

Opinião 08/11/2016 23:55

O mercado chinês, hoje

O cenário econômico chinês e suas transformações

O cenário econômico chinês está passando por enormes transformações desde a crise mundial de 2008, quando o governo local decidiu criar um mercado interno forte para reduzir a dependência em relação aos Estados Unidos e à União Europeia. Mas isso não significa que seu grande mercado esteja fechado ou que não haja oportunidades para empresas estrangeiras. Pelo contrário. A China ainda enfrenta graves problemas de abastecimento e necessita não só de alimentos como de uma grande quantidade de bens duráveis. Além disso, não são poucos aqueles que se tornaram milionários na China pretensamente comunista e que, agora, sentem-se ávidos por comprar produtos de grife ou de luxo.



Em outras palavras: a China quer mudar seu modelo econômico, que estava centrado nas manufaturas para exportação, na mão de obra barata, no câmbio desvalorizado e nos grandes investimentos estatais na indústria e em obras de infraestrutura, como estradas e aeroportos. Agora, o seu foco é o de construir uma economia de consumo

interno e de serviços. Como a sua população é imensa e o país não reúne condições de sozinho abastecer esse grande mercado consumidor, está claro que, hoje, muitas oportunidades para empresas estrangeiras começam a surgir por lá.

Mas, antes de tudo, obviamente, o exportador brasileiro deve fazer uma pesquisa de mercado, pois os chineses têm hábitos bem diferentes daqueles exercitados pelos ocidentais, o que pode inviabilizar a exportação de muitos

produtos. Ao mesmo tempo, os asiáticos, de um modo geral, demonstram muito interesse em conhecer os hábitos de consumo do Ocidente, o que significa que podem se abrir para novas experiências.

Por exemplo: é milenar o hábito chinês de consumir chá, o que significa que haveria poucas chances de exportar café para lá. Mas, como os chineses estão se ocidentalizando, não custaria muito uma tentativa de buscar espaço para o café brasileiro. Ou ainda de vender produtos semipreparados, já que os chineses, a exemplo dos ocidentais, têm cada vez menos tempo para ficar na cozinha.

Outro mercado na China em crescimento é o de carne bovina. Como o mercado é bastante reduzido, o governo chinês está empenhado em subsidiar a produção local, que é estimada em 3 milhões de toneladas por ano. Sabe-se que o consumo per capita é de apenas 5 quilos por pessoa anualmente, mas, levando-se em conta o número de consumidores chineses, basta imaginar que o aumento desse índice para 6 quilos já equivalerá a uma drástica mudança no mercado mundial. E, se os fornecedores brasileiros participarem dessa mudança, está claro o que isso pode significar no sentido de revitalizar a economia nacional.

(*) Milton Lourenço é presidente da Fiorde Logística Internacional e diretor do Sindicato dos Comissários de Despachos, Agentes de Cargas e Logística do Estado de São Paulo (Sindicomis) e da Associação Nacional dos Comissários de Despachos, Agentes de Cargas e Logística (ACTC).


Escrito por:




Opinião

Guia Marítimo abre espaço aos profissionais e especialistas do mercado para expressar a sua opinião e perspectivas para a indústria.



**guia de SERVIÇOS**

Confira como o seu cliente acessa os seus serviços no maior diretório de comércio exterior.



Notícias do dia



Containers

Apesar de contratempos, THE Alliance estreia em abril



O mercado chinês, hoje ...



Acordos

Equador incrementará exportações de bananas para Europa



Infraestrutura e Obras

MP e a “salvação” para os projetos de infraestrutura



Marítimo

Transporte marítimo de químicos não foge à regra



Inteligência nos Transportes

Entregas por drone e a nova era