

FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA – UNIVEM
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ALESSANDRA ROMANELLI MOREIRA
CÍNTIA DA SILVA
DENISE CRISTINA DA COSTA

PRÁTICAS ILEGAIS DE COMÉRCIO ENTRE BRASIL E CHINA

MARÍLIA
2008

ALESSANDRA ROMANELLI MOREIRA
CÍNTIA DA SILVA
DENISE CRISTINA DA COSTA

PRÁTICAS ILEGAIS DE COMÉRCIO ENTRE BRASIL E CHINA

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Administração de Empresas da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas.

Orientador:
Prof. Ms. CLARISSA CHAGAS SANCHES
MONASSA

MARÍLIA
2008



FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"
Mantenedora do Centro Universitário Eurípidos de Marília - UNIVEM
Cursos: Administração de Empresas, Análise de Sistemas, Comércio Exterior, Marketing.

Alessandra Romanelli Moreira - 34603-9
Denise Cristina da Costa - 35215-2
Cintia da Silva - 34848-1

TÍTULO "PRÁTICAS ILEGAIS DE COMÉRCIO ENTRE BRASIL E CHINA "

Banca examinadora do Trabalho de Curso apresentada ao Programa de Graduação em Administração de Empresas da UNIVEM, F.E.E.S.R, para obtenção do Título de Bacharel em Administração de Empresas.

Nota: 9,0 (nove)

ORIENTADOR: 
Clarissa Chagas Sanches Monassa

1º EXAMINADOR: 
Andréia de Abreu

2º EXAMINADOR: 
Elaine Morais Ferreira

Marília, 19 de novembro de 2008.

À Deus por ter nos concedido a vida, a saúde e a disposição necessária para chegarmos nesta importante etapa de nossas vidas.

Aos nossos pais, que sempre acreditaram em nossa capacidade de vencer qualquer obstáculo.

AGRADECIMENTOS

À nossa querida orientadora, que nos mostrou o caminho que deveríamos seguir para a realização deste trabalho.

Aos nossos familiares e amigos, que nos ajudaram direta e indiretamente no decorrer destes anos e que sempre proferiam palavras de vitórias.

*Mas os que esperam no Senhor
renovarão as forças, subirão com asas
como águias; correrão, e não se
cansarão; caminharão, e não se
fatigarão. (Isaiás 40:31)*

*“O êxito da sua jornada dependerá da
direção na qual você deu seus
primeiros passos”.*

MOREIRA, Alessandra Romanelli; SILVA, Cíntia da; COSTA, Denise Cristina da. **Práticas Ilegais de Comércio entre Brasil e China**. 2008. 102 f. Trabalho de Curso Bacharelado em Administração de Empresas com linha de Formação em Comércio Exterior – Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”. Marília, 2008.

RESUMO:

Este trabalho tem como objetivo mostrar as relações comerciais desenvolvidas ao longo do século entre Brasil e China e as práticas ilegais desse comércio. Serão abordadas características comerciais de cada um dos países e objetivos em comum que ambos desenvolveram ao longo do tempo. Serão retratados também os ganhos e as perdas desse relacionamento, os obstáculos impostos por estes países, o que dificulta o relacionamento comercial. Esses obstáculos, que por muitas vezes realizados de maneira ilegal, através de pirataria, falsificações, contrabandos, fazem com que uma das partes seja mais prejudicada do que a outra. Enfim, é um relacionamento que tende a crescer e se fortificar, porém há algumas questões a serem estudadas e a prática ilegal é uma delas, pois além de estimular a ilegalidade, prejudica as empresas e a economia nacional, deixando de gerar centenas de empregos e de dar mais qualidade de vida à população.

Palavras Chave: Brasil. China. Práticas Ilegais.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Lei da oferta e da procura.....	73
Figura 2 – Mercadorias apreendidas no Porto de Santos (SP)	74
Figura 3 – Celular Pirateado da Apple	75
Figura 4 – Presidente da China, Ju Jintao, e o Presidente do Brasil.....	79

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- APEX: Agência de Promoção de Exportações
- AQSIQ: Administração Geral de Supervisão de Qualidade , Inspeção e Quarentena,
- CAMEX: Câmara de Comércio Exterior
- CEBC: Conselho Empresarial Brasil-China
- CPMF: Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira.
- CSLL: Contribuição Social sobre o Lucro Livre
- DECOM: Departamento de Defesa Comercial
- DEREX: Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior
- EMBRAPA: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
- FIESP: Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
- GATT: Acordo Geral sobre Tarifas Alfandegárias e Comércio
- IBR: Relatório Internacional de Empresas
- IEEI: Instituto de Estudos Estratégicos e Internacionais
- ISSO: Organização Internacional para Padronização (International Organization for Standardization)
- MDIC: Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
- NCM: Nomenclatura Comum do Mercosul
- OIC: Organização Internacional de Comércio
- OMC: Organização Mundial do Comércio
- OSC: Órgão de Solução de Controvérsia
- PIB: Produto Interno Bruto
- SDPC: Comissão Governamental de Planejamento e Desenvolvimento (State Development and Planning Commission)
- SECEX: Secretaria de Comércio Exterior
- SETC: Comissão Governamental de Economia e Comércio (State Economic and Trade Commission)
- SH: Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias
- TEC: Tarifa Externa Comum do Mercosul
- TRIMS: Acordo sobre Medidas de Investimento Relacionadas ao Comércio
- TRIPS: Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual
- VAT: Taxa de Valor Agregado

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução da Balança Comercial 1998-2007	18
Gráfico 2 – Evolução das Exportações Brasileiras e Mundiais 2002-2007	20
Gráfico 3 – Evolução das Exportações Brasileiras 1998-2007.....	22
Gráfico 4 – Evolução das Importações Brasileiras 1998-2007	23
Gráfico 5 – Comércio Exterior da China.....	24
Gráfico 6 – Exportação por Fator Agregado	25
Gráfico 7 – Exportações e Importações provenientes da China e América Latina.....	26
Gráfico 8 – Licenciamento de Importação da China.....	53
Gráfico 9 – Ganhos e perdas de Brasil e China no mercado dos Estados Unidos.....	86

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. HISTÓRICO DAS RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL X CHINA.....	12
1.1 Primórdios das relações comerciais entre Brasil e China.....	12
1.1.1 Dados Históricos	12
1.1.2 Dados Econômicos	17
1.2 Principais produtos comercializados entre os parceiros Brasil e China	24
1.2.1 Principais produtos de exportação do Brasil para a China	24
1.2.2 Principais produtos de exportação da China para o Brasil	31
2. PRÁTICAS DESLEAIS DE COMÉRCIO NA OMC E PRINCIPAIS ENTRAVES À COMERCIALIZAÇÃO DE BENS E SERVIÇOS ENTRE OS PARCEIROS	37
2.1 Práticas desleais de Comércio na OMC	37
2.1.1 Os cinco princípios fundamentais da OMC para o Livre Comércio	39
2.1.2 Acesso da China à OMC.....	41
2.2 Barreiras e Entraves comerciais entre a China e o Brasil.....	44
2.2.1 Barreiras Externas às Exportações Brasileiras para China.....	45
2.2.1.1 Tarifas, Taxas e Preferências.....	45
2.2.1.2 Barreiras não tarifárias.....	50
2.2.1.3 Normas, Regulamentos, Testes e Certificações	61
2.2.2 Barreiras Internas às Importações Chinesas	62
2.2.2.1 Princípio da Proteção à Indústria Nacional	65
2.2.2.2 Proteção dos Direitos de Propriedade Industrial: a questão da “pirataria”.....	68
3. GANHOS E PERDAS RESULTANTES DAS RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL E CHINA	76
3.1 Panorama Geral dos Acordos Comerciais Bilaterais Brasil x China.....	76
3.2 Perspectivas para o incremento das relações comerciais entre Brasil x China	80
3.3 Ganhos e Perdas da parceria entre Brasil e China	85
CONCLUSÕES	89
REFERÊNCIAS	92

INTRODUÇÃO

Com o grande aumento dos fluxos internacionais do comércio, a China tornou-se um mercado muito importante para as exportações e um dos principais alvos das exportações brasileiras. A China já ocupa a terceira posição entre os mercados compradores de produtos brasileiros e dentre eles, os que mais se destacam são os agrícolas. Na medida em que o comércio e os negócios entre Brasil e a China se intensificam, as empresas brasileiras precisam cada vez mais conhecer o mercado chinês e os meios utilizados para ter maior participação nesse mercado, que guarda enormes especificidades e oferece muitas oportunidades.

Porém, com o grande fluxo de mercadorias advindas deste comércio, o Brasil fica receoso quanto às centenas de mercadorias que adentram o país de forma ilegal, trazendo problemas como a pirataria, falsificação de produtos, etc. Essa informalidade atinge diretamente a economia brasileira, bombardeando a sonegação de impostos, deixando de lado as obrigações trabalhistas, desrespeitando as normas sanitárias e contribuindo para o não desenvolvimento do país, dificultando a permanência das empresas de pequeno porte e diminuindo as chances de se manterem vivas no comércio.

Assim também ocorre com a maioria dos produtos industrializados que chegam ao Brasil. Com o valor abaixo do normal eles se tornam mais competitivos, se tornando mais atraentes ao consumidor, e este, por sua vez, compra pensando em adquirir vantagens, mas, na verdade, ele está levando uma mercadoria de baixo valor agregado, que muitas vezes pode trazer danos até a sua saúde, por terem matérias primas inadequadas e sem qualidade.

Para evitar essas ocorrências Brasil e China têm adotado medidas para conter a ilegalidade nas importações e exportações e evitando que suas empresas sejam prejudicadas.

A maioria dessas medidas são barreiras de proteção, barreiras sanitárias, tarifárias, técnicas e sociais, e às vezes, as barreiras estão nos próprios governos.

Dessa forma, ao decorrer deste trabalho será mostrado como os dois países em questão podem se beneficiar no comércio, respeitando as práticas legais e buscando relações sólidas com seus parceiros, e por outro lado, mostrar o quanto Brasil e China perdem com o fluxo ilegal de mercadorias, além de transcorrer as principais vertentes deste mercado bilateral e o que ambos países podem esperar de um futuro próximo.

1. HISTÓRICO DAS RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL x CHINA

1.1 Primórdios das relações comerciais entre Brasil e China

O objetivo deste capítulo é analisar o intercâmbio comercial entre Brasil e China, seus principais aspectos econômicos, sociais e históricos, além de observar como as relações sino-brasileiras se desenvolveram ao longo do tempo.

1.1.1 Dados Históricos

O início das relações comerciais, de um modo geral, deu-se com a troca direta, também conhecida por escambo, uma simples troca de mercadorias sem valor equivalente, que geralmente se apresentavam em estado natural, como por exemplo: um kilo de batata era trocado por um kilo de milho, variando de acordo com as necessidades das pessoas (V. BRUNO, 2008).

As dificuldades e a procura por algumas mercadorias foram aumentando e as pessoas necessitavam de outras formas de trocas, então surgiram as moedas-mercadorias, que tinham como função, avaliar o valor da mercadoria negociada. O sal que era um produto de difícil obtenção, muito utilizado na conservação dos alimentos e o gado que apresentavam vantagens na locomoção, reprodução (trazia lucro para o seu produtor) e também na prestação de serviços, eram considerados produtos de alto valor, pois eram aceitos como moeda (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2008).

Com o passar dos anos, a troca de mercadorias se tornou inconveniente às negociações comerciais, devido à oscilação de seu valor, pelo fato de não serem fracionáveis e por serem facilmente perecíveis, não permitindo acumular riquezas. As trocas dessa natureza, em economias complexas como as atuais, jamais prosperariam. Nestas, não só bens de consumo, mas também recursos econômicos são vendidos e comprados com dinheiro, a exemplo dos dias atuais, onde o empregado fornece seu trabalho em troca de dinheiro para que assim possa comprar os bens que necessita (V. BRUNO, 2008).

O homem descobriu o metal e passou a utilizá-lo na fabricação de diversos utensílios e objetos, agregando mais valor e beleza ao produto final, trazendo assim, lucro para o seu fabricante. Esse foi o início da fabricação manual das primeiras moedas, que tinham suas

bordas irregulares, diferentes das moedas atuais que têm tamanhos e formatos absolutamente iguais, seus valores e pesos eram definidos e recebiam a impressão do cunho oficial, que era a marca de quem havia produzido e que garantia o seu valor (SCHEINER, 2008).

Os primeiros metais utilizados para a fabricação das moedas foram o ouro e a prata, principalmente por motivos e costumes religiosos, mas também pela imunidade à corrosão, beleza e valores econômicos (V. BRUNO, 2008).

No final do século XX, ocorreu o surgimento do papel-moeda ou moeda de papel que tornou a fabricação das moedas metálicas restritas a valores inferiores e as tornando necessárias somente para troco. A moeda de papel era como um recibo que poderia ser trocado para efetuar pagamentos e que assim seria circulado de mão em mão (V. BRUNO, 2008).

Os governos passaram a conduzir a fabricação das cédulas de papel e das moedas para controlar as falsificações e garantir a legitimidade do dinheiro. Atualmente, há diversos formatos e tamanhos de cédulas e moedas que retratam a cultura e os costumes do país que a emitiu, como por exemplo: líderes políticos, cenas históricas, paisagens e o idioma oficial do país (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2008).

Com a eliminação da conversibilidade das cédulas e moedas, o dinheiro está cada vez mais se desmaterializando, assumindo assim formas abstratas como: cheques, moeda eletrônica o mesmo que cartões de crédito e moeda informática que são ordens de pagamentos utilizadas para negociações comerciais no exterior (V. BRUNO, 2008).

As relações comerciais brasileiras deram início com o *cauri*, hoje conhecido como búzios, trazidos da África por escravos. O pau-brasil, o açúcar, o cacau, o tabaco e o pano, trocados no Maranhão, foram um dos primeiros produtos a mover a economia (SCHEINER, 2008).

Além disso, metais preciosos, pedras preciosas e o café foram importantes produtos para o desenvolvimento de uma base econômica, seguida da produção agrícola e pecuária para consumo local, o que resultou no alcance da liderança mundial em diversos produtos, despertando a atenção de outros países (WIKIPÉDIA, 2008).

Pequenas fábricas começaram a surgir com a chegada dos ingleses por volta do século XVII, novas tecnologias foram introduzidas aumentando a pequena base industrial brasileira. Entre os anos de 1950 e 1970 iniciou-se o processo de industrialização, expandido setores como a indústria automobilística e de aço (Ministério das Relações Exteriores, 2008).

O Brasil teve também momentos de sofrimento com os produtos manufaturados estrangeiros que adentravam em seu mercado interno. Infelizmente, o Brasil não possuía

independência política e econômica suficientes para estabelecer regras e proibir países que detinham grandes monopólios de praticarem deslealdades no seu comércio (GUEDES, 1996).

Atualmente o Brasil é considerado a nona maior economia mundial e vem a cada dia conquistando mais espaço. Além disso, é um país que acolhe 186 milhões de habitantes e abrange uma área de 8.514.215 km². Com um clima tropical, ele também é formado por diversos povos e etnias, decorrente de grandes ondas migratórias passando por brancos, negros, índios, pardos e amarelos (WIKIPEDIA, 2008).

Já a China está situada ao norte do Hemisfério Oriental, na região centro-oriental da Ásia e a mesma é o terceiro maior país do mundo depois do Canadá e da Rússia, sua parte oriental é formada por planícies e dois terços do seu país são montanhosos, possui muitas ilhas e a maior delas é a Hainan, na costa meridional. Seus principais rios são: Amarelo, Amur e Yu (MRE Brasil, 2004).

Com dimensão territorial pouco superior à do Brasil e uma população sete vezes maior, a China está caminhando para ser o grande império global do século XXI (VEJA, 2006).

Ela possui cerca de 9,6 milhões de km² de área e uma população superior a 1,3 bilhão de habitantes, e é considerado o país mais populoso do mundo, com um quinto da população mundial, com um PIB de 1,7 trilhão de dólares. Nos últimos quinze anos a economia chinesa cresceu em ritmo bastante superior ao brasileiro, o investimento estrangeiro foi de US\$ 55 bilhões e o volume das exportações chinesas foram de 600 bilhões de dólares. A renda per capita chinesa é de 7.200 dólares para a província mais rica, Xangai, sendo que a média do país é de 1300 dólares e para a província mais pobre a renda média é de US\$ 550. Sua capital é Beijing e sua moeda é o Yuan (MRE BRASIL, 2004).

Sua língua oficial é o mandarim, utilizado por 94% da população, a mesma possui 80.000 caracteres, dos quais 7.000 são mais usados e há mais 80 dialetos em uso no país (VEJA, 2006).

A sua densidade demográfica é bem alta, cerca de 134 habitantes por quilômetro quadrado, mas sua distribuição geográfica não é uniforme, há áreas muito povoadas, como a costa oriental e a região central somando-se 600 hab/km² e os planaltos ocidentais com densidade muito baixa, como aproximadamente 10 hab/km². A cidade da China com maior população é Xangai com mais de 2.500 hab/km² e a com menor população é o Tibet com 2 hab/km² (MRE BRASIL, 2004).

O budismo é a religião com o maior número de seguidores declarados, aproximadamente 150 milhões, 92% dos chineses são da etnia han e 8% pertencem a outras 55 etnias (VEJA, 2006).

Os portos litorâneos da China estão no interior do país ligados através de estradas de ótima qualidade ou ferrovias-tronco, que formam um sistema internacional de contêineres que consiste em transporte marítimo, carregamento e descarregamento nos portos e transporte continental como: ferroviário, rodoviário e fluvial. A China tem rotas de navegação para 150 países e é considerada pela Organização Marítima Internacional como um país de classe A (MRE BRASIL, 2004).

A China possui 23 províncias que são: cinco regiões independentes, quatro municípios subordinados ao Governo e duas regiões administrativas. Os principais órgãos judiciários da China são o Poder Judiciário e a Procuradoria, que exercem autoridade e poder procuratório independentes (MRE BRASIL, 2004).

O comércio exterior tem se tornado um fator muito importante para o crescimento do país. Através das importações a China tem mais acesso a equipamentos e tecnologias avançadas, permitindo que seu país modernize sua economia; já as exportações fornecem recursos em moedas estrangeiras que são necessárias para adquirir tecnologias e equipamentos importados, dando mais oportunidades de emprego. Por isso a China possui mais de 200 países que são seus parceiros comerciais (HARTUNG, 2002).

Apesar de serem países geograficamente distantes, terem culturas e fatores históricos diferentes, Brasil e China tem mais semelhanças do que diferenças. Estes países se encontram na lista dos cinco maiores países do mundo, tanto por seu crescimento populacional quanto por suas dimensões territoriais, além de terem suas economias em constante desenvolvimento. Por outro lado, convivem com muitos problemas, entre eles a desigualdade socio-econômica, má distribuição de renda e disparidades entre as áreas rurais e urbanas.

Para o ex-presidente chinês Jiang Zemin:

A China e o Brasil, apesar de serem geograficamente tão distantes, são unidos estreitamente pelo objetivo idêntico de vitalizar a economia nacional, elevar o nível de vida do povo e salvaguardar a paz e a estabilidade do mundo (ZEMIN, 2002).

No final do século XIX, ocorreram os primeiros contatos entre o governo brasileiro e o chinês. O governo brasileiro precisava de mão-de-obra e pretendia trazer os chineses para

que as demandas de trabalho na área cafeeira fossem atendidas, mas o governo chinês recusou a imigração dos chineses para o Brasil. Vieram para o Brasil outros imigrantes: os europeus e os japoneses. O governo chinês tinha uma visão negativa do Brasil, em relação à mão-de-obra escrava, que ainda existia no país, portanto, o governo chinês estava inseguro, pois não tinha idéia de como seria este tipo de trabalho, este ficou receioso do Brasil tratar os chineses como tratava no passado os escravos, sem direitos trabalhistas e nenhum tipo de direito social (VILLELA, 2004).

A República da China foi proclamada em 1911, tendo o Brasil a reconhecido em 1913 e em 1914 instalou uma missão diplomática na capital da China. Mas foi a partir de 1949 que as relações entre ambos países se consolidaram, pois o Brasil rompeu suas ligações com a China Continental (República Popular da China) e estabeleceu suas relações com a China Nacionalista (Taiwan), pois a reconhece como a legítima representante do povo chinês. Essa mudança do Brasil só pode ser compreendida no contexto da Guerra Fria, pois o Brasil era aliado e estava alinhado com a super potência líder do bloco capitalista, os Estados Unidos (VILLELA, 2004).

Em 1961 o governo brasileiro iniciou um processo de reaproximação da China, liderado pelo vice-presidente João Goulart. Porém, com o golpe militar de 1964, uma missão comercial chinesa que estava no Brasil foi presa, o que retrocedeu a aproximação entre os dois governos (VILLELA, 2004).

Já em 1974, o presidente do Brasil, Ernesto Geisel, reatou as relações diplomáticas com a China permitindo que o comércio de ambos se desenvolvesse de maneira positiva (VILLELA, 2004).

Aproximadamente em 1978, o comércio exterior não era muito significativo para a economia chinesa. Os contatos comerciais entre o Brasil e a China não cresceram constantemente ao longo dos anos, mas eles conseguiram atingir seu primeiro recorde no ano de 1985 com 55% do comércio total entre a América Latina e a China (MRE BRASIL, 2004).

Em 1984 o ex-presidente do Brasil, João Figueiredo visitou a China, seguido pela visita de José Sarney, em 1988, já com a instauração da Nova República. Desse modo a cooperação entre os países deu um grande salto, até chegar em 1993 quando houve a visita do presidente Jiang Zemin ao Brasil (VILLELA, 2004).

Nos anos de 1990 e 1991 ocorreu um declínio entre as relações comerciais de ambos países, mas, dois anos depois o comércio entre o Brasil e a China voltou a crescer, tendo um aumento de mais de 80% em relação ao ano anterior. Mesmo o Brasil sendo um forte

parceiro comercial da China na América Latina, o comércio entre ambos caiu novamente em 1998, mas em 1999 houve um crescimento acelerado e constante (MRE BRASIL, 2004).

Em 1995 o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso visitou a China e em 2001 o presidente da China, Jiang Zemin visitou o Brasil. Mas foi em 2003 que o ministro de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Luiz Fernando Furlan, esteve na frente de uma missão comercial de empresários brasileiros. No ano seguinte, acompanhado de ministros, políticos e empresários e do atual presidente Luis Inácio Lula da Silva esteve na China em busca de novos horizontes comerciais. Em retribuição a esta visita, também acompanhado por membros do governo e empresários de seu país, Hu Jintao, atual presidente da China, esteve no Brasil em novembro de 2004 (VILLELA, 2004).

1.1.2 Dados Econômicos

Devido à longa distância e à falta de identidade cultural entre os dois países, o volume comercial na década de 50 não ultrapassou US\$ 8 milhões. Em 1985, após os dois países reestruturarem suas economias, o valor do comércio bilateral atingiu US\$1,41 bilhão, 83 vezes maior do que o comércio bilateral registrado em 1974, quando os dois países estabeleceram relações diplomáticas (SECEX, 2002).

Na década de 90, com a abertura do Brasil para o mercado internacional e com o aprofundamento das reformas econômicas da China, houve o crescimento acelerado entre ambos países. E esse crescimento prossegue de forma ininterrupta e intensa, mostrando a importância e as possibilidades futuras da expansão do intercâmbio comercial entre os brasileiros e chineses (STORY, 2004).

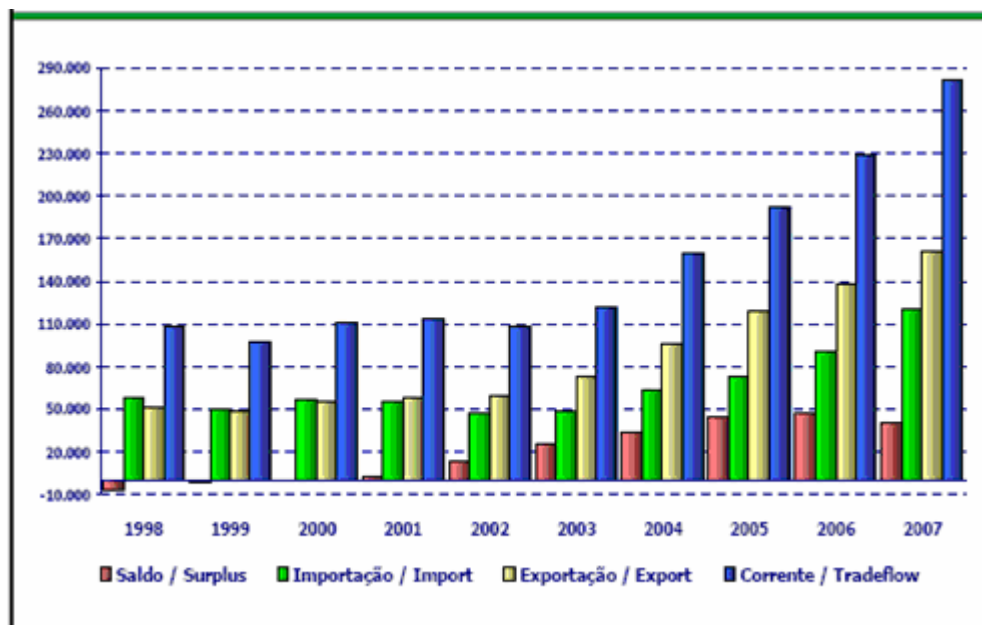
Entre os anos de 1997 e 1998 mostrou-se intenso o fluxo de mercadorias entre os parceiros:

(...) O comércio bilateral veio crescendo significativamente, até atingir seu recorde em 1997, com um volume de US\$2,25 bilhões. Em 1998, influenciado pela crise financeira asiática, o comércio bilateral caiu para US\$1,9 bilhões, diminuindo 11,4% em relação a 1997, acumulando uma queda de 25% desde 1995. Naquele ano, as vendas para esse mercado totalizaram US\$905 milhões, respondendo por 1,8% das exportações do país. Com isso, o mercado chinês passou a ocupar o 14º lugar entre os principais países de destino das exportações do Brasil. Neste mesmo ano, as importações brasileiras provenientes da China reduziram-se para US\$1 bilhão (-14%), após um período de rápido crescimento (1992/97) (SECEX, 2002).

A relação bilateral tem crescido de forma expressiva nos últimos anos e no Brasil há espaço para se expandir muito mais.

Esse grande crescimento do Brasil é evidenciado no Gráfico 1, mostrando a evolução da Balança Comercial Brasileira entre anos de 1998 a 2007. Nota-se que durante os 8 primeiros anos em questão, o volume de importações manteve-se constante na faixa dos US\$50 a US\$80 milhões, ultrapassando a casa dos US\$80 milhões apenas no ano de 2006. Já as exportações seguiram um crescente aumento, ultrapassando os US\$100 milhões em 2005 e chegando aos US\$150 milhões de dólares nas exportações no ano de 2007.

Gráfico 1 – Evolução da Balança Comercial 1998-2007 (US\$ milhões)



Fonte: DECEX/MDIC (2007).

Muitos foram os benefícios para o Brasil, principalmente nas exportações, aumentando significativamente o volume de produtos exportados. Porém, não se trata apenas de exportar mais, mas sim de exportar melhor e com maior agregação de valor. A competitividade das operações de comércio exterior no Brasil dependem muito dos produtos primários na pauta das exportações, o que a longo prazo pode ser maléfico ao país (BRASIL 1994-2002; A ERA DO REAL, 2002).

