

# Contatos comerciais polono-brasileiros - esboço do assunto<sup>1</sup>

Wojciech Baczyński

Diretor Geral da Câmara de Comércio Polônia-Portugal (PPCC)

*Tradução: Magdalena Stefanowicz-Szczygielska*

Uma discussão breve e simplificada das relações comerciais entre a Polônia e o Brasil requer a separação dos últimos 50 anos de cooperação bilateral de comércio e investimento em pelo menos duas etapas: cooperação antes de 1989 e depois de 1989. Ao mesmo tempo, ao fazer uma tentativa subjetiva de delinear possíveis direções futuras das relações comerciais, deve-se levar em conta as atuais mudanças e limitações muito dinâmicas nas condições do comércio globalizado, incluindo possíveis mudanças nos tratados entre a União Europeia e o Mercosul, concorrência externa e envolvimento promocional de agências governamentais nacionais especializadas e instituições do ambiente empresarial.

\*\*\*

A Polônia e o Brasil são mercados geograficamente muito distantes, cujo nível de cooperação natural no comércio exterior será sempre resultado de sua complementaridade em bens e serviços produzidos. Esse já era o caso no final dos anos vinte do século passado, durante os primeiros contatos comerciais entre os dois países. As exportações polonesas para o Brasil incluíam principalmente carvão, cimento, produtos de aço e zinco, que o Brasil não possuía. Do Brasil, por sua vez, importamos café, cacau, tabaco, algodão, peles bovinas não curtidas e minério de ferro. Nesse período foi celebrado um acordo tarifário, assinado em 22 de agosto de 1929, que entrou em vigor em 4 de março de 1932.

Até certo ponto, porém, o aumento constante do comércio também pode ser influenciado pelas relações políticas, bem como pelo perfil e pelas motivações de atores importantes na área de negócios de ambos os lados do oceano. Isso aconteceu no período pós-guerra, nos anos 60, quando o Brasil, buscando mercados para seus próprios produtos como parte de sua estratégia de desenvolvimento, concluiu uma série de acordos e entendimentos com a República Popular da Polônia, o que, por sua vez, estava de acordo com a estratégia polonesa de reconstruir as relações comerciais com o Ocidente e países não europeus, e de monopolizar as exportações de produtos da Polônia pelos chamados Centros de Comércio Exterior (CHZ).

Esses acordos entre a Polônia e o Brasil estabeleceram o caráter de compensação de liquidações, assumindo o equilíbrio das entregas mútuas sem o envolvimento de recursos de divisas. Os exportadores de ambos os lados receberam pagamentos diretamente dos bancos de compensação - Banco Handlowy do lado polonês e Banco do Brasil do lado brasileiro. Do ponto de vista das companhias, isso foi um elemento encorajador e garantiu a segurança das transações e sua posição de caixa. Ambos os países sonhavam, portanto, com seu próprio poder comercial

---

<sup>1</sup> O artigo foi preparado com enfoque no período dos anos 70 até o presente, com base nas informações e dados disponíveis, muitas vezes escassas, bem como nas minhas próprias recordações e nas de pessoas selecionadas que trabalharam na área de serviço e promoção do comércio exterior entre a Polônia e o Brasil nos últimos 40 anos. Gostaria de agradecer a todas essas pessoas a ajuda e o envolvimento delas.

e, através das relações políticas, encontraram uma maneira de aumentar a complementaridade em suas relações comerciais. Isso foi seguido pelo surgimento de importantes empresários de ambos os lados para manejar esta complementariedade.

\*\*\*

A cooperação comercial formatada segundo esses princípios na sua primeira etapa - entendida como o período dos anos sessenta até 1989 - atingiu seu auge nos anos setenta e até 1981, quando o faturamento anual do comércio bilateral ultrapassava 600 milhões de dólares anuais. No mesmo período, o comércio da Polônia com a Argentina (1981) atingiu US\$ 100 milhões, o comércio do Brasil com a Espanha foi comparável ao da Polônia com o Brasil, o comércio do Brasil com Portugal foi significativamente inferior ao nosso, e o comércio do Brasil com a França não excedeu US\$ 1,7 bilhões. Naquela época a Polônia exportava principalmente carvão, fertilizantes e produtos químicos, enxofre e produtos de construção naval (navios). O país importou cultivos e matérias primas brasileiras, como café, farinha de soja, algodão, cacau, minério de ferro e magnésita.

Naquela época, o Brasil era o maior exportador de café para a Polônia, com uma participação de 80% do total, chegando a 25-30 mil toneladas de café verde (arábica não lavado) e instantâneo por ano. CHZ Agros era o principal importador de café, e o café era torrado na Polônia em fábricas locais. A situação começou a mudar depois de 1982, quando o comércio de café foi retirado do comércio de compensação e a Polônia começou a comprar quantidades menores no Brasil já por divisas, ao mesmo tempo em que diversificou as direções gerais de abastecimento, inclusive de comerciantes da Europa Ocidental. Para comparar, a Polônia importa atualmente cerca de 100 mil toneladas de café por ano e a participação do Brasil está abaixo de 50%. A empresa Agros também importava cacau. O principal importador de farinha e produtos de soja foi a Rolimpex, com entregas recebidas no porto de Paranaguá por navios poloneses. No que diz respeito às exportações, a Rolimpex entregou, por exemplo, batatas-semente ao Brasil. O fornecimento de carvão ao Brasil foi feito pela Węglokoks, compensado pela compra de minério de ferro. Do lado brasileiro, os principais destinatários dos produtos poloneses eram grandes empresas estatais e privadas, que precisavam de produtos poloneses para implementar suas estratégias de desenvolvimento e logística: Vale do Rio Doce, CSN, Ferronorte e praticamente toda a indústria brasileira de distribuição de fertilizantes e produtos químicos.

