

Para analistas, empresas devem esperar um ano com mais agressividade no mercado exterior

Fonte: *Revista Portos e Navios*

Data: *17/01/2023*

Após três anos, a China declarou o fim da política de Covid Zero e as fronteiras firmemente fechadas estão gradualmente se abrindo para o mundo. Segundo Rafael Dantas, diretor de Vendas da Asia Shipping, as empresas vão aproveitar esse momento para desembarcar nos países asiáticos e fazer negociações presenciais. Coisa na qual, para o diretor, os chineses são mestres.

Para 2023, o diretor da Asia Shipping vê como oportunidades de comércio o debate sobre nearshore, estratégia de contratar serviço remoto que esteja próximo geograficamente da sua empresa. "A pandemia chacoalhou o mercado de comércio exterior e fez vários players repensarem a logística internacional. A dependência exclusiva da China como o principal fornecedor provocou questionamentos e reacendeu a pauta de nearshore como forma de evitar a quebra da cadeia logística e garantir preços mais competitivos", afirmou.

Dantas acredita que essa será uma grande oportunidade para o México e o Sudeste Asiático. "O Brasil também pode vir a ser um candidato a hub regional, mas precisamos antes de algumas mudanças em termos de infraestrutura, tributação e redução da burocracia", lamentou.

Para Dantas, as empresas devem esperar um ano com mais agressividade no mercado exterior, já que a China é uma máquina de vendas. "Embora seja um país gigantesco, a China tem velocidade na tomada de decisões como uma startup. Ela se utilizará disso para mostrar mais inovações e deixar o ritmo de vendas similar ao período pré-pandêmico", comentou.

Já os analistas da Capital Economics esperam que a economia da China se contraia em 0,8% no primeiro trimestre de 2023, antes de se recuperar no segundo trimestre. "A curto prazo, acredito que a economia da China provavelmente experimentará caos em vez de progresso por uma razão simples: a China está mal preparada para lidar com a Covid", destacou Bo Zhuang, analista sênior da Loomis, Sayles & Company.

A Índia também tem sido um mercado asiático em crescimento, que tende a ocupar uma posição cada vez mais relevante no comércio exterior global. Hoje, a Índia é o quinto maior parceiro comercial nas importações com o Brasil. Em 2019, o fluxo comercial entre os países chegou a US\$ 7 bilhões, sendo US\$ 2,76 bilhões provenientes das exportações brasileiras e US\$ 4,26 bilhões das importações de produtos indianos.

Em 2021, o intercâmbio comercial entre o Brasil e a Índia atingiu seu maior nível histórico, tendo totalizado US\$ 11,5 bilhões (aumento de 63,5% em relação a 2020), com exportações brasileiras no valor de US\$ 4,8 bilhões e importações provenientes da Índia no valor de US\$ 6,7 bilhões.

"A Índia é um mercado importante e que ainda tem muito a ser explorado, tanto na importação quanto na exportação. Como um mercado emergente e de interesse direto da América Latina, a tendência é fortalecer as relações bilaterais de maneira a superar os números do ano passado e gerar novas oportunidades de negócios entre os países latino-americanos e o asiático", complementou Dantas.

O diretor da Asia Shipping acredita que o produto mais exportado em 2023 para a Ásia será a carne brasileira. Já na importação, Dantas espera um aumento da demanda por placas solares. De acordo com a Associação

Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (Absolar), em uma década a energia solar saiu de praticamente zero em capacidade instalada na matriz energética brasileira para o segundo lugar na geração.

Dantas ainda prevê uma queda nas exportações de 10% em todos os trades. "Mesmo que os preços dos fretes tenham reduzido, os custos dos produtos aumentaram bastante. Digo que temos preços pré-pandêmicos com custos pós-pandêmicos. Na importação, a expectativa é de um incremento de volume de 5% em relação a 2022", declarou.