

MADE IN  
CHINA



MADE IN  
**CHINA**

O MAIOR PALCO DA GLOBALIZAÇÃO NO SÉCULO XXI

**ZHIBIN GU**



CENTRO ATLÂNTICO.PT



# MADE IN **CHINA**

O MAIOR PALCO DA GLOBALIZAÇÃO NO SÉCULO XXI





# MADE IN **CHINA**

O MAIOR PALCO DA GLOBALIZAÇÃO NO SÉCULO XXI

**ZHIBIN GU**



CENTROATLANTICO.PT

Portugal / 2005

# ***Made in China: O maior palco da globalização no século XXI***

**Autor**

Zhibin Gu

**Editor**

Centro Atlântico

**Colecção**

Desafios

**Tradução**

Catarina Nascimento Rodrigues

**Revisão técnica**

Jorge Nascimento Rodrigues

**Conceito**

Centro Atlântico/Grupo Adventus

**Capa**

António José Pedro

**Impressão e acabamento**

Inova

**1ª edição**

Junho de 2005

**ISBN**

989-615-010-9

**Depósito Legal**

/05

© Centro Atlântico, Lda., 2005

Av. Dr. Carlos Bacelar, 968 - Esc. 1-A  
4764-901 V. N. Famalicão, Portugal

Rua da Misericórdia, 76  
1200-273 Lisboa, Portugal

Tel. 808 20 22 21

[geral@centroatlantico.pt](mailto:geral@centroatlantico.pt)

[www.centroatlantico.pt](http://www.centroatlantico.pt)

Reservados todos os direitos por Centro Atlântico, Lda.

Qualquer reprodução, incluindo fotocópia, só pode ser feita com autorização expressa dos editores da obra.

# Índice

PREFÁCIO, POR VIRGÍNIA TRIGO	11
INTRODUÇÃO	17
SOBRE ESTE LIVRO	21
AGRADECIMENTOS	23
I. Como se explica a velocidade da economia chinesa?	25
<hr/>	
1. 1,3 MIL MILHÕES DE MARCO PÓLOS	27
Teatro global .....	27
Pertencendo ao mundo .....	29
Pássaros madrugadores e novos protagonistas .....	30
Os melhores consumidores do mundo .....	31
Estará a China a tornar-se demasiado capitalista? .....	32
Uma longa espera .....	33
Estratégia dos dois dólares ou centro de fabrico .....	35
Visitando os Estados Unidos da América .....	37
Compradores internacionais .....	38
O desenvolvimento é uma aposta a longo-prazo .....	39
Grandes amantes do teatro .....	41
O caso de um guru .....	41
Buracos .....	44
O caso Wal-Mart .....	45
2. PORQUE É QUE ESTE DESENVOLVIMENTO RÁPIDO É POSSÍVEL?	51
20 agricultores esfomeados .....	51
A feliz mudança .....	55
Simplesmente façam-no! .....	57
As iniciativas privadas são contagiosas .....	58
Todos têm de se reorientar .....	60
“O poder deriva do controlo dos activos” .....	62
O equivalente a um exército .....	65

<b>3. A MISTURA CERTA DE CONSUMO E OFERTA</b>	<b>69</b>
Da escassez à abundância .....	70
Que percurso! .....	72
Uma aldeia em rápido crescimento .....	73
Urbanização rápida e industrialização .....	76
Mais coisas estão a acontecer .....	80
Apostas escaldantes .....	81
Investidores estrangeiros .....	82
<b>4. UM DESENVOLVIMENTO SUSTENTADO EXIGE CONSUMO</b>	<b>85</b>
Três palcos .....	86
Um rápido desenvolvimento desde 1992 .....	87
Gêmeos .....	88
Consumidores bem na vida .....	90
Classe média .....	91
Caminhos diferentes .....	95
Rússia vs China .....	95
Índia vs China .....	97
América Latina vs China .....	98

## **II. Estabelecendo recordes com a participação internacional 103**

<b>5. A PARTICIPAÇÃO INTERNACIONAL DÁ MAIS GÁS</b>	<b>105</b>
As duas faces da moeda .....	106
Histórias fabulosas .....	108
Oportunidades explosivas .....	109
Centrais de energia, estações de gasolina, refinarias de petróleo e gaseodutos... ..	111
A ambição de Eastman Kodak: duplicar o seu negócio vendendo na China .....	113
“Três tigres estão a atacar a Kodak” .....	116
<b>6. QUANTOS SÃO OS ADVERSÁRIOS E OS PROFESSORES NA ARENA MUNDIAL?</b>	<b>119</b>
Uma loja estrangeira destrói três lojas chinesas .....	120
Tornar-se mais parecido com os adversários internacionais .....	122
Uma marca chinesa de competição .....	124
Mais algumas lições .....	127
Encontram-se aqui todos os conceitos e modelos estrangeiros .....	129
Um mercado aberto produz melhores empresas .....	130
Um mercado interno assassino .....	132
<b>7. O FOSSO DA SOBREVIVÊNCIA</b>	<b>135</b>
Marcas significam lealdade e, consequentemente, lucros .....	135

