisfeito.

— Trouxe US\$ 80 mil para as compras — diz. — Consegui um desconto de 40% na mercadoria, falta apenas pagar o despachante chinês para que coloque tudo em contêineres. Minhas encomendas estarão em casa dentro de seis semanas. Depois, é só esperar o Natal.

Como Vicente, milhares de atacadistas fazem duas ou mais viagens todos os anos para comprar enfeites em Yiwu, que concentra 90% da produção

A cidade em números



mundial de pinheiros, velas e bolas coloridas para a decoração natalina. Os orçamentos médios giram em torno de US\$ 100 mil, já que é preciso comprar muitas unidades para obter desconto. Um jogo de três malas de tamanhos diferentes, por exemplo, vale US\$ 15. Mas, à medida que o comprador multiplica a quantidade de peças encomendadas, o preço vai baixando até chegar a cerca de US\$ 5, o conjunto.

— É a técnica de negociação dos fabricantes chineses — explica Vicente. — Na venda desses produtos sem muito valor agregado, é preciso vender muitas unidades para ter lucro.

Yiwu, capital do consumo mundial, é uma velha história que Zhu Ying, presidente da associação de fabricantes de decoração de Natal, gosta de contar:

— Tudo começou quando uma associação do bairro de



UMA LOJA de produtos decorativos: pique entre maio e setembro

Yiwu soube que católicos de Xangai queriam enfeitar seus pinheiros e presépios e não encontravam nada adequado na China. Decidiram fabricá-los em casa, com métodos artesanais, e o sucesso foi tão grande que o negócio cresceu, de forma que Yiwu é hoje a capital mundial da decoração de Natal. Cerca de 90% da produção mundial saem de nossa cidade.

Não são apenas enfeites de Natal. De lá vêm até meias

Como um sucesso traz outro, os artesãos de Yiwu descobriram mais um negócio: fabricar meias curtas (soquetes) para homens e mulheres. Segundo estatísticas do Departamento de Importação e Exportação do município, desde que começou a exportar o produto, a Sock Town, como Yiwu é conhecida nos Estados Unidos, já forneceu 3 bilhões de pares para as empresas Wal-Mart, Pringle e Disney.

Depois das meias, vieram bijuterias baratas, brinquedos, celulares, eletrônicos, óculos, flores artificiais, artigos esportivos, malas, cosméticos e cassetes, entre outras milhares de bugigangas que consumistas do mundo inteiro adoram.

— Não se iluda, quem importa mercadoria de Yiwu são os países pobres — conta Liu Xiaoming, guia de visita ao complexo de lojas Futian, um conjunto de prédios e galerias em linha contínua mas sinuosa, cuja área total é de 20 quilômetros quadrados.

O maior supermercado do mundo é uma espécie de torre de Babel, onde se vê gente de todos os continentes, um bazar à maneira oriental. Lá desfiliam paquistaneses e sul-africanos, argentinos, brasileiros e mexicanos, europeus e americanos, prova de que o mundo inteiro sucumbiu à atração dos produtos *made in China*.

Maria Amélia, de Angola, é compradora assídua de bijuterias de strass porque, conforme diz, “são do gosto das africanas e vendem bem”. Samir, do Líbano, tem a mesma opinião:

— Estou aqui atrás de eletrônicos baratos, calculadoras, tablets e computadores, e tenho a certeza de que vou encontrar o que quero por um preço acessível. Com o lucro, vou poder pagar várias passagens aéreas para novos negócios na China.

Orgulho de abastecer ‘boa parte da Humanidade’

O movimento em Yiwu dura todo o ano, mas o pique é entre maio e setembro, período das encomendas para as festas de Natal e réveillon.

— Sentimos orgulho de proporcionar a milhões de pessoas pelo mundo e, especificamente, aos países subdesenvolvidos, a possibilidade de consumir bens que antes eram inacessíveis. Yiwu se orgulha de calçar, vestir, equipar, enfeitar e proporcionar lazer a uma boa parte da Humanidade — conclui Jing Chuang, diretor do Departamento de Turismo. ■