Além da diversificação e da busca de produtos de maior valor agregado, as exportações brasileiras também dependem de sua obsoleta infra-estrutura e de seus portos e estradas. O aumento da competitividade para exportar requer também políticas setoriais para melhorar a qualidade e incorporar tecnologia aos produtos brasileiros, para que possam cada

vez mais conquistar novos mercados. Assim, se faz necessária a redução dos custos, tanto na produção como na exportação, além de uma agressiva política de promoção do produto brasileiro no exterior e uma política industrial moderna (BRASIL 1994-2002, A ERA DO REAL, 2002).

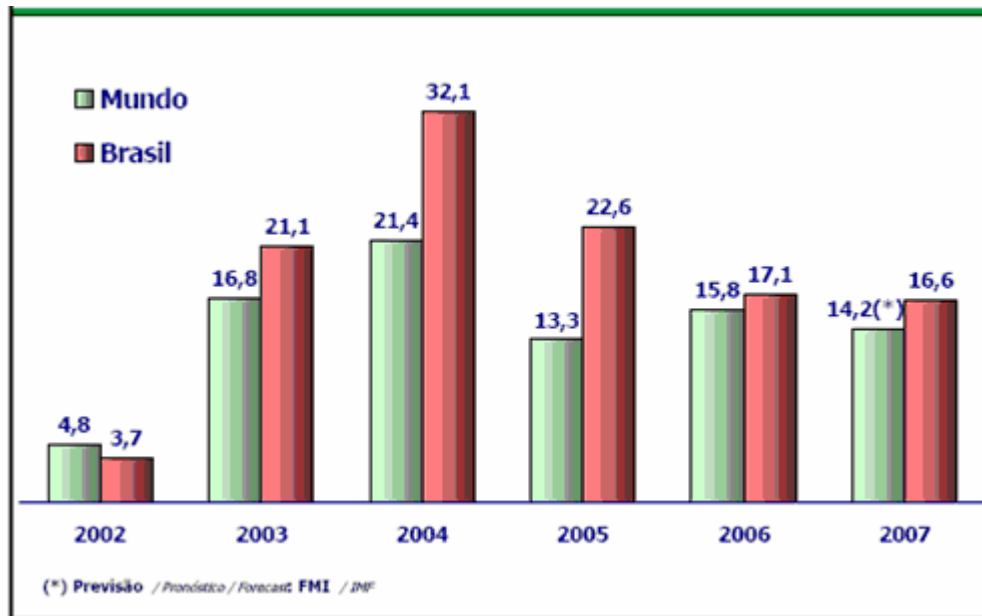
Esse foi o intuito de empresários e representantes do governo brasileiro que no mês de julho de 2008, iniciaram uma missão na China em um esforço conjunto para enfrentar a falta de conhecimento da China para com os produtos brasileiros, a fim de diminuir os obstáculos à incrementação das exportações ao país asiático. O projeto foi um dos maiores já organizados pelo Brasil e contou com um *showroom* de produtos brasileiros, além da realização de 53 seminários regionais de promoção comercial (G1, 2008).

Também no âmbito da promoção dos produtos brasileiros que visam a qualidade e a diversificação destaca-se a Agência de Promoção de Exportações (Apex) criada em 1997, que desenvolve projetos de promoção das exportações em conjunto com diversas associações, indústrias e outras organizações representativas de empresas de pequeno porte, segundo as orientações da Câmara de Comércio Exterior (CAMEX) e do MDIC.

Na avaliação do desempenho das exportações, os setores apoiados pela Apex alcançaram 13,9% de crescimento no período de 2000/2001, enquanto as exportações globais brasileiras tiveram crescimento de 5,7% no mesmo período (BRASIL 1994-2002: A ERA DO REAL, 2002).

O Brasil teve um bom desempenho nas exportações se comparado com a evolução mundial. A participação brasileira nas exportações mundiais vem ganhando espaço ano após ano. Em meados de 2002 as exportações mundiais cresceram cerca de 4,8% enquanto o Brasil cresceu apenas 3,7%. A partir de 2003 a estatística se inverte e as exportações brasileiras têm ficado sempre a frente das exportações mundiais, chegando ao recorde de 32,1% contra 21,4% em 2004, como mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Evolução das Exportações Brasileiras e Mundiais 2002-2007 (%)



Fonte: SECEX/MDIC e OMC (2007).

Porém, verifica-se ainda pouca diversificação na pauta de exportações para a China, tendo o Brasil o importante papel de mudar esse cenário, a fim de alavancar novos negócios e conquistar novos nichos e mercados na China, fazendo uso de produtos diferentes dos já exportados.

A Tabela 1 mostra a relação do Brasil com outros do mundo, nos anos de 2003, 2004 e 2005, relacionando as exportações, importações e o saldo comercial. Pode-se notar que o intercâmbio com a China ainda era sutil, destacando-se os Estados Unidos, com US\$ 22.472 milhões de um total de US\$ 118.309 milhões exportados em 2005.

O comércio com a China mostrou-se tímido nesse período, por outro lado o intercâmbio com outros países da Ásia cresceu acelerado, ficando logo atrás dos Estados Unidos representando US\$ 18.552 milhões do total de US\$ 118.309 milhões exportados pelo Brasil em 2005 e ficando na frente da potência norte-americana nas importações, com US\$ 16.870 milhões contra apenas US\$ 12.664 milhões importados pelos americanos.

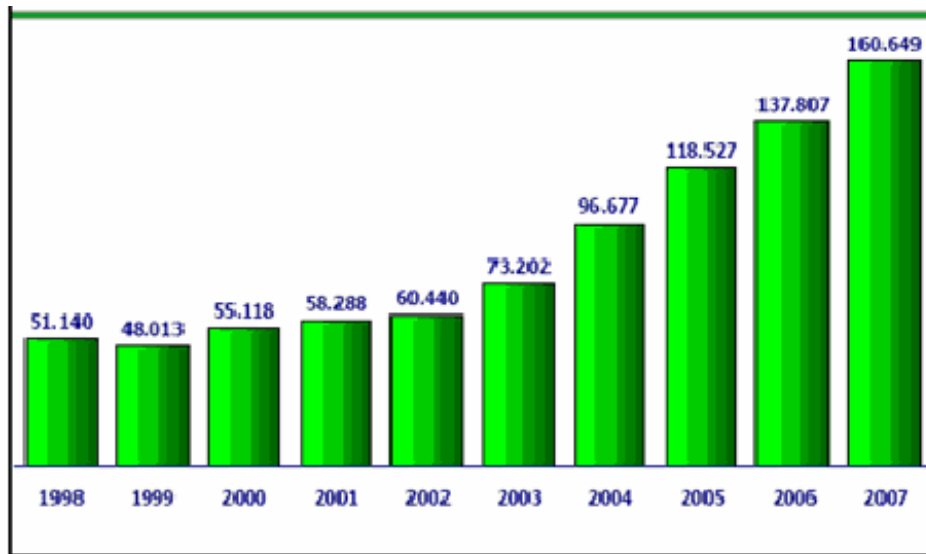
Tabela 1 - Intercâmbio Comercial - Em US\$ milhões (FOB)

Discriminação	2003			2004			2005		
	EXP.	IMP.	Saldo	EXP.	IMP.	Saldo	EXP.	IMP.	Saldo
Total	73.084	48.290	24.794	96.475	62.806	33.669	118.309	73.525	44.785
Aladi	7.248	2.525	4.723	10.787	3.636	7.151	13.702	4.516	9.186
Argentina	4.561	4.672	-111	7.373	5.569	1.804	9.915	6.239	3.676
Venezuela	605	275	330	1465	200	1265	2.216	256	1.960
Ásia	11.676	8.922	2.754	14.564	12.280	2.284	18.552	16.870	1.682
China	4.532	2.147	2.385	5.439	3.710	1.729	6.833	5.353	1.480
Japão	2.310	2.520	-210	2.768	2.868	-100	3.476	3.407	69
EUA	16.692	9.566	7.126	20.038	11.356	8.682	22.472	12.664	9.808

Fonte: SECEX-MDIC (2006).

O mercado chinês aumentou as oportunidades para os exportadores brasileiros, após sua integração na OMC, incluindo *commodities* e produtos de alta tecnologia (MRE, 2004). Foi de grande importância para o Brasil para que suas exportações pudessem evoluir e conquistar não somente a China, mas também outros países que importam os produtos brasileiros. No Gráfico 3 pode-se claramente perceber a curva de crescimento nas exportações após o ano de 2002, saltando de US\$ 60.440 milhões para US\$ 160.649 milhões em 2007.

Gráfico 3 – Evolução das Exportações Brasileiras 1998-2007 (US\$ milhões)



Fonte: SECEX/MDIC (2007).

Comparando os meses de janeiro a julho dos anos de 2007 e 2008 e analisando o intercâmbio sino-brasileiro de acordo com dados do Conselho Empresarial Brasil-China, representado na Tabela 2, nota-se um total de 65,7% de variação nas exportações de um ano para o outro enquanto nas importações a variação foi de 68,9% de 2007 para 2008. Isso significa que o Brasil está importando mais do que no ano anterior, totalizando US\$ 12.806,20 em 2008 contra US\$ 7.582,70 em 2007.

Tabela 2 – Intercâmbio Comercial Brasil-China (em US\$ milhões)

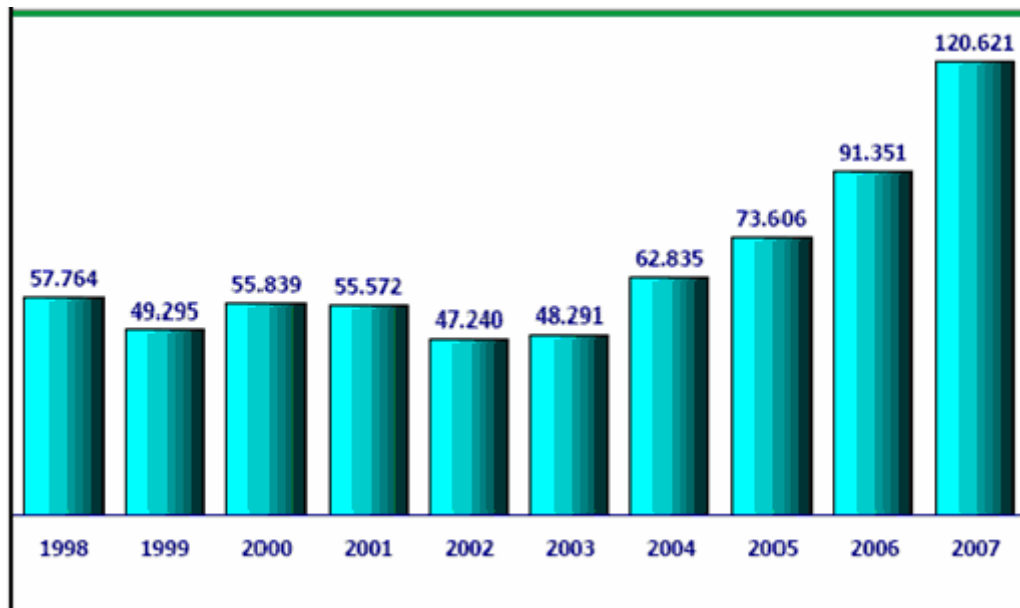
Janeiro a Agosto de 2008

	Exportações			Importações			Saldo Comercial		
	2008	2007	Variação %	2008	2007	Variação %	2008	2007	Variação %
Jan	654,0	558,3	17,2	1536,9	791,2	94,3	-882,9	-232,9	279,1
Fev	760,4	546,3	39,2	1325,5	702,6	88,7	-565,1	-156,3	261,5
Mar	673,0	809,2	-16,8	1283,6	943,4	36,1	-610,6	-134,2	355,1
Abr	1328,5	1008,6	31,7	1427,8	849,4	68,1	-99,3	159,2	-162,4
Mai	2307,6	919,8	150,9	1608,1	968,9	66,0	699,5	-49,1	-1524,0
Jun	1684,0	1072,8	57,0	1766,3	955,2	84,9	-82,3	117,6	-170,0
Jul	2540,3	1148,9	121,1	1954,4	1053,4	85,5	585,8	95,5	513,5
Ago	1971,9	1127,5	74,9	1903,5	1318,6	44,4	68,5	-191,1	-135,8
Total	11919,7	7191,4	65,7	12806,2	7582,7	68,9	-886,5	-391,3	126,5

Fonte: AliceWeb. Elaborado pelo Conselho Empresarial Brasil-China (2008).

Tal conclusão é confirmada pelo Gráfico 4, que mostra a evolução das importações no Brasil. Entre os anos de 1998 e 2003 os valores importados ficaram entre US\$ 47 a US\$ 57 milhões, tendo um intenso crescimento a partir de 2004 até o ano de 2007 alcançando os US\$ 120.621 milhões neste respectivo ano.

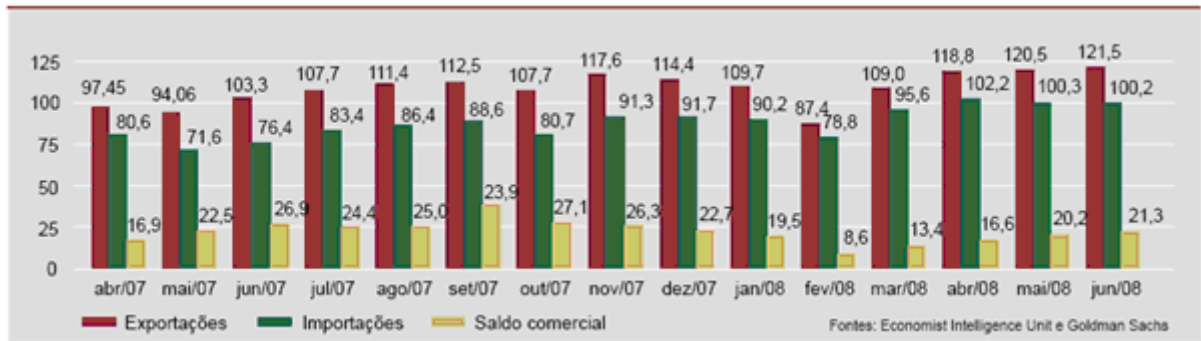
Gráfico 4 – Evolução das Importações Brasileiras 1998-2007 (US\$ milhões)



Fonte: SECEX/MDIC (2007).

De acordo com publicações do Conselho Empresarial Brasil-China, entre abril de 2007 e junho de 2008, as exportações chinesas desaceleraram e somaram US\$ 666,9 bilhões no período. Já as importações alcançaram US\$ 567,3 bilhões, crescimento anualizado de 30,7%. Durante o mesmo período, as exportações chinesas mantiveram-se próximas a linha dos US\$100 bilhões, enquanto as importações ficaram abaixo dos US\$100 bilhões durante todo o ano de 2007, chegando neste valor somente em abril de 2008, como mostra o gráfico 5 (REVISTA MACRO CHINA, 2008).

Gráfico 5 – Comércio Exterior da China – US\$ bilhões



Fonte: Revista Macro China (2008).

Neste sentido, a aproximação dos países é um fator extremamente positivo para o relacionamento bilateral por possibilitar intensas trocas e o desenvolvimento dos mercados, gerando avanços nos planos comerciais e também nos planos políticos, ao propiciar a satisfação mútua dos interesses nacionais.

1.2 Principais Produtos Comercializados entre os Parceiros Brasil e China

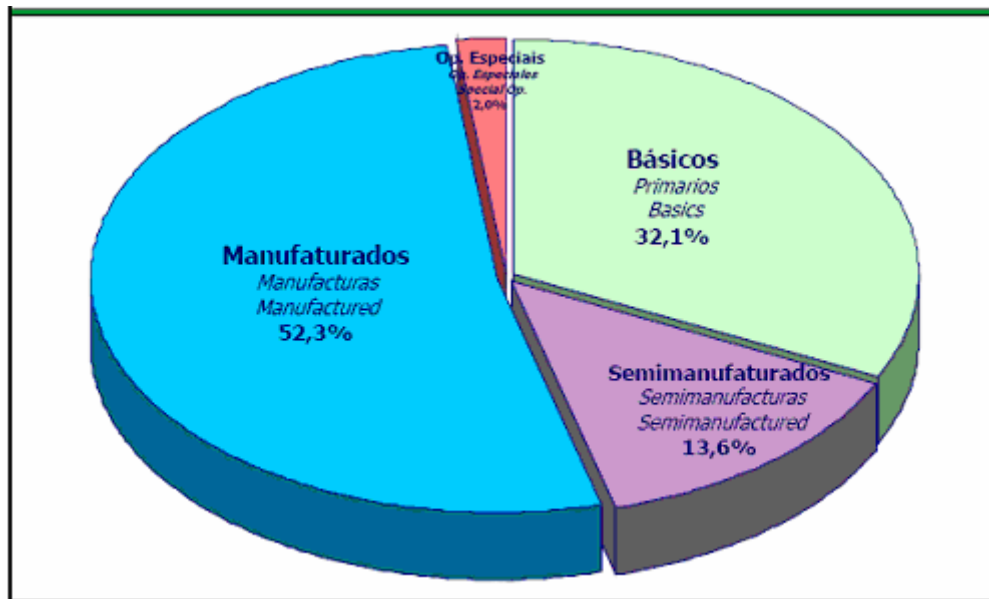
1.2.1 Principais Produtos de Exportação do Brasil para a China

O comércio entre Brasil e China veio crescendo ao longo do tempo e se consolidando no cenário mundial, como visto no item 1.1. Atualmente a China é um dos principais parceiros comerciais do Brasil, junto com Estados Unidos, os países da União Européia e do Mercosul.

Essa boa relação comercial é confirmada por uma entrevista concedida pelo embaixador Wang Yongxiang à Revista Economia do Jornal do Estado de Minas Gerais onde lê-se: “ Ao longo dos últimos anos, o Brasil tem sido o maior parceiro comercial da China na América Latina, enquanto a China o segundo maior parceiro do Brasil na Ásia.” E ressalta “(...) a China já é o sexto maior mercado de exportação para o Brasil. Os Governos da China e do Brasil consideram o mercado do outro como um componente importante na sua estratégia de diversificação de mercado.” (EMBAIXADA DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA NO BRASIL, 2004).

O gráfico 6 representa o total das exportações brasileiras frente ao mundo para o ano de 2007:

Gráfico 6 – Exportação por Fator Agregado – 2007 (participação %)



Fonte: SECEX/MDIC (2007).

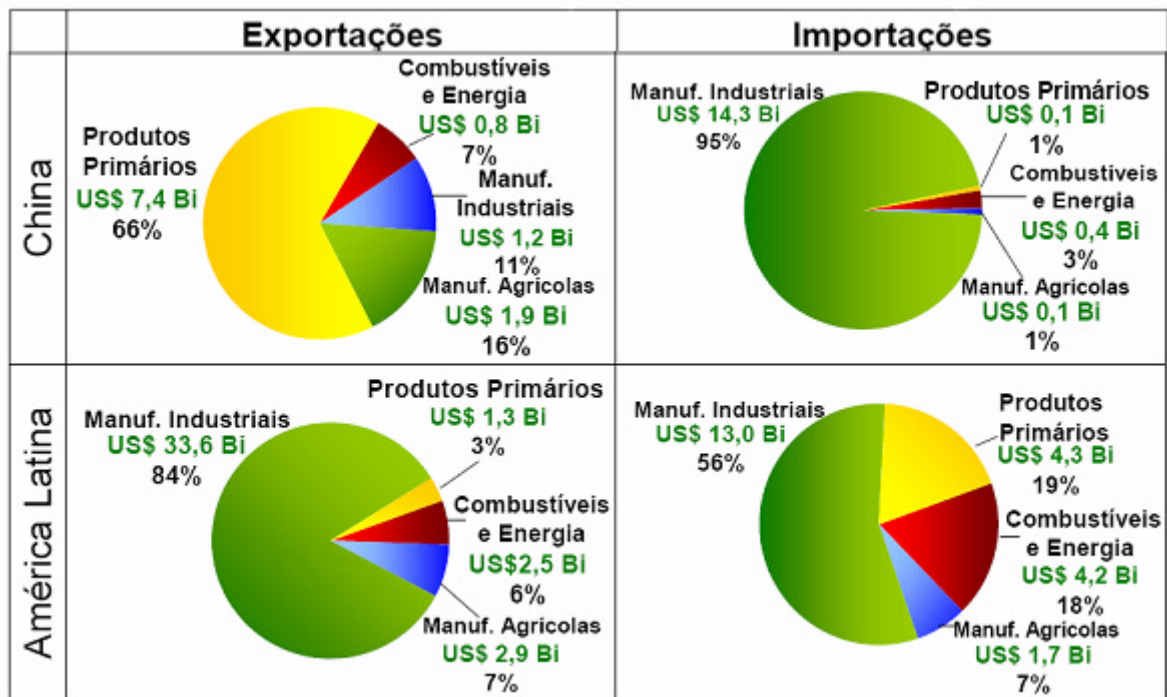
Pode-se notar que em sua maioria, totalizando 52,3%, os produtos manufaturados são os mais exportados para o mundo. Em seguida aparecem os produtos básicos ou *commodities*, com aproximadamente 32% do total das exportações brasileiras. Finalmente, com 13,6%, discretamente se encontram os produtos semimanufaturados, seguidos de 2% que representam exportações especiais.

De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (SECEX, 2002) o fator agregado das exportações brasileiras para a China se distribui da seguinte forma: 55% provêm de comercialização de produtos primários, 21% de bens semimanufaturados e 24% dos manufaturados.

O fato de as exportações brasileiras de produtos básicos serem maiores do que a de manufaturados para a China deve-se à extrema pobreza do setor agrícola que possui apenas uma pequena área de terra propícia para o plantio. O restante é cercado por regiões montanhosas, desertos e áreas de climas severos, sem contar com a escassez de água que o país possui, tornando-se inviável a produção agrícola.

De maio de 2007 a abril de 2008 as exportações de produtos primários brasileiros para a China foram responsáveis por 66% do total exportado, de acordo com o Gráfico 7. Já os produtos provenientes das importações da China caracterizam-se por 95% de produtos manufaturados industriais, totalizando US\$ 14 bilhões.

Gráfico 7 – Exportações e Importações provenientes da China e América Latina –
Maio/2007 a Abri/2008



Fonte: AliceWeb. Elaboração: DEREX/Área de Análise Econômica do Comércio Exterior (2008).

Essa é uma questão que vem incomodando muito os chineses porque o país não é auto-suficiente para garantir a alimentação de sua população, ainda que nos últimos anos, a China tenha investido muito em tecnologias para conseguir aumentar a produtividade, mas está longe de suprir as necessidades alimentares de 1,3 bilhões de pessoas (POMAR, 2003).

De acordo com o ex-ministro da agricultura, Roberto Rodrigues, em uma entrevista concedida a Câmara do Comércio e Indústria - Brasil e China:

Como a agricultura chinesa é fortemente dependente de irrigação, isso pode significar uma mudança de produção agrícola e um crescimento de demanda por alimentos de outros países. Então o Brasil surge como um grande parceiro para atender essa demanda (OLIVEIRA, 2004).

O ministro ainda explica que a China nos próximos 20 anos apresentará um aumento na demanda de produtos agrícolas decorrente do êxodo de 400 milhões de chineses que deixaram o campo para viver na cidade. O que aumentará ainda mais o interesse desse relacionamento sino-brasileiro (OLIVEIRA, 2004).

Já o Brasil é um país riquíssimo no setor agrícola. Com a expansão desse setor, o país tornou-se muito competitivo tanto internamente quanto externamente e vem adquirindo

cada vez mais espaço no mercado internacional, se consolidando como um dos maiores exportadores agrícolas. O setor agrícola é o mais eficiente e o que mais contribui para o crescimento econômico do país.

O atual presidente, Luis Inácio Lula da Silva, disse em seu programa de rádio Café com o Presidente, que a inflação está sob controle e que o Brasil se apresenta como principal país para se produzir alimentos no mundo:

É importante lembrar que nesse momento em que o mundo inteiro vive um processo inflacionário por conta dos alimentos. O Brasil é o principal país no mundo que a inflação não deslanchou. A inflação continua sob controle, está dentro das metas estabelecidas pelo governo. Queremos aumentar a produção de alimentos nesse país, aumentar a produção de carne, de leite e de feijão, a produção de arroz, porque quanto mais a gente produzir, mais a gente vai ter segurança alimentar, mais a gente vai poder ter os preços de acordo com aquilo que é justo. A gente vai ter alimento para exportar para o mundo que precisa comprar alimento. O Brasil, nessa situação, se apresenta como o principal país para produzir alimentos no mundo (G1, 2008).

Os chineses vêem no Brasil a possibilidade mais concreta de fornecimento contínuo de proteína animal e vegetal, pois se trata de um dos maiores produtores agrícolas do planeta e dispõe de uma grande quantidade de terras cultiváveis. Se essas prospecções se confirmarem o Brasil poderá ser o responsável pelo abastecimento de mais de 1,3 bilhão de pessoas nos próximos anos e para que isso ocorra a China pensa em financiar obras de infra-estrutura que facilitem o escoamento da safra (EMBAIXADA DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA NO BRASIL, 2007).

Os principais produtos de exportação do Brasil para a China, em 2000, foram soja minério de ferro; pastas químicas de madeira; fumo em folhas; aviões; madeira serrada ou fendida; couros e peles; produtos laminados de ferro e aço; etileno, propileno e estireno; óleo de soja bruto. No ano de 2001 entraram na lista de mais exportados os automóveis, aparelhos transmissores ou receptores; partes e peças para veículos automóveis e tratores; motores para veículos; suco de laranja congelado e bombas, além de compressores e ventiladores (SECEX, 2002).

Ainda existem outros produtos e serviços que ainda não são comercializados ou já o são, porém em pequenas quantidades, mas que têm grande potencial de crescimento nos negócios. São alimentos como carnes, suco de laranja, frutas e café; etanol; consultoria e serviços em arquitetura, advocacia, engenharia; manufaturados como automóveis multicomcombustíveis; além de bens e serviços de alta tecnologia como softwares e sistemas (VILLELA, 2004).

A gasolina também tem despontado como produto potencial de exportação para a China. Ela, que é uma das maiores consumidoras de petróleo do mundo, diminuiu os subsídios e aumentou o preço do diesel e da gasolina em 18%, provocando temores de inflação no país. As refinarias chinesas compravam petróleo a um preço alto e eram obrigadas a revendê-lo a um preço muito mais baixo, ditado pelo governo chinês.

O governo decidiu aumentar o preço para diminuir a pressão sobre as refinarias e também para tentar combater a crescente demanda pelo produto. A decisão do governo foi espantosa, já que a China havia descartado qualquer corte nos subsídios antes das Olimpíadas de Beijing (JORNAL FOLHA ONLINE, 2008).

O avanço do preço do petróleo deve-se ao aumento significativo do consumo do insumo na China, a níveis recorde nos mercados mundiais, o que gerou o aumento de tarifas petrolíferas que dependem em grande parte da política de preços da China, por representar 40% do aumento do consumo global, sendo ela e outros países emergentes os responsáveis pelo aumento na demanda mundial de petróleo e conseqüentemente pelo aumento do preço (GAZETA MERCANTIL, 2008).

Em 2002, o Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, embaixador Sergio Amaral, participou de um fórum sobre o álcool, fonte de energia renovável. Ele ressaltou que havia um crescente interesse de outros países pelo programa do carro a álcool desenvolvido pelo Brasil, entre eles China, Índia, Estados Unidos e Japão que querem utilizar o álcool como combustível para reduzir a emissão de gases poluentes e a dependência do petróleo (MDIC, 2002).