Abismos que se estreitam .....	136
Dois truques .....	138
O caso Haier .....	139
Maioritariamente a caminho de casa .....	140
O que é o “fosso de sobrevivência?” .....	141
Segmento alto e baixo .....	142
Mais puzzles .....	144
<b>8. O QUE É QUE VOCÊ TEM PARA VENDER?</b>	<b>147</b>
O que é que a China Inc. pode oferecer? .....	148
Parcerias activas .....	149
O caso Huawei .....	151
IBM: três pássaros de uma só vez .....	152
<b>9. O CAPITAL DE RISCO TEM INFLUÊNCIA NA CHINA?</b>	<b>155</b>
A próxima estratégia .....	155
Um novo jogo .....	156
Os braços directos das multinacionais .....	157
Jogadores da Wall Street .....	157
Um mercado emergente .....	159
Muito mais que sorte .....	161
Como encontrar saídas? .....	163
Um novo capítulo .....	164
O público está curioso .....	167
Como é que eles estão agora? .....	168
Uma reviravolta ou duas .....	169
Um final surpreendente .....	171
<b>10. O DESENVOLVIMENTO DA CHINA PODERIA ESTAR MELHOR</b>	<b>173</b>
Muitos tigres .....	173
Não há soluções fáceis .....	174
Com uma perna ainda presa na lama .....	175
Com ausência de competição, os bancos estão em sarilhos .....	177
Acções urgentes .....	178
Mais acções são necessárias .....	180
<b>III. O mundo dos consumidores</b>	<b>183</b>
<b>11. O CHARLIE CHAPLIN CHINÊS</b>	<b>185</b>
Ser patrão .....	185
Residentes orgulhosos .....	187
Um funcionário zé-ninguém .....	189
Sorte em encontrar este funcionário .....	190



Um trabalho que a maioria das pessoas detesta .....	191
Massacrem-nos! .....	192
A burla no International Trade Plaza .....	192
Dois burlões criativos .....	194
Os manos Peng .....	195
Um raro jogo de boxe .....	195
Actos que vêm detrás .....	198
Novos jogos .....	199
Os oficiais de justiça também apreciavam esta situação .....	200
Os manos ficam deprimidos .....	201
Após 3 anos .....	202
Um funcionário com os nervos em franja .....	202
O “anjo vestido de camponês” sobrevive .....	204
“Três tigres da montanha do sul” .....	206
Quem apoiou o funcionário? .....	208
“A minha vida é uma tragédia!” .....	209
<b>12. O NASCIMENTO DO CONSUMISMO .....</b>	<b>211</b>
Da não-existência ao nascimento .....	211
Memórias divertidas de um empresário de Hong Kong .....	213
Não apenas senhas de comida .....	213
Vida rural e vida urbana .....	215
Livros e jornais .....	216
Viajando .....	217
“Ah, um vendedor de rua!” .....	218
O nascimento dos consumidores .....	220
O que é preciso para sorrir? .....	222
Um tratamento especial .....	224
Enamorados pelas marcas estrangeiras .....	224
<b>13. GRANDES DESAFIOS .....</b>	<b>229</b>
Serão os consumidores realmente fortes? .....	229
A reforma é lenta nos serviços governamentais .....	230
Conseguir a carta de condução .....	231
Podem os consumidores conseguir mais protecção? .....	231
Uma conta de 3,5 euros vs. quatro anos nos tribunais .....	232
O consumidor do tipo Robin Hood .....	234
Conseguirão os consumidores ter mais alternativas? .....	236
Se matar um homem apenas desse uma punição de 3,5 euros .....	237
Quem tem medo da concorrência? .....	237
Um camponês-detective .....	238
Amante da aventura .....	240
Mais surpresas .....	241

