**[O verdadeiro comércio com a China - IVAN RAMALHO](http://sergyovitro.blogspot.com/2011/09/o-verdadeiro-comercio-com-china-ivan.html%22%20%5Ct%20%22_blank)**

***Há longo caminho a ser percorrido para diversificar as vendas ao mercado chinês, concentradas em artigos básicos, como minério e soja***

O comércio exterior brasileiro apresentou grande crescimento nos últimos dez anos. A corrente de comércio, que em 2000 havia somado US$ 110 bilhões, alcançou US$ 383 bilhões em 2010. No presente ano, vai se aproximar de meio trilhão de dólares. Muitas foram as razões para esse crescimento. Mas não há dúvida de que uma das principais foi a aproximação do Brasil com a China. No período de uma década, o comércio com a China saltou de US$ 2 bilhões (2000) para US$ 56 bilhões (2010).
Somente no primeiro semestre deste ano, o comércio com a China chegou a US$ 34,7 bilhões, com exportações de US$ 20 bilhões e importações de US$ 14,7 bilhões -saldo favorável de US$ 5,3 bilhões para o Brasil.
Como o atual crescimento, da ordem de 40%, deverá ser mantido neste ano, é certo que o comércio bilateral ao fim de 2011 terá sido da ordem de US$ 80 bilhões.
Apesar do forte crescimento, as relações comerciais do Brasil com a China constituem alvo de constantes críticas, em especial daqueles que representam a indústria brasileira. É natural que elas ocorram, já que as exportações para o país asiático estão concentradas em produtos básicos: dos US$ 20 bilhões vendidos no primeiro semestre deste ano, US$ 17,7 bilhões foram de básicos, especialmente minério de ferro e soja. A participação da indústria foi de apenas US$ 2,3 bilhões.
Essa pequena presença mostra que existe ainda longo caminho a percorrer visando diversificar as vendas para o mercado chinês. Um passo bastante importante foi dado quando a Apex Brasil inaugurou um moderno escritório em Pequim para a promoção de produtos brasileiros.
São enormes as possibilidades de ampliação de nossas exportações de manufaturados ao país oriental. A China é uma das maiores importadoras mundiais, com compras anuais na faixa de US$ 1 trilhão. E suas importações não se limitam a produtos básicos. Pelo contrário, no mercado interno chinês, há ampla oferta de manufaturados de alto valor agregado de diferentes origens. O crescimento das importações contribui para a diversificação e para o incremento das vendas a novos fornecedores.
Não há outro caminho que não o do aumento das iniciativas de promoção comercial e do número de missões à China, com estímulo aos fabricantes de manufaturados. O produto brasileiro tem qualidade que permite a penetração em muitos países, mesmo com a sobrevalorização do real. Com a redução da carga tributária prevista no plano Brasil Maior, melhores condições ao financiamento da produção e ação mais robusta de promoção comercial, é possível atingir de forma mais agressiva o mercado chinês.
O Brasil compra da China majoritariamente produtos complementares à nossa produção. Na pauta de importação brasileira daquele país, prevalecem partes, peças, componentes, circuitos e produtos que se destinam a linhas de manufaturados daqui. Na relação dos 51 principais produtos chineses importados pelo Brasil no primeiro semestre, apenas nove são bens de consumo. A ampla maioria (42, ou cerca de 80%) é formada por variada gama de produtos destinados às nossas fábricas.
Dada a escala de produção chinesa, a maioria dessas importa- ções contribui para que o produto final montado no Brasil se mantenha competitivo. Há muitos pontos positivos no intercâmbio com a China. Com os resultados deste ano, a posição da China como maior parceira comercial brasileira parece definitivamente consolidada, e serão cada vez maiores as oportunidades para as empresas que iniciem ou ampliem seus negócios com aquele país.

**IVAN RAMALHO** é economista, ex-secretário executivo do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e presidente da Associação Brasileira das Empresas de Comércio Exterior (Abece).

Fonte: Folha de São Paulo, 14/09/11