



RELAÇÃO ECONÔMICA ENTRE BRASIL E CHINA NO PERÍODO DE 2008 A 2013

GT 3 – Macroeconomia e Conjuntura Econômica

Débora Almeida Nascimento dos Santos ¹
Marianne Costa Oliveira ²

RESUMO

A China representa um parceiro econômico importante para o Brasil e ambos os países têm interesses mútuos nessa relação bilateral. No período de 2008 a 2013, a parceria entre essas nações se intensificou por meio de táticas governamentais brasileiras visando à aproximação com o país asiático que demonstrou intenso crescimento econômico nos últimos anos, apesar da crise econômica, e que possui um crescente mercado consumidor. A China tem buscado também estreitar suas relações com o Brasil e com outras nações em busca de mercados e parceiros para sustentar a demanda de sua população, mesmo sofrendo um período de desaceleração em sua economia. O trabalho buscou analisar a relação econômica entre os dois países e discutir os impactos desta para o Brasil. Apoiado em uma metodologia analítico-interpretativa de caráter bibliográfico, o resultado da análise dos dados apresentou uma vantagem do mercado chinês com a exportação de materiais de valor agregado mais alto em detrimento das exportações brasileiras, apoiadas em grande parte por *commodities*. Baseadas na análise e resultados são esboçadas algumas implicações para pesquisas futuras.

Palavras-chave: Economia. Brasil. China. Comércio Internacional.

1. INTRODUÇÃO

Os interesses articulados entre Brasil e República Popular da China refletem a identidade compartilhada dos países em desenvolvimento, ao mesmo tempo em que fortalece o caráter estratégico presente nessa relação. Desde o estabelecimento de relações diplomáticas em 1974, Brasil e China tiveram suas relações político-econômicas significativamente

¹ Bacharela do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais/UESC. E-mail: debora.ans1@gmail.com.

² Mestrado em Economia/UFPB, Docente do Curso de Ciências Econômicas/UESC. E-mail: mariannecest@gmail.com.



intensificadas. Em 1993, no governo Itamar Franco (1992-1995), a China tornou-se parceira estratégica do Brasil. No governo Fernando Henrique (1995-2003), “a expressão continuou a ser usada sempre para atribuir caráter especial às relações entre os dois países [...]” (ALBUQUERQUE, 2012, p. 1).

Contudo, foi no governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) que as relações entre os dois países se tornaram mais próximas, através da prioridade do governo a uma maior aproximação com os chamados países emergentes. De acordo com a Câmara de Comércio e Indústria Brasil-China – CCIBC³(2004), os 15 acordos estabelecidos na primeira visita do então presidente à China, em 2004, reforçaram a solidificação de um processo de aproximação socioeconômica e política que tem se expandido.

Em 2008, ano de manifestação da crise econômica mundial, o Brasil buscou aliar-se mais ainda à China, que mesmo com o cenário de crise e com a desaceleração da atividade econômica, demonstrou crescimento a taxas elevadas para os padrões mundiais. De fato, não só o Brasil esteve interessado em manter interesse com o gigante asiático, como o mundo inteiro esteve atento aos passos chineses:

Diante de um cenário de deflação em economias importantes, não é de se espantar o interesse dos países centrais pelo desempenho da China - gigante que puxou o crescimento mundial durante as últimas décadas até aqui, mais especialmente em meados dos anos 1980 e de 2005 para cá. Em 2003, voltou a alcançar 10%, e bateu em 13% em 2007 - depois de uma segunda revisão do número. Como principal pólo de crescimento, regional e global, o gigante asiático chama atenção para seu futuro. A manutenção do crescimento chinês em padrões que mantenham a atividade econômica em expansão será crucial para o futuro do planeta. (OLIVEIRA, 2009, p. 22)

Após cerca de dois anos desde a visita de Lula à China, a presidente recém-eleita Dilma Rousseff, em 2011, realizou sua primeira viagem ao país em busca, principalmente, da realização de acordos econômicos e da queda de barreiras aos produtos brasileiros. Por meio dessa visita, foi firmado um acordo entre a EMBRAER e a AVIC⁴ que iniciou uma linha de produção do jato executivo Legacy, com o objetivo de evitar o fechamento da empresa brasileira que está presente na China desde 2002. A abertura do mercado chinês para a carne suína do Brasil foi outra conquista positiva na pauta de negociações (MONTE, 2011).

De fato, observa-se a iniciativa brasileira para um fortalecimento da parceria

3 A Câmara de Comércio e Indústria Brasil-China é uma instituição que visa a promoção do intercâmbio e da cooperação econômica, acadêmica e cultural entre os dois países.

4 *Aviation Industry Corporation of China*, estatal responsável pela aviação chinesa.



estratégica com a China e o mesmo também pode ser observado pela gigante oriental:

O Brasil vê na China um parceiro essencial para que seus objetivos, tanto econômicos, quanto políticos sejam alcançados na esfera internacional. O estreitamento das relações comerciais sino-brasileiras⁵ não é interesse somente da parte brasileira. A China tem o Brasil como um importante parceiro para que seus objetivos econômicos, tanto no âmbito interno, quanto no externo, sejam alcançados (MONTE, 2011, p. 4).

Tais fatos revelam o interesse de ambos os países em manter suas relações econômicas ativas para o fortalecimento de suas áreas de interesse.

De fato, a China tem crescido a números admiráveis e tem conseguido isso por meio de um agressivo investimento do Partido Comunista Chinês (PCC) de 20% ao ano, necessário para suprir a demanda que a migração em massa da população camponesa para as cidades requer (OLIVEIRA, 2009).