<b>IV. Estado vs negócios: um assunto inacabado</b>	<b>245</b>
<b>14. SECTOR ESTATAL VS SECTOR PRIVADO</b>	<b>247</b>
Um renascimento inesperado .....	247
Mudanças profundas .....	248
Organizações diferentes .....	250
O sector estatal .....	251
Permanência de um ambiente difícil .....	252
“Ainda alguém vai de bicicleta para o trabalho?” .....	253
O caso de Sun Dawu .....	256
Professores preocupados .....	258
Mudanças para os empreendedores em Xangai .....	259
Tratamento real .....	260
Novos problemas para Xangai .....	261
<b>15. O QUADRO GLOBAL</b>	<b>265</b>
As raízes históricas .....	265
Como aconteceu .....	266
O que é que falhou? .....	268
“Um oceano de problemas” .....	269
Finalmente .....	272
Uma conversa .....	273
“Pode-se pedir a uma raposa que guarde um galinheiro?” .....	275
<b>16. O GOVERNO: O MAIOR CAPITALISTA</b>	<b>277</b>
O puzzle .....	277
O que está por detrás de uma fraca confiança .....	279
“A corrupção nos caminhos-de-ferro de Yuehai” .....	280
O que está por detrás .....	281
O outro lado da moeda .....	282
O projecto Etanol de Guangzhou .....	283
“Esta é a terceira vaga de actos loucos” .....	284
Por detrás .....	285
Imperfeições .....	286
Reflexões .....	287
<b>17. ARTE DE VIVER</b>	<b>291</b>
A vida continua .....	291
Altos e baixos .....	293
O ambiente modela o comportamento .....	294
“O primeiro processo legal contra o Governo” .....	296
A melhor política de segurança .....	299
Segurando uma bandeira francesa .....	300

<b>18. A PÂNDEGA DO EMPRESÁRIO FELIZ</b>	<b>305</b>
Três coelhos de uma cajadada .....	305
Novas paixões .....	307
Oito colegas de Faculdade e um conglomerado .....	308
Um encontro revelador .....	309
“Nada!” .....	310
“Eles são grandes matemáticos!” .....	311
“Agora era a nossa vez!” .....	312
“Ainda não!” .....	314
“Ele é um tipo porreiro!” .....	315
“A altura era perfeita” .....	315
Aumentos que deixaram todos contentes .....	316
“Deixem os gestores gerir!” .....	317
Performance .....	319
Quatro anos mais tarde .....	320

---

## **V. China: avançando rapidamente** **321**

---

<b>19. ATÉ QUE PONTO ESTÁ A CHINA CONFIANTE NA GLOBALIZAÇÃO?</b>	<b>323</b>
Grandes vagas .....	323
A China é um teatro global .....	324
Navegando nas vagas da Globalização .....	326
Reinvenção .....	327
Muito para além de recuperar a antiga riqueza .....	328
Mudanças rápidas .....	329

---

## **Apêndices** **333**

---

<b>1. GUIA PERSONALIZADO DE COMO FAZER NEGÓCIOS NA CHINA - PERGUNTAS MAIS FREQUENTES</b>	<b>335</b>
Nada de novos truques .....	335
Compreender o mercado .....	337
Já será demasiado tarde para entrar? .....	338
É nos detalhes que estão os maiores problemas .....	339
Todos os sectores são lucrativos? .....	341
Crescer com a China .....	342
<b>2. ALGUMAS INFORMAÇÕES BÁSICAS SOBRE A CHINA</b>	<b>343</b>
1. Bilhete de Identidade .....	343
2. TOP 10 cidades .....	343
3. TOP 10 Universidades .....	344

## Prefácio

Foi em meados da década de 90 do século passado que uma notícia aparentemente trivial circulou nos jornais um pouco por todo o mundo: pela primeira vez, nesse ano a árvore de Natal do casal Clinton, na Casa Branca, seria *Made in China*. A notícia trazia uma inquietação evidente, ainda antes de a China ter iniciado as negociações para a adesão à Organização Mundial do Comércio (OMC). Primeiro no vestuário, depois nos supermercados, a seguir nos electrodomésticos e nas lojas em geral, muito do que os consumidores americanos conseguiam comprar era feito na China. Há dez anos atrás, para um visitante de Nova Iorque, S. Francisco, Chicago ou até Madison, esta evidência saltava a olhos vistos. Hoje já ninguém repara, de tal modo está inscrita no nosso quotidiano. Em Dezembro, quando chegar a hora, também nós nos sentaremos em redor da árvore para mais um Natal muito... chinês. Os brinquedos das crianças, as raquetes de ténis dos mais crescidos, o novo computador do pai, o colar da mãe feito de pérolas de água doce, a *pashmina* da avó – uma caxemira tão macia, todos eles têm etiquetas *made in China*. Quando olharmos encantados para as luzinhas que apagam e acendem em jeito de pirilampo, para as bolas coloridas e demais decorações, haveremos de reparar que, muito para além da árvore, também elas são feitas na China. E, se ficarmos um pouco na conversa a fazer planos para o Ano Novo ou para as próximas férias, talvez possamos considerar como natural uma visita a Beijing, Xangai ou Guilin. Afinal de contas a China é já o quarto maior destino turístico mundial e, segundo as previsões da Organização Mundial de Turismo, em 2020 tornar-se-á no primeiro, ultrapassando a França com 130 milhões de turistas anuais.