Deve ser mencionado - e aqui gostaria de voltar ao papel do perfil e da motivação de atores significativos na área comercial de ambos os lados, como sugerido no início deste artigo - que um papel muito importante de ativação nas relações comerciais do lado brasileiro foi desempenhado nos últimos 40 anos pela empresa de trading Comexport (hoje a maior empresa comercial do Brasil com um volume de negócios de US\$ 2 bilhões). Estabelecida em São Paulo no início dos anos 70 e dirigida pessoalmente até 2004 por um emigrante judeu-polonês, Artur Goldlust, ela baseou seu desenvolvimento inicial no comércio com a Polônia e outros países do bloco oriental, bem como com os Estados Unidos e a China na área de produtos e produtos semiacabados sujeitos a quotas. Naquela época a Comexport era responsável pelas operações comerciais com a Polônia na área de têxteis e algodão (comércio com a Textilimpex), mais tarde também de fertilizantes a granel e produtos químicos (importações e exportações em cooperação com a Ciech), carvão, coque, enxofre e minério de ferro (importações), funcionando

como um operador financeiro e logístico. Deve-se notar que inicialmente ela se preocupava principalmente com operações de exportação para a Polônia, e com o tempo e sob pressão do governo polonês, também com operações de importação para o Brasil. É necessário enfatizar o papel da Comexport na promoção, construção de sua posição e significativa participação no mercado brasileiro nos anos 80 e 90 de, entre outros, enxofre polonês (chegando a mais de 40% em um ponto via Grzybów, Siarkopol), fertilizantes (por exemplo, sulfato de amônio, polímeros de dióxido de titânio em cooperação com Ciech, Azoty e Anwil) e produtos de aço (incluindo perfis de aço para o setor de construção e trilhos ferroviários para Anwil) e produtos siderúrgicos (incluindo perfis de aço para o setor da construção civil e trilhos ferroviários para a organização do sistema de frete em cooperação com a Huta Katowice, então ainda competindo com, entre outros, o grupo Mittal Steel). Nos anos 80, 90 e no início deste século a Comexport teve sua filial em Varsóvia.

\*\*\*

Ao discutir a questão da compensação, vale a pena examinar mais de perto a estrutura dos postos de comércio poloneses no Brasil entre os anos 70 e 90 e a divisão de tarefas de seu pessoal em missões de comércio exterior. Até o fim de 1973, o Escritório Comercial polonês fazia parte da Embaixada da Polônia no Rio de Janeiro. A partir dessa data, a Embaixada da Polônia foi transferida para Brasília, de acordo com o decreto do governo brasileiro sobre a transferência obrigatória de missões e representações diplomáticas do Rio de Janeiro para Brasília até o final de 1973. Na prática, o Ministério das Relações Exteriores da Polônia tinha dois funcionários diplomáticos credenciados em Brasília: um conselheiro comercial, que trabalhava permanentemente no Rio de Janeiro, e um adido comercial, que trabalhava no escritório econômico da Embaixada da Polônia em Brasília. Após a transferência da Embaixada da Polônia do Rio de Janeiro para Brasília, o Escritório Comercial da Polônia no Rio de Janeiro perdeu oficialmente seu status privilegiado como posto diplomático, e seu restabelecimento no sistema jurídico brasileiro só ocorreu em 1980.

Os escritórios de comércio eram formados por funcionários do Ministério do Comércio Exterior e Assuntos Marítimos da Polônia, bem como por especialistas da indústria, dirigidos diretamente pelos Centros de Comércio Exterior (CHZ). Um exemplo foi a Agros, que naquela época fazia grandes compras de produtos alimentícios, inclusive café e pimenta. No seu auge, o posto do Rio de Janeiro empregava 10 funcionários poloneses em tempo integral e com taxa fixa. A divisão do trabalho se baseou no critério de atender a direções comerciais selecionadas, representadas pelas CHZs, tais como a Agros, Rolimpex, Węglokoks, Ciech, Cenzin, Centromor, e outras. Do ponto de vista da formação de pessoal, os representantes empresariais se tornavam diplomatas e funcionários públicos ganhavam experiência empresarial; o que de outra forma se traduziu em carreiras interessantes posteriores em ambos os campos.

Ao mesmo tempo, no início dos anos 80, dois outros escritórios comerciais já estavam funcionando: o Escritório Comercial da Polônia em Porto Alegre, que fazia parte da Seção Comercial do Consulado Geral da República Popular da Polônia em Curitiba, estabelecido, entre outros, para supervisionar o empreendimento conjunto dos centros comerciais poloneses Textilimpex e Skórimpex com seu sócio brasileiro, e o Escritório Comercial da Polônia em São Paulo, estabelecido como parte do Consulado Geral em São Paulo, mas substancialmente

subordinado ao Rio de Janeiro. As principais atividades e divisão de responsabilidades nos escritórios se concentraram no tratamento das atividades comerciais dos Centros de Comércio Exterior, intervenções e transferência de fundos para a execução de contratos.