No Brasil, a pauta de exportação sempre esteve focada em grande parte na venda de produtos básicos e bens naturais, com um nível baixo de industrialização que possibilite a geração de valor agregado à produção brasileira. Com a crise econômica mundial, a fragilidade se tornou mais evidente. De janeiro a abril de 2009, as exportações brasileiras sofreram queda de 17,53%. A venda de produtos industrializados apresentou queda de 28,9%, já a de bens primários registrou um aumento de 7,37%. A questão crucial está no fato de que estes produtos possuem baixo valor de mercado, gerando, portanto, baixo poder de compra. Como exemplo, uma tonelada de minério de ferro pode ser vendida por US\$ 60, valor insuficiente para a importação de um tênis de marca (LAVORATTI, 2009).

Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC (2012), apesar de o Brasil exportar também industrializados e ter registrado em 2012 um aumento de 3,4% na venda de produtos manufaturados em detrimento dos produtos básicos comparado com o mesmo período de 2011, ainda necessita de maior investimento do governo em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e em tecnologia. O governo participa somente com 5% de financiamento nessas áreas e cabe às empresas privada o investimento restante.

A expansão chinesa e a carência de um investimento mais efetivo por parte do governo brasileiro podem levar a uma situação de desvantagem do Brasil frente à China, que busca mercados consumidores e fornecedores avidamente:

5 Entre China e Brasil.



[...] os chineses estão vendendo cada vez mais manufaturados na América Latina – e neste compasso o gigante asiático vai conquistando fatias de mercado das indústrias brasileiras, tradicionais fornecedoras do mercado latino-americano. [...] O resultado é que a participação de bens industriais no total de exportações brasileiras vem caindo fortemente (ILHA, 2013, p. 1).

Além da ampliação da sua presença no mercado mundial a China tem diversificado a destinação de seus produtos. Holanda, Alemanha e outros países europeus se tornaram mercados para os produtos chineses. A China também tem aumentado a importação de *commodities* e promovido a exportação de produtos finais para os Estados Unidos, fortalecendo sua posição de fábrica do mundo. O Brasil, por sua vez, tem demonstrado índices de aumento na exportação comparados ao da China da década de 1980, que era responsável por somente 1,3% do mercado mundial em 1985. A China ultrapassou esses números e em 2007 respondia por 8,8% do fluxo de comércio mundial (OLIVEIRA, 2009).

Diante de tal cenário o presente trabalho visa a identificar qual o impacto econômico da parceria entre Brasil e China no mercado brasileiro. Para tanto, busca-se analisar a relação econômica entre o Brasil e a China no período de 2008 a 2013. Especificamente, pretende-se identificar os principais produtos comercializados entre os países; apresentar as principais políticas comerciais estabelecidas por esses países; explicitar os pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades advindas da relação econômica Brasil-China e discutir o impacto do comércio chinês no mercado brasileiro.

O estudo sustenta a hipótese de que a diferença dos produtos comercializados entre os dois países, com o Brasil exportando majoritariamente *commodities* e a China, manufaturados, tem resultado em vantagens econômicas maiores para a China do que para o Brasil.

1.1 Metodologia

Em relação à abrangência, a pesquisa limitou-se à análise de 5 anos das relações comerciais entre Brasil e China, compreendendo o período de 2008 ao primeiro semestre de 2013, no qual aconteceram as principais transformações e avanços nas relações econômicas entre os países. Quanto à abordagem, o trabalho desenvolveu uma pesquisa qualitativa, a qual visou à descrição e análise dos fatos indutivamente através de um corte temporal do fenômeno estudado, o que possibilitou a definição da dimensão em que o trabalho foi desenvolvido, ou seja, a área a ser mapeada.

Referente aos objetivos, o estudo estabeleceu uma pesquisa exploratória, no que



corresponde ao intuito de favorecer maior conhecimento do problema, pretendendo torná-lo mais esclarecedor. Quanto aos procedimentos, o trabalho apoia-se em uma pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica utilizada baseou-se na leitura, análise e interpretação de material teórico presente em livros e artigos científicos publicados mediante escritos, revistas especializadas e meios eletrônicos sobre o fenômeno investigado, o que permitiu que esse trabalho tomasse forma a fim de ser fundamentado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 As teorias econômicas do comércio internacional

De acordo com a proposta de Adam Smith para o comércio internacional, dois países irão comercializar voluntariamente um com o outro se houver uma situação vantajosa para ambos, portanto, o comércio deve acontecer baseado em vantagens absolutas. Dessa maneira, uma nação deve especializar-se na produção de um bem no qual possua uma vantagem absoluta em relação à outra, ou seja, cuja produção do bem aconteça de maneira mais eficiente, propiciando a troca de parte da sua produção com outro país por um bem de sua desvantagem absoluta (SALVATORE, 2000)

No entanto, a teoria de Smith, apesar de bastante clara e expressiva, não ia muito longe posto que defendia sem discussão que o comércio internacional determinava que um produto de exportação tivesse uma vantagem absoluta, ou seja, uma fábrica exportadora deveria produzir, com um montante certo de capital e trabalho, uma quantidade maior do que a de qualquer concorrente (ELLSWORTH, 1973). Contudo, um país pode ter maior vantagem absoluta em todos os produtos que outro e, nesse aspecto, a teoria das vantagens absolutas se tornaria inoperante e o comércio entre as nações não seria possível. David Ricardo propõe, portanto, uma teoria que compreende essa situação, a chamada teoria das vantagens comparativas.

Segundo Salvatore (2000), a lei das vantagens comparativas enuncia que mesmo que um país possua menor vantagem absoluta em relação a outro na produção de ambos os bens, ainda é possível que haja uma troca comercial benéfica entre as duas nações. Dessa forma, o primeiro país deveria especializar sua produção na exportação do bem o qual a desvantagem absoluta seja menor (sendo este bem de sua vantagem comparativa) e importar o produto em



que a sua desvantagem absoluta seja maior (no caso, este produto é de sua desvantagem comparativa).