Para a economista do IPEA, Fernanda de Negri, a linha que torna Brasil e China parceiros é muito tênue, podendo transformá-los em adversários:

As exportações brasileiras para a China, embora também tenham crescido, perderam espaço na pauta com esse país (China) no período recente. Por outro lado, produtos industriais chineses têm sido vendidos no mercado brasileiro a preços bastante competitivos. Parece bastante clara a razão pela qual a indústria brasileira tem visto a China mais como adversário do que como mercado em expansão. Tudo indica que a indústria brasileira não tem conseguido se beneficiar do expressivo crescimento das importações chinesas que, a propósito, são muito maiores em produtos industrializados do que em produtos primários. A questão que emerge desse panorama é: qual a razão de a indústria brasileira não ter conseguido participar mais ativamente do crescimento do mercado chinês? As empresas industriais brasileiras que exportam para a China seriam tão competitivas quanto o setor agropecuário para entrar nesse mercado? (NEGRI, 2005).

A resposta pode estar no artigo de Flores Jr., professor da Escola de Pós-Graduação em Economia da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro, onde lê-se:

A China soube, com muito artil e perícia, jogar com seu tamanho, desenhando regras para os investidores estrangeiros que fossem suficientemente obscuras – simultaneamente rígidas e indefinidas, para proteger os interesses locais e compelir o engajamento de seus naturais em todos os empreendimentos – , mas não tanto que, sobrepondo-se à atração dos ganhos potenciais fabulosos, os desanimasse. Dá aqui uma lição de mestra a países como o Brasil e até a Índia, que tendo mercados igualmente comparáveis, pouco sabe explorar tal atratividade ao enquadrar o capital estrangeiro. O Brasil, em particular, que embora não tenha um bilhão de consumidores, tem 170 milhões com renda média superior à da China, possui um mercado que, para diversos bens e toda a área de serviços e entretenimento, é extremamente poderoso, mas é muito tímido em bem usar esse ativo, em prol de seus interesses nacionais (Cadernos Adenauer, 2003).

Isso significa que o Brasil, embora tenha ganhado destaque pelo crescimento e desenvolvimento de seu comércio internacional, nada tem feito para que seu mercado interno ganhe tamanha força, visto que a renda média de sua população é maior, se comparada à dos chineses, e o potencial brasileiro em atrair investimentos.

O Brasil é muito eficiente e produtivo na agricultura, mas ainda não conseguiu industrializar os produtos básicos que exporta. As perdas com a falta de valor agregado não se limitam ao que o país deixa de ganhar, mas também ao que o país deixa de desenvolver. Além da redução da receita das vendas, essa questão veda os investimentos e a criação de empregos de melhor qualidade, sendo que os custos de infra-estrutura e deficiências na logística contribuem em peso para nos afastar dos olhos dos investidores estrangeiros.

A relação dos principais produtos que o Brasil exporta para a China é formada por 3 grupos de produtos, basicamente de baixo valor agregado, e as importações que vem da China são em sua maioria máquinas:

A pauta de exportações brasileiras para a China é concentrada em alguns produtos. Apenas três grupos de produtos são responsáveis por cerca de 63% do total das vendas do Brasil para a China. Os principais grupos de produtos são: “Sementes e frutos oleaginosos, grãos” (29,0%), “Minérios, escórias e cinzas” (17,1%) e “Ferro fundido, ferro e aço” (16,6%). As exportações de soja se destacaram, tendo em vista que os maiores exportadores mundiais de produto, os Estados Unidos, não tinham excedentes que pudessem atender à demanda crescente do mercado chinês. Outro destaque são as exportações de aço, que foram ajudadas pelo aquecimento do ramo de construção civil no país, além da competitividade da indústria siderúrgica brasileira. Apesar das exportações brasileiras terem aumentado significativamente nos últimos dois anos, a pauta ainda é composta de produtos de baixo valor agregado.

Com relação às importações, os destaques ficam com os grupos “Máquinas, aparelhos e material elétrico” (33,0%), “Combustíveis, óleos e ceras minerais” (14,4%), “Produtos químicos orgânicos” (10,1%) e “Caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos” (10,0%) (MRE, 2004).

De acordo com o MDIC, nos dez primeiros dias úteis do mês de Junho de 2008 as exportações acumularam US\$ 8,687 bilhões – com média diária de US\$ 868,7 milhões – e as importações US\$ 7,532 bilhões – média diária de US\$ 753,2 milhões. Com esse desempenho, o saldo comercial brasileiro no mês somou US\$ 1,155 bilhão e a corrente de comércio US\$ 16,219 bilhões (MDIC, 2008).

Outro ponto que merece destaque é o marketing e a propaganda dos produtos brasileiros na China, que ainda é muito baixa. O café é um exemplo, embora os chineses mais antigos prefiram o chá, os mais jovens já vêm consumindo mais o café, o que acaba diretamente gerando mais oportunidades de expansão nesse mercado.

Segundo Ramone:

A China há tempos concentra esforços no intuito de inserir-se completamente neste cenário da globalização, processo típico da segunda metade do século XX que conduz a crescente integração das economias e das sociedades dos vários países especialmente no que toca à produção de mercadorias e serviços, aos mercados financeiros, e à difusão de informações. Todavia as distâncias, e não me refiro a geográfica, mas a cultural tem sido o grande obstáculo nas prospecções de empreendimentos e nas iniciativas comerciais na China (RAMONE, 2003).

A distância cultural ainda é muito grande, os chineses têm características próprias de fazer negócios, a chamada *guanxi* é um exemplo. Esta se constitui numa espécie de relacionamento baseado no conceito da ligação pessoal, a confiança é um fator fundamental para as negociações, os chineses também são bastante minuciosos a respeito de contratos, são muito atentos aos significados das palavras. Como todo bom executivo, buscam obtenção de vantagem, lucro e expansão dos negócios (RAMONE, 2003).

Os brasileiros que desejam ampliar suas exportações fazendo negócios com chineses devem em primeiro lugar ir à China, conhecer o país, participar das feiras e missões comerciais, criar relacionamento (fazer o *guanxi*) e se possível aprender a falar a língua chinesa. Estudar a China e ver quais são as necessidades do povo chinês. Investir em recursos para o crescimento do know-how. Conhecer as pessoas com quem você vai fazer negócio, essas são características relevantes para o mercado chinês e o brasileiro não está acostumado a fazer esse tipo de investimento, pois ainda não faz parte da cultura negocial do Brasil.

Dicas importantes sobre a cultura chinesa, segundo Minervini (2001):

- ter respeito pela idade e hierarquia;
- muita paciência para negociar;
- usar títulos e sobrenomes;
- o aperto de mão não é uso comum. É suficiente inclinar a cabeça na direção do dono da casa;
- ter sempre presente a dimensão do país e da população;
- a cortesia e a formalidade são as marcas registradas da região;
- é provável que se possa descobrir o nível hierárquico de uma delegação entrando em uma sala, se observar a ordem (em fila indiana) em que os componentes entram. Normalmente o chefe é o último;

- são comuns freqüentes convites para almoços ou jantares;
- frases negativas são consideradas de péssima educação;
- os chineses negociam sempre em grupos;
- leve catálogos traduzidos no idioma da província que vai visitar;
- muito cuidado com as apresentações da empresa e do produto: devem ser perfeitas;
- as relações pessoais prevalecem sobre as relações jurídicas;
- não pense que estão brincando se com, um sorriso, lhe derem uma má notícia: faz parte da cordialidade chinesa.

Os maiores entraves ao aprofundamento do comércio com a China na visão de Martins são a falta de agressividade de nossos empresários:

Em 2003, a China importou do mundo US\$ 413 bilhões, dos quais, apenas 1,1% em produtos brasileiros. O próprio embaixador chinês em Brasília, Jian Yuande, chama a atenção para a nossa falta de agressividade comercial, lembrado que o Brasil é o maior exportador mundial de café e um dos maiores exportadores de carne, mas na China todos conhecem o bife australiano e o café colombiano. O mesmo se pode dizer da castanha do caju, que lá é servida em todos os aviões e vendida em todo o mercado, sempre com embalagem de um país que jamais plantou um pé de caju: a Suíça! (MARTINS, 2004).

1.2.2 Principais Produtos de Exportação da China para o Brasil

A China, por sua vez, exporta para o Brasil produtos finais com maior valor agregado, como computadores, produtos siderúrgicos acabados e calçados e tecidos. De

acordo com o embaixador Yongxiang, em entrevista concedida à revista Economia do Jornal do Estado de Minas Gerais:

(...) os principais produtos de exportação da China para o Brasil são o carvão e coque, eletrodomésticos e as suas peças, equipamentos de transmissão digital e suas peças e aparelhos ligados a turismo. È de destacar que os aviões do Brasil e os equipamentos pesados portuários da China já começaram a entrar no mercado um do outro (EMBAIXADA DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA NO BRASIL, 2004).

De acordo com o MDIC no ano 2000, os produtos mais exportados da China foram maquinaria e equipamentos de transporte, produtos eletro-eletrônicos, vestuário e seus acessórios, computadores e produtos de telecomunicações, além de tecidos e calçados (SECEX, 2002), sendo que o Brasil nem aparecia como principal país de destino das exportações, como na tabela abaixo:

Tabela 3 – Principais países de destino das exportações brasileiras

PAÍSES DE DESTINO	% do Total
Estados Unidos	20,9
Hong Kong	17,9
Japão	16,7
Coréia do Sul	4,5
Alemanha	3,7
Holanda	2,7
Inglaterra	2,5
Cingapura	2,3

Fonte: IMF - Internacional Financial Statistics; China Statistical Information Center em The Economist Intelligence Unit (2001).

No ano 2000, dentre os produtos que a China exportou para o Brasil destacaram-se os aparelhos transmissores, receptores e componentes; coques e semicoques de hulha, de linhita ou de turfa; brinquedos, jogos e artigos para diversão e suas partes; máquinas automáticas para processamento de dados e suas unidades; compostos heterocíclicos, seus sais e sulfonamidas; motores, geradores, transformadores elétricos; lâmpadas, tubos elétricos e faróis e circuitos integrados e microconjuntos eletrônicos.

Em 2001 também se destacaram as importações de fios, cabos e condutores para uso elétrico, rolamentos e engrenagens, suas partes e peças e compostos de funções nitrogenadas (SECEX, 2002).

De acordo com uma entrevista contida no site China Radio Internacional, com a funcionária de Ciências Sociais da China, Zhao Jin, especialista no comércio e investimento internacional:

Nos últimos anos a China exportou produtos eletromecânicos, tais como instrumentos e peças. Mas hoje em dia, exportam produtos tecnológicos, 50% de peças de produtos exportados são importados. As exportações promoveram as importações, enquanto os dois lados registram a interação (CHINA RADIO INTERNACIONAL, 2005).

Com o rápido desenvolvimento econômico, o nível de consumo dos chineses apresenta elevações constantes, assim como as exigências chinesas sobre as mercadorias importadas. Daí o empenho brasileiro em produzir mercadorias com alta de qualidade, para suprir as demandas chinesas e colaborar para o intenso fluxo de mercadorias que circulam entre oriente e ocidente.

A grande vantagem que a China possui é ter a mão-de-obra mais barata do mundo, com produto interno bruto (PIB) de US\$ 1,41 trilhão; isso fez com que ela se tornasse uma das maiores economias do mundo, decorrente de investimentos pesados do governo chinês, em exportações de produtos industrializados (TANG, 2004); por isso a China exporta em grande peso ao Brasil os eletrônicos sofisticados, chips e peças de eletrônicos e até produtos da indústria tradicional (têxteis, vestuário, utilidades domésticas (SOARES, 2008).

Conhecida como Dragão Asiático, a China vem conquistando o mundo com sua estrutura altamente produtiva e o baixo custo de seus produtos; o que vem preocupando muitas empresas brasileiras principalmente as de pequeno e médio porte com essa concorrência desleal.

Além de ter a mão-de-obra barata, a China não possui leis trabalhistas e nem salário mínimo, a moeda é muito desvalorizada, chegando a valer quase 5 (cinco) vezes menos que o dólar. Existem empresas chinesas que compram matéria-prima no Brasil, fabricam seu produto na China e ainda conseguem colocar esse produto no Brasil 35% mais baratos do que os produtos internos. Esse fato deve-se à carga tributária alta que impera no Brasil, o que faz com que as indústrias brasileiras vejam a China mais como um adversário do que como um parceiro, como uma oportunidade, um mercado em expansão. O setor industrial brasileiro vem perdendo cada vez mais espaço por causa da forte concorrência chinesa e o único setor que vem se saindo melhor com essa relação comercial é agronegócio (MIRANDA, 2008).

Entre os anos de 2003 e 2005 os produtos chineses mais exportados eram máquinas de escritório e de processamento automático de dados, telecomunicações e partes, maquinarias e eletrodomésticos, suas exportações saltaram nesses três anos de US\$ 62 para

US\$ 110,7 bilhões, de US\$ 45 para US\$ 94,9 bilhões e de US\$ 42,3 para US\$ 75,5 bilhões, respectivamente, tal como demonstra a Tabela 4:

Tabela 4 – Principais produtos exportados pela China 2003-2005 (US\$ bilhões FOB)

Produtos	2003	Partic. (%)	2004	Partic. (%)	2005	Partic. (%)
Máquinas de escritório e de processamento automático de dados	62,5	14,3	87,1	14,7	110,7	14,5
Telecomunicações e partes	45,0	10,3	68,5	11,5	94,9	12,5
Maquinaria elétrica e eletrodomésticos	42,3	9,6	59,5	10,0	75,5	10,0
Vestuário e acessórios de roupas	52,1	11,9	61,9	10,4	74,2	9,7
Fios, tecidos e artigos	26,9	6,1	33,4	5,6	41,0	5,4
Produtos de metais	15,0	3,4	20,9	3,5	27,4	3,6
Maquinaria de indústria geral e partes	13,6	3,1	19,9	3,4	25,8	3,4
Veículos de estrada	11,4	2,6	16,3	2,7	21,7	2,7
Ferro e aço	4,8	1,1	13,9	2,3	19,3	2,5
Calçados	12,9	2,9	15,2	2,6	19,1	2,5

Fonte: Ministério das Relações Exteriores, Como exportar República Popular da China (2007).

Já em 2008, a pauta de exportações da China de janeiro a junho foi liderada por bens manufaturados, com participação de 94,5%. Deste montante, 50,7% correspondeu a máquinas e equipamentos para transporte. Bens de maior valor agregado também dominaram a pauta de importações do país, embora tenha sido a compra de produtos primários que registrou maior crescimento no período. Com 37,9%, máquinas e equipamentos para transporte também foram os produtos mais comprados. Nesse mesmo período observa-se pela Tabela 5 abaixo que foram exportados mais de US\$629 bilhões de produtos manufaturados, tendo destaque as máquinas e equipamentos de transportes, como citado anteriormente (MACRO CHINA, 2008).

Tabela 5 – Pauta exportadora e Importadora da China no 1º semestre de 2008 (US\$ bilhões)

Categoria	Exportação	Importação
Primários	36,6	184,0
Alimentos e animais vivos	15,6	7,0
Bebidas e fumo	0,7	0,8
Não-alimentos (exceto combustíveis)	5,5	85,2
Combustíveis minerais, petróleo lubrificante e matérias-primas relacionadas	14,5	85,5
Óleo, cera e gordura animal e vegetal	0,3	5,6
Manufaturados	629,6	383,6
Produtos químicos prontos e produtos relacionados	40,6	61,0
Produtos prontos classificados por matérias primas	120,4	54,8
Máquinas e equipamentos de transporte	319,6	215,2
Outros produtos	148,2	50,4
Produtos não classificados	0,8	2,1
Total	666,3	567,6

Fonte: Ministério do Comércio da China, elaborado por Macro China (2008)

Para que haja uma harmonia em um comércio bilateral, é necessário que os dois países saiam ganhando, ou melhor, que nenhum seja menos favorecido do que o outro. O que não vem acontecendo nessa relação sino-brasileira. Assim:

O comércio bilateral é uma via de duas mãos. Para que as coisas dêem certas, os dois países têm que ser beneficiados e ceder um pouco também. Não basta apenas o Brasil querer vender para a China e comprar pouco dela. Os chineses também querem exportar para cá e abrir os mercados para os seus produtos (LIU, 2004).

Clodoaldo Hugueney, embaixador do Brasil na OMC, diz: “É importante que o comércio bilateral não gere o fechamento de fábricas e desemprego, o extraordinário crescimento de certas exportações chinesas afetam as indústrias em alguns setores no Brasil, gerando pressões protecionistas cada vez maiores.” (HUGUENEY, 2008).

Por isso no Brasil é cada vez maior o número de empresas que mudam de perfil ou de ramo para continuar no mercado. Essa grande onda de exportações chinesas ao Brasil afeta desde aqueles que vêem seus produtos serem substituídos pelos internacionais até os que se aliam ao câmbio baixo para complementar sua produção.

Para o vice-presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Ricardo Wirth: “É uma situação preocupante. Até pouco tempo, importação era uma coisa muito pequena. Foi dobrando de um ano para outro”. Wirth conta que a fabricante A.Grings, dona da marca Picadilly, teve seus produtos copiados por fabricantes

asiáticos e chegaram ao país custando US\$ 3,60, enquanto a A.Grings não conseguia vender o mesmo par por menos de R\$ 35,00 aos lojistas (ELIAS, 2008).

O mesmo ocorre no ramo das máquinas e equipamentos, que frente à perda de competitividade diante dos produtos que entram no Brasil com preços menores, fez com que várias empresas parassem suas produções e outras se dedicarem apenas à importação e comercialização de máquinas (ASSIS, 2008).

Apesar de todos esses fatores influenciando o comércio sino-brasileiro, o principal entrave para a comercialização de produtos entre Brasil e China ainda são as barreiras comerciais, que serão abordadas no capítulo seguinte. O excesso de taxas e tarifas faz com que os respectivos países acabem adotando medidas de protecionismo, prejudicando o comércio entre ambos.

2. PRÁTICAS DESLEAIS DE COMÉRCIO NA OMC E PRINCIPAIS ENTRAVES À COMERCIALIZAÇÃO DE BENS E SERVIÇOS ENTRE OS PARCEIROS BRASIL E CHINA

2.1 Práticas Desleais de Comércio na OMC

A livre circulação de mercadorias no comércio internacional beneficia tanto os países vendedores quanto compradores. Com as empresas inseridas em um cenário de intensas ameaças e dificuldades, as estratégias que definem lucro precisam estar bem definidas pois esta determinará seu lucro e até mesmo sua simples sobrevivência.

Em busca de maiores lucros e de mercados potenciais muitas empresas usam da concorrência desleal para obter vantagens, ultrapassando os limites e deixando de lado a boa-fé com que devem proceder com seus concorrentes e clientes.

O livre comércio tem por objetivo a eliminação de barreiras que afetem ou atrapalhem o comércio, além de inibir a concorrência desleal. Entre as principais barreiras externas estão as quotas, proibições, salvaguardas impostos adicionais, licenças de importação, controles sanitários e fitossanitários e *dumping*.

Para se proteger dos danos causados por práticas desleais de comércio ou crescimento imprevisto de importações o Estado busca mecanismos jurídicos que constituem em um conjunto de Medidas Antidumping, Medidas Compensatórias e Medidas Salvaguardas, todas elas previstas pela OMC e autorizadas, se necessário pela mesma.

As medidas de defesa comercial são exceções às regras do Sistema Multilateral de Comércio que objetivam a liberalização comercial. Com essa liberalização e a redução da proteção da indústria nacional decorrente da concorrência de produtos importados similares através de tarifas aduaneiras, chegou-se ao ponto de que era necessária a regulamentação de mecanismos legais para proteger a indústria doméstica das práticas desleais do comércio.

Essas medidas são regulamentadas pela OMC, cada uma possui um acordo específico, sejam Acordo Antidumping; Acordo sobre Subsídios e Medidas Compensatórias; e Acordo sobre Salvaguardas. Esses acordos trazem a definição das medidas de defesa comercial e detalham as circunstâncias em que poderão ser usados pelos países membros (DIREITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2004).

A sistemática de comércio além-fronteiras está prevista na OMC, que teve sua origem com o GATT - Acordo Geral sobre Tarifas Alfandegárias e Comércio e seu principal objetivo foi a liberalização do comércio internacional através da padronização de condutas e a redução das barreiras comerciais entre os países, reduzindo assim os riscos de um conflito mundial.

O GATT tinha negociações que eram chamadas de rodadas. Entre elas, a Rodada do Uruguai, que segundo Thorstensen (2001) foi a oitava e a mais importante rodada de negociações, pois essa rodada culminou com a criação da Organização Mundial do Comércio – OMC e trouxe grandes avanços na liberalização do comércio internacional. Desta feita:

O objetivo principal dessa rodada foi o de reforçar e ampliar a liberalização do comércio internacional, considerada como um elemento básico do processo de desenvolvimento do mundo moderno. Não só foi incluído na Rodada o comércio internacional de bens industriais e agrícolas, como também os serviços, além de temas relacionados o comércio da propriedade intelectual e do investimento (THORSTENSEN, 2001).

Assim, a OMC foi criada pelo Acordo de Marraqueche, em 15 de abril de 1994, entrando em vigor em 1 de janeiro de 1995 com o objetivo de proporcionar e regulamentar o livre comércio entre as nações participantes. Porém, no início, o objetivo não era regulamentar o livre comércio, mas sim garantir o acesso equitativo dos países membros aos mercados através de um documento que seria provisório, até a criação da OIC (Organização Internacional de Comércio) que acabou não saindo do papel.

A OMC é uma organização independente, orgânica e funcional, estabelecida por iniciativa de seus próprios membros, por meio de um acordo constitutivo e mais quatro anexos, também como status de acordo e com relativa autonomia, entre os quais, destaca-se o ADIPC - TRIPS.¹

Desde 1995, os Estados-Membros da OMC devem-se adequar a essas normas relativas à defesa comercial.

Sempre que um Estado-Membro sentir-se prejudicado pela adoção de medidas de defesas comerciais poderá recorrer ao Órgão de Solução de Controvérsia da OMC (OSC). Para um Estado ingressar neste mecanismo de solução de controvérsias, deve primeiro solicitar consultas junto o Estado que adotou tais medidas. Podendo nessa fase submeterem-se

¹ Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio, do inglês Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights.

voluntariamente a procedimentos de controvérsias, inclusive conciliação. Não solucionado nesta fase, o país afetado pode solicitar um Painel, que é um processo onde um grupo de 3 a 5 membros escolhidos em conjunto pelas partes irá julgar o caso concreto. Caso o painel conclua pela inconformidade da prática em um Estado-Membro com as regras da OMC, a parte afetada poderá recorrer da decisão. Esse recurso será analisado pelo Órgão de Apelação, que determinará se o Estado deve ou não modificar a prática contestada (DIREITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2004).

O Brasil é um dos países que mais utilizam o sistema de Solução de Controvérsias da OMC, e tem sido bem sucedido na maioria dos casos que participou como reclamante. Participou de 23 casos como reclamante, 14 como reclamados e ainda de casos como terceira parte (WIKIPÉDIA, 2008).

Dentre esses casos estão os mais importantes analisados pela OSC e as sucessivas vitórias do Brasil em face aos países desenvolvidos, principalmente contra EUA e Comunidades Européias, foi garantindo mais credibilidade ao OSC.

Destacam-se os casos do Brasil vs. Canadá (Embraer), do Brasil vs. EUA (Algodão), e do Brasil vs. UE (Açúcar) sendo que este último é o que obriga o fim dos subsídios agrícolas, configurando como a mais importante vitória dos países em vias de desenvolvimento sobre os países desenvolvidos (WIKIPÉDIA, 2008).

Tal como descrito, a OMC se baseia em um conjunto de regras e seus Estados-Membros estão cientes de seus objetivos, principalmente o de liberalizar o comércio através de redução progressiva de tarifas e a eliminação de outras medidas. Mas isso acontece somente no comércio legítimo e não nas práticas ilegais tais como contrabando.

2.1.1 Os Cinco Princípios Fundamentais da OMC para o Livre Comércio

Os cinco princípios fundamentais da OMC são baseados na busca do livre comércio e na igualdade entre os países. São eles o Princípio da Não-Discriminação, Princípio da Previsibilidade, da Concorrência Leal, da Proibição de Restrições Quantitativas e Princípio do Tratamento Especial e Diferenciado para países em desenvolvimento (CESUMAR, 2006).

O Princípio da Não-Discriminação envolve duas considerações. Uma estabelece o Princípio da Nação Mais Favorecida e o outro estabelece o Princípio do Tratamento Nacional. O Princípio da Nação Mais Favorecida é o fato de um país ser obrigado a estender aos demais membros qualquer vantagem ou privilégio concedido a um dos membros, ou seja, se um país

conceder a outro algum benefício, terá obrigatoriamente que estender aos demais membros da OMC (CESUMAR, 2006).

Já o Princípio do Tratamento Nacional impede o tratamento diferenciado aos produtos internacionais para evitar desfavorecê-los na competição com os produtos nacionais. Os operadores do comércio exterior precisam de previsibilidade de normas e do acesso aos mercados tanto na exportação quanto na importação para poderem desenvolver suas atividades. Além disso, esse princípio regula outras áreas da OMC, como TRIPS – Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual – e TRIMS – Acordo sobre Medidas de Investimento Relacionadas ao Comércio – além de Barreiras Técnicas e SPS que visam impedir o uso abusivo dos países para restringir o comércio.

De acordo com o professor de direito europeu, Fridl Weiss, em seu artigo publicado em 1998:

(...) O Tratamento Nacional é um reconhecido critério mínimo consoante a certos tratados, argüível até mesmo à luz do direito internacional geral.(...) A norma geral sob o artigo II é que as vantagens atribuídas aos produtos domésticos por regulamentação interna deverão ser estendidas para produtos estrangeiros e que o tratamento diferenciado só poderá ser justificado como uma exceção expressa (...).(...) Os produtos do território de qualquer Parte Contratante (CP) importados para o território de qualquer outra CP deverão receber o mesmo tratamento não menos favorável que aquele despendido aos de origem nacional com respeito a todas as leis, regulações e requisitos que afetem sua venda interna, oferta para venda, compra, transporte, distribuição ou uso (GUERRA COMERCIAL OU INTEGRAÇÃO MUNDIAL PELO COMÉRCIO? A OMC E O BRASIL, 1998).

O Princípio da Concorrência Leal garante um comércio internacional justo, sem práticas desleais, como dumping e subsídios, enquanto o Princípio da Proibição de Restrições Quantitativas impede que os países façam restrições quantitativas, impondo quotas ou proibições a certos produtos internacionais como forma de proteger a produção nacional. O único meio de proteção admitido é a tarifa, por ser o mais transparente. As quotas tarifárias são uma situação especial e podem ser utilizadas desde que estejam previstas nas listas de compromissos dos países (MDIC, 2008).

E finalmente o Princípio do Tratamento Especial e Diferenciado para países em desenvolvimento, que admite que os países em desenvolvimento terão vantagens tarifárias, além de medidas mais favoráveis que deverão ser realizadas pelos países desenvolvidos. Além disso, os Acordos da OMC em geral listam medidas de tratamento mais favorável para países em desenvolvimento (CESUMAR, 2006).

2.1.2 Acesso da China à OMC

Acesso é o procedimento para admissão na OMC dos estados territórios que não eram partes contratantes na data da entrada em vigor da OMC, em 1995. É um processo negociado individualmente onde cada país deve candidatar-se, ter suas credenciais examinadas, negociadas e aprovadas, conforme acontece desde 1947 com o GATT (GUERRA COMERCIAL OU INTEGRAÇÃO MUNDIAL PELO COMÉRCIO? A OMC E O BRASIL, 1998).

