

Negócios na Ásia

Blairo Maggi¹

Nossa missão na Ásia tem sido importante não apenas para a abertura de oportunidades e ampliação das nossas relações comerciais, mas também pelo aprendizado sobre como somos percebidos, como devemos agir e o que os países asiáticos esperam de nós. Somos vistos como um gigante na produção de alimentos de qualidade e uma potência tecnológica no agronegócio. China, Vietnã, Coreia, Tailândia e Myanmar, por exemplo, nos surpreenderam com demandas sobre acordos na área do conhecimento e da tecnologia gerados pela Embrapa. E nós os surpreendemos ao mostrar que o Brasil é um país com uma agricultura sustentável e que preservou 61% do seu território.

O crescimento da classe média asiática já é uma realidade. O Vietnã foi reconstruído depois de dizimado por uma guerra. Andando por Hanói, percebe-se o quanto eles avançaram e ainda vão avançar. A frota de carros é muito nova, os supermercados oferecem enorme variedade de produtos, e o café tomou o lugar do chá como bebida nacional.

Myanmar parece parado no tempo, não só pelas roupas das pessoas e os carros antigos, mas pela agricultura de carro de boi, parecida com a do Brasil das décadas de 1960 e 1970. Mas o país está vivendo uma renovação política e sonha se desenvolver como importante produtor de alimentos.

Nossa viagem à Ásia foi para preparar e plantar. Por isso, ela precisa ter continuidade por meio do trabalho do Ministério da Agricultura – que agora tem um grande dever de casa – e

também dos nossos diplomatas e dos empresários que nos acompanham. Em todas as cidades por onde passamos, a presença de empresários locais superou as expectativas, e isso gerou rodadas de negócios altamente produtivas.

Também fiquei surpreendido positivamente com a presença de empresas brasileiras na Ásia, como a Marfrig e a BRF. Elas geram empregos nas duas pontas: importam do Brasil carnes bovina, suína e de aves, que, depois de processadas em suas plantas asiáticas, são distribuídas para importantes redes de fast-food e supermercados. É uma operação em que os dois lados ganham. Os empresários brasileiros têm dado exemplos de criatividade, qualidade e eficiência. Numa unidade da BRF na Tailândia, trabalham 5 mil empregados de três nacionalidades. Na Marfrig da China e da Coreia, o alto grau de automação e controle de qualidade se tornou referência no mercado local.

Tenho certeza que quanto mais focarmos no mercado asiático, mais rápido colheremos resultados para nosso país. Eles precisam mais de nós neste momento do que outros parceiros. O Brasil precisa gerar cada vez mais exportações para sair com segurança da crise, criar empregos e recuperar a renda dos nossos trabalhadores.

O agronegócio é o caminho para acelerarmos a recuperação econômica, pois o mundo não vive sem comida. Os árabes vendem combustível para veículos; nós, para a vida. Uns vendem tecnologia de informática; nós, de produção alimentar. O Brasil é hoje o segundo maior produtor de alimentos do planeta. Queremos ser o primeiro.

¹ Ministro de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.