A abordagem neoclássica do comércio internacional desenvolvida primeiramente por Heckscher e depois apurada por Ohlin está apoiada na hipótese de que no mundo real o trabalho não é o único fator de produção, como faz supor o modelo ricardiano, porém as relações comerciais entre os países também estão relacionadas nas diferenças dos recursos nas nações (KRUGMAN; OBSTFELD, 2005). De modo geral, a teoria de Heckscher-Ohlin afirma que

[...] cada país tem vantagens comparativas no produto cujo processo produtivo emprega de forma intensiva o fator de produção abundante naquele país. Assim, cada país produzirá e exportará o produto intensivo em seu fator abundante (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004, p. 20).

A teoria de Heckscher-Ohlin pode ser apresentada na forma de dois teoremas: o teorema de Heckscher-Ohlin e o da equalização dos preços dos fatores, também conhecido como teorema de Heckscher-Ohlin-Samuelson. O primeiro destaca a diferença na abundância dos fatores como a razão principal das vantagens comparativas e do comércio mundial. Por essa razão, o modelo de Heckscher-Ohlin também é conhecido como teoria das proporções dos fatores ou das dotações dos fatores (SALVATORE, 2000).

O segundo teorema, por sua vez, revela que —o comércio de mercadorias tem o mesmo efeito sobre as taxas de salário e de retorno sobre o capital físico que a mobilidade desses fatores, se mantidas as hipóteses da teoria de Heckscher-Ohlin (CARVALHO; SILVA, 2007, p. 37). Como explica Oliveira (2007),

No modelo H-O-S6, as trocas internacionais serão identificadas como a troca de fatores abundantes por fatores escassos. Isto é, a mobilidade internacional dos bens serve como substituto a mobilidade dos fatores de produção entre as nações, algo muito mais difícil. Tais trocas, ademais, somadas à divisão do trabalho, acabam por efetuar uma equalização dos preços dos fatores de produção em nível mundial, segundo a teoria neoclássica (OLIVEIRA, 2007, p. 6).

Substancialmente, a teoria de Heckscher-Ohlin foi desenvolvida como uma opção ao modelo ricardiano. A despeito do seu poder de previsão maior e mais complexo, a teoria visa também à eliminação da teoria do valor do trabalho e a junção do procedimento neoclássico do preço na teoria do comércio internacional.



3. PRINCIPAIS PRODUTOS COMERCIALIZADOS ENTRE OS PAÍSES

Nos últimos anos, a atuação do comércio exterior brasileiro foi marcada por uma progressiva participação dos chamados novos mercados, isto é, países que estão fora do tradicional eixo da União Europeia, América Latina, Nafta e Japão. Entre esses novos mercados a China tem se destacado.

O Brasil tornou-se em menos de 20 anos um fornecedor de produtos de baixo valor agregado, enquanto importa uma quantidade cada vez maior de bens tecnológicos provenientes da China. Tal fato pode ser atribuído às barreiras comerciais chinesas e à ausência de uma política exportadora no Brasil mais efetiva (GOIS, OLIVEIRA, DAMÉ, 2011).

De fato, a elevada concentração da pauta exportadora brasileira, demonstrou ser um grande embaraço no que se refere ao comércio com a China. No primeiro trimestre de 2013, minério de ferro, petróleo e soja apresentaram 79% do valor total exportado pelo Brasil ao país asiático. O preço da soja está abaixo do que havia sido previsto para o mês de abril e estima-se que o preço do minério de ferro não deva ter grande elevação até o final de 2013. Com dependência dessas *commodities* na pauta, há poucas alternativas para reparar a perda com a venda de outros itens para a China que, mesmo tendo desacelerado mais do que se imaginava, elevou as importações durante o primeiro trimestre (WATANABE, 2013).

Ao analisar a pauta de exportações brasileiras para a China, de 2008 ao primeiro semestre de 2013, reitera-se que os setores nacionais que mais exportam para aquele país são majoritariamente produtos primários de baixa intensidade tecnológica. Nota-se que há uma grande concentração da pauta em produtos como grãos de soja e minérios de ferro, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1: Cinco principais produtos brasileiros exportados para a China – Participação (%) de cada produto de janeiro a dezembro

	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (jan-jul)
Grãos de soja	32,46	31,42	31,42	24,73	22,08	48,26
Minérios de ferro não aglomerados e seus concentrados	25,08	31,47	31,47	40,57	33,84	28,77



Combustíveis minerais, óleos minerais produtos de sua destilação	10,38	6,63	6,63	11,02	11,73	5,96
Óleo de soja bruto	5,02	1,98	1,98	1,71	2,24	0,83
Minérios de ferro não aglomerados e seus concentrados	4,7	3,25	3,25	4,11	2,36	1,74

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do relatório —Balança Comercial Brasileira: dados consolidados, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC) (2013).

A Tabela 2 apresenta os principais produtos importados da China pelo Brasil, de acordo com a participação das importações totais durante do período em análise. Nota-se que a pauta importadora é caracterizada pela grande participação de produtos de alta intensidade e valor agregado, como máquinas, aparelhos e dispositivos elétricos.