A China originariamente foi membro do GATT chegando a participar das negociações que visavam criar a Organização Internacional do Comércio em 1947. Porém retirou-se do GATT devido a eventos ocorridos em 1949, que culminaram na retirada do Governo Nacionalista para Taiwan em 1950.

Com o passar do tempo e com a sua abertura ao comércio mundial a China voltaria a se interessar em voltar a ser membro do GATT em 1986, tendo sido criado, em 1987, um Grupo de Trabalho para analisar a sua acesso (SECEX, 2002).

Desde então, a China tem buscado adequar sua política de comércio exterior às regras do GATT e, posteriormente, da OMC, visando tornar-se membro efetivo. Entretanto, a não transparência no uso de instrumentos tarifários, a utilização indiscriminada de barreiras não-tarifárias e o não reconhecimento de direitos de propriedade intelectual prolongaram seu processo de acesso à OMC.

Após 15 anos de árduos esforços, o ingresso da China na OMC foi aprovado e adotado em 10 de novembro de 2001, durante a Quarta Reunião Ministerial da OMC em Doha, capital do Catar. No dia onze de dezembro de 2001, a China formalmente tornou-se o 143.º membro da OMC (COMO EXPORTAR RPC, 2007).

Para adaptar-se às exigências da OMC, a China teve que revisar e melhorar suas leis e normas administrativas e as que não se adaptavam às normas da OMC foram revistas ou anuladas (COMO EXPORTAR RPC, 2007).

A OMC garante o acesso equitativo entre os países membros, através de quatro ferramentas, como: o processo de adesão, os princípios, as rodadas de negociações comerciais e as soluções de controvérsias. Bem mais ampla que o GATT (atualmente a terminologia é aplicada apenas ao acordo comercial sobre mercadorias), a OMC oferece uma base institucional semelhante ao FMI e ao Banco Mundial para as negociações em torno do

comércio internacional e a cada nova rodada de negociações (a última foi a Rodada de Doha) consegue ampliar ainda mais a abertura dos mercados nacionais.

O país chinês teve que aceitar alguns termos do chamado Tratados de Marraqueche, para se enquadrar nas normas estabelecidas, que por sua vez, compreendem áreas como: propriedade intelectual, têxteis, agricultura, investimentos, normas sanitárias e fito-sanitárias, subsídios, resolução de disputas, etc.

O Banco Mundial, devido à acessão chinesa na OMC, estimou um aumento significativo do país no comércio mundial, atingindo assim um grande volume de trocas de mercadorias.

O crescimento das exportações brasileiras deu-se principalmente no setor agrícola e também no industrial, que após a acessão da China à OMC, trouxe benefícios para ambos os setores. No industrial, houve uma redução de aproximadamente dois terços nas tarifas, já no setor agrícola ocorreram grandes vantagens, pois trouxe benefícios para empresas exportadoras e produtoras do Brasil.

Os produtos chineses são muito competitivos e ameaçadores para muitos países, tanto que desde a sua entrada na OMC em dezembro de 2001 suas exportações se expandiram grandiosamente. Tendo em vista essa explosão chinesa foi criado um termo de acessão a esse país na OMC, uma espécie de salvaguarda transitória para produtos chineses que sejam importados por qualquer país membro dessa organização.

A razão da criação desse termo se justifica para países que se sentirem ameaçados por um aumento significativo de importações de determinados produtos chineses, possibilitando a esse país proteger seu mercado.

No Brasil esse mecanismo foi regulamentado no dia 05 de outubro de 2005 e poderá ser aplicado em casos de aumento significativo nas importações chinesas, sejam elas produtos similares ou diretamente concorrentes aos importados, que resultam na desorganização do mercado nacional (MASSARIOLI, 2006).

Desta feita, essa medida serve para os países que se sentirem prejudicados de alguma forma ou que estejam sendo ameaçados por prejuízos decorrentes de importações vindas da China. É uma maneira de, durante o período vigente, a indústria doméstica se ajustar aumentando sua competitividade. Mas mesmo com todas as medidas impostas pelo país contra um aumento significativo de importações chinesas, isto não é suficiente para combater o comércio desleal ou mercado ilegal.

Os efeitos externos da adesão chinesa à OMC foram significativos tanto para os países industrializados quanto para economias ainda em desenvolvimento. Estados Unidos,

Japão, Coreia, União Européia – os maiores parceiros comerciais –, além do Canadá e outros países, ganharam com a abertura dos mercados da China e com as importações mais baratas de produtos chineses a que terão acesso. No entanto, estes países enfrentarão, ao mesmo tempo, uma maior competição em suas exportações para o resto do mundo (IEDI, 2008).

O problema com a transparência das leis da China, que diferem de província para província, é uma questão que pode ser levada à OMC, pois os países que se sentirem prejudicados podem tomar medidas unilaterais. A China poderá, ainda, manter imposições quanto à transferência de tecnologia nos contratos de investimentos diretos e sofrer retaliações.

Acordos bilaterais entre países e blocos diversos podem ser também implementados como formas de retaliação – deve-se lembrar que há em vigor cerca de 200 acordos bilaterais no âmbito do GATT (SECEX, 2002).

A China tem buscado acordos regionais, no âmbito da diplomacia econômica. Este movimento é também alimentado pela necessidade política da China de manter os países vizinhos em sua órbita, uma vez que uma grande assimetria das relações entre estes países e a China poderia empurrá-los para outros alinhamentos.

Nos serviços, a remoção das barreiras hoje existentes aumentará o fluxo de investimentos estrangeiros diretos e a formação de firmas locais, o que possibilitará um maior apoio a outros setores da economia mas induzirá, também, a uma queda nas taxas de lucro deste segmento.

Durante a sessão plenária da Associação de Empresas com Investimentos Estrangeiros da China, o Ministro de Comércio Exterior e Cooperação Econômica, Shi Guangsheng, disse:

A entrada da China não só beneficiará a economia da China, como também a economia mundial. A China chegou a um consenso com os Estados Unidos e a União Européia (UE) com respeito aos assuntos pendentes nas negociações multilaterais sobre a entrada da China para a OMC (GUANGSHENG, 2008).

O Ministro Guangsheng também explicou que as negociações substanciais que dizem respeito à entrada da China na organização foram completadas durante a 16ª reunião de trabalho (GUANGSHENG, 2008).

2.2 Barreiras e Entraves Comerciais entre a China e o Brasil

Conhecida como Dragão Asiático, a China vem conquistando o mundo com sua estrutura altamente produtiva e o baixo custo de seus produtos, o que vem preocupando muitas empresas brasileiras, principalmente as de pequeno e médio porte.

Como foi visto na capítulo anterior, com a entrada da China na OMC aumentaram as oportunidades para o Brasil, embora a redução das tarifas possa ser descartada pela manutenção de intensas barreiras não tarifárias. A determinação do preço de exportação é um dos aspectos mais importantes e decisivos para a conquista e permanência nesse mercado internacional, ainda mais quando se trata de um país como a China, que barganha de todas as formas possíveis (LIMA, 2006).

A falta de conhecimento quanto as diferenças culturais é também uma das principais causas do insucesso na internacionalização entre os parceiros, um exportador, quando bem orientado sobre como gerenciar a entrada de sua empresa em um novo mercado reduz os riscos de fracasso na negociação e inibe obstáculos que poderiam resultar no não fechamento do negócio (VAZQUES, 2003).

O excesso de taxas utilizadas no comércio atual faz com que os respectivos países acabem adotando medidas de protecionismo. Essas barreiras podem ser de caráter tarifário, de teor técnico ou sanitário ou como impedimentos resultantes das restrições advindas da infraestrutura local deficiente (MINERVINI, 2001).

A importância das tarifas de importação e das barreiras sanitárias/fitossanitárias enfatizam o efeito negativo da burocracia do governo chinês. Uma parte significativa do comércio externo chinês é controlada pelo governo, por meio de monopólios estatais, um sistema complexo de preços e outras medidas que tornam o comércio pouco transparente, o que acaba refletido nas barreiras comerciais (LIMA, 2006).

A China, com seu crescimento de 9% ao ano, pode sair da sexta posição para se tornar a segunda maior economia do mundo em alguns anos. E se de fato isso acontecer a China influenciará outras nações e conseqüentemente, a língua, parte da sua cultura, também terá seu predomínio (VAZQUES, 2003).

2.2.1 Barreiras Externas às Exportações Brasileiras para a China

2.2.1.1 Tarifas, Taxas e Preferências

Desde o abandono de sua política de comércio exterior autárquica quando pretendia ser um país autônomo e auto-suficiente, a China procurou se adequar aos moldes internacionais, regidos pela OMC.

Em 1992 adotou o Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias (SH), que é uma nomenclatura utilizada em todo o mundo na elaboração das tarifas de direitos aduaneiros e de frete, das estatísticas do comércio de importação e de exportação, de produção e dos diferentes meios de transporte de mercadorias, entre outras aplicações (SECEX, 2002).

Por esta nomenclatura as mercadorias são ordenadas de forma progressiva, de acordo com o seu grau de elaboração, começando pelos animais vivos e terminando com as obras de arte, passando por matérias-primas e produtos semi-elaborados.

Na China as tarifas são fixadas pela Comissão de Tarifas, órgão interministerial do Conselho de Estado. Também são aplicadas isenções e reduções de impostos de acordo com condições regulamentadas pelo Conselho de Estado sobre bens importados ou exportados para determinadas áreas, empresas ou para algum uso determinado, e além de altas, as tarifas, na maioria das vezes, são imprevisíveis, devido a essa prática de conceder isenções tarifárias.

Segundo informações do governo chinês, a China aplica tarifas *ad valorem* (calculadas como um percentual sobre o preço) em 100% de suas operações. Em 2005, a tarifa média era de 10%, 15,3% para agricultura e 9,1% para produtos não agrícolas (AGENDA CHINA, 2008).

Como base apresenta-se a Tabela 6, com dados de 1998, resumida nas principais tarifas de importação aplicadas na China e dividida pelas seções do Sistema Harmonizado:

Tabela 6 – Tarifas de Importação da China por Seção do SH - 1998

Seção do SH	Descrição	Tarifa Média %	Desvio Padrão %	Tarifa Máxima %	Tarifa Mínima %	Número de Itens	Itens com Tarifas Específicas
1	Animais vivos e produtos do reino anim:	20,2	12,2	50,0	0,0	277	0
2	Produtos do reino vegetal	22,1	24,0	114,0	0,0	415	1
3	Gorduras e óleos animais e vegetais	39,9	31,5	121,6	8,0	47	0
4	Prod. ind. alimentares, bebidas e fumo	28,9	15,9	65,0	2,0	241	1
5	Produtos minerais	4,6	2,9	12,0	0,0	186	1
6	Produtos das indústrias químicas	10,7	5,9	50,0	0,0	1.108	31
7	Plásticos, borracha e suas obras	15,6	5,1	40,0	0,0	233	0
8	Peles, couros e suas obras	18,1	7,9	35,0	5,0	87	0
9	Madeira e suas obras	10,5	6,1	22,0	1,0	113	0
10	Pasta de madeira, papel e suas obras	14,5	9,4	45,0	0,0	161	1
11	Matérias têxteis e suas obras	26,5	8,4	36,0	3,0	1.054	0
12	Calçados, chapéus e semelhantes	24,3	3,7	30,0	15,0	60	0
13	Obras de pedra, cimento e semelhantes	18,4	8,0	45,0	2,0	171	0
14	Pérolas naturais, pedras preciosas	13,8	16,7	50,0	0,0	67	0
15	Metais comuns e suas obras	10,6	5,2	35,0	1,0	655	1
16	Máquinas e aparelhos elétricos	15,2	7,3	45,0	0,0	1.263	4
17	Material de transporte	26,5	26,2	100,0	2,0	277	0
18	Instrumentos e aparelhos de óptica	15,4	6,1	30,0	3,0	309	0
19	Armas e munições e suas partes	15,0	0,0	15,0	15,0	17	0
20	Mercadorias e produtos diversos	21,5	4,6	35,0	10,0	162	0
21	Objetos de arte e antiguidades	11,6	5,3	15,0	0,0	7	0

Fonte: FUNCEX com base em informações da UNCTAD (1999).

Os produtos mais protegidos pelas tarifas de importação de acordo com a tabela são os presentes nas seções 3 (Gorduras e óleos animais e vegetais, tarifa média de 39,9%), 4 (Produtos das indústrias alimentares, tarifa média de 28,9%), 11 (Matérias têxteis, tarifa média de 26,5%), 17 (Material de transporte, também com tarifa média de 26,5%) 12 (Calçados, tarifa média de 24,3%) 2 (Produtos do reino vegetal, tarifa média de 22,1) e 20 (Mercadorias e produtos diversos, com tarifa média de 21,5).

As tarifas alfandegárias das importações chinesas compreendem as tarifas aduaneiras gerais – aplicadas às importações de países com que a China não possui acordos comerciais, de países não membros da OMC, de produtos originários de El Salvador e de produtos cuja origem não se pode determinar. Depois das tarifas gerais existem as tarifas NMF (Nação Mais Favorecida) que são aplicadas a todos os Membros da OMC (AGENDA CHINA, 2008).

A Rodada do Uruguai foi responsável por trazer uma nova negociação para a redução das tarifas, de um modo geral:

Um dos objetivos da Rodada era de que, além da redução tarifária, os países aceitariam a consolidação dessas tarifas (*blinding of rates*), isto é, que tarifas só seriam alteradas mediante negociação de compensações com os principais parceiros afetados, dentro das regras do GATT. Antes da Rodada, os países desenvolvidos tinham consolidado quase a totalidade dos produtos industrializados, mas não os produtos agrícolas. Já os países em

desenvolvimento tinham consolidado apenas uma pequena parte das suas listas tarifárias (THORSTENSEN, 2001).

De acordo com Thorstensen (2001) os resultados mais importantes da negociação tarifária na Rodada do Uruguai foram:

- a oferta dos países desenvolvidos para produtos industriais segue o seguinte critério: 18% do valor das importações ficou com tarifa zero consolidada; tarifas foram reduzidas e consolidadas em 64% do valor das importações; 3% teve tarifas apenas consolidadas; e 16% não tiveram oferta (produtos como borracha, couro, calçados, equipamentos de transporte);
- a oferta para países em desenvolvimento para produtos industriais segue: 32% do valor das importações teve tarifas reduzidas e consolidadas; 26% teve tarifas consolidadas sem redução; 42% não teve oferta; e 1% ficou consolidado com tarifa nula;
- a oferta para economias em transição ficou com 76% do valor reduzido e consolidado; 1% consolidado sem redução; 10% não teve oferta e 12% consolidado com tarifa nula;
- os países industrializados reduziram suas tarifas em 40% da média ponderada para produtos industriais;
- países em desenvolvimento reduziram suas tarifas médias dos produtos industriais. Entre eles o Brasil, com redução de 40,6% para 27,0% e a China, que permaneceu com 0%;
- as economias em transição reduziram suas tarifas médias ponderadas em 30% para produtos industriais;
- posições de tarifa zero na pauta de importações dos países desenvolvidos tiveram expansão. Categorias isentas passaram de 20% para 44% e para as importações dos países em desenvolvimento foi de 22% para 45%;
- nos países desenvolvidos cujas importações são sujeitas a picos tarifários (geralmente importações de têxteis, cerâmicas, vidros) houve redução de 7% para 5%;
- o percentual de posições tarifárias consolidadas passou de 78% para 99% para os países desenvolvidos, de 21% para 73% para os países em desenvolvimento e de 73% para 98% para as economias em transição. Dessa forma as tarifas não podem ser elevadas acima dos níveis constantes das listas nacionais;
- houve negociação para acelerar o ritmo de reduções tarifárias em setores como o de equipamentos de construção, aço, farmacêuticos, brinquedos, cerveja e papel;

- nos casos de escalada tarifária (quando há tarifas mais baixas para insumos básicos e mais elevadas para produtos processados, com intuito de proteger os produtos industrializados) houve redução por parte dos países desenvolvidos e que afetavam as exportações dos países em desenvolvimento;

- reduções acima da média para setor de metais, máquinas elétricas, celulose e papel, móveis;

- reduções abaixo da média para setores de têxteis e confecção, couro e calçados, material de viagem e produtos do mar;

- redução das alíquotas para produtos como café, cacau, chá e flores.

Apesar da maioria das tarifas chinesas serem tarifas *ad valorem*, existem as chamadas tarifas específicas (calculadas em moedas correntes como US\$ ou Euro por determinada quantidade) que em 1998 representavam cerca de 40 itens, como cerveja, petróleo, filmes e vídeos (SECEX, 2002).

Recentemente o Ministério de Finanças da China elevou em 15% as tarifas de exportação sobre níquel, alumínio e cobre. Tarifas sobre petróleo, carvão e coque exportados também sofreram aumentos de cerca de 5%. Já tarifas de importação sobre carvão, petróleo refinado e alumina foram reduzidas em até 3% (PORTAL FATOR BRASIL, 2008).

Em maio de 2008, a China, que é a maior produtora e consumidora mundial de carne suína, anunciou a redução da tarifa de importação sobre a carne de porco congelada e o farelo de soja para reduzir custos e atenuar a inflação. O país tem até o dia 31 de dezembro para finalizar as reduções, que para a carne de porco congelada passarão de 12% para 6% e para o farelo de soja a redução será de 5% para 2%, segundo o Ministério da Fazenda chinês (GAZETA MERCANTIL, 2008).

No setor de minérios as tarifas sobre as exportações também sofreram alterações. As tarifas de exportação de ligas de alumínio foram temporariamente fixadas em 15% pelo Ministério da Fazenda chinês em agosto de 2008, além de serem anunciadas elevações para 40% dos 25% atuais aplicados sobre o coque e a adoção de uma tarifa de 10% sobre o carvão metabetuminoso. Não foi especificado por quanto tempo irão vigorar os novos impostos (GAZETA MERCANTIL, 2008).

Há também as tarifas alfandegárias de acordo, que são as que se aplicam às importações de países com que a China possui acordos preferenciais e também as chamadas tarifas preferenciais especiais, que constituem preferências que se aplicam às importações de

alguns produtos que venham de países com os quais a China possui acordos comerciais (AGENDA CHINA, 2008).

Em 2002, a China mantinha acordos de preferências tarifárias com a União Européia, os Estados Unidos e a Coréia do Sul. (SECEX, 2002) Atualmente, a China mantém 16 acordos, entre eles com Bangladesh, Coréia do Sul, Índia, Indonésia, Malásia, Paquistão, Tailândia e Vietnã (AGENDA CHINA, 2008).

As concessões tarifárias brasileiras no âmbito da OMC constam da chamada Lista III, onde o Brasil efetuou consolidações para todo o universo tarifário durante o passar dos anos.²

Também existe a lista códigos Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), que mostra as mercadorias para as quais as alíquotas consolidadas pelo Brasil na OMC estão inferiores às da TEC. Nestes casos, o Brasil respeita os compromissos, aplicando como tarifa NMF o nível dos consolidados na OMC.

No caso das taxas, a mais importante fonte de receita pública da China é a taxa de valor agregado (VAT), que é um imposto tributado de mercadorias e serviços nas etapas de transformação, manutenção e embalagem. Essa taxa, às vezes é aplicada de maneira discriminatória sobre as importações, com valores entre 13 e 17% dependendo do produto. Para os produtos oriundos de têxteis e couros o VAT aplicado é de 17%, além de uma taxa portuária em torno de 4 yuans por tonelada ou 50 yuans por container (SECEX, 2002).

É importante evidenciar que ainda há taxas de contingenciamento alfandegário e taxas alfandegárias provisionais, aquelas aplicadas a certos produtos durante determinado período de tempo, normalmente um ano (AGENDA CHINA, 2008).

² A partir de 2002, com base na Resolução CAMEX 42, o Brasil deu vigência à nova versão da Tarifa Externa Comum (TEC), adaptada à III Emenda do Sistema Harmonizado, do Sistema Harmonizado de 2002 (SH-2002), aprovada pelo Conselho de Cooperação Aduaneira da OMA (Organização Mundial de Alfândegas) (MDIC, 2008). Além disso, a partir de 2007, o Brasil deu vigência à uma nova versão da TEC, adaptada à IV Emenda do Sistema Harmonizado, do Sistema Harmonizado de 2007 (SH-2007).

2.2.1.2 Barreiras Não Tarifárias

Além de suas barreiras tarifárias bastante restritivas, que se baseiam na imposição de tarifas aos produtos importados, a China também impõe medidas não-tarifárias contras as importações.

As barreiras não-tarifárias são restrições aplicadas à entrada de mercadorias importadas que possuem como fundamento requisitos técnicos, sanitários, ambientais, restrições quantitativas e de preços mínimos. Normalmente, elas são impostas para proteger o mercado nacional, o meio ambiente e o consumidor, e ainda, assegura a saúde das plantas e dos animais (ÍCONE BRASIL, 2008).

As barreiras não-tarifárias são administradas pela Comissão Governamental de Economia e Comércio (State Economic and Trade Commission – SETC), Comissão Governamental de Planejamento e Desenvolvimento (State Development and Planning Commission – SDPC) e pelo Ministério do Comércio Exterior e Cooperação Econômica (Ministry of Foreign Trade and Economic Cooperation – MOFTEC), atuando em nível nacional e regional (SECEX, 2002).

Na busca desenfreada pelo lucro e na tentativa de proteger a nação, os países adotam uma série de barreiras não-tarifárias, algumas delas serão discutidas neste item, de acordo com a ordem:

- valoração aduaneira,
- regras de origem,
- licenciamento de importação,
- subsídios,
- restrições quantitativas,
- monopólios,
- medidas *anti-dumping* e compensatórias,
- salvaguardas,
- medidas sanitárias e fitossanitárias.

A falta de transparência na **valoração aduaneira** dificulta ainda mais o processo de importação para a China. É sobre a valoração aduaneira que incidem as tarifas e quotas, e se estabelecem os direitos *anti-dumping* ou medidas compensatórias, ele equivale ao valor de

transação, isto é, o preço efetivamente pago quando vendido para exportação ao país importador (THORSTENSEN, 2001).

Na China, o mesmo produto pode sofrer diferentes tarifas de importação e ter diferentes determinações arbitrárias do valor aduaneiro, dependendo do porto da entrada da mercadoria. Quem determina o valor a ser pago na alfândega acaba sendo determinado por negociações entre oficiais chineses alfandegários e empresários. Também é comum a prática de utilizar mecanismos de preços mínimos ou de referência para determinadas mercadorias (SECEX, 2002).

No Acordo Constitutivo da OMC existe Acordo de Valoração Aduaneiro, que é denominado Acordo sobre Implementação sobre o Artigo VII do Acordo Geral. Este acordo trouxe muitas vantagens, sendo determinante para o estabelecimento de regras para a valoração do bem e de critérios para averiguar se o bem está sendo subfaturado pelos governos. Ainda para valoração aduaneira na OMC, em 1995 foi criado o Comitê sobre Valoração Aduaneira, que entrou em cena para garantir maior uniformidade e previsibilidade na implementação do Acordo, evitando o uso de valores arbitrários e fictícios (THORSTENSEN, 2001).

As **Regras de Origem** são instrumentos importantes para o comércio e são utilizadas para impedir que uma preferência tarifária concedida em acordos de comércio, sejam eles bilaterais ou áreas de livre comércio, para um ou grupo de países, seja apropriada por outros países. Elas também são usadas como base de quotas tarifárias, direitos *anti-dumping* e salvaguardas, além de servirem como estatísticas do comércio exterior (CICOM, 2008).

Existem as Regras de Origem Preferenciais e Não Preferenciais. As Regras de Origem Preferenciais tem por objetivo principal assegurar que o tratamento tarifário preferencial se limite aos produtos fabricados nos países que possuem algum tipo de acordo em vigência. Se as exportações forem realizadas para países com os quais o Brasil tem acordo de preferências tarifárias, é necessário o Certificado de Origem, que é um documento que permite comprovar se os bens cumprem os requisitos de origem exigidos em cada acordo e as condições estabelecidas.

Já as Regras de Origem Não Preferenciais são utilizadas para a determinação do país de origem das mercadorias, quando estes não possuem regimes comerciais contratuais ou acordos firmados que prevejam a concessão de preferências tarifárias (MDIC, 2008).

De acordo com a OMC, o Acordo sobre Regras de Origem foi criado com o objetivo de assegurar que tais regras não criem obstáculos desnecessários ao comércio. Este acordo se

concentra em regras de origem não preferenciais, ou seja, aquelas que não estão dentro de acordos preferenciais (WTO, 2008).

Em publicação do Instituto de Estudos Estratégicos e Internacionais (IEEI) de Lisboa, em conjunto com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) no âmbito do Fórum Euro-Latino-Americano, Thorstensen afirma:

Um fato importante a ter em conta é que o instrumento da regra de origem terá sérias implicações para a concessão de preferências aos produtos montados em zonas francas. Se não cumprirem com os requisitos de origem, tais produtos não poderão entrar nos mercados preferenciais com tarifas nulas (THORSTENSEN, 2001).

Outra barreira não-tarifária muito comumente utilizada no comércio Brasil x China é o **licenciamento de importação**.

Quando um país enfrenta períodos de escassez de divisas ele pode controlar a importação e a exportação mediante a emissão de licenças. No entanto, este é um processo que facilita a corrupção, pois fica difícil controlar o superfaturamento da importação e o subfaturamento da exportação (MAIA, 1999).

Vários produtos já sujeitos a quotas ou outras restrições sofrem a incidência de requerimentos de licenciamento. Desde os anos 90, como parte do processo de acesso à OMC, a China tem eliminado os requerimentos de licença de importação. Porém, algumas licenças ainda são requeridas, para produtos como grãos, óleos vegetais, ferro, aeronaves comerciais, caminhões e produtos de borracha (SECEX, 2002).

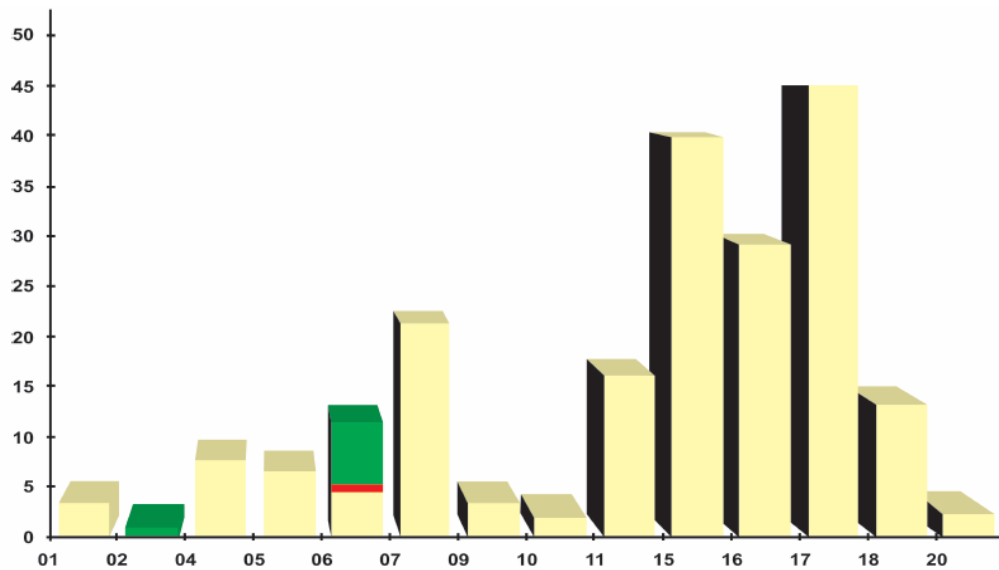
No Brasil as importações estão dispensadas de licenciamento, e somente algumas mercadorias ou operações especiais estão sujeitas a incidência do licenciamento.