A existência do Escritório Comercial no Rio de Janeiro após a transferência dos escritórios centrais brasileiros para a nova capital, em Brasília, no entanto, tornava-se cada vez menos útil. Foi São Paulo que se tornou, e continua sendo até hoje, o centro de negócios de fato após a mudança da capital nacional. Em 1992, foi tomada a decisão de transferir totalmente o Escritório do Conselheiro Comercial da Polônia do Rio de Janeiro para São Paulo. Isso aconteceu no mesmo momento em que foi tomada a decisão de fechar o escritório de Porto Alegre.

No total, entre os anos 70 e 1992, até 20 pessoas lidavam simultaneamente com a cooperação comercial no mercado brasileiro, o que hoje pode parecer excessivo, mas contrasta dolorosamente com a falta de serviço algum oferecido no momento de elaboração deste artigo.

\*\*\*

Um colapso significativo do alto volume de comércio observado nos anos 70 e início dos anos 80 ocorreu imediatamente após a lei marcial na Polônia (Dezembro 1981- Julho 1983). O saldo das operações de compensação acabou sendo desequilibrado em prejuízo do Brasil, o que, combinado com uma grande ação de crédito por parte do Brasil (por exemplo, o contrato de crédito de 1977 e o acordo entre o Governo da República Popular da Polônia e o Governo da República Federativa do Brasil sobre transporte marítimo de 26 de novembro de 1976), levou à acumulação da dívida altíssima da Polônia, que foi trazida à luz quando a situação de pagamento polonesa entrou em colapso em 1981-1982. Foi somente após o acordo sobre uma redução de 50% e reestruturação da dívida polonesa assinado em 28 de julho de 1992, após negociações dentro do Clube de Paris, e depois em 2001 quando a Polônia comprou a parte restante da dívida no Banco Central por 74% de seu valor nominal (USD 2,4 bilhões), que a questão da dívida polonesa no Brasil finalmente terminou. No Brasil, esse famoso caso era popularmente conhecido como o *casus polonetas*. Ele perpassou o debate político, econômico e parlamentar no Brasil. Segundo alguns de meus interlocutores, isso aconteceu principalmente devido a conflitos pessoais na política interna brasileira contra o então Ministro da Fazenda Antônio Delfim Netto.

\*\*\*

Durante todo o período pós-guerra, o comércio exterior com a América do Sul, incluindo o Brasil, também se baseou no desenvolvimento da navegação polonesa, que em certo momento foi organizada em duas empresas estatais. A empresa Linhas Marítimas Polonesas (Polskie Linie Oceaniczne, PLO) se concentrou na carga geral, enquanto a (Navegação Marítima Polonesa (Polska Żegluga Morska, PZM) foi responsável pela carga a granel.

As Linhas Marítimas Polonesas serviram a América do Sul nas costas leste e oeste, pertencendo à conferência marítima e aparecendo nela sob o nome de Baltamerica, juntamente com o DSR de Rostock e um armador soviético do que era então Leningrado. O número crescente de navios e escalas na costa leste da América do Sul levou a PLO a estabelecer seu escritório de representação em Santos. Representantes poloneses exerceram suas funções na sede do agente

geral, a companhia brasileira Agenave, controlando sua aquisição e atividades financeiras relacionadas principalmente com a coleta de fretes e liquidação dos custos de permanência dos navios nos portos da região. Nos anos 80 e no início dos anos 90, os navios da PLO saíam de Gdynia a cada duas semanas, fazendo escala nos portos brasileiros de Fortaleza, Recife, Salvador, Rio de Janeiro, Santos, Rio Grande e terminando em Buenos Aires e fazendo o mesmo caminho de volta. A agência tornou-se agente de ambas as companhias de navegação polonesas e empregou representantes da Gdynia Polfracht como parte de sua administração, que não só tratou da aquisição da carga, mas também prestou apoio aos representantes dos armadores poloneses. Infelizmente, o agente da Agenave teve dificuldades financeiras relacionadas com outro negócio e fechou seus escritórios. Isso coincidiu com a liquidação da instalação da PLO em 1993.

A Navegação Marítima Polonesa registrou um aumento do tráfego do Brasil no final dos anos 70, quando outro contrato de importação de minério de ferro brasileiro para a Polônia foi assinado a nível governamental. O contrato era tratado pela União Marítima Polonesa (PZM), cujos navios faziam escala no porto de Tubarão, no Estado do Espírito Santo, até quatro vezes ao mês. Nessa ocasião, a PZM abriu seu escritório de representação na cidade de Vitória, e depois que o contrato de minério expirou, a sede foi transferida para o escritório de Agenave, no Rio de Janeiro. Com o desaparecimento da Agenave, a PZM decidiu abrir sua própria agência no Rio de Janeiro, a Polsteam Agência de Navegação. Naquela época era a única companhia polonesa no Brasil, que tratava da aquisição de cargas para a frota da PZM, realizando atividades financeiras relacionadas com a permanência dos navios nos portos, representando a companhia e as tripulações (substituições, doenças, acidentes, mortes, etc.). Ocasionalmente, também conduziu atividades de agência em nome de outros armadores estrangeiros. Em 2005 a sede da PZM foi reorganizada e, como no caso de quase todas as filiais estrangeiras, a Polsteam no Rio de Janeiro foi fechada e liquidada. Desde então, os armadores poloneses não têm tido nenhum representante próprio no Brasil e na América do Sul.