Tabela 2: Cinco principais produtos importados pelo Brasil da China - Participação (%) de cada produto de janeiro a dezembro

	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (jan-jul)
Máquinas, aparelhos, materiais elétricos e telefônicos	4,28	3,00	4,6	4,15	1,99	2,44
Dispositivos de cristal líquido (LCD)	4,08	2,68	1,96	0,65	0,4	0,23
Combustíveis minerais, óleos minerais e sua destilação	2,99	0,53	0,57	1,1	0,47	-
Aparelhos de gravação ou reprodução de imagem e de som e TV	2,11	2,6	1,74	1,96	4,7	4,74
Aparelhos portáteis de telefonia celular	1,71	1,05	0,96	1,81	0,9	1,2

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do relatório —Balança Comercial Brasileira: dados consolidados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC) (2013).

A corrente de comércio entre Brasil e China no primeiro semestre de 2013, segundo



dados do CEBC⁶ (2013), totalizou US\$ 40,54 bilhões, repercutindo um aumento de 9% comparado ao mesmo período do ano passado. As vendas somaram US\$ 22,95 bilhões, expondo um acréscimo de 9% em relação ao ano anterior. Nesse momento, as importações derivadas do país asiático para o Brasil perfizeram US\$ 17,58 bilhões, exprimindo também um aumento de 9% com relação ao primeiro semestre de 2012. O segundo trimestre apresentou melhor situação nas exportações e importações, com valores de 15% e 11% respectivamente e saldo positivo de 20%, em detrimento do semestre anterior, cujos valores foram de -2% nas exportações e 8% nas importações, como ilustra a Tabela 3.

Tabela 3: Balança comercial brasileira no período de janeiro a junho (2012 e 2013)

Balança comercial (US\$ Milhões)												
	Exportação			Importação			Saldo			Corrente		
	2012	2013	Var.	2012	2013	Var.	2012	2013	Var.	2012	2013	Var.
			(%)			(%)			(%)			(%)
Acumulado	21.158	22.957	9%	16.061	17.584	9%	5.097	5.372	5%	37.219	40.541	9%
1º trimestre	7.892	7.718	-2%	8.185	8.823	8%	-293	-1.104	-277%	16.077	16.541	3%
Janeiro	1.810	1.705	-6%	2.937	3.107	6%	-1.127	-1.402	-24%	4.747	4.812	1%
Fevereiro	2.176	2.109	-3%	2.641	2.863	8%	-446	-704	-62%	4.817	4.972	3%
Março	3.906	3.905	0%	2.606	2.862	9%	1.300	1.053	-19%	6.513	6.757	4%
2º trimestre	13.266	15.238	15%	7.876	8.762	11%	5.390	6.476	20%	21.142	24.000	14%
Abril	3.990	4.712	18%	2.343	2.834	21%	1.648	1.877	14%	6.333	7.546	19%
Maio	5.331	5.630	6%	2.883	2.863	-1%	2.449	2.767	13%	8.214	8.494	3%
Junho	3.944	4.896	24%	2.651	3.064	16%	1.293	1.832	42%	6.595	7.960	21%

Fonte: Relatório “Comércio Bilateral Brasil-China” do CEBC (2013)

Referente aos principais mercados do agronegócio brasileiro, a Europa e a China figuram como os maiores destinos das exportações de produtos relativos ao agronegócio. Entre os US\$ 43,9 bilhões exportados do Brasil para o mundo nos seis primeiros meses de 2012, 24,6% do total foram destinados à Europa e 24,3% do total foram para a China, seguidos da América Latina, Oriente Médio e EUA. Em somente 4 anos, a China mais do que

6 Conselho Empresarial Brasil-China.



duplicou sua participação nas exportações brasileiras do agronegócio e destacou-se como principal destino das exportações a partir de 2013. No entanto, deve-se salientar que as vendas de soja para a China já ultrapassaram as vendas de soja para outras partes do mundo. Em 2008, enquanto 48,6% do total da soja exportada pelo Brasil foi para a China, em 2011, a participação chinesa nas vendas de soja cresceu para 67,1% (CEBC, 2012).

Considerando-se as vendas brasileiras para a China em comparação com outros países, nota-se que o país asiático ainda permanece como condutor positivo para o crescimento do comércio do Brasil, à medida que as exportações para a Europa e os EUA expressaram decréscimo (Figura 1).

Figura 1: Exportações brasileiras no primeiro semestre de 2012 e 2013



Fonte: CEBC (2013)

Claramente, pode-se questionar a excessiva convergência das exportações de soja para um mercado exclusivo, contudo, é possível que este padrão se acentue nos próximos anos, na medida em que se aumenta o nível de vida e a demanda por alimentos por parte da população chinesa.

4. PRINCIPAIS POLÍTICAS COMERCIAIS ESTABELECIDAS ENTRE BRASIL E CHINA

O propósito geral da política comercial chinesa é agilizar a abertura da economia, introduzir tecnologia e *know-how* estrangeiros, desenvolver o comércio exterior e promover



um desenvolvimento econômico que seja, de certa forma, mutualmente positivo com seus parceiros comerciais. Nesse cenário, a China tem se concentrado mais na abertura do setor de serviços. Em 1978, uma primeira aproximação formal entre Brasil e China se deu com a assinatura do acordo que estabeleceu a cláusula de Nação mais Favorecida nas trocas comerciais entre os dois países. Em 1984, um protocolo foi adicionado a esse acordo com o objetivo de estimular a cumprimento dos termos anunciados no acordo de 1978. Em 2004 os dois países concluíram um Memorando de Entendimento sobre Cooperação em Matéria de Comércio e Investimento, em que o Brasil reconheceu a China como economia de mercado. Ademais, estabeleceram compromissos para o fortalecimento da cooperação nas áreas de inspeção e regulação fitossanitária, para que ambos os países permutassem seus produtos. Nesse âmbito, alguns protocolos sobre quarentena animal e condições para a exportação de produtos dessa origem também foram assinados (APEX BRASIL, 2011).