O licenciamento pode ser automático – significa que a aprovação dos pedidos é concedida em todos os casos – ou não automático – neste caso é necessária uma autorização para que a importação seja concluída. Atualmente, as operações de drawback são as únicas sujeitas a licenciamento automático no Brasil, e são conduzidas previamente ao despacho aduaneiro de importação (MDIC, 2008).

A China aplica licenças de importação restritivas para produtos como automóveis e suas partes, maquinários, têxteis e couros e também sobre pescados (SECEX, 2002).

O Gráfico 8 representa o percentual de licenças de importação emitidas na China por seção do Sistema Harmonizado.

Gráfico 8 – Licenciamento de Importação da China - 2005 - por seção do SH
(% do setor de SH)



Categorias

(01) Animais vivos e produtos animais
(06) Produtos químicos
(09) Madeira e seus artigos
(15) Metais básicos e seus produtos
(18) Instrumentos de precisão

(02) Produtos vegetais
(06) Produtos químicos
(10) Polpa, papel, etc.
(16) Máquinas
(20) Manufaturas diversas

(03) Alimentos processados
(07) Plásticos e borrachas
(11) Têxteis e artigos
(17) Equipamentos para transporte

Legenda:
■ Licença automática de importação
■ Produtos sujeitos a licença automática e licenciamento de importação
■ Licenciamento de importação

Fonte: Agenda China (2008).

Nota-se que em 2005 apenas os produtos químicos (seção 6) estavam sujeitos a licença automática e ao licenciamento de importação simultaneamente, enquanto produtos vegetais (seção 2) aparecem com menos de 5% de incidência de licenciamento de importação. Os maiores percentuais de produtos sujeitos a licença automática de importação na China foram os equipamentos para transporte (seção 17) com 45%, metais básicos e seus produtos (seção 15) com 40% e máquinas (seção 16) com 30% do setor de SH.

Em agosto de 2007, o Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC) suspendeu todas as licenças de importação de produtos da empresa Mattel (MDIC, 2007).

O fabricante de brinquedos chinês usou um pigmento na tinta que violava os padrões de segurança. Houve uma grande repercussão mundial, o que acarretou no *recall* de mais de 1 milhão de brinquedos feitos na China (BBC BRASIL, 2008).

Na época a China prometeu impor um controle de qualidade mais rigoroso e acalmou os temores internacionais dizendo que suas exportações eram seguras.

No Brasil não foi registrado nenhum acidente relacionado aos problemas apresentados pelos brinquedos da marca. Entretanto, o MDIC entendeu que foi importante suspender preventivamente as importações da marca para evitar que produtos que possam causar mal à saúde cheguem até as crianças brasileiras (MDIC, 2008).

Recentemente, foi divulgado o *recall* e a checagem em toda a China de produtos derivados de leite, em mais um episódio do escândalo. O leite estava contaminado por melanina e inicialmente era usado nas fórmulas lácteas em pó para bebês. Países como Malásia e Cingapura já baniram as importações de produtos derivados do leite da China, enquanto a União Européia exigiu explicações sobre as causas da contaminação. Até o momento, 6.244 crianças ficaram doentes, 4 morreram e 158 sofrem de insuficiência renal aguda (KLAMANN, 2008).

Essas questões põem em jogo a qualidade dos produtos da China, que tem sua imagem manchada frente aos consumidores e ao resto do mundo. Na busca de menores custos na produção e devido ao emprego de uma mão-de-obra barata e às vezes não suficientemente qualificada, a China oferece ao mundo produtos que podem conter contaminações ou alterações que colocam em risco a integridade física dos próprios consumidores.

Para ter competitividade frente ao mercado internacional, é permitido aos Governos o **subsídio** da produção de algumas mercadorias. Porém, se este subsídio for destinado à exportação, podem ocorrer distorções no comércio (MAIA, 1999).

Subsídio, em poucas palavras, é uma espécie de pagamento em dinheiro feito pelo governo, ou através da redução de impostos e financiamentos a taxas de juros mais baixas feito aos produtores ou agricultores em determinadas etapas do processo produtivo. Para o comércio internacional o subsídio é considerado como prática desleal, pois protege a indústria doméstica.

No Acordo sobre Subsídios e Medidas Compensatórias da OMC ele é definido a partir de três condições: é dado através de contribuição financeira; é um benefício dado pelo governo ou agência governamental; ou é específico a uma determinada indústria. Também são divididos em categorias: vermelhos ou proibidos, amarelos ou acionáveis e verdes ou não acionáveis (THORSTENSEN, 2001).

Os subsídios proibidos envolvem os subsídios vinculados ao desempenho das exportações e ao uso preferencial de produtos domésticos em detrimento de produtos estrangeiros, exclusivamente ou a partir de uma entre várias condições (MDIC, 2008).

Subsídios acionáveis são aqueles que provocam prejuízo grave à indústria de outro país, prejudicam algum benefício concedido por outro país a terceiros, ou causam prejuízo sério aos interesses de outros membros da OMC, são aqueles subsídios específicos que não são proibidos. Sob essas circunstâncias, o país prejudicado pode solicitar explicações e/ou impor medidas compensatórias (ICONE BRASIL, 2008).

Para que os subsídios sejam não acionáveis eles não devem ser específicos, por isso não estão sujeitos a medidas compensatórias. Nessa categoria estão os subsídios concedidos para apoiar atividades de pesquisa, dar assistência a regiões desfavorecidas ou na promoção e adaptação de instalações para novas exigências ambientais, sob algumas condições. Essa categoria perdeu validade, por não haver sido renovada pelo Comitê de Subsídios e Medidas Compensatórias da OMC (THORSTENSEN, 2001).

Em 2007, a mídia noticiou que o governo chinês iria eliminar uma série de subsídios para a exportação em um acordo para convencer os EUA a abandonarem uma queixa formal contra o país junto à OMC. "Eu estou muito satisfeita que hoje nós conseguimos assinar um acordo com a China que deve levar à eliminação total destes subsídios proibidos", disse Susan Schwab, representante americana para o Comércio. Os EUA entraram com queixa contra a China na OMC alegando que o país estaria estimulando as exportações de indústrias de produtos de madeira a computadores e aço, com subsídios que são considerados ilegais sob as leis do comércio internacional (PORTAL EXAME, 2007).

Outra barreira que afeta as exportações brasileiras com destino à China são as **restrições quantitativas**, que são instrumentos que limitam o valor ou o volume de importação de um determinado produto, podendo indicar também as quantidades que cada país pode importar individualmente. Geralmente essas restrições são feitas pelo uso de quotas de importação, quotas tarifárias, restrições voluntárias à exportação e outros acordos de restrição voluntária (ICONE BRASIL, 2008).

Até o ano de 1998 a China não havia divulgado as regras de administração das quotas nem seu volume. A única informação era que sobre produtos como trigo, milho, arroz, algodão, cevada e soja incidiria uma tarifa extraquota (tarifa aplicada para importações acima da quantidade pré-determinada pelo país) de 121,6%, o valor máximo da tarifa aduaneira chinesa (SECEX, 2002).

Como parte da negociação para sua acessão à OMC, a China propôs a eliminação do sistema de quotas até o ano de 2005, porém, atualmente há quotas de importação com restrições à quantidade para trigo, milho, arroz, óleo de soja, óleo de palmeira, açúcar, madeira, algodão e fertilizantes químicos (AGENDA CHINA, 2008).

No ano de 2007 a China fixou sua quota de importação de açúcar para 2007 em 1,95 milhão de toneladas, em anúncio do Ministério de Comércio. Foi salientado que qualquer companhia que tivesse um registro de bom comportamento, câmbio de divisas, impostos e controle de qualidade poderia solicitar uma percentagem da quota, mas que 70% estariam reservadas para as empresas estatais, segundo o anúncio (CRI ONLINE, 2006).

Não obstante, a China usa de **monopólios importadores** o que dificulta o acesso das exportações brasileiras significativamente.

O país restringe os tipos e o número de entidades que tem direito ao comércio. Além disso, algumas mercadorias como grãos, algodão, petróleo e fertilizantes são importados apenas por empresas de comércio estatais. Por lei, qualquer outro agente econômico é proibido de exportar ou importar, ferindo o direito de livre comércio e caracterizando uma violação à OMC. Contudo, o governo chinês tem se esforçado para descentralizar as operações dos monopólios estatais, por meio de aberturas ao setor privado (SECEX, 2002).

Afinal, o comércio não pode ficar apenas nas mãos de algumas empresas, restringindo as negociações com outros países.

Já as **Medidas Antidumping** têm como objetivo evitar que os produtos nacionais sejam prejudicados por importações de produtos similares realizadas a preços muito abaixo do mercado interno. Será acusado sempre que os preços estiverem causando prejuízos ou ameaçando causar danos materiais as indústrias domésticas. Para determinação dessa prática, deverá ocorrer uma análise objetiva do volume de importações com preço de dumping, além destas, sobre aos preços no mercado doméstico similar e o seu impacto sobre os produtos domésticos. Caso seja detectada a existência da prática de dumping pela autoridade investigadora, a indústria doméstica poderá adotar medidas antidumping para compensar na proporção dos prejuízos. Cabe ressaltar que este procedimento é realizado pelo Estado prejudicado, junto à OMC (DIREITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2004).

O *dumping* é considerado como prática desleal de comércio em que uma empresa vende um bem no mercado externo a um preço inferior ao que aplica normalmente no mercado de seu próprio país (ICONE BRASIL, 2008).

Dessa forma, o objetivo de quem utiliza esse mecanismo é destruir seu concorrente e se tornar dono do mercado, para que no futuro possa impor condições e preços.

Para reparar os danos causados aos produtos domésticos pelas importações “dumpeadas”, desde 1997, a alfândega chinesa impõe direitos *antidumping* e compensatórios às importações que ameacem sua indústria nacional sendo que as medidas *antidumping* estão

reguladas na Lei de Comércio Exterior e no Regulamento Antidumping da República Popular da China (AGENDA CHINA, 2008).

O direito compensatório é um mecanismo de defesa comercial, utilizado para reduzir e fazer cessar o dano à indústria doméstica, em decorrência de práticas desleais cometidas por empresas estrangeiras.

No Brasil a imposição de medidas compensatórias é administrada pelo Departamento de Defesa Comercial (DECOM), vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Governo brasileiro, que realiza o processo de investigação. Dessa forma o governo pode impor uma sobretaxa tarifária especial ao produto importado objeto da investigação, de maneira a compensar os prejuízos causados à economia em função das ilegalidades causadas ao comércio (ICONE BRASIL, 2008).

No Acordo Constitutivo da OMC o Acordo sobre *antidumping* tem por objetivo interpretar e aprofundar as regras por um processo de investigação e os critérios para determinar o *dumping* como prática desleal no comércio. O processo de investigação deve ser iniciado através de uma petição e sob o Acordo estão permitidas investigações realizadas em território de outros membros (THORSTENSEN, 2001).

Em 2006, as exportações do Brasil foram o quarto principal alvo de sobretaxas *antidumping*, seguido por China, Índia e Coréia do Sul. Os produtos mais sujeitos à *antidumping* foram os siderúrgicos, plásticos e têxteis. No entanto a China foi o principal alvo de ações *antidumping* do Brasil, que tinha cerca de 45 sobretaxas em vigor, 12 contra importações procedentes da China, de produtos como ventiladores, lápis de cor e pneus de bicicleta (VALOR ECONÔMICO, 2006).

De acordo com a posição de Agosto de 2008 do MDIC, existem 64 medidas de defesa comercial em vigor no Brasil, dentre elas 21 medidas contra a China. Todas elas são medidas de direito *antidumping* definitivo e algumas constam na tabela abaixo:

Tabela 7 – Produtos advindos da China com medidas antidumping vigentes adotadas pelo Brasil – Agosto 2008

PRODUTO	CIRCULAR DE ABERTURA	RESOLUÇÃO	DIREITO APLICADO	PRAZO DE VIGÊNCIA
Lápis de mina de Grafite e de Cor	CIRCULAR SECEX n° 6 – DOU de 12/02/2008	Resolução CAMEX N° 6 - DOU de 12/02/2003	201,4% 202,3%	Direito Vigorará enquanto perdurar a revisão.
Pneumáticos novos, de borracha, para bicicleta	Circular SECEX N° 15, DOU de 16/05/2002 Circular SECEX N° 74, DOU de 03/11/2006	Resolução CAMEX N° 37 - DOU de 19/12/2003 Resolução CAMEX N° 48 - DOU DE 11/10/2007	US\$ 1,45/kg	19/12/2008
Garrafa Térmica	Circular SECEX N° 44, DOU 20/07/2004	Resolução CAMEX N° 22 - DOU de 19/07/2005	47%	19/07/2010
Cadeados	Circular SECEX N° 80, DOU 30/11/2006	Resolução CAMEX N° 51 - DOU de 14/11/2007	US\$3,56/unidade	14/11/2012
Ventiladores de Mesa	Circular SECEX N° 53, DOU 07/08/2006	Resolução CAMEX N° 23 - DOU DE 28/06/2007	45,24%	07/08/2012
Ferros de Passar	Circular SECEX N° 32, DOU 18/04/2006	Resolução CAMEX N° 24 - DOU DE 28/06/2007	US\$ 4,82/unid.	28/06/2012

Fonte: MDIC (2008).

Ainda sobre barreiras que impedem a comercialização de mercadorias brasileiras à China, as **medidas Salvaguarda** são medidas adotadas pelos governos, como elevação de tarifas, restrições quantitativas às importações (quotas), com o objetivo de dar uma proteção temporária à indústria doméstica contra surtos de importações que estiverem causando ou ameaçando causar um grave prejuízo a essa indústria.

São soluções emergenciais também conhecidas como cláusulas de escape, pois são impostas como um remédio contra importações legais e permitidas, mas que causam prejuízo à indústria nacional (ÍCONE BRASIL, 2008).

Tais medidas pressupõem a existência de uma prática leal, na qual o aumento das importações de determinado produto resulte em ameaça ou prejuízo grave para a indústria doméstica. Quando isso ocorre é necessário que se faça um processo investigativo, que deverá comprovar o aumento das importações e se realmente houve prejuízo ou ameaça grave para indústria doméstica. Se confirmada tal prática pela OMC, e for adotado o pedido de salvaguarda, o país importador deverá entrar em contato com o país exportador para negociarem uma compensação pela medida (DIREITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2004).

Dentro do Acordo sobre Salvaguardas da OMC, segundo Thorstensen (2001):

Um membro só pode aplicar medidas de salvaguarda para um produto se esse membro determinar que: tal produto está sendo importado para seu território em quantidades crescentes, em termos absolutos ou relativos à produção doméstica; e sob condições a causar ou ameaçar causar grave prejuízo à indústria doméstica que produza produtos similares ou diretamente concorrente. Medidas de salvaguarda devem ser aplicadas a um produto importado independentemente de sua origem. Portanto não é um instrumento seletivo como o antidumping ou o direito compensatório.

Cabe ressaltar que as salvaguardas são aplicadas com base na cláusula da Nação Mais Favorecida, ou seja, são aplicadas a todos os Membros da OMC indistintamente, enquanto os direitos antidumping e medidas compensatórias são aplicados a empresas ou países específicos que foram objeto de investigações (THORSTENSEN, 2001).

Em 2006, o governo brasileiro notificou a embaixada chinesa sobre os setores que estariam sendo prejudicados pelo surto de importação de alguns produtos da China e caso não tivesse um entendimento com os chineses, o Ministério do Desenvolvimento daria início aos processos de salvaguardas específicos contra o país. Dentre os produtos cujas análises para abertura de salvaguarda estavam em andamento, segundo o secretário de comércio exterior do Ministério do Desenvolvimento, Armando Meziat, relacionam-se pedivelas para bicicletas, escovas de cabelo, óculos de sol, armações de óculos, alto-falantes e ferro silício (MDIC, 2006).

Para finalizar, analisar-se-ão as **medidas sanitárias e fitossanitárias**, que visam proteger a saúde e o bem estar da comunidade como um todo.

As medidas sanitárias são adotadas para proteger a vida e a saúde do homem e dos animais, de riscos de contaminações, toxinas, agrotóxicos, doenças, pestes e ou outros que causem de doenças. Por outro lado, as fitossanitárias protegem as plantas e vegetais de doenças e pestes que possam entrar no país através de produtos importados (ICONE BRASIL, 2008).

Nas importações de animais e plantas o governo chinês exige certificados que assegurem a ausência de doenças (SECEX, 2002).

A atual legislação chinesa referente a medidas sanitárias e fitossanitárias compreendem várias leis, entre elas, Lei sobre a Quarentena de Entrada e Saída de Fauna e Flora, Lei sobre a Higiene Alimentar, Lei sobre a Prevenção de Enfermidades Animais, Lei sobre Inspeção de Mercadorias de Importação e de Exportação, e a Lei sobre Saúde em Fronteira e Quarentena (AGENDA CHINA, 2008).

Porém, para o exportador, é difícil seguir as normas adotadas pela Administração de Quarentena de Plantas e Animais, pois constantemente há mudanças nos padrões exigidos, além de serem muito rigorosos e de difícil comprovação, devido à falta de laboratórios capacitados na China (SECEX, 2002).

A China mantém acordos bilaterais com vários países sobre seus sistemas de inspeção de exportações de carne, que permitem as importações de carnes provenientes de fornecedores aprovados destes países (AGENDA CHINA, 2008).

O Brasil enfrentou sérios problemas quanto à exportação de carne bovina, devido aos focos de febre aftosa em vários estados brasileiros.

Em 2007, a China se recusou a reconhecer áreas no território brasileiro como livres de aftosa e continuaram proibindo à entrada da carne bovina do Brasil (VALOR ECONÔMICO, 2007).

As proibições aconteceram também porque os chineses não distinguiam os Estados brasileiros em termos sanitários e fitossanitários e aplicavam restrições generalistas (BBC BRASIL, 2007).

Sob o Acordo sobre Aplicação de Medidas Sanitárias e Fitossanitárias, o Comitê sobre Medidas Sanitárias e Fitossanitárias, criado em 1995, preleciona, segundo Thorstensen (2001):

O Comitê tem discutido questões relativas a problemas práticos relacionados a mudanças introduzidas nos regulamentos nacionais, e situação de controle de doenças em diversos países, como doenças bovinas e doenças de frutas. Outras questões analisadas incluem: vida de prateleira de leite pasteurizado, medidas de preservação de grãos, oleaginosas, arroz, aves, frutas e vegetais, requisitos sobre vinhos, regulamento sobre quarentena de plantas, medidas contra o cancro cítrico, medidas contra doenças que afetam o gado como a encefalopatia espongiforme bovina (doença da vaca loca), alimentação animal, gelatina, níveis de aflatoxina nos alimentos, tratamento de alimentos com irradiação, antibióticos em alimentos, restrições ao comércio de frutas tropicais, comércio de animais vivos, atum em lata e medidas de preservação de frutas, vegetais e carnes.

Frente a todas essas barreiras que entavam o comércio, sejam elas tarifárias ou não-tarifárias, é importante que o país haja de acordo com as normas e regras da OMC, a fim de diminuir os impasses e promover a mínima interferência no livre comércio. A adoção de medidas de proteção a indústria nacional ou de medidas que assegurem a saúde da população são inevitáveis, portanto é preciso agir com bom senso para que o direito de comercializar do Brasil e dos outros países seja garantido.

No âmbito Brasil x China, as exportações brasileiras seriam significativamente maiores se não houvesse tantas barreiras, que acabam prejudicando nossa balança comercial e no desenvolvimento de nosso setor exportador.

O que os exportadores brasileiros podem fazer é garantir a qualidade de seus processos industriais, de seus serviços e de seus produtos finais, para que os chineses tenham segurança e confiem no produto que estão comprando.

2.2.1.3 Normas, Regulamentos, Testes e Certificações

Desde que passou a fazer parte da OMC, a China introduziu mudanças em sua estrutura importadora, aperfeiçoando regulamentos técnicos, procedimentos de avaliação de conformidade, normas e medidas, como as medidas sanitárias e fitossanitárias.

É preciso distinguir o que é uma norma e o que é um regulamento técnico. Um regulamento técnico determina as características de um produto ou de seu processo produtivo. Eles dizem respeito à exigências de terminologia, símbolos, embalagens, marcação ou rotulagem. Já uma norma técnica é determinada pela aprovação de uma instituição normalizadora que estabelece regras, diretrizes e características relativas a um produto ou ao seu processo produtivo. Um exemplo de instituição normalizadora é a Organização Internacional para Padronização (International Organization for Standardization - ISO) (ICONE BRASIL, 2008).

A China mantém o uso de procedimentos de avaliação de conformidade em aproximadamente 800 mercadorias importadas e também em produtos exportados. Eles incluem inspeção de qualidade, especificações técnicas, peso, embalagem e requerimentos de segurança. Além disso, o país requer licenças de qualidade e de segurança, processos que causam muitos atrasos, às vezes chegando a mais de um ano, consumindo tempo e recursos financeiros, pois todas as despesas para obtenção de certificados correm por conta do exportador (SECEX, 2002).

Produtos como automóveis, máquinas, aparelhos de televisão, refrigeradores e ar condicionado são sujeitos à inspeção por motivos de segurança e produtos farmacêuticos, assim como suas matérias primas precisam de uma permissão especial do Ministério da Saúde, que às vezes exige amostras do produto antes da emissão da autorização, processo que também consome muito tempo (SECEX, 2002).

Mesmo com os esforços chineses pós entrada na OMC, ainda há questionamentos sobre a utilização de regulamentos para proibir as importações de determinados produtos ou de produtos originários de determinados países.

No entanto, em 2001, a China criou a AQSIQ – Administração Geral de Supervisão de Qualidade, Inspeção e Quarentena, que é um órgão administrativo ministerial responsável pela aplicação de medidas administrativas, qualidade, certificação e inspeção e quarentena animal e vegetal, que veio facilitar e unificar o sistema de testes chinês (AGENDA CHINA, 2008).

Em agosto de 2003, a China adotou uma marca unificada, chamada de Compulsory Certification (CCC) para produtos domésticos e importados, que entrou em substituição das marcas CCIB para produtos comercializados e GREAT WALL, usada para produtos domésticos (AGENDA CHINA, 2008).

2.2.2 Barreiras Internas às Importações Chinesas

Por outro lado, o Brasil, importante país importador, também adota medidas para barrar as importações chinesas, a fim de proteger e estimular seu mercado interno.

Dentre alguns entraves ao comércio Brasil x China está a burocracia brasileira, que barra as importações e também os investimentos que poderiam ser proveitosos para o país.

Para o presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-China, Charles Tang, os investimentos chineses no Brasil não são mais substanciais, por conta da burocracia. Segundo ele, empresas como a Baosteel, que há cerca de 4 anos tenta investir em uma siderúrgica no Brasil, enfrenta problemas com a questão do meio ambiente e questões de zoneamento da prefeitura, o que obrigou a siderúrgica a mudar de estado, elevando o valor do investimento, na época orçado em US\$ 1,5 bilhão, para US\$ 3 bilhões (SATO, 2008).

De acordo com o Relatório Internacional de Empresas (IBR), divulgado pela Grant Thornton International, uma das mais tradicionais organizações de auditoria e consultoria do

mundo, apurou que pelo quinto ano consecutivo, o Brasil é o país com maior carga de burocracia, de acordo com 60% das empresas entrevistadas na pesquisa. Países como a Rússia, Polônia e Grécia também fazem parte da lista dos países mais burocráticos, enquanto Cingapura, Espanha e Suécia foram apontados como os menos burocráticos (ADMINISTRADORES, 2007).

Além da burocracia nos negócios, problemas para emissão de vistos de trabalho para chineses dificultam a relação bilateral. O processo na obtenção de vistos para chineses em missão comercial no Brasil é limitado e demorado, enquanto o visto para brasileiros em visita de negócios à China sai em até 24 horas (WENTZEL, 2007).

Recentemente o Brasil vem enfrentando sérios problemas em seu relacionamento com o parceiro asiático. Depois de brinquedos, CD's e softwares piratas, a China está pirateando carne e vendendo para Europa e Rússia. Em muitos casos, as carnes são chinesas, mas empacotadas como sendo produto brasileiro, chegando a ter certificados falsificados escritos em português. A imagem do Brasil fica ainda mais arranhada, visto que já sofre com as restrições sanitárias impostas pelos países importadores.

Por essas questões o governo brasileiro vem sofrendo pressões do setor produtivo para a imposição de salvaguardas a produtos chineses. Segmentos como o têxtil, o calçadista, o eletroeletrônico e o de brinquedos são os mais afetados. Em contrapartida, a China, frente à imposição de novas salvaguardas, quer a revisão de medidas antidumping já aplicadas e uma movimentação para acelerar a certificação de dois frigoríficos chineses (ABIN, 2008).

Após países como União Européia, Estados Unidos e Argentina, o Brasil precisa proteger seu mercado contra os produtos chineses, que vem do exterior muito mais baratos que os produtos nacionais. A imposição de barreiras às importações chinesas parte do governo brasileiro através da adoção de instrumentos de salvaguarda permitidos pela Organização Mundial do Comércio, como a definição de cotas para mercadorias e alíquotas de impostos adicionais à TEC (FOLHA DE SÃO PAULO, 2008).

Não obstante, o governo brasileiro dificulta as importações da China através do atraso à entrada de alguns produtos no país. Para isso tornou a fiscalização mais rígida e aumentou ainda mais a burocracia, passando a exigir licenças não-automáticas de importação para alguns casos. A SECEX informou que a demora para a liberação das licenças é causada por descaminhos e subfaturamentos de tais importações. Empresas como a Fortuna Comércio e Franquias, dona da marca de óculos Chilli Beans, fabricantes de escovas de cabelos Bellis, que importa as escovas Prada, e a Florence, dona da marca Marco Boni, são

algumas das empresas que continuam tentando liberar seus produtos através de negociações (CÂMARA BRASIL CHINA, 2006).

Além dos entraves de ordem político-econômicos, a infra-estrutura tem se destacado como principal agravante ao comércio internacional. A eliminação de gargalos na infra-estrutura e a redução nos custos de transporte internos são cruciais para aumentar a competitividade brasileira no comércio exterior.

Para o presidente da Maitino Brasil, produtora e exportadora de granitos em lâminas, Adônis Maitino Filho, as dificuldades em embarcar um container ainda são grandes nos portos do país. Segundo ele, a carga permanece de 10 a 30 dias nos portos à espera do embarque, e freqüentemente a companhia acaba perdendo a venda. Sua empresa é responsável pelo embarque de 100 a 120 containeres por ano, movimentando cerca de US\$ 2 milhões anuais (ASSIS, 2008).

Vale lembrar que o Porto de Santos, responsável por 26% das exportações brasileiras, há três mandatos presidenciais não abriu licitação para a construção de nenhum metro de cais (GAZETA MERCANTIL, 2008).

Também é válido ressaltar a quantidade de greves e paralisações dos funcionários que trabalham em portos, aeroportos e fronteiras do Brasil. Fiscais da Receita Federal ficaram 124 dias parados em 2005, 201 dias em 2006 e mais de 118 em 2007. Os auditores do mesmo órgão somaram 145 dias de interrupção de trabalho no mesmo período. Isso causa não só prejuízos aos portos e aeroportos, como também para as empresas que tem suas mercadorias paradas dentro e fora deles, em filas gigantescas de caminhoneiros que esperam descarregá-las (GAZETA MERCANTIL, 2008).

Geralmente essas greves são para aumentos salariais, benefícios de funcionalismo público e abonos especiais, além de estabilidade e aposentadoria integral.