A China está na moda, mas não é uma moda. Todos estes indicativos são sinais de uma realidade que ganha forma e vem sendo anunciada por muitos nos últimos dez, quinze ou vinte anos – apesar dos detractores, que sempre os há – mas que é o grande acontecimento deste princípio de século: a emergência de um país com 1,3 mil milhões de habitantes como grande potência económica mundial. Com uma população seis ou sete vezes superior à do Japão, tal como na física, a quantidade associada ao paradigma chinês – muito espaço, muita gente, muito tempo – pode alterar a qualidade da solução. Trata-se de acomodar um elefante numa loja de porcelana: é preciso cuidado, conhecimento, avaliação e exploração das oportunidades que a ocasião proporciona.

Será que, com 5% da população mundial e 20% da produção, os Estados Unidos podem dormir tranquilos perante a simetria inversa dos dados chineses: 20% da população mundial e 5% da produção? Em apenas 25 anos a China transformou-se de um país isolado e virado sobre si próprio na quarta economia mundial, numa plataforma de produção para os mercados globais e para o vasto mercado interno e o seu ritmo de crescimento inquietou-nos. Produz 70% dos brinquedos, das bicicletas e leitores de DVD, 60% dos aparelhos de fotografia digital, 50% dos computadores portáteis e, até ao final da década, segundo previsões da OMC, produzirá mais de metade dos têxteis consumidos a nível mundial. A uma taxa de crescimento anual de 7%, a economia chinesa duplica numa década; aos 9,5% actuais o efeito consegue-se em menos de oito anos. Enquanto atrai milhares de milhões de dólares em investimento directo estrangeiro, o país aposta na qualidade dos seus próprios produtos e um empreendedorismo endógeno, inteiramente chinês, muitas vezes apoiado em investigação própria, começa a surgir na concorrência internacional: dá pelo nome de Haier, TCL, Huawei, Lenovo ou Tsingtao.

Como é que isto aconteceu? Desde o início das reformas, em finais de 1978, que a China é um país que prepara e planeia o seu futuro, que o organiza, e mobiliza vontades em torno de grandes objectivos nacionais constantemente relembrados. O processo de reformas tem desde então sido tratado como um sistema, isto é, como um encadeamento de diferentes factores de ordem económica, social, política e até psicológica, interpenetráveis e considerados no seu conjunto. A experimentação constante, antes da adopção generalizada de uma determinada política, tem sido a palavra de ordem, o que

tem permitido a correcção de erros e a introdução de melhorias incrementais. Por exemplo, a reforma começou nos campos com o sistema de responsabilização agrícola através da subcontratação de terra a unidades familiares individuais e foi sendo progressivamente alargada e replicada em vilas e cidades; o controlo sobre a entrada de capitais foi também levantado de forma gradual e, em 2002, a China era já o maior receptor de investimento directo estrangeiro no mundo. Às empresas municipais – um modelo original, representativo do engenho e pragmatismo chineses – foi sendo concedida cada vez maior autonomia e, ao longo dos anos 1990, estas empresas tornaram-se numa parte muito dinâmica da actividade económica. As forças de mercado, incluindo as que regulam a fixação dos preços e promovem a ocorrência do empreendedorismo, começaram a permear toda a economia. Embora formalmente proibida, a actividade empresarial privada foi sendo cada vez mais tolerada e aceite até à declaração, no 16º Congresso do Partido, em 2002, de que deveria ser admitida e protegida.

O sistema experimental de reformas incrementais adoptado pela China tem produzido resultados notáveis e tem garantido a estabilidade e a coesão do processo. Por tudo isto, o livro que agora se apresenta ao leitor português constitui um importante contributo para se conhecer melhor um dos mais espantosos processos de transformação iniciado nas últimas décadas do século passado: o da passagem, gradual mas segura, de uma economia de planeamento central para uma economia de mercado do país mais populoso do mundo que reassume, ao mesmo tempo, o seu lugar na história. É um acontecimento de magnitude tal que está a afectar o nosso quotidiano, desde os salários que recebemos, ao preço da roupa que vestimos e da gasolina que consumimos. Não o podemos ignorar.

O autor refere que a palavra “progresso” já não é desconhecida na China e, sem ocultar os perigos e desafios que por certo haverá ainda que enfrentar, apresenta-nos não só o país produtor de grande parte dos produtos de consumo no mundo, mas também o país consumidor, que crescentemente aprecia produtos ocidentais de qualidade: uma China que se integra na economia global. Nas lojas elegantes de Nova Iorque, Paris ou Londres ao lado das assistentes que falam japonês, começam a surgir as que falam mandarim para atender uma clientela chinesa sofisticada.