Durante a visita da presidente Dilma Rousseff à China em 2011 foram assinados, entre outros, documentos de cooperação nas áreas de política, defesa, ciência, e tecnologia, recursos hídricos, inspeção e quarentena, esporte, educação, agricultura, energia, energia elétrica, telecomunicações e aeronáutica. Destaca-se a liberação da carne suína brasileira e o comprometimento para incluir novos produtos na pauta, como gelatina, milho, folha de tabaco dos estados da Bahia e Alagoas, embriões e sêmen bovinos e frutas cítricas da China (MRE⁷, 2010).

Referente aos procedimentos aduaneiros, o governo chinês tem buscado favorecer cada vez mais o comércio e o investimento no que concerne aos procedimentos. A alfândega chinesa aderiu a uma série de ações de facilitação de desembarço aduaneiro para a diminuição de custos, sobretudo em logística e armazenagem. Às administrações locais foram delegadas mais autoridades para exame e aprovação dos projetos de investimento estrangeiro, através de procedimentos mais simplificados e número de itens sujeitos ao exame e à aprovação também reduzidos. Requerimentos on-line e licenças administrativas relativas aos investimentos estrangeiros começaram a ser implementados no país (WTO⁸, 2010).

Para efeito de procedimento de importação, os produtos são classificados em três categorias: bens proibidos, bens restritos e bens gerais. A China mantém proibições de importações com base no interesse público, proteção ao ambiente ou de acordo com compromissos internacionais. Algumas importações também podem ser proibidas com base

7 Ministério das Relações Exteriores.

8 World Trade Organization: Organização Mundial do Comércio.



na saúde animal, vegetal ou na segurança humana. Dessa forma, a China proibiu a importação de alguns produtos de carne de países infectados pela gripe aviária ou doenças animais. Além disso, armas, munições, material explosivo, mídia contrária aos interesses nacionais, venenos letais, animais e plantas doentes, alimentos, medicamentos e artigos originários de áreas atingidas por epidemias não podem ser importados pelo país (U.S. COMMERCIAL SERVICE⁹, 2010).

5. PONTOS FORTES, PONTOS FRACOS, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES ADVINDAS DA RELAÇÃO ECONÔMICA BRASIL-CHINA

Referente aos pontos fortes pode-se ressaltar a boa relação que Brasil e China possuem e as posições comuns que compartilham em organizações internacionais. Além disso, possuem um grande potencial para maiores interações bilaterais, concretizado através de uma longa e complexa pauta de interesses comuns. Dessa forma, os dois países são mais que simples aliados - são parceiros estratégicos. O potencial para o desenvolvimento dessa relação é imenso e a cooperação sino-brasileira ainda não atingiu o nível de intensidade desejado pelos dois países nos campos econômicos, político e cultural (APEX BRASIL, 2011).

Entretanto, referente aos pontos fracos, percebe-se que nos últimos anos, o interesse da China em aprofundar as relações com o Brasil esteve baseado nas seguintes metas, conforme a APEX Brasil (2011):

- i. explorar matérias-primas e recursos energéticos considerados fundamentais para dar continuidade à expansão da economia chinesa;
- ii. aumentar o lucro dos negócios chineses, seja por meio da venda de produtos com maior valor agregado, seja por meio do fornecimento de empréstimos a brasileiros;
- iii. garantir a presença chinesa no mercado brasileiro e, através deste, no mercado sul-americano, considerado cada vez mais competitivo e protegido por altas tarifas de importação;
- iv. trocar informações na área de ciência e tecnologia e adquirir tecnologias de ponta;
- v. utilizar a parceria como forma de diversificar os negócios chineses e aumentar o poder de barganha do país no cenário internacional, evitando dependência e assimetrias frente a outros parceiros.

9 O U.S. Commerce ou Serviço Comercial dos Estados Unidos é um órgão oficial do governo norte-americano equivalente ao Ministério do Comércio Exterior Brasileiro.



Desse modo, a China necessita de produtos primários para abastecer o país e, portanto, vê no Brasil uma oportunidade para isso. Contudo, esse é um ponto fraco da relação entre os países, posto que o Brasil se torna um exportador de *commodities* e importador de bens com alto valor agregado e tal cenário se torna desvantajoso para o comércio brasileiro. Segundo Cucolo (2008), o fato dos produtos chineses terem mais valor que as exportações brasileiras, é causado em grande parte pela falta de agressividade dos empresários brasileiros e de uma ação mais efetiva do governo.

Quanto às ameaças, observa-se que a ascensão da China como um dos principais atores do comércio internacional tem provocado algumas movimentações interessantes no empresariado brasileiro, gerando uma polarização entre empresários que enxergam a China como fonte de ameaças ou de oportunidades. O primeiro grupo é composto sobretudo por setores industriais, como o têxtil, que além de perder *market share*¹⁰ em terceiros mercados, vêm sendo ameaçados pelas importações chinesas. Do outro lado encontram-se empresas exportadoras de produtos básicos, beneficiadas pelo dinamismo da demanda chinesa.

Além disso, um estudo promovido pelo Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial - IEDI,¹¹ mostra que a tática chinesa de aumentar presença em países do continente americano objetivando compensar a desaceleração das economias mais centrais, nos últimos cinco anos, ocasionou maior participação relativa do país asiático nas importações dos países parceiros do Brasil no Mercosul (Argentina, Uruguai e Paraguai), dos países integrantes da Aladi (Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Peru e Venezuela) e do Nafta (Canadá, Estados Unidos e México). Ademais, a pesquisa afirma que a China tem conseguido aproveitar melhor as oportunidades de mercado aumentando sua participação de mercado no embarque de produtos cuja demanda cresceu nas importações das três regiões. A parcela desses produtos avançou na exportação chinesa, indo de 38% em 2008 para 45% em 2012. Essa participação também avançou na exportação brasileira para os três blocos, mas ainda é bem menos representativa, pois saiu de 17% em 2008 para 25% no mesmo período (WATANABE, 2013).