Vale a pena mencionar que durante a atividade dos representantes poloneses da navegação no período em discussão, houve um animado transporte de mercadorias não só entre a Polônia e o Brasil, mas também entre outras regiões geográficas. Os navios dos armadores não só transportavam mercadorias de seus próprios países, mas também participavam do sistema global de transporte, e a bandeira polonesa era um sinônimo reconhecido de qualidade e confiabilidade. Por exemplo, os navios PZM que traziam carga a granel da Polônia ou de portos mediterrâneos para o Brasil raramente faziam escala nos portos poloneses - eles voltavam para outros portos europeus ou se dirigiam à Ásia com grãos de soja brasileiros ou pellets de soja, minério de ferro ou magnesite. Deve-se mencionar também que as representações dos armadores apoiavam todas as outras formas de navegação - eventos memoráveis foram as chamadas ao Rio de Janeiro do veleiro da Escola Marítima Superior "Dar Młodzieży", os veleiros "Zawisza Czarny", "Pogoria" ou "Chopin", omitindo as embarcações menores.

Outro setor que viu ganhos reais no comércio nos anos 80 e 90 foi o da aviação. A companhia Pezetel SA, antigo Centro do Comércio Exterior (Centrala Handlu Zagranicznego, CHZ), ofereceu no Brasil e na América do Sul aviões e helicópteros das fábricas de aviação polonesas de toda a Polônia. O avião PZL-106BT 601 Turbo Kruk foi vendido já nos anos 80 para a Argentina. A primeira aeronave turboélice agrícola Turbo Kruk foi enviada ao Brasil no início dos anos 90, equipada com um motor Walter e hélices Avia Hamilton, enquanto que a PZL Okęcie

produziu a própria fuselagem. As vendas foram realizadas principalmente com base em financiamento próprio e duraram até meados da primeira década dos anos 2000. As transações foram baseadas em forfaiting, mas sem garantias e com recurso à Pezetel SA. Outro avião vendido no Brasil, usado principalmente para combate a incêndios, foi o PZL Dromader (o primeiro contrato de fornecimento único foi executado no início dos anos 90, outro foi assinado pela PZL Mielec em 2004).

Do lado da importação, um exemplo emblemático é a cooperação na compra de aeronaves Embraer pela LOT Polish Airlines que tem se estendido já por duas décadas. As aeronaves Embraer representam um nicho de mercado, porque os grandes fabricantes de aeronaves, como a Boeing ou a Airbus, não acharam lucrativo entrar no segmento de aeronaves menores, com motores a jato. Portanto, o principal concorrente da Embraer é a Bombardier, do Canadá. Os aviões da Embraer são aviões menores, com motores a jato, para 50 passageiros, como ERJ-145 e maiores ERJ-170 (70 passageiros), ERJ-175 (82 passageiros), ERJ-190 (91 passageiros) e ERJ-195 (112 passageiros), destinados para rotas europeias curtas. As aeronaves cobrem uma distância entre 1500 e 3500 quilômetros. Em 1999, a LOT assinou um contrato de compra de seis ERJ-145 (Embraer Regional Jets), juntamente com seis opções de compra de aviões do mesmo tipo. Em 2000, foi exercida a opção de compra de mais seis veículos. No final, um total de 14 ERJ-145 estavam em serviço na frota da companhia aérea. Embora a frota ERJ tenha sido retirada de serviço desde então, a LOT Polish Airlines tem agora 37 Embraers da família ERJ-Jet, seis E-170s, doze ERJ-175s (incluindo duas à disposição do governo), quatro ERJ-190s e quinze ERJ-195s.

\*\*\*

Voltando ao caso de *polonetas*, no período entre 1983 e 1989 o valor do volume de negócios oscilou apenas dentro dos limites de 250-400 milhões de dólares com um saldo equilibrado, para atingir uma média de cerca de 150 milhões de dólares em 1990-1993. No início dos anos 90 foi aberta uma nova etapa nas relações comerciais, baseada no livre comércio, o que inicialmente levou a uma queda no volume de negócios devido à reorganização do comércio exterior polonês e à perda de competitividade ou mesmo de capacidade de produção em áreas selecionadas. No entanto, a partir de 1994, o volume de comércio começou a se acelerar (entre outras coisas devido ao acordo comercial assinado pelos dois países em 1993, que abandonou definitivamente o sistema de compensação anterior e concedeu a ambos os lados o status de Nação Mais Favorecida), atingindo aproximadamente 350 milhões de dólares anuais. Ao mesmo tempo, 1994 foi o último ano até agora, quando a Polônia conseguiu um superávit comercial com o Brasil. Outro aumento claro e constante do volume de negócios ocorreu a partir de 2004, junto com a adesão da Polônia às estruturas da União Europeia, para atingir seu pico em 2014 (USD 1,68 bilhões) e recorde de 2018 (USD 2,3 bilhões), com um claro superávit comercial por parte do Brasil. Enquanto isso, a rotatividade comercial com o Brasil de outros parceiros europeus, como Espanha, França e Portugal, é respectivamente três, seis e uma vez e meia mais alta do que a da Polônia.