As iniciativas individuais, diz Zhibin Gu, encontram-se por detrás deste cres-

cimento económico. Frustrada por uma economia precária onde faltava quase tudo, a primeira geração de empreendedores chineses, no princípio dos anos 1980, iniciou as suas empresas a partir do nada, consciente de que também nada tinha a perder. A sua existência clandestina foi aceite no quadro do processo de abertura desenhado por Deng Xiaoping, mas também no quadro da experimentação que tornou possível as reformas e que o slogan da altura “*mo zhe shi ziguo he*”, (ir tacteando as pedras para atravessar o rio) evoca. Transformar uma economia através da experimentação parece ser, no caso da China, uma estratégia mais inteligente do que através da revolução porque, entre outras coisas, uma experiência sempre permite um maior grau de controlo.

Perante este sucesso, a questão que se nos põe, e que este livro poderá ajudar a esclarecer, será a de sabermos de que forma o *Made in China* difere de outros receios que já experimentámos ao longo da segunda metade do século XX: primeiro foi o *made in Germany*, depois o *made in Japan*, a seguir o *made in Taiwan* e o *made in Korea*. De cada vez que uma destas economias descolou, não foi o resto do mundo afectado por tentações proteccionistas? E, contudo, não se revelaram esses receios infundados? O salário de um japonês no início dos anos 1970 era bem mais baixo do que o de muitos europeus: hoje é o inverso e a história demonstrou que a industrialização e o progresso permitiram a descolagem desses países em benefício não só deles próprios, mas dos outros.

Será diferente no caso da China? Algumas teorias económicas fundamentais explicam a acomodação e os benefícios retirados da turbulência provocada pela entrada em cena de novos países industrializados: em primeiro lugar a teoria das vantagens comparativas do economista inglês David Ricardo (1772-1823) e, em segundo, o conceito de “destruição criativa” elaborado pelo austríaco Joseph Schumpeter (1883-1950).

Ricardo argumentou que, mesmo que um determinado país detenha uma vantagem *absoluta* relativamente a outro em produtos que ambos comercializam, resultarão ganhos se esse país se especializar inteiramente na produção do bem em relação ao qual detém uma vantagem comparativa, desde que o troque depois pelo outro bem, do outro país detentor de idêntica vantagem. Se cada um deles se especializar em produtos em cuja produção seja mais eficaz, não só ambos beneficiarão como o mundo no seu con-

junto. Por seu lado, Schumpeter propôs uma reflexão sobre o capitalismo, afirmando que se trata de um processo de transformação permanente no decurso do qual são destruídas actividades antigas para darem lugar a novas, num processo de “destruição criativa”. Em conjunto, Ricardo e Schumpeter explicam a razão que leva os países que primeiro se industrializam a renunciarem a determinados trabalhos em favor dos que se industrializam depois, procurando especializações em novas actividades, constantemente forçados a renovarem a sua oferta. Foi assim com a Alemanha, depois com o Japão, depois com as novas economias industrializadas do Sudeste Asiático, em ciclos sucessivos.

Será assim com a China? Existem pelo menos três razões que nos levam a pensar estarmos perante um fenómeno novo cujas consequências, para já, as teorias de Ricardo e Schumpeter terão dificuldade em explicar. Em primeiro lugar, o peso demográfico do país e a sua enorme “reserva de mão-de-obra”. Se um operário chinês recebe hoje vinte vezes menos do que o seu homólogo português, é certo que a diferença tenderá a esbater-se, mas não é menos certo que novas vagas de operários chineses em movimentos simultâneos de migração para as cidades e de deslocalização de empresas para o interior, tenderão a fazer perdurar essas diferenças por muito mais tempo. Isso significa que a China tomará conta das indústrias mais avançadas sem transferir a vantagem comparativa que detém nas indústrias tradicionais.

A segunda razão tem a ver com o momento específico em que o país descolou, em termos de tecnologia acumulada e disponível e que o diferencia das descolagens anteriores. Na época da Internet, das comunicações móveis, das viagens a jacto, da liberalização do comércio mundial, o país salta etapas em verdadeiros saltos de rã. Não precisa, por exemplo, de investir em redes fixas de telefone: passou directamente ao telefone móvel. Interrogar-nos-emos então sobre uma dimensão ainda mal apreendida pelas teorias económicas e, no entanto, essencial: a do tempo. A “destruição criativa” toma uma tal velocidade que poderá forçar a violentas adaptações.

A terceira singularidade do processo chinês tem a ver com o facto de enfrentar simultaneamente três desafios: o da transição (de uma economia de planeamento central para uma economia de mercado), o do desenvolvimento e o da globalização. É a primeira vez que um país lida com semelhante situação e não existem teorias que iluminem este caminho. Compara-se esta fase



à da “acumulação primitiva de capital” descrita no Vol. 1 do *Capital* de Marx: o processo de acumulação tem de se fazer primeiro ou então não haverá desenvolvimento. Na China, quem está a reger este processo de acumulação? O Estado, um Estado inteiro ao serviço do capital, sob todas as formas, pequeno ou grande, local ou estrangeiro, público ou privado. Sendo enorme o preço associado a um eventual insucesso, a alternativa tem sido o exercício de uma ordem político-económica de linha dura para assegurar a indispensável estabilidade social. Apesar das deficiências, o sucesso do período exaltante que a China vive ao enfrentar estes três desafios, reside precisamente no papel crítico desempenhado pelo Estado não só na manutenção da estabilidade social, mas também na resolução de problemas do mercado, na regulação da distribuição do rendimento, e na regulação da forma como a China interage com a economia global.

