

## O que queremos com a China?

---

2005. Ano 2 . Edição 8 - 1/3/2005

*"A China espera que o Brasil seja um parceiro comercial competitivo fornecedor de produtos intensivos em recursos naturais. Resta saber se esse é o papel que o Brasil quer desempenhar"*

**Fernanda De Negri**



O desempenho da economia chinesa nos últimos anos é um fenômeno capaz de despertar a atenção de economistas e empresários no mundo todo e adiciona um elemento novo às relações internacionais.

Por um lado, o crescimento chinês tem sido importante para o dinamismo do comércio internacional. Uma população de mais de um bilhão de habitantes, cuja renda per capita cresceu, durante toda a década de 90, e continua crescendo, a taxas superiores a 7% ao ano, constitui um dos mercados mais importantes da economia mundial, e talvez o mais dinâmico. Esse dinamismo se reflete na sua participação no comércio mundial, que tem aumentado de forma constante nos últimos anos, tornando a China um dos maiores exportadores e importadores do planeta. Essa é a grande oportunidade aberta pela China no cenário mundial.

Por outro lado, a China também tem se tornado uma grande competidora em produtos industriais intensivos em mão-de-obra. E vem ganhando espaço também em produtos de maior valor agregado e conteúdo tecnológico. Seu poder de competição assenta-se em baixos salários, numa produtividade em forte ascensão e numa elevada participação estatal na economia - só para citar os principais fatores. Essa é a grande ameaça que a China representa para seus competidores.

Na indústria brasileira a sensação de ameaça predomina. E não é à toa. As exportações para a China cresceram num ritmo superior ao das vendas para os outros países e maior, também, do que as importações. Mas, entre as oportunidades do mercado chinês, as que efetivamente foram aproveitadas estão relacionadas a produtos agrícolas e industriais de baixa tecnologia, ou intensivos em recursos naturais. É isso o que a China espera do Brasil como parceiro comercial: um fornecedor competitivo de produtos intensivos em recursos naturais. Resta saber se esse é o papel que o Brasil quer desempenhar.

O fato curioso é que o Brasil tem, com outros países, uma pauta de exportações que, embora possua grande participação de commodities, é rica em produtos de maior valor agregado. A título de exemplo: mais de 30% das exportações brasileiras para o mundo são constituídas por produtos de média e alta intensidades tecnológicas. Para a China, esse percentual não chega a 15%. Entre as firmas exportadoras da indústria de transformação que vendem para o mercado chinês, mais de 80% são produtoras de bens padronizados de baixo valor agregado e apenas 20% inovam e diferenciam produtos, ou seja, exportam bens de maior valor agregado. A especialização em produtos industriais

de maior valor agregado tende a gerar transbordamentos positivos para todo o setor produtivo doméstico, maiores do que a especialização em produtos primários.

No curto prazo, as ameaças mais proeminentes estão em setores intensivos em mão-de-obra, como têxteis e calçados, nos quais a China é muito competitiva. O receio do empresariado nacional ficou transparente na recente polêmica derivada da concessão do status de economia de mercado à China. Isso pode dificultar, embora não inviabilizar, a comprovação de um eventual dumping em produtos exportados para o Brasil. Mas é no longo prazo que as preocupações brasileiras deveriam ser maiores. A China tem, rapidamente, migrado para um padrão de especialização pautado em produtos industriais de alto valor agregado, o que pode dificultar pretensões brasileiras de diversificar suas exportações.

Em síntese, preocupações imediatas e ações reativas não levarão o Brasil a alcançar um relacionamento comercial mais proveitoso com a China. É preciso, sim, uma postura proativa, que vá além da defesa de segmentos industriais mais afetados pela concorrência chinesa. As dificuldades para isso são grandes, especialmente se levarmos em consideração que o mercado chinês é mais importante para o Brasil do que o mercado brasileiro é para a China, o que reduz nosso poder de barganha. Superar essas dificuldades e os desafios depende de o Brasil ter clareza do que quer no futuro e de que tipo de inserção pretende ter no mercado chinês. A China sabe o que quer.

---

**Fernanda De Negri** é pesquisadora do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)

Copyright © 2007 - DESAFIOS DO DESENVOLVIMENTO

É proibida a reprodução do conteúdo desta página em qualquer meio de comunicação sem autorização.  
Revista Desafios do Desenvolvimento - SBS, Quadra 01, Edifício BNDES, sala 1515 - Brasília - DF - Fone: (61)  
2026-5334