\*\*\*

Resumindo os contatos comerciais polônês-brasileiros, vale a pena examinar a questão das oportunidades de negócios não utilizadas na linha de comércio e investimento com o Brasil.

No caso da indústria aeronáutica polonesa, o fator que impediu um maior desenvolvimento foi a falta de investimento, entendido como a falta de serviço pós-venda, tecnologias ultrapassadas e falta de comercialização. Em anos posteriores, a maioria das fábricas foi assumida por gigantes internacionais e, eventualmente, a produção da maioria das aeronaves também foi interrompida. Tentativas de descontar a posição de compra para a Embraer, fornecendo produtos aeroespaciais poloneses, também não tiveram êxito.

Devido à falta de visão em suas relações com o Brasil, a Polônia também perdia, gradual ou completamente, suas participações no mercado das importações brasileiras de carvão, coque, enxofre e fertilizantes selecionados, interessantes no longo prazo. Em um mercado de tal escala e estabilidade da demanda por esses tipos de produtos, como foi o Brasil, a manutenção das participações no mercado desenvolvidas ao longo dos anos deveria - desde que isso seja assumido na estratégia de longo prazo dos produtores e exportadores poloneses - ter precedência sobre as flutuações de preços de curto e médio prazo ou lucros de curto prazo realizáveis em mercados competitivos. Em lugar disso, os exportadores não raramente preferiram redirecionar, a curto e médio prazo, suas exportações para mercados que ofereciam preços de compra temporariamente mais altos, o que gradualmente resultou numa perda significativa ou total de sua posição no mercado brasileiro, que foi, naturalmente, tomado pela concorrência global. Um bom exemplo dos últimos anos são os subdimensionados, respeito aos contratos assinados, embarques de sulfato de amônio polônês, talvez o último produto do grupo de produtos em questão que ainda mantém uma participação interessante no mercado brasileiro. Esse problema ilustra a tese de que a visão de curto prazo na forma de resultados de vendas anuais é mais importante do que a visão estratégica baseada na manutenção das quotas de mercado em um mercado importante, grande e absorvente em uma posição de longo prazo.

Outro projeto notável não realizado foi o investimento proposto na segunda metade dos anos 90 pela Vale do Rio Doce (um produtor de minério de ferro) e pela Comexport (um operador logístico) para a construção de um porto de minério em Gdansk para navios especializados com capacidade de até 350 000 toneladas para as necessidades da fundição de Katowice, por exemplo, mas também para fazer da Polônia um centro de abastecimento de minério de ferro relativamente barato e de alta qualidade para outras regiões da Europa. Um dos obstáculos a esse projeto foi a Federação Russa, que oferecia transportar seu minério por ferrovia. O projeto entrou em colapso e a fundição de Katowice acabou ficando nas mãos do grupo ArcelorMittal (que ainda exporta produtos siderúrgicos para o Brasil).

As tentativas de entregar equipamento militar também não tiveram êxito; após as negociações do Clube de Paris, quando foi dada à Polônia a possibilidade de reconverter 10% de sua dívida, que poderia ter sido paga com entregas de equipamento militar, e para esse fim uma filial da empresa Cenzin foi aberta temporariamente no Brasil.

A situação potencial de fornecimento de enxofre consistia em uma proposta para substituir o fornecimento canadense desse produto, numa época em que o Brasil e o Canadá estavam em conflito relativo à concorrência entre a Embraer e a Bombardier (ambos países subsidiaram a produção de aeronaves) e o Brasil decidiu aplicar impedimentos significativos ao fornecimento de produtos canadenses, inclusive enxofre. No final, o enxofre teve algum sucesso e ações significativas no Brasil, mas por um curto período de tempo. Nessa ocasião, no entanto,

deve-se notar também que a produção de enxofre na Polônia diminuiu gradualmente em escala e posição competitiva no mundo (a Polônia não possui os depósitos de gás necessários para alcançar uma posição de preço globalmente competitiva).

Concluindo o tema das oportunidades perdidas em termos institucionais-promocionais, nos últimos 15 anos houve um enfraquecimento significativo dos recursos materiais e humanos dos postos de comércio poloneses no Brasil, devido a decisões governamentais. O Consulado Geral do Rio de Janeiro foi encerrado em 2008, o que ainda não teve um impacto negativo claro nas atividades promocionais e comerciais proativas. Efeitos muito piores foram causados pelo fechamento do Consulado Geral em São Paulo em 2013 e, sobretudo, do Departamento de Comércio e Promoção de Investimentos em São Paulo (em 2017), que até hoje não viu seu sucessor institucional na forma do Escritório de Comércio Exterior do PAIH. Assim, das 20 maiores economias do mundo (o Brasil é tradicionalmente classificado entre os lugares 6 e 9 da lista), é só no Brasil que a Polônia não tem atualmente (setembro de 2020) um único oficial competente responsável por questões comerciais. Isso pode ser devido às dificuldades e custos de estabelecer uma representação não diplomática no Brasil, mas essa é uma situação a ser otimizada e resolvida.