Apesar de polêmicos, estes freios às importações chinesas são necessários, visto o impacto que causam no mercado brasileiro, causando uma concorrência desleal e impossível de der alcançada influenciado pelo baixíssimo preço dos produtos importados. Dessa forma, a indústria nacional não vê chances de vender seu produto e muito menos vê em sua empresa potencial para exportar.

A adoção de barreiras é essencial para a sobrevivência das empresas, caso contrário, haveria uma inundação de produtos chineses de toda espécie, gerando prejuízos incalculáveis ao comércio e desemprego.

Porém, tais medidas devem estar sob as regras do comércio internacional, para que todos possam ter o direito de comercializar de maneira clara, leal e legal.

2.2.2.1 Princípio da Proteção à Indústria Nacional

No fim da década de oitenta, a economia brasileira abriu suas portas de forma corajosa para novos mercados e se expôs à concorrência internacional, submetendo as empresas e consumidores do comércio nacional aos efeitos do mercado mundial. Muitas práticas desleais praticadas por empresas, como o *dumping*, ocorriam com muita frequência, levando à aplicação da legislação brasileira de defesa comercial, que se baseia nas regras de *antidumping* da OMC (TADDEI, 2002).

É importante ressaltar que as leis de defesa comercial buscam a manutenção e a preservação das empresas existentes, desempenhando o papel de assegurar os níveis de emprego e proteger os interesses relacionados às atividades desenvolvidas no país (TADDEI, 2002).

A abertura da economia ficou marcada pelo ano de 1994, com a redução tarifária e a desregulamentação das operações de comércio exterior, que contribuiu para a inserção do Brasil no comércio internacional de forma definitiva, submetendo-o à concorrência internacional e oferecendo uma revolução na economia nacional.

Essa manifestação à concorrência internacional tem forçado as empresas nacionais a reduzir seus custos, investir na inovação tecnológica e firmar alianças estratégicas. A busca da conformidade dos padrões internacionais contribuiu em ganhos de qualidade e de produtividade que refletiu na queda geral de preços dos produtos.

A concorrência internacional trouxe novos desafios ao mercado nacional incentivando o desenvolvimento e o crescimento das empresas, proporcionando novas relações comerciais. Os resultados obtidos relatam a melhoria contínua da qualidade dos produtos nacionais e também a leve redução dos preços, que foram constatados nos diversos setores do mercado nacional, demonstrando que a abertura da economia trouxe vantagens para o país (TADDEI, 2002).

O governo brasileiro requer uma atenção especial em relação à concorrência internacional, pois muitos produtos adentram no Brasil de forma ilegal, causando prejuízos à indústria nacional, que se encontra em fase de reestruturação e consolidação dos seus benefícios e por fim sua proteção está somente na tarifa aduaneira.

A defesa comercial tem o papel fundamental de assegurar a sobrevivência das empresas nacionais, principalmente em decorrência do desempenho econômico, político e

social do país. Nesse contexto, a defesa comercial tem por objetivo acompanhar e intervir nas importações, impedindo apenas aquelas que poderão prejudicar o desenvolvimento comercial do país por consequência das práticas ilegais.

Segundo o Luz, no artigo XIX do GATT, está prevista uma imposição de cláusulas de salvaguarda:

Se, como consequência da evolução imprevista das circunstâncias e por efeito das obrigações, incluídas as concessões tarifárias, contraídas por uma parte contratante em virtude do presente Acordo, as importações de um produto no território desta parte contratante tenham aumentado em tal quantidade que causam ou ameaçam causar um dano grave aos produtores nacionais de produtos similares ou diretamente concorrentes no território, a parte contratante poderá, na medida e no tempo necessários para prevenir ou reparar esse dano, suspender total ou parcialmente a obrigação contraída com respeito a tal produto, ou retirar ou modificar a concessão (LUZ, 2008).

Essas cláusulas de salvaguarda são o ressurgimento de barreiras que um dia foram eliminadas e que por consequência disso, atualmente algumas indústrias do país sofrem danos.

Dessa forma, quando o governo federal detecta alguma prática predatória em relação aos preços das importações, é possível que haja a cobrança de impostos sobre o volume que será importado e não mais sobre o valor das mercadorias (FIORI, 2008).

Na Medida Provisória 413, publicada no Jornal Oficial da União no dia 03 de janeiro de 2008, a ferramenta de defesa da indústria nacional está prevista nesta medida, que é utilizada para aumentar a alíquota da Contribuição Social sobre o Lucro Livre (CSLL), como forma de compensar parte da perda de arrecadação com o fim da (CPMF) Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (FIORI, 2008).

Em uma entrevista coletiva para a Agência Brasil, o Secretário-Adjunto da Receita Federal, Carlos Alberto Barreto disse:

Além dos instrumentos econômicos que já existem, como *antidumping*, agora há também uma de cunho tributário, que poderá ser adotada pelo poder Executivo se ficar detectado esse tipo de ação que prejudica a concorrência no mercado interno não só em relação ao mesmo produto fabricado aqui, mas em relação ao mesmo produto de outro importador (AGÊNCIA BRASIL, 2008).

O governo federal optou por aumentar a tarifa de importação para dar mais proteção à indústria nacional, contra a concorrência desleal de produtos importados que adentrassem o país com o preço bem abaixo do normal. Essa tarifa é submetida à aprovação dos países que

fazem parte do MERCOSUL, por já possuírem a TEC e a mesma não pode ultrapassar o limite de 35% autorizado pela OMC (FIORI, 2008).

As alíquotas de importação atualmente são variáveis, dependendo do próprio produto e incidem sobre o valor da mercadoria.

Em cada movimento da história da liberalização comercial, há uma reação da indústria local que por consequência é afetada, perdendo parte de seu mercado para um concorrente estrangeiro.

A liberalização é caracterizada como uma forma sadia de concorrência entre mercados, que os ajuda a melhorar seus produtos, a qualidade, o preço, o desenvolvimento de novas técnicas. Mas a realidade é bem diferente, principalmente, para as empresas de pequeno porte e para aquelas que estão tentando ingressar no mercado. Muitas não suportam a pressão e a concorrência desleal de alguns países, como a China, que mesmo com barreiras e taxas consegue entrar no Brasil de modo irregular, prejudicando a economia local e a indústria nacional (BARRAL, 2007).

Os produtos importados passaram a concorrer com os produtos nacionais após a abertura do mercado nacional. Como nem sempre esta concorrência acontece de forma legal e fiel, a Área de Defesa Comercial busca ajustar o mercado brasileiro e proteger a indústria nacional contra as práticas ilegais e desleais de comércio, seguindo estas ações (FIESP, 2008):

- Identificação e análise, com debates e acompanhamentos dos Sindicatos às práticas desleais e ilegais de comércio.
- Análise e assessoria técnica que facilitam a ação e a estratégia do setor industrial;
- Monitoramento das estatísticas dos comércios internacionais e nacionais;
- Regulamentar e aplicar os meios necessários da Defesa Comercial Brasileira e Internacional, afim, de se proteger das eventualidades ocorridas entre os comércios;
- Definir as estratégias e auxiliar os pedidos de combate às práticas ilegais do comércio internacional.
- Orientar o setor industrial por meio da pronúnciação às autoridades do governo e também às entidades nacionais e internacionais privadas.

Também na questão de proteção ao meio ambiente, o Brasil está perdendo para alguns países que não estão preocupados com a preservação ambiental. O excesso de normas impostas causa insegurança aos exportadores que se vêem de um lado buscando os lucros e de outro o cuidado que devem ter com o meio ambiente (AGÊNCIA INDUSNET FIESP, 2008).

Segundo Ribeiro, diretor titular adjunto do Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior (DEREX) da Fiesp, a importância da certificação dos produtos

estrangeiros, seguindo as mesmas exigências impostas à indústria nacional é condição para eliminação de práticas desleais de comércio:

Enquanto a regulamentação brasileira é suficientemente rigorosa, a abertura para importação de produtos de outros países que não se preocupam com o meio ambiente não leva em conta a isonomia competitiva. Só com essa medida, vamos eliminar uma quantidade importante da concorrência desleal (AGÊNCIA INDUSNET FIESP, 2008).

2.2.2.2 Proteção dos Direitos de Propriedade Industrial: a Questão da “Pirataria”

O grande interesse do Brasil em manter relações comerciais com China veio crescendo ao longo dos anos. Mas foi no decorrer dos anos 90, início do século XXI que essa relação se fortaleceu, mais precisamente em 2002 para as exportações e em 2004 para as importações, sendo que a tendência é aumentar ainda mais esse relacionamento sino-brasileiro.

Em agosto de 2002, foi assinado um acordo de equivalência sanitária que resultou na abertura das exportações de carne bovina e de frango. Em setembro de 2001, houve a criação de uma *joint-venture* entre a Companhia Vale do Rio Doce e a siderúrgica Baosteel, e em setembro de 2002, foram concluídas as negociações para uma parceria entre a EMBRAER e a empresa aeronáutica chinesa AVIC2.

Em 2004 foi a vez da Petrobrás, que abriu um escritório em Beijing devido ao grande interesse chinês na tecnologia desenvolvida pela Petrobrás na exploração de petróleo em águas profundas. Enfim, nossas grandes empresas estão em busca de crescimento, desenvolvimento e de conquistar uma fatia no promissor e gigantesco mercado chinês (OLIVEIRA, 2006).

O que se tornou polêmico nessa parceria foi o reconhecimento da China como uma economia de mercado. Este reconhecimento ocorreu em novembro de 2004, com a visita do presidente chinês Hu Jintao à América do Sul:

Independente de considerações acadêmicas ou econômicas, não se tem dúvidas de que esta decisão foi eminentemente política e atrelada ao conceito de parceria estratégica, por intermédio da qual se vislumbra a

possibilidade de ação em conjunto com a China no processo de redefinição da ordem internacional (OLIVEIRA, 2006).

O autor justifica essa frase dizendo que a vontade política é muito grande em manter parcerias com a China de forma mais vantajosa para ambos os participantes. Mas nem sempre podemos considerar o dia-a-dia como um acordo político.

A grande polêmica foi que, sendo a China reconhecida como economia de mercado, considera-se também um fator inibidor de estabelecimento de salvaguardas comerciais em caso de dumping pela concorrência chinesa, prejudicando diretamente as pequenas e médias empresas brasileiras. O resultado dessa ação está estampado nos jornais e em revistas de circulação em todo país (OLIVEIRA, 2006).

Segundo as regras da OMC, a comprovação da existência de dumping se dá através da comparação do preço de exportação do produto para o país prejudicado com o valor normal do produto. A margem de dumping é calculada entre a diferença do valor da exportação e o valor normal do produto. Só assim, depois dessa comprovação é que se pode entrar com esse recurso (DE NEGRI, 2005).

Os setores mais prejudicados são os que tem grande participação nas importações chinesas, dentre eles o setor de calçados e acessórios, correspondendo a cerca de 60% das importações, seguido por produtos diversos como brinquedos, canetas, lápis e garrafas térmicas, correspondentes a cerca de 30% das importações. A China também representa uma ameaça para o setor têxtil, que era relativamente protegido por um acordo na OMC que estabelecia cotas de importações (DE NEGRI, 2005).

A China pode sim ser um grande aliado para as exportações brasileiras, mas é preciso dar atenção à quantidade de produtos que estão vindo de lá, sem mencionar os produtos contrabandeados que entram de maneira ilegal no país. Este país representa um grande concorrente ao mercado doméstico brasileiro e os impactos dessa concorrência são de grande escala para o Brasil (DE NEGRI, 2005).

As empresas chinesas são líderes em utilização, produção, distribuição e exportação de produtos clonados e falsificados, mas o grande diferencial dessas empresas é a escala, o escopo e a ousadia, que fazem com que a China esteja sempre em condição de líder. Não é de se duvidar que ela mantenha o título de Capital Mundial da Pirataria (SHENHAR, 2005).

Os produtos clonados e contrabandeados chegam a representar de 10% a 30 % do PIB chinês, e representam também cerca de 15% a 20% do mercado nacional de varejo,

havendo uma estimativa de que, em mercados regionais, esse número chegue a quase 90 % do total das vendas.

Empresas norte-americanas de brinquedos adquirem a maior parte de seus componentes da China, mas nenhuma delas consegue vender seus produtos acabados ali, não pela falta de demanda, mais pelas versões pirateadas de seus produtos que lá já existem (SHENHAR, 2005).

Esse trâmite acontece em plena luz do dia, com fluxo intenso nas regiões metropolitanas. As falsificações vendidas em barraquinhas nas ruas deram lugar a grandes centros comerciais de quatro ou cinco andares.

Esses centros comerciais passaram a ser pontos turísticos de Pequim. O YA SHOW, por exemplo, é uma loja especializada em réplicas de roupas e sapatos. Nessas lojas as mercadorias chegam a custar bem menos que a metade dos preços das marcas originais, sem mencionar ainda, a quantidade de CDs e DVDs piratas, eletrônicos, enfim, um paraíso de produtos baratos, porém sem a mesma qualidade que os originais possuem (TREVISAN, 2005).

Essas operações clandestinas, além de ter todo o apoio de empreendedores atrevidos, ainda contam com a impunidade dos altos funcionários do governo. A falta de transparência nas operações do governo e os baixos salários pagos aos funcionários públicos são fatores que contribuem para o incentivo da corrupção na China (SHENHAR, 2005).

Outro aspecto a ser abordado é o pagamento de subornos. Empresas prejudicadas, decorrente da pirataria, se vêem obrigadas a pagar, quando não a subornar, os funcionários que supostamente deveriam fiscalizar a pirataria e fazer valer as leis que a combatem. As fronteiras chinesas são extremamente porosas, dando espaço para o fluxo de bens adulterados e aos contrabandos.

Na China não há preocupações com os trâmites aduaneiros. De acordo com o relatório ao congresso sobre práticas da OMC, não são barradas exportações de mercadorias falsificadas, mesmo quando comprovadas pela ação de terceiros (SHENHAR, 2005).

Esses produtos entram na China continental diretamente ou via Hong Kong/Macau, sendo Macau reconhecida como deficitária em matéria de controle de suas águas pela multiplicação do crime organizado. As fronteiras porosas incentivam igualmente a saída de produtos falsificados para países vizinhos e destes para outros mercados mais distantes, o que acaba facilitando a vida dos piratas e falsificadores (SHENHAR, 2005).

Um exemplo desse fácil acesso são as motos da Yamaha, que já batem o número 100 mil em imitações fabricadas na China, e que estão circulando nos mercados internacionais.

Por não serem produtos de pequeno porte estes são produtos que dependem de uma logística sofisticada. Por isso é necessário driblar os sistemas legais que são bem menos tolerantes que os agentes aduaneiros chineses. No entanto, os envolvidos correm o risco de ter suas mercadorias confiscadas, acrescido de processos criminais e até penas pesadas (SHENHAR, 2005).

A distribuição, manufatura e a venda desses produtos adulterados deixaram há muito tempo de ser uma atividade isolada, e tornaram-se uma atividade altamente organizada e de larga escala, além de contar com um grande financiamento.

Os produtos são embalados com mais profissionalismo, dando a impressão de um produto derivado de luxo com mínimas diferenças para o comprador. Depois de embalados, eles são despachados para grandes centros de vendas no atacado, onde compradores do atacado e varejo examinam a mercadoria, fazem compras ou pedidos e acertam os procedimentos de entrega. Essa cadeia é financiada com receitas obtidas do próprio negócio, que é muito lucrativo, e que muitas vezes chegam ter lucros maiores do que se tivessem fazendo negócio com produtos legítimos.

Os produtores de falsificações variam desde fábricas especializadas exclusivamente na réplica de um produto até ao indivíduo que faz uma mistura para imitar a fragrância de um perfume e terceiriza as operações de embalagem e rotulagem. Os grandes fabricantes podem ser empresas estatais, empreendimentos municipais ou suburbanos e empresas privadas.

Shenkar relata em seu livro que:

Entre os participantes do setor existem empreendimentos legais que recorrem à fabricação de produtos adulterados como maneira de superar crises passageiras ou pela urgência de apresentar lucros aos seus investidores, o que ocorre bastante inclusive no setor estatal. Esses participantes muitas vezes *joint ventures* com uma empresa do exterior, conseguem desviar parte da produção sem conhecimento do sócio estrangeiro, ou produzem uma linha diferente utilizando-se dos mesmos projetos ou equipamentos dos planos legítimos. Existem ainda empresas fantasmas, criadas com o exclusivo propósito de produzir falsificações.” Algumas destas às vezes evoluem até o estágio de participantes quase legítimos, produzindo uma variante do produto adulterado (SHENKAR, 2005).

Com isso observa-se que, a falsificação, a pirataria e o contrabando acabam não sendo somente um mutirão de produtos baratos vendidos em camelôs. Há muita coisa por trás, tal como a obtenção de vantagem de custo, a busca por burlar os impostos que oneram o produto, dentre outros. Se tornam práticas atrativas por não precisarem investir em tecnologia,

consolidação de marcas, e em possuir matérias-primas de qualidade, sem contar com o custo mão de obra.

No entanto, o interessante é que a China é pressionada por países desenvolvidos a combater a pirataria, porém esse mercado movimenta muito dinheiro e gera muito emprego, o que acaba de certa forma favorecendo a economia interna do país. Por esta razão o governo chinês vem tolerando a pirataria, e adota um discurso de reprovação a essa prática (TREVISAN, 2005).

No Brasil a pirataria é um grande problema e muitas vezes o consumidor não percebe que por trás dos baixíssimos preços dessas mercadorias está o prejuízo de nossas indústrias e não tem idéia de como sua compra afeta a economia do país.

A sonegação de tributos é crime e normalmente funciona como estímulo à ilegalidade, já que o país possui umas das maiores cargas tributárias do mundo. E é da China que vem a maior parte dos produtos falsificados, que ultrapassam as fronteiras brasileiras, driblam os agentes federais e estão por toda parte, nas lojas e barraquinhas de camelôs.

O setor de calçados é um dos mais afetados. Em 2003, foram produzidas cerca 111 milhões de pares legítimos de Sandálias Havaianas e chega a quase 20 milhões o número de pirateados no Brasil.

A pirataria descobriu a qualidade e as grandes marcas de sapato que o Brasil possui, tanto que no passado eram as grandes marcas internacionais que eram alvo de tal prática, empresas como Nike, Rebook e Adidas. Hoje marcas como Azaléia, Grendene e Alpargatas já estão na mira desse contrabando (ISTO É, 2004).

Outro setor que tomou uma grande proporção é o ramo óptico, onde a venda de produtos pirateados e de baixa qualidade oferecidas pelos camelôs, tem se tornado um grande pesadelo no mercado.



Figura 1- LEI DA OFERTA E DA PROCURA: em duas capitais brasileiras (São Paulo, na foto à esquerda, e Rio de Janeiro, à direita), um dos cruéis retratos da venda indiscriminada de óculos, que caracteriza o maior problema do mercado óptico, segundo pesquisa do Datafolha feita na Abióptica 2006.

Em pesquisa feita pela Datafolha em 2006, durante quatro dias da feira Abióptica (Associação Brasileira de Produtos e Equipamentos Ópticos), foi apontado que o principal problema dos empresários desse setor é a concorrência desleal oferecida por camelôs, com seus produtos sem qualidade, falsificados, contrabandeados e sem garantia. Esse comércio ilegal acaba acarretando perdas de 414 milhões de impostos e o fechamento de 50 mil postos de trabalho (REVISTA CONVERGÊNCIA, 2006).

Porém é importante destacar que a Receita Federal vem trabalhando constantemente na apreensão de produtos contrabandeados vindos da China. Somente em 2006 foram apreendidos 1.666.300 peças de óculos de sol e armações de receituário em operações nos principais portos brasileiros (REVISTA CONVERGÊNCIA, 2006).

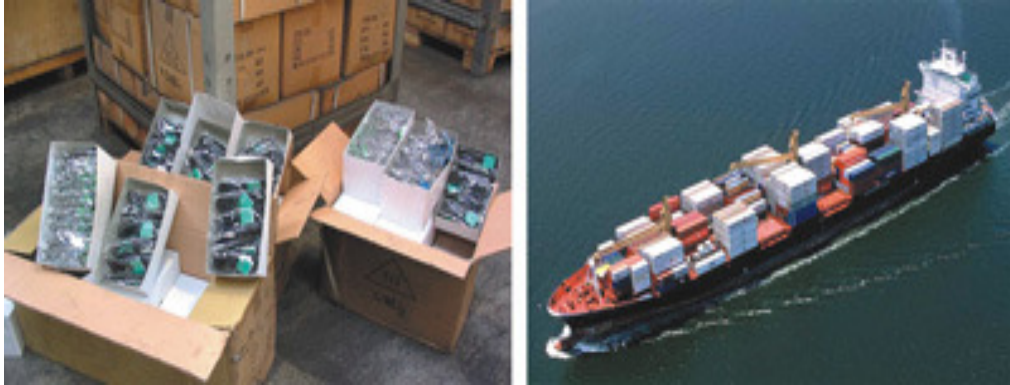


Figura 2 – Mercadorias apreendidas no Porto de Santos (SP). Mais de 1,5 milhões de peças já foram apreendidas, a maior parte de contrabando chega ao país de navios vindos da China.

Os prejuízos decorrentes da pirataria são enormes e afetam diretamente a economia do país. Embora para muitos a pirataria tenha se tornado fonte de renda, segundo o Ministério da Justiça, deixamos de gerar dois milhões de empregos com carteira assinada por ano.

O mais novo lançamento dos chineses é a replica do celular mais cobiçado do mundo, o IPHONE da Apple. O aspecto físico do aparelho é semelhante ao original, vem até em uma embalagem idêntica, mas o software que é rodado no aparelho pirata é bem inferior ao da Apple. Famoso por ser um celular sensível ao toque, no “iphone pirata” não há navegação com os dedos e é quase impossível por causa dos ícones serem muito pequenos.

Esses aparelhos são fabricados por uma empresa líder no mercado de aparelhos celulares na Ásia, a CECT. Eles são fabricados no sul da China e entram em nosso país de maneira ilegal. Vendidos a menos da metade do preço, o “IFONE” assim como é chamado na versão pirata, já pode ser comprado no Brasil, mais precisamente em São Paulo.

O “Ifone” é só um exemplo de que a maioria das mercadorias vindas da China são sim parecidas, algumas a chegam ser até idênticas às originais, porém com a qualidade bem inferior



Figura.3 Celular Pirateado da Apple

Essa prática é muito comum na China e estima-se que há quase 300 mil fábricas especializadas em pirataria lá. Os grandes fornecedores vendem mercadorias para grandes marcas, e contam ainda com apoio de policiais fiscais e com o governo. Afinal, na China, pirataria é fonte de renda e geração de empregos.

Não há como atravessar a fronteira entre Shenzhen e Hong Kong carregando muambas sem a conivência da polícia local. Além disso, os empresários me diziam que a maneira mais barata de entrar para o mundo dos negócios na China é abrir uma empresa pirata. Estas empresas acabam crescendo e há um acordo informal com o governo para que se legalizem. Eles criam uma grife e passam a fazer produtos muito parecidos com os falsificados, com nomes locais. Com o tempo, investem em marketing. Pronto, o negócio está legalizado (MACHADO, 2007).

Por mais que haja tentativas para combater e conscientizar a população de que pirataria é crime e que só traz prejuízos para a economia doméstica, pode-se observar que este mal está longe de se esgotar; há um mercado gigantesco e tem muita coisa obscura que não é, e nem será publicada. A China é um país populoso e com moeda desvalorizada, o que obriga a sua população a trabalhar para sobreviver, sendo de maneira legal ou não.

Todavia, essas práticas desleais influenciam significativamente a economia brasileira, desde a perda de empregos, sonegação de impostos, redução de lucros e desestímulo a criação. Ao adquirir produtos ilegítimos desrespeitam-se os criadores dos produtos originais. Além disso, o comércio ilegal, ao contrário do que muitos pensam, é a principal causadora de centenas de empresas falidas por não suportarem a concorrência desleal dos produtos importados ilegalmente.

3. GANHOS E PERDAS RESULTANTES DAS RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL E CHINA

3.1 Panorama Geral dos Acordos Comerciais Bilaterais Brasil x China

Brasil e China já assinaram vários acordos comerciais a fim de promover um comércio mais justo, onde todos possam ter vantagens e lucros.

A prática diplomática brasileira estabelece diferenças entre os tipos de atos internacionais, de acordo com seu conteúdo e não simplesmente de sua forma.

Um tratado é um acordo ou ato com intuito de atribuir relevância e solenidade, como os Tratados de Paz e Amizade, Tratados de Cooperação. Já uma Convenção destina-se a negociações multilaterais de assuntos de interesses gerais, de origem de conferências internacionais, como as Convenções de Viena sobre Relações Diplomáticas e Convenções sobre Diversidade Biológica ou sobre Diversidade Cultural.

Para negociações bilaterais de natureza política, econômica, comercial, cultural, o Brasil usa o Acordo. Ele pode ser um Acordo Básico – estabelecendo o princípio de cooperação – um Acordo por troca de Notas ou Notas reversais – destinados a assuntos diplomáticos ou ainda um Acordo de sede – que são atos de representação entre um estado e uma organização internacional de modo a permitir a operação administrativa e técnica de entidades intergovernamentais (MRE, 2008).

Também há Memorandos de Entendimento e Protocolos, que são atos mais simplificados e que no caso do Protocolo, pode indicar a ata final de uma conferência internacional, como o Protocolo de Kyoto sobre Mudanças Climáticas. Ajuste Complementar e Convênio Interinstitucional também são usados, porém em menor escala (MRE, 2008).

De acordo com o Ministério das Relações Exteriores, existem mais de 80 atos em vigor assinados com a República Popular da China, entre eles Acordos, Memorandos, Protocolos e Ajustes Complementares, sendo que os primeiros atos entre os parceiros foram a Convenção de Arbitramento, celebrado em 03/08/1909 e vigorado em 14/12/1911, e o Tratado de Amizade, celebrado em 1943 e entrando em vigor em 1945. A tabela 8 registra alguns dos atos mais atuais entre Brasil e China:

Tabela 8 – Atos em Vigor Assinados por Brasil e China

Título	Data de celebração	Entrada em vigor
Memorando de Entendimento sobre Cooperação Industrial entre o MDIC do Brasil e a SDPC da China.	02/12/2002	02/12/2002
Ajuste Complementar sobre Saúde e Ciências Médicas ao Acordo de Cooperação Científica e Tecnológica.	24/05/2004	24/05/2004
Acordo de Cooperação Esportiva	24/05/2004	24/05/2004
Memorando de Entendimento sobre Cooperação (Hidroferroviária)	24/05/2004	24/05/2004
Memorando de Entendimento sobre a Cooperação para o Desenvolvimento de um Sistema de Aplicações para o Programa do Satélite Sino-brasileiro de Recursos Terrestres.	24/05/2004	24/05/2004
Memorando de Entendimento na Área de Segurança Sanitária e Fitossanitária de Produtos Alimentares.	24/05/2004	24/05/2004
Ajuste Complementar sobre Vigilância de Medicamentos e Produtos Relacionados à Saúde (ao Acordo de Cooperação Científica e Tecnológica)	24/05/2004	24/05/2004
Memorando de Entendimento sobre o Estabelecimento da Comissão Sino-Brasileira de Alto Nível de Concertação e Cooperação	24/05/2004	12/07/2004
Protocolo sobre Quarentena e Condições Sanitárias e Veterinárias de Carne de Aves a ser Exportada do Brasil para a República Popular da China	12/11/2004	12/11/2004
Protocolo sobre Quarentena e Condições Sanitárias e Veterinárias de Carne de Aves Processada Termicamente a ser Exportada da República Popular da China para a República Federativa do Brasil	12/11/2004	12/11/2004
Protocolo Complementar ao Acordo Quadro sobre Cooperação em Aplicações Pacíficas de Ciência e Tecnologia do Espaço Exterior para Cooperação no Sistema de Aplicações CBERS	12/11/2004	12/11/2004
Memorando de Entendimento sobre Cooperação em Matéria de Comércio e Investimento	12/11/2004	12/11/2004
Protocolo Complementar ao Acordo Quadro sobre Cooperação em Aplicações Pacíficas de Ciência e Tecnologia do Espaço Exterior para o Desenvolvimento Conjunto do Satélite Cbers-2B	12/11/2004	12/11/2004
Memorando de Entendimento na Facilitação de Viagens de Grupos de Turistas Chineses ao Brasil	12/11/2004	12/11/2004
Protocolo sobre Quarentena e Condições Sanitárias e Veterinárias de Carne Bovina a ser Exportada do Brasil para a República Popular da China	12/11/2004	12/11/2004
Protocolo sobre Quarentena e Condições Sanitárias e Veterinárias de Carne Suína Processada Termicamente a ser Exportada da República Popular da China para a República Federativa do Brasil	12/11/2004	12/11/2004
Memorando de Entendimento sobre Cooperação na Área de Proteção Ambiental	17/08/2005	17/08/2005
Memorando de Entendimento sobre Cooperação em Conservação da Biodiversidade Florestal	13/10/2005	13/10/2005
Memorando de Entendimento em Cooperação Industrial	30/9/2005	30/9/2005
Programa Executivo de Cooperação Educacional para os anos de 2006 a 2008	30/11/2005	1/1/2006
Acordo entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo da República Popular da China sobre o Fortalecimento da Cooperação na Área de Implementação de Infra-Estrutura de Construção	05/06/2006	22/11/2006

Fonte: Ministério das Relações Exteriores (2008).