Existem sem dúvida riscos associados à perenidade do crescimento chinês e Zhibin Gu em *Made in China* não os ilude. Entre eles contam-se tensões políticas, desigualdades sociais ou geográficas, a precariedade do sistema legal e institucional, a fragilidade do sistema financeiro, a iminência de desastres ecológicos. Porém, para todos os países afectados pelo regresso da China ao estatuto de grande potência económica, a ocorrência é também portadora de desestabilizações que inquietam. Neste quadro, um país como Portugal não poderá fazer ouvir a sua voz a não ser no quadro de uma Europa, mas de uma Europa verdadeiramente unificada que represente interesses conjuntos no plano social, ambiental, energético, comercial e que aproveite as oportunidades em presença. Resultado colateral da emergência avassaladora da China na cena mundial, a Europa poderá vir a ter que apressar o seu processo de unificação: a China transforma o mundo.

Virgínia Trigo<sup>1</sup>

Professora no ISCTE, Lisboa

- 
1. Virgínia Trigo viveu e trabalhou na Ásia entre 1989 e 2002 tendo sido docente na Universidade de Macau e presidente do Instituto de Formação Turística de Macau. Fez semestres lectivos no Japão e em universidades chinesas. Tem diversa obra publicada sobre a emergência da China, designadamente os livros **Negociar na China**, **The upsurge of private entrepreneurship in China** e **Empreendedorismo e a Condição do Empresário na China – Entre o Estado e o Mercado**. Co-fundou a revista *EuroAsia Journal of Management*, que se publica em Macau desde 1992, com distribuição internacional. É membro fundador da International Association for Chinese Management Research e responsável, no ISCTE, pelos programas com a China.

# Introdução

No Homem, é natural o desejo de ter uma vida próspera. Contudo, por todo o lado surgem barreiras. Olhando para o mapa-múndi, observamos que algumas nações são ricas e outras pobres. E coloca-se esta questão: quais as razões desta diferença?

Actualmente, entramos na era da Globalização. E uma grande notícia é o facto de a dinâmica do desenvolvimento estar, outra vez, a voltar-se para as nações em desenvolvimento, entre as quais a China, a Índia, o Brasil e a Rússia, como os emergentes mais visíveis – o que a Goldman Sachs baptizou de «BRICs» num relatório polémico de 2003. Todas elas estão a andar de pressa. Uma realidade que pode trazer uma maior convergência na vida civilizada deste planeta. Aliás, penso que isso já está a acontecer hoje em dia.

A História Humana está repleta de surpresas. Durante milhares de anos, a China liderou o mundo em termos de prosperidade e de riqueza. Há 500 anos atrás, enquanto os europeus ainda viviam em cabanas feitas de lama e utilizavam paus para cultivar a terra, já a China dispunha de utensílios de alta tecnologia e vivia em prosperidade, a tal ponto que atraía os europeus do tempo de Marco Polo até aos portugueses de Quinhentos. Contudo, desde então, a sua performance decaiu vertiginosamente. O *momentum* mu-

dou, então, para o Ocidente por vários séculos. No entanto, desde meados do século XX, pequenas nações na Ásia têm vindo a desenvolver-se rapidamente. Quanto à China, parece continuar a andar sem direcção, o que leva alguns ocidentais a apelidá-la de “leão adormecido”.

Mas, durante quanto tempo mais continuará este leão a dormir? Pelos vistos, não por muito mais tempo. Subitamente, nesta nova era, 1,3 mil milhões de chineses tornaram-se incansáveis e produtivos, pelo que, num curto espaço de tempo, a China emergiu no teatro global, estando a tornar-se num eixo central do mundo em termos de promoção do crescimento.

## **O progresso exige envolvimento mundial**

Particularmente significativa é a ligação do desenvolvimento chinês ao desenvolvimento global. E esta é uma grande lição da China: nenhuma nação pode desenvolver-se verdadeiramente sem estar aberta ao mundo. Hoje, o desenvolvimento chinês faz-se no âmbito do enquadramento global. Um marco disto mesmo é o Acordo de adesão à Organização Mundial do Comércio.

Muitos chineses sentem que estão a viver, hoje, uma “época de ouro”. Porém, esta, se realmente existe, não caiu do céu. Na minha perspectiva, ela só foi possível com a eliminação de insucessos que têm estado por detrás da situação geral de pobreza. Estou a referir-me, no século XX, à Comuna Popular, à Revolução Cultural, ao monopólio da burocracia, sem esquecer a antiga política de portas fechadas como um dos maiores insucessos.