\*\*\*

Atualmente, em termos de faturamento, o Brasil continua sendo o primeiro parceiro comercial da Polônia na América Latina, mas ocupa apenas a 39ª posição mundial (2018). Até recentemente, era também tradicionalmente o primeiro destinatário das exportações polonesas na região (só nos últimos anos ultrapassado por México). A participação do Brasil no comércio da Polônia com a América Latina tem sido de cerca de 22% nos últimos anos. No entanto, a participação do Brasil no comércio total da Polônia ainda é pequena e em 2019 era de apenas 0,3% (ou seja, 0,2% e 0,4% nas exportações e importações, respectivamente). Isso não muda o fato de que, em termos de valor do intercâmbio comercial, o Brasil continua sendo o maior parceiro da Polônia na região da América Latina e o segundo maior cliente de nossas mercadorias, depois do México. As empresas polonesas compraram em 2019 no Brasil uma grande quantidade de matéria-prima necessária para a produção interna (minérios de cobre) e produtos agroalimentares para consumo direto (tabaco, soja, café, frutas tropicais, sucos).

Segundo os dados do Ministério do Desenvolvimento da Polônia, os produtos da indústria eletromecânica e da indústria química foram os líderes das exportações polonesas em 2017-2018. Juntos, eles representaram 81% do total de nossas exportações para o Brasil em 2018. Por vários anos, as peças e acessórios para automóveis continuam sendo o item mais importante nas exportações polonesas. As importações polonesas do Brasil incluem tradicionalmente cinco principais grupos de mercadorias: matérias-primas minerais (minério de cobre), indústria eletromecânica (aviões, suprimentos cooperativos da indústria automobilística), produtos agroalimentares (tabaco, bolo de soja, café, sucos de frutas e frutas tropicais), produtos químicos e plásticos.

\*\*\*

A precursora dos investimentos poloneses no Brasil é Selenia, de Wrocław, que iniciou suas atividades diretas em Ponta Grossa, no estado do Paraná, no início do século XXI. É uma região com um grande número de descendentes de emigrantes poloneses, e a empresa, que é líder mundial na fabricação de produtos químicos para a construção civil, tem uma fábrica que produz espuma de poliuretano. Uma subsidiária da Komandor SA da Radom, que opera na indústria de móveis como Komandor do Brasil Ltda, está operando no Brasil desde julho de 2000. Foi estabelecida pela filial canadense de uma empresa polonesa com dois acionistas brasileiros.

Desde 2009 o Grupo Gremi International vem realizando um projeto de longo prazo, o Eco Estrela, que prevê a construção de um complexo com a função hoteleira, de negócios, residencial e recreativa em Baía Formosa, no estado do Rio Grande do Norte. Desde 2010 Boryszew Chemical Group sob o nome Maflow do Brasil opera no Brasil (Curitiba) fornecendo cabos de ar condicionado e direção hidráulica para os fabricantes globais de automóveis com fábricas localizadas no Brasil e na Argentina (VW, Fiat, GM, Nissan, PSA, Volvo entre outras). Desde 2012 existe um escritório de vendas em São Paulo para a empresa polonesa LUG Light Factory, um fabricante de iluminação LED para uso interno e externo (embora nos últimos anos sua presença tenha sido mais focalizada na Argentina). Ao mesmo tempo, a GTV, fabricante de acessórios para móveis, incluindo iluminação LED, estabeleceu e está desenvolvendo sua filial no Estado do Paraná. Em agosto de 2016, o fabricante de embalagens metálicas e de alumínio Can-Pack SA (uma empresa internacional sediada em Cracóvia) assinou um acordo para adquirir 100% das ações da Companhia Metalic Nordeste, sediada em Fortaleza. O proprietário da Can-Pack é a Giorgi International Holdings, uma empresa sediada em Luxemburgo, de propriedade da americana F&P Holding. No entanto, a companhia foi estabelecida há 27 anos em Cracóvia e iniciou sua expansão internacional a partir da Polônia. Atualmente o grupo consiste de mais de 30 subsidiárias e emprega mais de 4.000 pessoas no mundo inteiro. As companhias que abriram filiais aqui em 2011-2012, eSKY (setor de internet) e Medcom (setor ferroviário), continuam suas atividades no Brasil. No Brasil, a Medcom está modernizando os veículos de metrô de São Paulo e, junto com a CAF, instala conversores de voltagem para a SuperVia no Rio de Janeiro. O sucesso e a marca da Medcom no mercado brasileiro também ajudaram a reavivar a cooperação de outras empresas nacionais no setor ferroviário, como a Rafako. Nos últimos 4 anos, empresas de tecnologia localizaram suas filiais no Brasil: RTB House, especializada em anúncios gráficos automatizados e venda de soluções de redirecionamento de comércio eletrônico, e Edrone, produzindo software para gestão de sistemas de vendas de varejo e comércio eletrônico. O sucesso no nicho do comércio eletrônico através de sua própria plataforma on-line para a venda em massa de bilhetes de ônibus no Brasil também foi alcançado pela Quero Passagem, uma empresa sediada em São Paulo que está presente no mercado desde 2013. Duas empresas polonesas - Photon Group (registrada na República Tcheca) e Genrose Comércio Ltda - estão atuando na venda de suplementos dietéticos por via eletrônica desde 2015.