Além destes acordos já estabelecidos, destacam-se acordos firmados em missões comerciais, para desenvolvimento comercial, tecnológico, agropecuário, etc.

Durante visita do presidente da China Hu Jintao a Brasília em 2004, foram assinados diversos acordos, sendo que os principais focaram os setores (CUCOLLO, 2004):

Agronegócio

- para abertura do mercado chinês de carne bovina para o Brasil, e para a exportação de frango in natura do Brasil para a China;

- abertura da venda de frangos e suínos processados da China para o Brasil;

- facilitação da venda de soja, óleo de soja e frutas para a China por grupos de trabalho;

- investimentos chineses em infra-estrutura no Brasil a fim de viabilizar o crescimento das exportações agrícolas.

Comércio e Investimentos

- haverá maiores dificuldades para o Brasil devido à exigência chinesa de reconhecimento de sua economia como sendo de mercado, gerando problemas para que o Brasil defenda sua indústria nacional dos produtos chineses;

- custos no transporte entre Brasil e China serão reduzidos através do uso dos mesmos navios que levam e trazem minério de carvão e coque siderúrgico. Dessa maneira os produtos brasileiros conseguem se tornar mais competitivos;

- formação de *joint-ventures*;

- transferência de tecnologias nas áreas de software e automação bancária;

- investimentos em infra-estrutura, energia, gás natural, proteção ambiental, meios de transportes, biotecnologia e mineração;

Aviação

- comprometimento por parte chinesa de incentivar a compra de cerca de dez aeronaves da joint-venture formada entre o país e a Embraer;

- estudo da possibilidade da redução de taxas aeroportuárias para jatos regionais, para incentivar a compra das aeronaves como as da Embraer;

Turismo

- abertura do Brasil como destino para visitas de turistas chineses.

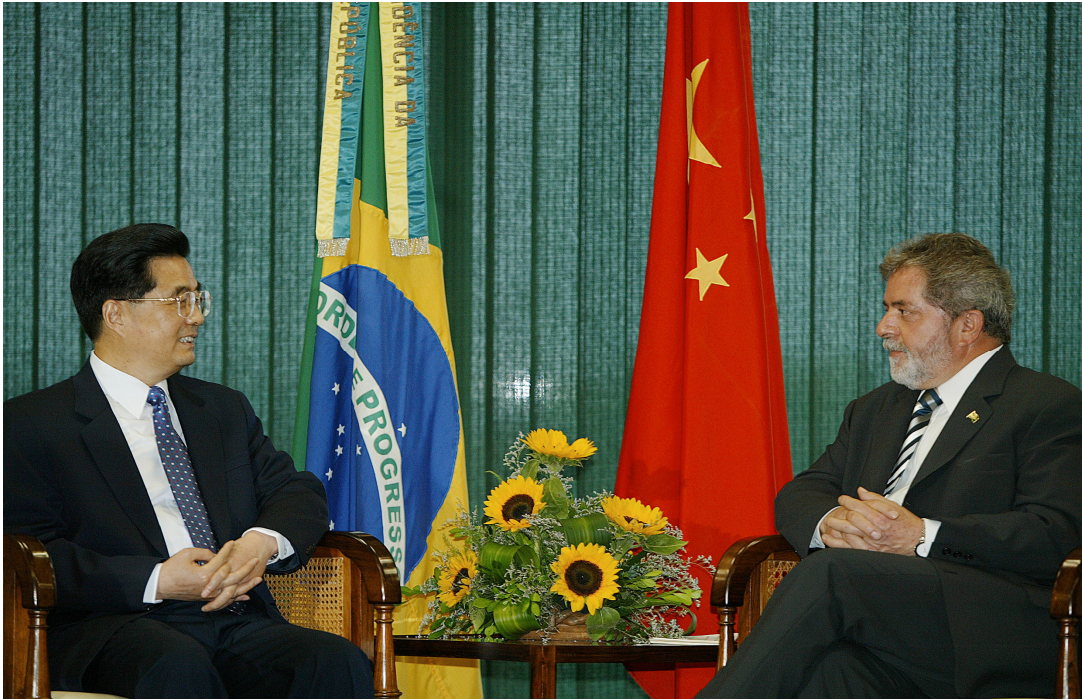


Figura 4 - Presidente da China, Ju Jintao, e o Presidente do Brasil. Palácio do Planalto em Brasília no ano de 2004.

Em 2003, o ministro Luiz Fernando Furlan se encontrou com o ministro da Administração Geral da Supervisão de Qualidade, Inspeção e Quarentena (AQSIQ) da China, Li Changjiang, responsável pelo controle de barreiras sanitárias. Foram discutidos temas como a carne brasileira e a soja, que sofria uma demora para entrar na China, devido à liberação do produto pelo governo chinês, que exigia uma certificação. A autorização foi liberada logo depois que a China conseguiu desovar a safra de soja produzida localmente (MDIC, 2008).

Em 2007 os Estados Unidos contestaram um acordo entre Brasil e China sobre a exportação de brinquedos. Tal acordo limita as exportações chinesas de brinquedos para o mercado brasileiro até o ano de 2010. Os americanos exigiram uma explicação do Brasil frente à OMC e advertiram contra a reintrodução de medidas de zona cinzenta no comércio, enfatizando que este tipo de participação oficial é proibida (LANDIM, 2007).

Medidas de zona cinzenta são aquelas incompatíveis às regras internacionais. Logo após a rodada do Uruguai cerca de 200 acordos deste tipo estavam em vigor, favorecendo setores como o de automóveis, produtos agrícolas e artigos de viagem.

Em explicação o Brasil salientou que não são medidas cinzentas, mas sim um acordo que evitava as salvaguardas contra a China. O que não pode acontecer é que outros países

prejudiquem os acordos já estabelecidos, que foram negociados para que os dois países obtenham vantagens (LANDIM, 2007).

Também em 2007, Brasil e da China intensificaram a cooperação bilateral na área de energia elétrica, petróleo e gás natural. O acordo previa o intercâmbio de tecnologias, informação, conhecimento e treinamento com a finalidade de fortalecer a união e a cooperação entre as empresas brasileiras e chinesas no campo da infra-estrutura (REBELO, 2007).

Todos esses acordos aproximam os parceiros e são essenciais para a busca de uma atuação clara no mercado, onde se torna possível o conhecimento e a superação dos limites, a visualização de perspectivas futuras, o que um país espera do outro e como este vai cooperar com o parceiro para que mutuamente se tornem mais competitivos e rentáveis.

3.2 Perspectivas para o Incremento das Relações Comerciais entre Brasil e China

A meta brasileira para dobrar as exportações para China até 2010 será definida a partir de um conjunto de 28 setores da economia e 147 produtos, dentre eles o petróleo e derivados, metais não-ferrosos, papel e celulose, carnes (desde que superadas as barreiras sanitárias) e até têxtil, no caso de produtos de alto valor agregado. Essa lista consta do relatório “Agenda China” apresentada pelo conselho Empresarial Brasil-China (CEBC) com uma parceria do Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC) (GAZETA MERCANTIL, 2008).

Welber Barral, Secretário de Comércio Exterior do MDIC relata em entrevista:

A China, há poucos anos, era o vigésimo parceiro brasileiro em comércio exterior, hoje é o terceiro. Sua participação no comércio com o Brasil saiu de 2 % em 2000 e deve alcançar os 12 % no ano que vem. Já o Brasil, que detinha 0,5 % do comércio da China, passou a deter 1,12% no ano passado (GAZETA MERCANTIL, 2008).

Apesar de o aumento ser bastante significativo para o comércio bilateral, ainda deve-se levar em consideração o aumento significativo das importações chinesas para o Brasil, o que vem desequilibrando sua balança comercial.

O Brasil tem interesses na China, por se tratar de uma importante fonte supridora de matérias-primas, principalmente produtos alimentícios e insumos básicos. Nesse sentido

enquanto a China se especializa em produtos manufaturados, é mantido e ampliado o interesse na importação de produtos básicos do Brasil.

O que vem incomodando muito os empresários brasileiros é justamente esse alto nível de exportação de produtos básicos, por se tratarem de produtos de baixo valor agregado.

Dentre os produtos exportados para lá, os manufaturados chega a quase 1%. Eles acreditam que o Brasil tem potencial de aumentar as exportações para China de produtos manufaturados (MINISTÉRIO DE PLANEJAMENTO, 2007).

Em 2006, cinco dos dez principais produtos a ser exportados para a China foram básicos (minério, soja, petróleo, ferro-ligas e fumo em folha). Outros quatro incluem-se nos semimanufaturados (celulose, óleo de soja, couros e peles e madeira serrada). De manufaturados nos dez maiores, só motores para veículos (MINISTÉRIO DE PLANEJAMENTO, 2007).

Na opinião de especialistas em comercio exterior, as oportunidades para as indústrias brasileiras estão em produtos diferenciados, de maior valor unitário e com mais qualidade, em setores como têxteis e calçados.

Mas também é importante estar atento às taxas robustas que influenciam a dinâmica dos mercados, às dificuldades internas do país e principalmente à logística deficiente e aos custos de produção.

A empresa Santista Têxtil já adotou este mecanismo. A empresa já tem um número bastante expressivo de clientes na China e já tem planos para dobrar as exportações de denim³ diferenciados em termos de padrão de qualidade e acabamento para a China. A Santista acredita que com esse diferencial em seus produtos, essas inovações possam ser mais competitivas e que dessa maneira a empresa consiga uma grande fatia nesse mercado (MINISTÉRIO DE PLANEJAMENTO, 2007).

No setor Calçadista, a Bordallo, de Franca-SP, já possui uma grande fatia no mercado chinês. Sócia da Ghetz Brasilan Footwear, que representa a marca na Europa e na Ásia, em 2006, a Bordallo vendeu 10 mil pares de sapatos para China ao preço médio de US\$ 30 o par. A empresa trabalha com a marca Anatomic Gel, cujo conceito é conforto, e esses sapatos já são vendidos ao lado dos Armani, e de grandes marcas internacionais (MINISTÉRIO DE PLANEJAMENTO, 2007).

³ Demin é um tipo de tecido de algodão em que somente os fios do urdume (horizontal) são tingidos com corante índigo, normalmente com ligamento de sarja. É a matéria prima para a fabricação de artigos *jeans*.

Analisando as oportunidades que o Brasil tem para explorar na China e de acordo com a potencialidade de cada produto, será abordado a seguir a questão de investir em produtos ainda pouco exportados e que configuram ótimas oportunidades para o crescimento brasileiro.

- Produtos Primários – Alimentos – A segurança alimentar é de vital importância para o crescimento econômico do país e o Brasil encontra-se entre os maiores produtores mundiais agropecuários. Ao contrário da China o país possui uma grande área ainda propícia para o plantio e torna-se o único país adequado para ampliar a produção agrícola em condições de atender à demanda chinesa (PAULINO, 2004).
- A Carne bovina é um dos produtos que não eram exportados para China, porque o país não possuía uma autorização sanitária para tal prática. Com a vinda do presidente Hu Jintao ao Brasil em 2004, foram assinados diversos acordos comerciais, entre eles protocolos sobre condições sanitárias que abrem finalmente as portas para o mercado chinês de carne bovina, incluindo os miúdos e de frango *in natura* (OTTA, 2004).
- Suco de laranja é muito pouco exportado para China. São exportados cerca 30 mil toneladas por ano. Mas esse número poderá aumentar nos próximos anos, com a entrada do China na OMC, houve uma redução na tarifa aduaneira de 75% para 7,5% uma das mais baixas do mundo (GRAÇA, RODRIGUES, 2004).
- Exportação de frutas é um dos grandes potenciais brasileiros. Por ser um país tropical riquíssimo nos mais variados tipos de frutas, o Brasil se destaca por produzir desde frutas cítricas, até caju, manga, melão, abacaxi, frutas da Amazônia (como açaí), melancia, banana, enfim uma diversidade gigantesca, onde muitas delas só existem aqui. No entanto o país não exporta para China, mas o setor é um mercado em potencial para o Brasil. Com este objetivo foi assinado um outro acordo com a visita do presidente chinês na mesma ocasião onde se criou um grupo de trabalho para facilitar a venda de soja, óleo de soja e frutas que devem concluir as análises de riscos de praga para viabilizar o comércio bilateral de frutas (MAPA, 2004).
- O café é um produto que vem adquirindo a cada dia mais espaço entre os gostos chineses. Mesmo o chá sendo considerado a bebida habitual do país, já existe nos grandes centros, centenas de lojas onde se pode apreciar o café. O Brasil é um grande produtor de café e o maior exportador de café em grãos, porém este mercado só será conquistado a médio e longo prazo, até os chineses passarem a consumir café em casa (GRAÇA, RODRIGUES, 2004).

- Etanol (Álcool combustível) é uma ótima oportunidade para o Brasil manter comércio com a China, já que ela adota métodos para utilizar fontes de energia renováveis e menos danosas ao meio ambiente e o álcool se encaixa perfeitamente neste contexto. Apesar de a China ser o terceiro maior produtor de álcool do mundo, estes são produzidos a base de milho e trigo, o que torna o custo bem mais alto do que o produzido aqui no Brasil à base de açúcar. Outro ponto favorável é que por meio de um programa governamental começou-se a misturar álcool com gasolina em três províncias em 2001. É um programa que há 3 anos determinou uma mistura de álcool e gasolina da China, em uma proporção inicial de 10 % que abre um mercado potencial de 4,5 bilhões de litros por ano. O Brasil aguarda a concretização das negociações com o governo chinês, para que possa participar do referido programa governamental, pois uma vez reduzidas as barreiras tarifárias o Brasil poderá exportar seu álcool a base de cana 30% a 40% mais baratos que o álcool a base de milho produzido na China (MARTINS, 2004).
- Consultoria, Serviços de Engenharia e Arquitetura - O Brasil é um país que se enquadra bem nesses aspectos, e muito capacitado para atuar nessa área, e esse ramo vem contribuindo bastante para o crescimento econômico chinês. A construção da hidrelétrica Três Gargantas conta com a participação de vários grupos nacionais e essa participação pode ser ainda maior. Outro aspecto que devemos destacar é a questão da Arquitetura, pois tem grande importância para infra-estrutura, para que se harmonize novamente o espaço que foi alterado (AKASHI, 2004).
- Manufaturados – Enquadram-se na possibilidade do Brasil exportar carros bicompostíveis ou transferir essa tecnologia para os chineses. Durante a recente visita do presidente Hu Jintao ao Brasil foi acordado que provavelmente essa tecnologia será repassada aos chineses e caberá ao Brasil e aos empresários que cuidam desse ramo saberem cobrar o preço justo a essa tecnologia (VILLELA, 2004).
- Tecnologia da Informação – Em principal os softwares de gestão financeira, geridas em nossos bancos são os mais potenciais. O Brasil possui uma das melhores tecnologias do mundo em termos de sistema de informação bancária e a China tem um grande interesse nessa tecnologia. Na China os 4 maiores bancos contém cada um 300 mil funcionários e é justamente pela nossa tecnologia, e pela rapidez e facilidades que ele proporciona, com certeza o Brasil estará entre os mais competitivos (VILLELA, 2004).

- Tecnologia em agropecuária – A China, como nos itens anteriores, tem sérios problemas com solos inapropriados para cultivo agrícola fazendo com que seus rebanhos tenham pouca produtividade. A EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) atua com a biotecnologia em sementes e rebanhos e desenvolve também tecnologia para correção e aproveitamento de solos. Um exemplo da eficiência dela é o trabalho realizado com o solo da região de Goiás que era muito árido e depois de muito trabalho da EMBRAPA hoje esta região é um sucesso na área de agronegócio. A Embrapa detém hoje tecnologia suficiente para atender a demanda chinesa a qualquer momento (VILLELA, 2004).

O trecho de um pronunciamento do presidente Lula na época da visita do presidente chinês ao Brasil revela intenções futuras de negócios.

O Brasil é o primeiro parceiro comercial da China na América Latina. A China tornou-se o terceiro maior destino das exportações brasileiras no mundo. Em setembro de 2004, nossas exportações para a China já haviam alcançado o volume de todo ano de 2003, cerca de US\$ 4,5 bilhões. Nosso comércio, que hoje chega US\$ 8 bilhões, pode mais que duplicar nos próximos cinco anos. Alias nesse item o presidente Hu Jintao me disse para trabalharmos para os próximos três anos alcancemos uma relação comercial de ordem de US\$ 20 bilhões. Para assegurar esse prognóstico, estamos promovendo um amplo entendimento comercial que, esperamos, venha beneficiar o Brasil e a China, bem como nossos parceiros do Mercosul (...) Considero de fundamental importância as parcerias e associações entre empresas dos dois países. Temos hoje aqui, mais de 300 empresários chineses. Neste momento, está se realizando uma reunião do Conselho Empresarial Brasil-China, criado para promover a aproximação entre os investidores dos dois países (FOLHA ONLINE, 2004).

O Brasil é um país riquíssimo em vários aspectos, e pode oferecer a China muito mais do que *commodities*, como produtos diversificados, com qualidade e maior valor agregado.

Ao analisar as oportunidades de mercado nas vendas do Brasil para a China, nota-se que existe um potencial para ser aprofundado significativamente.

Para isso é preciso uma postura mais pró-ativa dos empresários e também do governo brasileiro, além do perfil agressivo para crescer e interagir com o mercado, para entender quais as reais necessidades do povo chinês.

3.3 Ganhos e Perdas da parceria entre Brasil e China

Apesar do salto do comércio sino-brasileiro ter ocorrido apenas no início desta década, deve-se lembrar que dentre toda movimentação de recursos, transações e negociações que existem hoje entre Brasil e China, grande parte é consequência de décadas de esforço e dedicação de ambos os países, que viram um no outro a oportunidade de crescer, não só comercialmente, mas política e socialmente também.

O Brasil exportou e exporta muito, visto a demanda chinesa por matérias-primas e produtos básicos, como visto no item 1. No sentido contrário o aumento também ganhou destaque, colocando a China como principal exportador de produtos manufaturados com destino ao Brasil, que acabam se tornando alvo de barreiras comerciais, devido ao baixo preço e competitividade que seus produtos apresentam.

Embora tenha mostrado seu potencial e se mantido presente nas pautas de importação chinesas, o Brasil ainda tem um longo caminho pela frente, e precisa se posicionar para conseguir competir não só com a China, mas com qualquer outro país desenvolvido do mundo.

Já a China continua sua saga em busca de se desenvolver e vender ainda mais, oferecendo produtos cada vez mais elaborados com alto teor tecnológico e com alto valor agregado, com o desafio de garantir melhorias à sua população, que sofre com a exploração de seu trabalho, não reconhecido e desvalorizado.

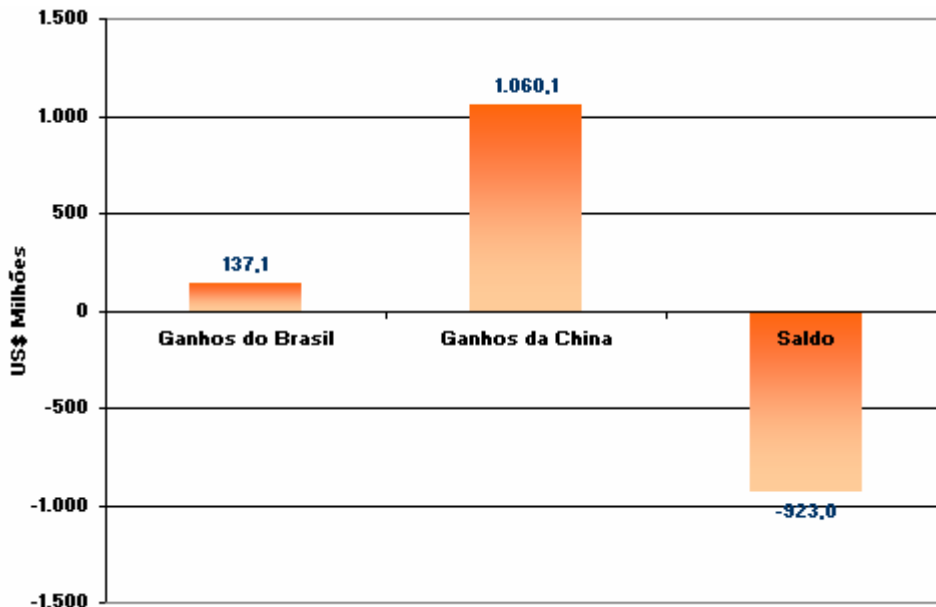
Este país ganhará cada vez mais espaço, e não lucrará somente com o valor financeiro, mas também com a conquista de grandes fatias do mercado, garantindo-lhe autonomia e poder de barganha nas negociações frente a países concorrentes.

Frente à forte e constante inundação de produtos chineses no mercado brasileiro, o país asiático vem sofrendo com barreiras impostas por empresários e pelo governo brasileiro, devido ao incômodo causado à indústria nacional por seus preços baixos. A China, por consequência, também usa de artifícios para dificultar o envio de produtos brasileiros às terras orientais, utilizando práticas não transparentes de comercialização e um moroso processo de importação, o que acaba prejudicando as exportações brasileiras.

De acordo com um estudo realizado em Julho de 2007 pela FIESP, que mostra a ascensão da China no mercado norte-americano e os impactos para as exportações brasileiras, o total de perdas do Brasil para a China apenas no cenário norte-americano foram cerca de onze vezes maior do que os ganhos brasileiros sobre os chineses. (FIESP, 2007)

O gráfico 9 mostra a comparação entre os ganhos e perdas nos Estados Unidos.

Gráfico 9 – Ganhos e perdas de Brasil e China no mercado dos Estados Unidos (2005-2006)



Fonte: FIESP (2007)

Pela análise do gráfico é possível perceber que entre os anos de 2005 e 2006 a China lucrou mais de US\$ 1 bilhão com exportações aos Estados Unidos, o que causou um grandioso impacto nas exportações brasileiras com mesmo destino, que garantiram apenas US\$137 milhões de ganhos para o Brasil, gerando um saldo negativo de US\$ 923 milhões para o Brasil.

Em um panorama geral, Brasil e China acumulam saldos positivos e negativos, sendo que a China consegue superar o Brasil em negociações referentes à máquinas, calçados e têxteis, como discutido ao decorrer deste trabalho. Em contrapartida, o Brasil se levanta como fornecedor mundial de combustíveis, ganhando destaque para o álcool e os biocombustíveis, que exercem significativo ganho se comparado à produção chinesa.

Neste sentido o Brasil pode se tornar um importante fornecedor de biocombustível para a China, já que entre os anos de 1996 e 2006 o consumo de óleo fóssil chinês cresceu cerca de seis vezes, e visto a preocupação mundial com as reservas naturais de petróleo (INTELOG, 2008).

O Brasil também tem aproveitado os crescentes investimentos que a China tem feito, porém ainda não com tanto sucesso, pois os investimentos chineses no Brasil ainda são pequenos se comparados ao volume de comércio entre os parceiros. Fatores como o

desconhecimento dos instrumentos e incentivos oferecidos pelo Brasil, a pouca divulgação das oportunidades de investimento e também a burocracia deixam o caminho mais tortuoso para a concretização de novos negócios (AGENDA CHINA, 2008).

Alguns setores da economia brasileira terão destaque neste tema, já que é interessante para o Brasil agregar valor aos produtos exportados para a China e diversificar a pauta exportadora, que como abordado nos itens anteriores, se estrutura nos produtos básicos.

Um dos setores potenciais para receber os investimentos chineses é o setor siderúrgico, que iriam impulsionar as exportações de minério de ferro, gerando empregos e a movimentação de divisas. Outros setores que ganham destaque são os setores de logística e o setor portuário, sendo cruciais na redução dos custos de frete e na facilitação do escoamento da produção (AGENDA CHINA, 2008).

Para atrair os investimentos estrangeiros ao mercado brasileiro é preciso que este se dedique a participar de feiras e eventos internacionais, buscando o apoio do governo e de instituições ou órgãos especializados, para facilitar as trocas e o fluxo de mercadorias e investimentos entre eles, da mesma forma que a China faz para atrair os investidores.

Os investidores estrangeiros demonstram muito interesse pela China, apesar do mercado de investimentos ser de difícil acesso, devido aos obstáculos da legislação chinesa restritiva.

É importante ressaltar que os investimentos à China são inibidos e controlados, às vezes até proibidos se não estiverem de acordo com os planos do Estado Chinês.

No Rio Grande do Sul foi fechada uma parceria em agosto de 2008, onde o país asiático está investindo R\$ 1,2 bi na instalação da termelétrica de Candiota, que gerará 350 megawatts de potência a partir do carvão mineral. As negociações começaram em 2004, quando a então ministra de Minas e Energia, Dilma Rousseff foi para a China para viabilizar oportunidades e apresentar projetos de empresários brasileiros na área energética. Hoje, cerca de 70 chineses trabalham na obra e a empresa investidora vê oportunidades para investir também em companhias aéreas, de seguros e de construções (GAZETA MERCANTIL, 2008).

Os ganhos na competitividade de alguns produtos brasileiros que são exportados para a China transformam a capacidade de alguns setores produtivos na ampliação de suas ofertas e não na política de identificação das novas oportunidades de comércio.

O Brasil teve uma perda de US\$ 1 bilhão para a China só no ano passado em exportações para os Estados Unidos, e se o país continuar assim, perdendo suas exportações para um país que trabalha muitas vezes de forma ilegal, com preços abaixo do normal e que

prática a pirataria, não conseguirá sustentar seu mercado internacional e conseqüentemente também terá inúmeros prejuízos no seu mercado nacional (REHDER, 2007).

Nos últimos 20 anos a China tem se comportado de forma agressiva em relação ao seu crescimento mundial e principalmente nas exportações, lutando de todas as formas para ganhar um pedaço ainda maior do mercado mundial. Este país não mede esforços contra o seu concorrente e investe pesado, só que em muitas vezes de forma ilegal (REHDER, 2007).