Antes da Reforma, a China era totalmente dominada pelo Governo, sendo às suas necessidades que o Povo e a economia deviam responder, nada mais. Nesta altura, as iniciativas privadas não eram permitidas. Uma conjuntura que provocou um verdadeiro desastre.

Agora, nesta nova era de Reforma, a China tem caminhado corajosamente

numa outra direcção. Por exemplo, o espírito da iniciativa privada tornou-se num mandato. A China está a ser transformada por vastas mudanças e um vibrante sector privado destaca-se entre todas as forças activas. Desde a sua completa eliminação ao seu nascimento vertiginoso, é ele que tem conduzido a China nesta nova direcção.

O progresso chinês tornou-se um íman para toda a comunidade empresarial internacional. Actualmente, as multinacionais e os investidores estrangeiros detêm um importante papel neste progresso. São eles que trazem capital, produtos e tecnologia para a China. Mais ainda, são eles que trazem novas ideias, modelos profissionais de gestão e experiências diferentes.

Todos os novos actores têm criado uma economia competitiva. Nos dias que correm, companhias estatais, privadas e internacionais concorrem num mesmo mercado. Um cenário que não criou só uma nova história, mas que tem impulsionado o crescimento da economia.

Mas, o alcance das vastas mudanças não se fica por aqui. Na era de Mao, estava proibida a livre troca de bens e negócios e de movimento das pessoas. Um cenário que se alterou totalmente nos novos dias, pelo que dezenas de milhões de cidadãos podem ir atrás das oportunidades onde quer que elas nasçam. Por exemplo, podem ir trabalhar para o estrangeiro, o que, antigamente, seria impensável.

Um desenvolvimento inesperado foi o crescimento dos consumidores. O seu poder está a aumentar rapidamente e a modificar a economia e o mercado em geral.

Um cenário que tem colocado a China numa etapa decisiva. Agora, é uma nação que mostra ter todas as oportunidades necessárias para se tornar moderna e num verdadeiro membro da comunidade global.



## Sobre este livro

A palavra “progresso” já não é desconhecida na China. Este é o cerne de todo o livro. Aquilo que pretendo reflectir são as três lições que me parece que a China oferece ao mundo.

Primeiro, que são as iniciativas individuais que estão por detrás deste crescimento económico. Na sua ausência, o progresso não é possível.

Segundo, uma sociedade aberta ao mundo é um requisito essencial para que qualquer nação aceda ao verdadeiro desenvolvimento. Desde o seu longo isolamento à sua participação activa na economia mundial, nos dias de hoje, a China tem conseguido rapidamente alcançar uma melhoria na sua qualidade de vida.

Terceiro, um crescimento sustentado implica um desenvolvimento global do país. Por isso, a China deve continuar a reinventar-se. É a única hipótese. Nas últimas três décadas, a China tem construído inúmeras fábricas, estradas e portos. Porém, erigir um enquadramento legal e institucional moderno não é uma tarefa tão linear, o que tem custado caro à China. No sentido de caminhar em frente, a China tem de resolver estes assuntos cruciais. Por isso, podemos concluir que a China tem tanto de oportunidades maravilhosas como de desafios.

Hoje em dia, o que mais espanta é o facto do Povo chinês estar cheio de confiança na sua participação no desenvolvimento global e na promoção da sua qualidade de vida... e desejar partilhar o seu progresso com todo o mundo.

## **Conteúdos**

Este livro encontra-se dividido em cinco partes. A Parte I e a Parte II debruçam-se sobre a questão: “Como é possível uma economia em alta velocidade na China?” O seu foco centra-se na participação da China na economia global. A terceira parte incide sobre o estudo do crescente consumismo. Foi muito recentemente que os consumidores chineses apareceram e têm já um impacto muito forte no mercado. Penso que o seu desenvolvimento terá um papel crucial no impulso da China para uma economia de mercado. A quarta parte enfatiza a emergência e o desenvolvimento do sector privado e a evolução das suas relações com o Governo, o sector estatal, os negócios internacionais e os mercados globais. Finalmente, a Parte V dá relevo às urgentes necessidades de um desenvolvimento global.

## **Notas Gerais**

1. A ordem dos nomes em chinês é diferente da portuguesa. Na China, o nome da família aparece em primeiro lugar. Por exemplo, em Deng Xiaoping, Deng é o apelido da família.

2. Um dólar americano corresponde, aproximadamente, a 8,28 yuan/renmimbi chineses, ao câmbio actual (Março/2005). Um euro a 10,79.

Nota da Tradução: optou-se por conservar os nomes em pinyin (romanização oficial da língua chinesa). Nomeadamente nos casos de Beijing (Pequim); Guangzhou (cidade de Cantão) e Guangdong (província de Cantão).