Quanto às oportunidades, sabe-se que um dos grandes desafios que a China enfrenta atualmente é onde e como conseguir alimentos para sua população, sendo que grande parte do seu território não é adequada para o plantio. Dos 9,5 mil quilômetros quadrados, cerca de 50% das terras são improdutivas, 34% são ocupadas por florestas e pastos e somente 14% são

10 Market Share ou Participação de Mercado é um termo que representa a quota de mercado que uma empresa tem no seu segmento ou no segmento de um determinado produto.

11 O IEDI é uma instituição não-governamental (ONG) fundada em 1989, cujo objetivo é estudar a indústria e a economia brasileiras.



próprias para o plantio. O país sofre desertificação, além de problema de contaminação e salinização de algumas áreas (APEX BRASIL, 2011).

Com isso, surgem oportunidades para empresários brasileiros exportarem seus produtos. As principais oportunidades identificadas para o setor de alimentos são: soja, carnes (aves, bovina e suína), café, frutas e sucos, mel e produtos alimentícios industrializados. Em relação às importações chinesas de carne suína, essas são menos volumosas, sendo o desempenho das exportações brasileiras limitado, sobretudo, pela restrição à carne suína brasileira. Durante a visita da presidente Dilma Rousseff ao país em abril de 2011, o governo chinês anunciou abertura de mercado para a carne suína do Brasil. Em relação ao café, os chineses ainda não ingerem grandes quantidades, mas o consumo está aumentando gradativamente, especialmente com os cafés especiais, influenciado pela abertura de lojas especializadas de café, como a Starbucks. Quanto ao suco de fruta, os chineses preferem sucos sem mistura, 100% original da fruta. Graças à procura por hábitos de vida mais saudáveis e à campanha do governo para estimular o cultivo de frutas, o consumo de sucos tem sido satisfatoriamente estimulado. As vendas de sucos, em 2010, atingiram 14 bilhões de litros e houve um aumento de 13% nas vendas de sucos 100% naturais (EUROMONITOR¹², 2011).

Além disso, com a expansão da classe média chinesa, o Brasil poderá diversificar sua pauta de exportações, investindo em bens os quais é grande produtor, como por exemplo, no setor de cosméticos (NINIO, 2013). Dessa forma, o Brasil tem a possibilidade de pluralizar suas vendas através da exploração de outros produtos, fora da pauta das *commodities*.

6. IMPACTO DO COMÉRCIO CHINÊS NO MERCADO BRASILEIRO

De acordo com Sayad (2005), os impactos vinculados à expansão da demanda chinesa por *commodities* agrícolas e minerais, propiciam uma elevação do seu preço no mercado internacional. De fato, quando se analisa o perfil das importações chinesas, observa-se que 19% das importações chinesas de produtos agrícolas e 7% das importações de produtos minerais são provenientes da América Latina, que teve participação de apenas 3,6% das importações totais chinesas no ano de 2013.

12 A Euromonitor Internacional é uma instituição norte-americana que promove pesquisas de mercado para empresas do mundo inteiro.



No entanto, observa-se que a China tem passado por um processo de desaceleração que afeta também a economia brasileira, pois as exportações de alimentos não conseguirão compensar a redução de embarques de outras *commodities*, como minério de ferro e petróleo. O discurso do governo chinês é que a economia deve ser mais dependente do consumo interno e menos das importações, mesmo que a consequência seja um crescimento mais moderado (LEITE, 2012).

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2013), de janeiro a julho deste ano, o Brasil exportou para todo o mundo US\$ 22,1 bilhões em minério de ferro, 15,72% do total embarcado (US\$ 140,5 bilhões) no período, enquanto as vendas de petróleo para o exterior atingiram US\$ 12 bilhões nos sete meses. As exportações nacionais de soja em grão (US\$ 10,6 bilhões), café em grão (US\$ 4,1 bilhões) e carne de frango (US\$ 4 bilhões) totalizaram US\$ 18,7 bilhões, 13,30% da soma de todas as exportações nos mesmos sete meses.

A China saturou seus mercados exportadores e, para responder à crise financeira, o país aumentou os investimentos em infraestrutura e construção, uma estratégia que também chegou ao limite. A China está vivendo uma explosão de consumo e, em parte, isto se deve ao fato de que, com 50% da população vivendo em cidades, a demanda por trabalho industrial barato parece ser maior do que o suprimento de trabalhadores migrantes, o que aumenta os salários. Se esta explosão se mantiver, então a China poderá ultrapassar os Estados Unidos e a União Europeia para se transformar no maior mercado para produtos exportados. De fato, este chamado reequilíbrio chinês também pode começar a retroceder a desigualdade de renda no mundo, que cresceu muito desde os anos 80 — em parte por conta do barateamento da mão de obra no Ocidente em razão da competição com os trabalhadores da China (KNIGHT, 2013).

Entretanto, caso o Brasil saiba direcionar as oportunidades geradas pela transição chinesa, poderá diminuir a desigualdade qualitativa com a China. Para tanto, seria necessário ajustes macroeconômicos, recuperação da infraestrutura para a elevação da competitividade e mais agressividade por parte do empresariado para entrar no mercado chinês, o que exige investimento por parte do governo brasileiro (NINIO, 2013).