O balanço dos investimentos citados acima mostra que, apesar da distância e das dificuldades, as empresas polonesas podem competir e ter sucesso no Brasil. Estou convencido de que nem sempre elas são capazes de ganhar dinheiro a curto prazo, mas sua presença na exportação e nos investimentos mostra sua capacidade de pensar a longo prazo e seu foco em ter uma fatia desse mercado de mais de 200 milhões, que, além do seu tamanho, constitui uma janela para os mercados vizinhos. Essas companhias também entendem que, por razões processuais e culturais na área da América Latina, a presença direta e as relações que a

acompanham, além de uma profunda preparação substantiva para a atividade comercial no Brasil, são importantes. Por ocasião do investimento, é digno de nota um fator inibidor significativo na forma da falta de um acordo para evitar a dupla tributação entre a Polônia e o Brasil (que muitas vezes resulta na necessidade de investir através de outros países europeus), que, no entanto, está atualmente - graças aos esforços poloneses e aos contatos políticos atualmente revigorados - passando por preparativos promissores no nível do Congresso brasileiro.

O único investidor brasileiro na Polônia continua a Stefanini, uma empresa sediada em Cracóvia, que entrou no mercado polonês comprando a empresa Tech Team e prestando serviços corporativos no campo da inteligência artificial e informática. A companhia emprega atualmente cerca de 100 pessoas na Polônia. Atualmente se está trabalhando para abrir uma filial da empresa brasileira na área de consultoria no mercado de jogos de computador, a GamePlan, em Poznań.

O número de turistas brasileiros que visitaram a Polônia foi de 28 mil em 2016, mostrando uma tendência de aumento em relação aos anos anteriores (dados da Organização Polonesa de Turismo, POT). A observação dos fluxos migratórios em termos de trabalhadores especializados mostra também que, nos últimos cinco anos, um grande número de especialistas brasileiros em TI tem vindo à Polônia (através de outros centros urbanos europeus e do próprio Brasil), excedendo os fluxos de trabalhadores na direção oposta.

## **Postulados**

Na tentativa de fazer sugestões para o desenho futuro das relações comerciais externas com o Brasil, vejamos primeiro as barreiras. Em primeiro lugar, objetivamente falando, o Brasil continua sendo um dos países mais protetores do acesso ao seu mercado. Por muitos anos, o país não fez nenhum progresso na remoção das barreiras não tarifárias, apesar de muitas insistências da OMC. A política econômica brasileira continua sendo fortemente protecionista e caracterizada por um alto nível de intervencionismo estatal. Ao escrevermos sobre as condições de acesso ao mercado brasileiro, não podemos omitir o termo *custo Brasil*, que descreve um conjunto de dificuldades que incluem extensa burocracia, um sistema tributário complicado e cumulativo, a necessidade de obter licenças e certificados de importação, e muitos outros fatores que dificultam a realização de negócios, inclusive a exportação de mercadorias para o Brasil. Na lista "Doing Business", publicada anualmente pelo Banco Mundial, o Brasil ocupa uma distante 123ª posição entre os países classificados. Em segundo lugar, as economias da Polônia e do Brasil são caracterizadas apenas de forma limitada pela complementaridade natural (existe uma situação semelhante, por exemplo, nas relações entre o Brasil e a Austrália).

Voltando às oportunidades e exigências, é preciso primeiro notar que as questões protecionistas se aplicam em grande parte igualmente a todos os nossos concorrentes internacionais. Um desbloqueio parcial dessa situação pode resultar do fato de que as relações econômicas entre a União Européia e os países do Mercado Comum do Sul (Mercosul), inclusive o Brasil, serão logo regidas por um Acordo de Livre Comércio, cuja parte comercial já foi concluída, mas a dinâmica final do processo de ratificação de ambos os lados do Atlântico permanece incerta. Esse acordo, entre outras coisas, ao liberalizar o acesso aos mercados, pode contribuir automaticamente para o desenvolvimento significativo do comércio entre a UE e o Brasil, e a Polônia também se beneficiará com ele. Por outro lado, um fator positivo na dimensão

política pode ser a manutenção do curso de liberalização, em certas áreas, representado pelo atual governo brasileiro, e promovido pelo atual Ministro da Fazenda, Paulo Guedes.

No que diz respeito às sinergias naturais de ambas as economias, parece que estamos utilizando algumas delas, por exemplo, o fornecimento ainda persistente (embora em declínio) de fertilizantes e da indústria química, a participação em fornecimentos transnacionais corporativos, por exemplo, nas indústrias automotiva e farmacêutica, ou as sinergias na indústria ferroviária. Por outro lado, muitas oportunidades não foram aproveitadas, e convencer os parceiros estrangeiros da competitividade das soluções polonesas no momento, mesmo aquelas de nicho, deve exigir de nossa parte proatividade e competência de recursos humanos.