3. Os números das Partes e dos Capítulos deste livro (excepto no índice) estão em chinês.



O percurso de Zhibin Gu permite-lhe afirmar-se como um chinês “dos dois mundos”. Iniciou a sua licenciatura na Universidade de Nanjing (1978-81), na China. Mais tarde, em 1981, participou na primeira leva de estudantes chineses, após o fim da Revolução Cultural, a viajar para os Estados

Unidos, onde frequentou, primeiro, a Universidade de Vanderbilt (1981-82), e depois a Universidade de Michigan (1982-87). Fez o Mestrado e o Doutoramento na Universidade de Michigan. Entre 1987 e 1990, leccionou nas Universidades de North Texas e Bowling Green State.

Desde 1990 que exerce funções de consultor de investimentos financeiros e em gestão, perfazendo 15 anos de trabalho, quer na China como nos EUA, no seio do mundo dos negócios. O seu papel é duplo: por um lado, procura atrair investidores e multinacionais para a China; por outro, pretende promover a expansão das empresas chinesas no mercado internacional. Na sua história profissional contam-se, também, funções em multinacionais líderes de mercado e em instituições financeiras, como a Prudential Securities, Lazard e State Street Bank, só para citar algumas. Actualmente, exerce as suas funções de consultor a partir da China, em Shenzhen, perto de Hong Kong e não muito longe de Macau. Podemos caracterizá-lo como um generalista focalizado na estratégia, acompanhando os temas de fusões e aquisições, expansão de negócios, capital de risco e reestruturação corporativa.

No que respeita ao seu percurso de conferencista, destacam-se intervenções sobre temas ligados ao mundo empresarial e à economia global. É professor convidado em várias Universidades chinesas e é um dos gurus internacionais do portfolio de especialistas do grupo Adventus ([www.groupadventus.com](http://www.groupadventus.com)).

De realçar, ainda, a sua participação, como colunista, no portal Gurusonline ([www.gurusonline.tv](http://www.gurusonline.tv)), onde assina a coluna «Chinese Century», e no Asia Times, entre outras publicações.

Dois livros seus foram já publicados em inglês: «China Beyond Deng: Reform in the PRC» (McFarland, 1991) e «China's Global Reach: Markets, Multinationals, and Globalization» (Haworth Press, 2005).



## Uma obra indispensável

A China está de pé, finalmente! 1,3 mil milhões de chineses estão desejosos de melhorar as suas vidas num envolvimento total com o mundo. ***Made in China*** são as suas histórias, os seus sonhos, as suas realidades e o seu progresso.

Neste livro pode viver essa caminhada dos chineses, desde os anos 1970, por uma vida melhor. Até agora, têm-no feito com os seus próprios meios. Lutam contra uma miríade de barreiras herdadas e procuram ultrapassar todas as dificuldades que lhes vão surgindo ao longo do caminho. Nesta era da globalização, o seu progresso tem sido notável. Contudo, não tem sido uma conquista fácil.

O mundo propicia-nos muitas lições de vida, e a China não é excepção. Neste livro pode encontrar uma série de crónicas sobre as grandes lutas e conquistas dos chineses desde o início das Reformas e delas retirar alguns ensinamentos. É um livro que se debruça sobre valores universais, cuja aprendizagem, sem dúvida, beneficiará o leitor.

As oportunidades que se abrem ao investimento directo estrangeiro são, também, abordadas, a partir dos exemplos vivos, das pequenas e grandes histórias, complementadas com “dicas” e guias para empresários e empreendedores.

Muitos dos livros sobre a China são escritos por estrangeiros que aí viveram. Por isso, naturalmente, as suas experiências e o seu conhecimento sobre este país são limitados e, por vezes, partem de ideias-feitas.

O autor deste livro vem diluir este fosso – é uma visão de um “insider”, é uma observação de dentro, um olhar aberto, cosmopolita, mas genuinamente chinês. Zhibin Gu é um intelectual chinês e estratega financeiro com profundo conhecimento sobre a China, e que estudou e trabalhou no Ocidente durante um período da sua vida. Gu, junta na sua escrita, “o melhor da visão de dois mundos”.

A China surpreendeu todo o mundo – em menos de cinco anos tornou-se num facto geopolítico por excelência. Foi nos anos 90 que começaram as obras sobre “A próxima superpotência”, mas só no século XXI os ocidentais caíram na real.

A par do choque petrolífero, da emergência da União Europeia, da nova política de projecção global da Administração Bush, do terrorismo integrista internacional, a Ásia – e particularmente a China – é hoje uma cartachave do baralho.

Este livro pretende preencher a lacuna sobre a compreensão dessa grande transição em curso, a partir do seu principal protagonista: a China.

ISBN 989-615-010-9



9 789896 150105