Segundo informações da Fiesp, a China ganhou alguns setores que pertenciam ao mercado brasileiro, como o de aparelhos elétricos, máquinas e também uma parte da indústria calçadista, trazendo grandes prejuízos e perdas irreparáveis ao Brasil.

Somente do setor de máquinas e elétricos o país teve uma perda de US\$ 305,5 milhões que eram exportados para o mercado americano e com a indústria de calçados Sândalo perdeu US\$ 81,9 milhões que também eram exportados para este mercado. Essas perdas resultaram em um forte impacto para o Brasil pois setores fortes como os que foram afetados são os que mais geram lucros, e os que trazem mais empregos e melhores condições para a sociedade e fazem a economia do país crescer (REHDER, 2007).

O governo brasileiro deve ser um pouco mais rigoroso em relação as mercadorias, impondo leis com multas à serem pagas para aqueles que as desobedecerem, colocar mais fiscalização nos portos e ficar atento as mercadorias chinesas que adentram no país, deve ser feito uma fiscalização, como pente fino, até que se prove quando tiver alguma irregularidade.

Enquanto a China se preocupa em praticar uma política comercial e industrial ativa, realizando exportações de produtos eletrônicos e industrializados que geram um alto valor agregado, o Brasil aparentemente se contenta em exportar suas commodities, fonte de baixa lucratividade.

CONCLUSÕES

A necessidade das relações comerciais entre os povos, como foi estudado no decorrer deste trabalho, iniciou-se com o escambo, que era uma simples troca de mercadorias sem valor agregado, que as pessoas trocavam entre si conforme as suas necessidades.

Com a insuficiência de recursos e a procura de novas mercadorias fez com que as pessoas buscassem novos meios de trocas e novos mercados, para que desta forma as negociações comerciais se desenvolvessem, não somente no mercado nacional, mas também no mercado internacional, trazendo assim benefícios aos países envolvidos.

Com o aprimoramento dos estudos das relações comerciais no âmbito mundial, descobrimos dois países fortes com algumas características em comum.

Brasil e China, países geograficamente distantes, com populações numerosas, fatores históricos e culturas diferentes, que se encontram na lista dos cinco maiores países do mundo em relação ao crescimento populacional e territorial, com suas economias em constante desenvolvimento, mas que também possuem problemas com a desigualdade social e a forma irregular da distribuição de renda, esses são os fatores que ambos os países têm em comum.

Depois de muitos contratempos entre os países, por conseqüências do governo e da Guerra Fria, pois o Brasil era aliado e possuía relações com o líder do bloco capitalista os Estados Unidos, foi que o Brasil reatou suas relações diplomáticas com o governo chinês, permitindo que as relações comerciais entre os países se desenvolvessem positivamente.

No início desta relação, ambos países não obtiveram grandes resultados em suas receitas, mas foi na década de 90, depois que o Brasil abriu suas portas para o mercado internacional, que o desenvolvimento começou a ser positivo para os países parceiros, concedendo novas oportunidades de negociações e aumentando o fluxo de suas vendas.

A aproximação destes países para a economia mundial é um fator positivo, pois possibilita um relacionamento bilateral com grandes expectativas para o desenvolvimento dos mercados nacionais e internacionais, gerando avanços nos planos políticos e comerciais, concedendo assim a satisfação dos interesses brasileiros.

No decorrer dos anos as relações comerciais entre o Brasil e a China se consolidaram no cenário mundial. Atualmente a China é um dos principais parceiros comerciais do Brasil, junto com os Estados Unidos, os países da União Européia e do Mercosul.

As exportações brasileiras de produtos básicos para a China são maiores devido à pobreza do seu setor agrícola, que não possui área adequada para o cultivo de alimentos, e por dependerem fortemente de irrigação necessitam importar commodities para seu consumo interno.

O Brasil é um país rico no setor agrícola e esse fator contribuiu para o aumento de suas exportações, o que gerou o desenvolvimento e crescimento econômico do país.

O mercado brasileiro é muito eficiente e produtivo na agricultura, mas ainda não consegue industrializar os produtos básicos que exporta. As perdas com a falta de valor agregado não se limitam ao que o país deixa de ganhar, mas também ao que o país deixa de desenvolver. Além da redução da receita das vendas, essa questão veda os investimentos e a criação de empregos de melhor qualidade, sendo que os custos de infra-estrutura e deficiências na logística contribuem em peso para nos afastar dos olhos dos investidores estrangeiros.

O Brasil é um país privilegiado com o petróleo e pode ganhar muito com este produto, o que traria inúmeros benefícios e lucros para o mercado brasileiro. A China é um dos maiores consumidores de petróleo do mundo e com o aumento do consumo este país pode se tornar responsável pelo aumento da demanda mundial e conseqüentemente pelo aumento do preço.

O mercado chinês exporta para o Brasil suas tecnologias, seus produtos industrializados, como computadores, produtos siderúrgicos acabados, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, calçados e tecidos que possuem maior valor agregado, com isso o país consegue ter um retorno e lucro maior do que o Brasil.

Como já foi comentado no item 1 deste trabalho, Brasil e China, mesmo com suas diferenças culturais e geográficas são parceiros comerciais e buscam novas oportunidades para o desenvolvimento sócio-econômico de seus mercados.

Com o passar do tempo o Brasil percebeu que a China não estava sendo somente um parceiro comercial, mas também passou a ser um adversário, fazendo o Brasil perder parte de seu espaço no mercado internacional e nacional, pelo simples fato da venda de produtos mais baratos que os produtos brasileiros.

Para que haja uma harmonia em um comércio bilateral, é necessário que os dois países saiam ganhando, ou melhor, que nenhum seja menos favorecido do que o outro, o que não vem acontecendo nessa relação sino-brasileira.

O principal entrave para a comercialização de produtos entre Brasil e China são as barreiras comerciais que prejudicam o comércio de ambos.

A China vem conquistando o mundo com sua estrutura altamente produtiva e o baixo custo de seus produtos, o que vem preocupando muitas empresas brasileiras, principalmente as de pequeno e médio porte, e também aquelas que estão sendo inseridas no mercado atualmente.

Com a entrada da China na OMC as oportunidades para o Brasil aumentaram, embora a redução das tarifas possa ser descartada pela manutenção de intensas barreiras não tarifárias. A determinação do preço de exportação é um dos aspectos mais importantes e decisivos para a conquista e permanência nesse mercado internacional, ainda mais quando se trata de um país como a China, que barganha de todas as formas possíveis.

Frente a todas essas barreiras que entram o comércio, sejam elas tarifárias ou não-tarifárias, é importante que o país haja de acordo com as normas e regras da OMC, a fim de diminuir os impasses e promover a mínima interferência no livre comércio.

A adoção de medidas de proteção a indústria nacional ou de medidas que assegurem a saúde da população são inevitáveis, portanto é preciso agir com bom senso para que o direito de comercializar do Brasil e dos outros países seja garantido.

O que os exportadores brasileiros podem fazer é garantir a qualidade de seus processos industriais, de seus serviços e de seus produtos finais, para que os chineses tenham segurança e confiem no produto que estão comprando.

O Brasil, importante país importador, também adota medidas para barrar as importações chinesas, a fim de proteger e estimular seu mercado interno.

Mesmo sendo a favor de um comércio livre, entendemos que as barreiras comerciais adotadas pelos países são essenciais para o comércio internacional. Sem elas, os países utilizariam meios ilegais para obter mais lucro, sem respeitar a indústria nacional dos países importadores, destruindo a economia local e gerando prejuízos irreparáveis ao mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

_____, **A grande barreira para o esforço exportador do país.** Gazeta Mercantil, São Paulo, A2, 13 jun 2008.

_____, **A próxima potência dos combustíveis.** INTELOG – Inteligência em gestão logística, 5 out 2008. Disponível em:
<http://www.intelog.net/site/default.asp?TroncoID=907492&SecaoID=508074&SubsecaoID=715548&Template=./artigosnoticias/user_exibir.asp&ID=181113&Titulo=A%20pr%F3xima%20pot%EAncia%20dos%20combust%EDveis> Acesso em 05 out 2008.

_____, **Barreiras não tarifárias.** Ícone Brasil. 2008. Disponível em:
<<http://www.iconebrasil.org.br/pt/?actA=16&areaID=14&secaoID=29&letraVC=B>> Acesso em 19 set 2008.

_____, **Brasil assina acordos com a China para indústria, turismo e tecnologia.** Folha Online. Disponível em:
<<http://portuguese.cri.cn/1/2004/11/15/1@18923.htm>>. Acesso em 03/10/2008 .

_____, **Brasil e China fecham parceria no RS.** Gazeta Mercantil, São Paulo, C5, 11 ago 2008.

_____, **Brasil é o campeão mundial em burocracia.** Administradores, 29 jun 2007. Disponível em:
<http://www.administradores.com.br/noticias/brasil_e_o_campeao_mundial_em_burocracia/11266/> Acesso em: 04 out 2008.

_____, **Brasil planeja duplicar vendas à China.** Gazeta Mercantil. Disponível em: <<http://indexet.gazetamercantil.com.br/arquivo/2008/08/20/95/Brasil-planeja-duplicar-vendas-a-China.html>> Acessado em: 17/09/2008.

_____, **China baixa tarifa de carne de porco.** Gazeta Mercantil, São Paulo, C8, 29 mai 2008.

_____, **China taxa exportação de liga metálica.** Gazeta Mercantil, São Paulo, C2, 18 ago 2008.

_____, **Controle da gasolina protege chineses.** Gazeta Mercantil, São Paulo, p. C7, 20 jun 2008.

_____, **EUA fazem recall de 1 milhão de brinquedos feitos na China.** BBC BRASIL. 02 ago 2007. Disponível em:
<http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/story/2007/08/070802_brinquedoschina.shtml> . Acesso em: 07 mai 2008.

_____, **Experiências Asiáticas, modelo para o Brasil?** Cadernos Adenauer, ano IV, 2003.

_____, **Guerra Comercial ou Integração Mundial pelo Comércio? A OMC e o Brasil/** Paulo Borba Casella, Aramita de Azevedo Mercadante coordenadores. – São Paulo: LTr, 1998.

_____, **Importações chinesas mantêm rápido crescimento.** China Radio Internacional. 04 fev 2005. Disponível em:
<<http://portuguese.cri.cn/1/2005/02/04/1@23246.htm>>. Acesso em 17 mai 2008.

_____, **Importações de bens duráveis da China duplicam no terceiro trimestre.** Portal Fator Brasil. 2008. Disponível em:
<http://www.revistafator.com.br/ver_noticia.php?not=1406> Acesso em: 30 set 2008.

_____, **Infra-estrutura é o maior entrave para as exportações.** Gazeta Mercantil, São Paulo, A2, 20 ago 2008.

_____, **Iphone made in China, você compraria?** Disponível em:
<<http://liverig.wordpress.com/2008/03/15/iphone-made-in-china-voce-compraria>> Acesso em: 18/03/2008.

_____, **Lula: ‘Brasil se apresenta como principal país para produzir alimentos no mundo’.** G1 Política. 23 jun 2008. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL610391-5601,00.html>>. Acesso em 23 jun 2008.

_____, **Missão de empresários tenta promover imagem do Brasil na China.** G1 Economia e Negócios. 09 jul 2008. Disponível em:
<http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL640533-9356,00-MISSAO+DE+EMPRESARIOS+TENTA+PROMOVER+IMAGEM+DO+BRASIL+NA+CHINA.html>. Acesso em 10 jul 2008.

_____, **O Brasil no Sistema de Solução de Controvérsias da OMC.** Wikipedia. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Atua%C3%A7%C3%A3o_do_Brasil_na_OMC> Acesso em 24 set 2008.

_____, **OMC: O Brasil vai endurecer com a China.** ABIN – Agência Brasileira de Inteligência. Disponível em: <<http://www.abin.gov.br/modules/articles/article.php?id=2954>> Acesso em 06 out 2008.

_____, **País usa barreira não-tarifária contra chineses. Câmara de Comércio e Indústria Brasil China.** Disponível em: <http://www.ccibc.com.br/pg_dinamica/bin/pg_dinamica.php?id_pag=2468> . Acesso em: 06 out 2008.

_____, **Regras de origem.** CICOM – Câmara Internacional de Comércio. 2008. Disponível em: <<http://www.acii.com.br/cicom/html/regras.html>>. Acesso em: 01 out 2008.

AGÊNCIA INDUSNET FIESP. **Especialistas discutem novo marco regulatório voluntário de certificações no contexto das negociações internacionais.** São Paulo, 06 jun 2008. Disponível em: <<http://www.fiesp.com.br/agencianoticias/2008/06/06/novo-marco-regulatorio-discussao.ntc>> acesso em 12 out 2008.

AKASHI, Alexandre. **Arquitetura tipo exportação.** Revista Parceria Brasil-China. São Paulo. Ano 2, n. 4. 2004, p 17

AMARAL, A. C. R (COOR), **Direito do Comercio Internacional aspectos Fundamentais.** Aduaneiras. São Paulo, 2004. p 102-117.

ARTIGO VEJA. **Reportagem Especial A China em números.** Ed. 1968, ano 39 nº 31, Editora: ABRIL, 9 agos 2006.

ASSIS, Jaime Soares de. **Fabricante de máquinas vira importador.** Gazeta Mercantil, São Paulo, A7, 28 mai 2008.

ASSIS. Jaime Soares de. **Infra-estrutura é crítica para expansão das exportações.** Gazeta Mercantil, São Paulo, A4, 19 ago 2008.
BANCO CENTRAL DO BRASIL. **A História da Moeda.** Disponível em <<http://www.bcb.gov.br>> Acesso em 14 jun 2008.

BARRAL, Welber. BROGINI, Gilvan. **Manual Prático de Defesa Comercial**. São Paulo: Aduaneiras, 2007. Disponível em <<http://livraria.aduaneiras.com.br/produto/PDF/500687.pdf>> acesso em 21 set 2008.

BRASIL. Departamento de Negociações Internacionais. Secretaria de Comércio Exterior. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **CHINA Intercâmbio Comercial, tarifas aduaneiras, barreiras em bens e serviços e compromissos na acessão à OMC**. 2002. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1196772978.pdf> Acesso em: 02 mai 2008.

BRASIL. **Ministério da agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Brasil exportara carne a China. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u90685.shtml>>. Acesso em: 10 out 2008

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Atos Internacionais. **Atos Internacionais - Prática Diplomática Brasileira – Manual de Procedimentos**. Disponível em: <<http://www2.mre.gov.br/dai/PraticaDiplomaticaBrasileira.pdf>> . Acesso em: 15 out 2008.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Informação Comercial. **Como Exportar: República Popular da China**. Ministério das Relações Exteriores. Brasília: MRE, 2004.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Agenda China – Ações positivas para as relações econômico- comerciais sino-brasileiras**. 2008

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **Maiores Oportunidades estão em nichos de mercado**. 01 fev 2007 Disponível em : <<http://clipping.planejamento.gov.br/Noticias.asp?NotCod=334959>>. Acesso em 07 mai 2008

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Estado de Comunicação do Governo. **Brasil 1994-2002: a era do Real**. Brasília: SECOM, 2002.

CESUMAR. **Dez anos de OMC**. Iniciação Científica, junho 2006, v. 08, n.01, p.57-63 - Edição Especial. Disponível em: <<http://www.cesumar.br/pesquisa/periodicos/index.php/iccesumar/article/viewFile/138/75>> acesso em: 06 set 2008

CUCOLLO, Eduardo. **Veja os principais pontos dos acordos assinados entre Brasil e China.** Folha Online. 12 nov 2004. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u90685.shtml>>. Acesso em 24 out 2008.

ELIAS, Juliana. **Importações mudam perfil da produção.** Gazeta Mercantil, São Paulo, A7, 28 mai 2008.

EMBAIXADA DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA NO BRASIL. **Brasil quer ser principal fornecedor de alimentos da China.** 17 dez 2007. Disponível em: <<http://www.embchina.org.br/por/jmwl/t390710.htm>>. Acesso em: 17 jun 2008.

EMBAIXADA DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA NO BRASIL. **Entrevista Concedida por Sua Ex^a Embaixador Wang Yongxiang à Revista Economia do Jornal do Estado de Minas Gerais.** 17 ago 2004. Disponível em: <<http://www.embchina.org.br/por/slxxx/Notasdambaixada/t150673.htm>>. Acesso em 07 mai 2008.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. **A Ascensão Chinesa e os Prejuízos às Exportações Brasileiras para os Estados Unidos.** Jul 2007. Disponível em: <[http://www.fiesp.com.br/derech/arquivos/competi%C3%A7%C3%A3o%20brasil-china%20nos%20estados%20unidos%20\(final\).pdf](http://www.fiesp.com.br/derech/arquivos/competi%C3%A7%C3%A3o%20brasil-china%20nos%20estados%20unidos%20(final).pdf)>. Acesso em 09 out 2008.

FIORI, Mylena. Agência Brasil, 4 jan 2008. **Governo quer flexibilizar imposto de importação para proteger indústria nacional.** Disponível em <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2008/01/04/materia.2008-01-04.1821516574/view>> acesso em 21 set 2008.

GOYOS JÚNIOR, Durval de Noronha; McNAUGHTON, John Ferencz; XIAOFANG Winnie Pang. **A China Pós – OMC: Direito e Comércio.** São Paulo: Observador Legal, 2002.

GRAÇA, Antonio; RODRIGUES, Alzira. **Pouco, mas promissor.** Revista Praceria Brasil-China. São paulo, cbcde, ano 2, n7. 2004 p 52-57

GUANGSHENG, Shi. **Ministro: Acesso da China à OMC entra em fase final.** Disponível em: <<http://202.84.17.73/portugal/htm/07071520241.htm>>. Acesso em: 26 out 2008.

GUEDES, Josefina Maria M. M.; PINHEIRO, Silvia M. **Anti – Dumping, Subsídios e Medidas Compensatórias.** 2^a edição São Paulo: Aduaneiras, 1996, p 64.

GUIDOLIN, Benedito. **Economia e Comércio Internacional ao alcance de todos**. São Paulo: Aduaneiras, 1991.

HARTUNG, Douglas S. **Negócios Internacionais**. 1ª edição Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

HUGUENEY, Clodoaldo. **Brasil ataca barreiras agrícolas chinesas na OMC**. Disponível em <http://www.estadao.com.br/economia/not_eco176634,0.htm> Acesso em 22 mai 2008.

IEDI. **A Ameaça Chinesa às Exportações Brasileiras**. Carta nº 216, 14 set 2003. Disponível em <<http://www.iedi.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?1=130&sid=20&inford=2226>> acesso em 12 out 2008

ISTO É DINHEIRO. **Fraudes e Piratarias chegam aos calçados**. Disponível em: <http://www.viaseg.com.br/noticia/2524-fraudes__pirataria_chega_aos_calcados.html> Acesso em: 25/08/2008.

KLAMANN, Edmund. **China faz 'recall' de leite enquanto escândalo aumenta**. Yahoo Notícias. 20 set 2008. Disponível em: <http://br.noticias.yahoo.com/s/reuters/mundo_china_leite_batizado_pol>. Acesso em 15 out 2008.

LANDIM, Raquel. **EUA contestam acordo entre Brasil e China sobre exportação de brinquedos**. 24 abr 2007. Boletim Comexleis. Disponível em: <<http://comexleis.com.br/news/?p=127>>. Acesso em 28 out 2008.

LIMA, Jeane. **Barreiras Comerciais para o Comercio Internacional de Tabaco entre: Brasil – China**. Trabalho de Conclusão de curso (Graduação em Administração com habilitação em Comercio Exterior) Faculdade, Dom Alberto. Piracicaba. 2006.
LIU, Paul. **Empresários Debatem o Crescimento Chinês**. In Revista Rochas. São Paulo, p.96, jul de 2004.

MACHADO, Rosana Pinheiro. **80% do contrabando chinês vêm do Paraguai**. Disponível em: <<http://blogdofavre.ig.com.br/2007/05/80-do-contrabando-chines-vem-do-paraguai/>> Acesso em: 02/10/2008.

MACRO CHINA. Publicação da secretaria executiva do Conselho Empresarial Brasil-China. Ano 3, nº 13, 20 ago 2008. Disponível em: <<http://www.cebc.org.br/sites/500/521/00000969.pdf>> Acesso em: 13 ago 2008.

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia Internacional e Comércio Exterior**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Jayme. **Balanco da Visita do Presidente Lula à China**. P.1-8, 2004. Disponível em <<http://www.ccibc.com.br>>. Acesso em 8 out 2008.

MELLO, Patrícia Campos. Artigo do Jornal O Estado de S. Paulo, de 13/11/2004.

MINERVINI, Nicola. **O Exportador**. São Paulo: Pearson Education, 2001.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Análise Balança Comercial do mês de Junho de 2008**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/portalmDIC/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1869&ref=1161>>. Acesso em 16 jul 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Concessões Tarifárias do Brasil na OMC – Lista III**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=372>>. Acesso em 26 out 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Exemplos de Barreiras às Exportações Brasileiras**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=734>> Acesso em: 10 out 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Fórum discute o futuro do álcool como energia renovável**. 13 set 2002. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=1¬icia=4741>> Acesso em 22 ago 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Furlan discute barreiras fito-sanitárias com ministro chinês**. 15 out 2003. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=1¬icia=5398>> Acesso em: 29 out 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Licenciamento de Exportação**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=276>> . Acesso em 15 out 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **MDIC suspendeu licença de importação de produtos da Mattel.** 11 set 2007. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=5¬icia=7693>> Acesso em 16 out 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Regras de Origem.** Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=406>>. Acesso em 10 out 2008.

NEGRI, Fernanda. **O perfil dos exportadores industriais brasileiros para a China.** 2005.

O GATT. **A Organização Mundial de Comércio e a Agricultura.** Disponível em <<http://www.confagri.pt/NR/rdonlyres/49769F30-64F9-437D-841F-43F140D92473/0/CadernoGATT.pdf>> acesso em: 06 set 2008.

OLIVEIRA, Henrique Altemani. **Brasil-China: Trinta anos de uma parceria estratégica.** Revista Brasileira de Política Internacional, Junho, ano/vol. 47, nº 001, Brasília, Brasil pp. 7-

OLIVEIRA, Henrique Altemani. **Brasil-China: uma relação Sul-Sul.** Cadernos Adenauer, Rio de Janeiro. n1. p117-127, 2006.

OLIVEIRA, Henrique Altemani. **Os Blocos asiáticos e o relacionamento Brasil-Ásia.** Revista São Paulo em Perspectiva, São Paulo, Fundação SEADE, v.16, n. 1, p.114-124, 2002.

OLIVEIRA, Kelly. **Governos do Brasil e da China querem aumentar o comércio bilateral.** Disponível em <http://ccibc.com.br/pg_dinamica/bin/pg_dinamica.php>. Acesso em 19 fev 2008.

OTTA, Lu Aiko. **Acordos vão de carnes a avião e até gasodutos.** O Estado de São Paulo, São Paulo, 13/11/2004. Disponível em: <<http://www.txt.estado.com.br/editoriais/2004/11/13/eco001.html>>. Acesso em: 27 set 2008.

PAULINO, Luis Antonio. **O Milagre Chinês.** Revista bonifácio. São Paulo, n.4 jul-set 2004, p 24-27.

POMAR, Wladimir. **A Revolução Chinesa**. São Paulo: Unesp, 2003.

RAMONE, Fernanda. **As diferenças culturais entre Brasil e China diante dos 30 anos de estabelecimento diplomático**. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/031/31cramone.htm>> Acesso em: 14 jun 2008.

REBELO, Marcela. **Acordo entre Brasil e China na área de infra-estrutura é promulgado**. Agência Brasil. 4 jan 2007. Disponível em: <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2007/01/04/materia.2007-01-04.1904557343/view>>. Acesso em 29 out 2008.

REHDER, Marcelo. **Concorrência da China faz Brasil vender US\$ 1 bi a menos aos EUA**. Estadão de Hoje, 22 out 2007. Disponível em <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20071022/not_imp68489,0.php> acesso em: 12 out 2008.

REVISTA CONVERGÊNCIA. **O fantasma da concorrência desleal**. Disponível em: <<http://www.opticaduilio.com.br/artigos/concorrenca.html>> Acesso em: 25/08/2008.

RUHMAN, Carolina. **EUA: China promete eliminar subsídios**. Portal Exame, 29 nov 2007. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/ae/economia/m0144918.html>> Acesso em: 02 out 2008.

SATO, Karin. **Alta carga tributária inibe investimentos chineses no Brasil**. Infomoney, 18 ago 2008. Disponível em: <http://web.infomoney.com.br/templates/news/view.asp?codigo=1261171&path=/seunegocio/ativ_economica/> Acesso em: 04 out 2008.

SCHEINER, Andrei. **História da Moeda**. Disponível em <<http://www.eduqenet.net/histmoeda.htm>>. Acesso em 15 jun 2008.

SHENKAR, Oded. **O século da China**. São Paulo. Bookman. 2005.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 15ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 1998. 876p.

SOARES, Daniel Miranda. **A Invasão Chinesa**. Disponível em <<http://www.artigonal.com/economia-artigos/a-invasao-chinesa-394330.html>> Acesso em: 23 abr 2008.

STORY, Jonathan. **China: A corrida para o mercado**. São Paulo: Futura, 2004.

TADDEI, Marcelo Gazzi. **A defesa comercial no Brasil contra a prática de dumping e o interesse social**. Disponível em <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=3170>>. Acesso em 06 out 2008.

TANG, Charles. **Brasil e China parceria que cresce a cada dia**. Disponível em <<http://www.brazzilbrief.com/viewtopic.php?t=8712>> Acesso em 23 abr 2008.

THORSTENSEN, Vera. **A OMC – Organização Mundial do Comércio e as negociações sobre investimentos e concorrência**. Revista Brasileira de Política Internacional, ano 41, n° 1, 1998.

THORSTENSEN, Vera. **O Brasil frente a um tríplice desafio: As negociações simultâneas da OMC, da ALCA e do acordo CE/MERCOSUL**. Out 2001. Cadernos do Fórum Euro-Latino-Americano.

THORSTENSEN, Vera. **OMC – Organização Mundial do Comércio: as regras do comércio internacional e a nova rodada de negociações multilaterais**. 2 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

TREVISAN, Claudia. **Governo chinês tem postura ambígua quanto à pirataria**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/retratosdachina/ult2830u8.shtml>> Acesso em: 20/08/2008.

V, Bruno. **Economia Evolução da Moeda**. Disponível em <http://www.vbruno.net/escola/Evolucao_da_Moeda/> Acesso em 14 jun 2008.

VAZQUEZ, José Lopez. **Comércio Exterior Brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2003.

VILLELA, Eduardo V.M. **As relações comerciais entre Brasil e China e as possibilidades de crescimento e diversificação das exportações de produtos brasileiros ao mercado consumidor chinês**. 2004. Pesquisador do GEAP (Grupo de Estudos da Ásia-Pacífico) – PUC-SP.

WENTZEL, Marina. **Chineses reclama de entraves a investimentos no Brasil**. BBC Brasil, 10 set 2007. Disponível em:

<http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/09/070910_chinareclamacaoss.shtml> Acesso em: 04 out 2008.

WTO – World Trade Organization website. **Rules of Origin**. Disponível em: <http://www.wto.org/english/tratop_e/roi_e/roi_info_e.htm>. Acesso em 10 out 2008.

ZEMIN, Jiang. **Reforma e Construção da China**. Rio de Janeiro: Record, 2002, p. 504.