\*\*\*

Um fator importante que impede o desenvolvimento das relações é o completo desprendimento do mercado brasileiro nos últimos cinco anos por parte das agências governamentais polonesas encarregadas da promoção das exportações, o que, no caso de uma das dez maiores economias do mundo e que atualmente reavivam relações políticas favoráveis, parece ser um erro considerável. Estamos falando de uma falta de cuidado com os contatos desenvolvidos ao longo dos anos, de um fracasso no estabelecimento de novas relações e, como resultado, de uma rápida perda de know-how. Entretanto, a competição não está dormindo. A falta de representação adequada em um país com estrutura demográfica brasileira (cerca de 1,5 milhões com raízes polonesas) parece ainda mais intrigante quando tanto se tem falado recentemente sobre o aprofundamento proativo da cooperação com os líderes da Polônia. Em vista do acima exposto, a única instituição do ambiente de negócios que realizou atividades concretas em 2016-2020 em termos de apoio aos negócios poloneses através de instrumentos específicos de promoção e B2B foi a Câmara de Comércio Polônia-Portugal (PPCC).

Todas as atividades (na situação de recursos humanos limitados de nosso lado) de promoção das exportações polacas devem ser conduzidas de forma direta e localizadas e focalizadas em torno das maiores empresas brasileiras, importadores e elite econômica, a fim de se aproximar do efeito de escala - grandes empresas como a Vale, CSN, Votorantim, Petrobras, as grandes empresas comerciais acima mencionadas que importam e distribuem produtos e financiam o comércio exterior (como mostra este artigo, tendo também várias dezenas de anos de tradição no comércio com a Polônia, mas sentindo a falta de interesse estratégico do nosso lado).

Tais atividades só podem ser executadas por um gerente de escritório comercial/assessor comercial que esteja bem posicionado de ambos os lados do oceano. As empresas polonesas precisam do apoio local e físico de um funcionário/funcionários que tenham relações comerciais no mercado brasileiro e conheçam bem o mercado polonês. Quanto mais não seja para definir sua própria estratégia com base no conhecimento do mercado e na qualidade, informações verificadas. Do ponto de vista de nossas empresas e dos serviços de consultoria estatal ligados à expansão estrangeira, é necessário determinar, por exemplo, em que região desse imenso país iniciar a atividade comercial e através de que tipo de cooperação com um parceiro local. O primeiro passo deveria ser obter informações relevantes sobre o setor, uma série de visitas locais, identificando clientes potenciais e suas necessidades. Em paralelo, é necessário analisar as numerosas barreiras tarifárias e não tarifárias, que são abundantes no Brasil, e as formas de

importação de produtos próprios para o Brasil. Com base nessas informações, determinar a estratégia de entrada no mercado e, em última instância, escolher o método de trabalho com um parceiro local.

No nível das soluções de sistema e direções de desenvolvimento da cooperação de exportação com o Brasil, é necessária a presença direta, entre outros, para buscar nichos de mercado e oferecer proativamente aos grandes parceiros brasileiros as mais interessantes soluções e produtos tecnológicos poloneses com alta capacidade competitiva no comércio internacional.

Considerando tudo isso, é preciso lembrar que competir no Brasil é uma corrida de longa distância. Os principais obstáculos para as empresas polonesas são direitos de importação, impostos e outras barreiras sistêmicas, seguidos de burocracia. Todos esses fatores se somam a um estado geral de coisas, que é vinculativo para uma multidão de entidades estrangeiras interessadas no Brasil. Para ser competitivo no Brasil, é necessário compreendê-los e adaptar-se constantemente a esse ambiente particular por meio de presença direta.

## **SUMMARY**

### **POLISH-BRAZILIAN BUSINESS RELATIONS: AN OUTLINE OF THE ISSUES**

Poland and Brazil are geographically distant markets that, at the same time, are not naturally complementary. Nevertheless, Brazil is traditionally Poland's first trading partner in Latin America, and business relations have been the main engine of cooperation between the two countries in the previous century. However, in the 20th century, the lack of natural complementarity of both economies was successfully compensated by cyclical factors and pro-active political mechanisms, which resulted in the signing of many bilateral agreements facilitating the development of cooperation. As a result, the golden period of economic cooperation falls in the 1970s, when both countries developed a cooperation model based on lending, clearing settlements and increased contacts between significant business players on both sides. This led, on one hand, to the accumulation of Polish debt to Brazil, but on the other hand, it resulted in significant market shares of selected Polish goods on the absorptive market. In the 1980s, there was a breakdown in the level of cooperation, the rebuilding of which only took place at the turn of the century, along with the process of full marketization of the Polish enterprise structure and Poland's accession to the EU. During this period, the process of direct investments of selected Polish companies in the Brazilian market also began. After the global financial crisis in 2008, Polish decision-makers began to notice the need to support the expansion of domestic business in less known and prospective markets, including Brazil. Unfortunately, in the last five years, despite favourable political coincidences, the topic of professional promotion of trade cooperation on the Polish side has been largely neglected, which leads to a rapid loss of know-how in this area and favours trade based on the cooperation of multinational corporations.

Keywords: Poland-Brazil relations, Polish-Brazilian trade relations, Polish-Brazilian economic cooperation promotion of Polish foreign trade, foreign direct investments in Brazil