De fato, a China se tornou importante para o Brasil em suas relações comerciais, portanto, qualquer desaceleração em sua economia gera impactos na economia brasileira. Segundo Leite (2012), a economia chinesa poderá apresentar um crescimento médio de apenas 7% nos próximos cinco anos o que poderá acarretar também em uma diminuição atípica da procura por minérios por parte do país asiático. Como maior compradora de



commodities do Brasil, a China, que concentra 20% da população mundial, possivelmente continuará importando, mas em velocidade bem inferior ao que se estimava, podendo fazer cair expressivamente os preços internacionais.

Com a desaceleração, os preços das *commodities* recuariam mais de 30%, o que indica, no mínimo, que os setores produtivos exportadores brasileiros teriam de adotar rapidamente uma nova estratégia comercial - juntamente com a readequação da política econômica do governo -, levando ainda em consideração os desequilíbrios econômico-financeiros dos EUA e da União Europeia.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações econômicas entre Brasil e China tornaram-se cada vez mais crescentes e se intensificaram no período de 2008 a 2013, fato que outorgou à China o título de maior parceiro comercial brasileiro desde 2009. Os dois países são parceiros estratégicos e possuem interesses mútuos que refletem na condução das suas políticas econômicas e comerciais. A China tem crescido e objetivado desenvolver sua economia e sustentar a demanda por alimentos e outros bens de consumo requeridos por sua grande população e o Brasil, por sua vez, tem buscado firmar e instituir seu papel como importante ator global e percebe a importância da cooperação chinesa para a realização de suas metas frente ao cenário mundial.

Contudo, verifica-se nessa relação comercial que o Brasil tem sido o principal fornecedor de alimentos e produtos intermediários à China, devido à forte demanda por esses bens provenientes do país asiático e em tais produtos o Brasil possui evidentes vantagens comparativas. Quanto às importações, o Brasil tem adquirido muitos produtos chineses com valor agregado, como dispositivos eletrônicos, por exemplo, o que gera uma nítida disparidade na pauta de exportações dos dois países e leva à conjectura de que a China tem sido mais beneficiada com o comércio com o Brasil do que o contrário.

Dessa forma, pode-se constatar como principais resultados que a pauta de exportações brasileiras à China é demasiadamente centralizada em *commodities*, com extensa importação de produtos tecnológicos, o que pode ser considerado uma oportunidade para o setor de agronegócio, mas pode ser um obstáculo para a indústria brasileira, como exemplo, a indústria têxtil, que tem visto seus produtos serem preteridos em detrimento dos produtos chineses, que são mais acessíveis, tendo em vista a mão de obra barata na China.



De fato, a China possui uma demanda agressiva pelo desenvolvimento de sua economia e pela permanência de seus índices de crescimento. O Brasil tem procurado uma aproximação cada vez maior com o imenso mercado chinês e tal fato pode ser comprovado por meio das visitas diplomáticas feitas ao país asiático e das negociações para a entrada de produtos brasileiros na China. Tais negociações têm gerado algum progresso no comércio bilateral, contudo, ainda há salvaguardas por parte da China aos produtos brasileiros o que demanda uma maior força do empresariado e do governo do Brasil para estar presente no mercado chinês.

Outro ponto a ser observado é que a China, com suas metas de crescimento anuais, tem buscado aumentar sua presença em mercados do continente americano, principalmente entre países mais próximos do Brasil, para compensar o fraco crescimento presente em economias mais centrais por conta da crise, o que constitui uma ameaça às exportações brasileiras, quando há um aumento das exportações chinesas para um mercado de determinado país, ao mesmo tempo em que o Brasil perde participação no mercado desse mesmo destino.

Além disso, tencionando equilibrar sua atividade econômica, a China tem passado por uma desaceleração do seu crescimento e de sua demanda doméstica. A atenção está no fato da dependência da economia brasileira ao mercado chinês e como essa desaceleração tem impactado o mercado brasileiro. O crescimento mais lento da China tem gerado impactos, por exemplo, nos preços das *commodities*, que se tornam mais baixos e recaem sobre os principais produtos brasileiros que são comercializados com a China, além de uma maior queda nas exportações para o país asiático também ser observada.

Em suma, percebe-se que as relações econômicas entre Brasil e China não representam uma ameaça latente à economia brasileira e tampouco algum tipo de socorro a esta. A ascensão chinesa e seus impactos no Brasil proporcionaram que o país asiático se tornasse um parceiro brasileiro privilegiado, porém, tal parceria ainda não causou os dividendos políticos almejados e tem gerado algumas tensões com alguns seguimentos do empresariado brasileiro.

Mesmo assim, espera-se que haja espaço para uma melhor relação estratégica entre os dois países, em especial se houver uma pressão do governo brasileiro por uma maior diversificação da pauta exportadora nacional para a China, instigando a constituição de novas parcerias produtivas além dos ramos tradicionais e preservando uma defesa mínima e primordial aos produtores brasileiros.

O tema relacionado às relações econômicas entre Brasil e China é bastante amplo e pode ser mais explorado em pesquisas futuras, no que se refere ao que ocorrerá com a parceria



entre os dois países nos próximos anos, quais as novas conjunturas econômicas e comerciais surgirão e quais as vantagens que este cenário poderá oferecer a ambas as nações.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, J. A. G. **Brasil-China: Uma parceria em três dimensões**. Centro de Estudos Brasil-China, 2012. Disponível em:
<http://www.gr.unicamp.br/ceav/content/pdf/pdf_texto_seminario_china_jaguilhon.pdf>.
Acesso em: 22 mai. 2012.

APEX BRASIL. **China: perfil e oportunidades**. 2011. Disponível em:
<http://www2.apexbrasil.com.br/media/estudo/china_17102012165451.pdf>. Acesso em: 29 ago 2013.

BAUMANN, R.; CANUTO, O.; GONÇALVES, R. **Economia internacional: teoria e experiência brasileira**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 550 p.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Exportação Brasileira por Fator Agregado: Comparativo 2012-2011**. Disponível em:
<www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1339767926.doc>. Acesso em: 21 mai. 2013.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Balança Comercial Brasileira: dados consolidados**. Disponível em:
<<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=571>>. Acesso em: 28 ago. 2013.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Dados básicos e principais indicadores econômico-comerciais**. 2013. Disponível em:
<<http://www.brasilglobalnet.gov.br/ARQUIVOS/IndicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>.
Acesso em: 27 ago. 2013.

CARVALHO, M. A.; SILVA, C. R. L. **Economia Internacional**. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 327 p.

CONSELHO EMPRESARIAL BRASIL-CHINA. A relação comercial entre Brasil e China no agronegócio. **Carta Brasil China**, São Paulo, 6ª ed. p. 4-9, nov., 2012.

CONSELHO EMPRESARIAL BRASIL-CHINA. Comércio bilateral Brasil-China. **CEBC alerta**, Rio de Janeiro, nº 16, jul., 2013.



CUCOLO, E. Produtos chineses vendidos no Brasil têm mais valor que exportações brasileiras. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 03 de julho de 2013. Caderno Dinheiro. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u418788.shtml>>. Acesso em: 28 ago 2013.

CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA BRASIL-CHINA. **Balanco da visita do presidente Lula à China**. 2004. Disponível em: <http://www.camarabrasilchina.com.br/publicacoes-ccibc/artigos/balanco-da-visita-do-presidente-lula-a-china>. Acesso em: 21 mai. 2013.

ELLSWORTH, P. T. **A economia internacional: teoria e prática**, desde o mercantilismo até a formação do Mercado Comum Europeu. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1973. 555 p.

EUROMONITOR INTERNACIONAL. **Fresh food in China**. 2011. Disponível em: <<http://www.euromonitor.com/fresh-food-in-china/report>>. Acesso em: 28 ago. 2013.

GOIS, C. de; OLIVEIRA, E.; DAMÉ, L. Dilma: Brasil compra 'bagulheira' e exporta 'commodities' à China. **O Globo**, São Paulo, 11 de março de 2011. Caderno economia. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/dilma-brasil-compra-bagulheira-exporta-commodities-china-2812333>>. Acesso em: 28 ago. 2013.

ILHA, F. O desafio de exportar valor. **Revista Amanhã**. 2013. Disponível em: <<http://www.amanha.com.br/home-internas/4849-o-desafio-de-exportar-valor?format=pdf>>. Acesso em: 22 mai 2013.

INSTITUTO DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **A nova etapa da concorrência chinesa**. 2013. Disponível em: <http://www.iedi.org.br/artigos/top/analise/analise_iedi_20130920_comercio_exterior.html>. Acesso em: 28 ago 2013.

KRUGMAN, P. R.; OBSTFELD, M. **Economia internacional: teoria e política**. 6ª ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005. 576 p.

KNIGHT, L. Como a desaceleração chinesa afeta a economia global. **BBC Brasil**, 1 de agosto de 2013. Caderno Economia. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130731_china_economia_desacelera_fn.shtml>. Acesso em: 29 ago 2013.

LAVORATTI, L. O mapa das exportações. **Desafio do desenvolvimento**, Brasília, v. 6, n. 52,



p. 24-30, jul., 2009.

LEITE, E. Os impactos da desaceleração chinesa no Brasil. **Jornal opção**, Goiânia, 25 de março de 2012. Colunas. Disponível em: <<http://www.jornalopcao.com.br/colunas/economia-em-desequilibrio/os-impactos-da-desaceleracao-chinesa-no-brasil>>. Acesso em: 29 ago 2013.

MONTE, D. S. do. **A visita da presidente Dilma à China**. 2011. PUC Minas. Disponível em: <http://www.pucminas.br/imagedb/conjuntura/CNO_ARQ_NOTIC20110714094900.pdf?PHPSESSID=2eb0c28f0f069c82dc57cdc656cf0bb1>. Acesso em: 22 mai. 2013.

NINIO, M. Desaceleração da China pode ser oportunidade para Brasil. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 de julho de 2013. Caderno Mercado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/07/1309325-desaceleracao-da-china-pode-ser-oportunidade-para-brasil.shtml>>. Acesso em: 28 ago 2013.

OLIVEIRA, M. Macroeconomia: O dragão chinês contra a crise. **Desafios do desenvolvimento**, Brasília, v. 6, n. 48, p. 22-27, mar., 2009.

OLIVEIRA, I. T. M. Livre comércio versus protecionismo: uma análise das principais teorias do comércio internacional. **Revista Urutágua**, Paraná, n. 11, mar. 2007.

SALVATORE, D. **Economia internacional**. 6ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000. 436 p.

SAYAD, J. Fantasma. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 29 de agosto de 2005. Caderno opinião. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz2908200507.htm>>. Acesso em: 29 ago 2013.

U.S. COMMERCIAL SERVICE. **Doing business in China**. 2010. Disponível em: <http://www.mac.doc.gov/China/Docs/BusinessGuides/Contact_China.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2013.

WATANABE, M. Brasil perde mercado nos maiores parceiros. **Valor econômico**, São Paulo, 02 de maio de 2013. Caderno Brasil. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/3108122/brasil-perde-mercado-nos-maiores-parceiros#ixzz2SG5o0OgO>>. Acesso em: 28 ago. 2013.

WORLD TRADE ORGANIZATION. **Restructuring and further trade liberalization are keys to sustaining growth**. 2010. Disponível em: <http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp3>