

## **Uma Nova Visão Estratégica Frente o Modelo de Produção Chinês**

Hoje em dia tem se falado muito na vantagem competitiva chinesa no mercado mundial, e esta vantagem é devido, principalmente, a sua mão de obra barata e por ignorarem as suas próprias leis ambientais e trabalhistas, e assim não gerarem custos as suas empresas.

Desde o final de 2001, quando a China entrou para a Organização Mundial do Comércio, e concordou voluntariamente em abrir seus mercados para o mundo, demonstrou-se estar muito mais bem preparada para recebe-lo do que o mundo para recebe-la. E que acabou assustando todo o mercado mundial.

Visto este panorama empresas de todo o mundo tem procurado encontrar maneiras eficientes para se manter no mercado frente a essa avassaladora entrada chinesa. Dentre estas estão as empresas brasileiras que encontram grandes dificuldades para se manter competitivas no mercado globalizado.

Sendo assim venho por meio deste artigo tentar mostrar um caminho, do qual, acredito poder ajudar algumas empresas interessadas a encontrar alguma saída.

Com isso temos que procurar pontos fracos nos nossos concorrentes chineses, e descobrir qual o melhor caminho para se atingir uma melhor competitividade junto as empresas chinesas? Agora sim exponho meu ponto de vista: Simplesmente atacando de forma contrária à que dá competitividade as empresas chinesas. Investindo em projetos sócio-ambientais. Entendam que isso inclui um bom relacionamento com todos os seus clientes, inclusive seus funcionários e toda a sociedade.

Desde o final da década de 90 empresas vêm decobrando que o uso de tecnologias mais limpas e praticas de gestão ambiental, no qual a variável ambiental é inserida no planejamento estratégico da empresa, vêm gerando ganhos econômicos, de imagem, maior facilidade para obtenção de crédito e acesso a novos mercados, entre outros. Essas empresas estão sim se tornando “sustentáveis”, nos dois sentidos, a longo prazo.

O outro ponto é em relação a adoção de políticas sociais aceitas mundialmente, empresas que se importam com os problemas sociais das comunidades em que estão inseridas também têm ganhado competitividade no mercado. Muitos mercados têm barrado mercadorias de empresas que não têm programas sociais.

A partir destas constatações verificamos que empresas que adotem programas ambientais e sociais podem sim entrar no mercado mundial com uma certa competitividade frente à China.

Agora outro ponto que deve ser levantado é o quanto os ganhos com programas ambientais e sociais irá gerar, para assim poder afirmar o quão competitivo estas empresas serão frente ao baixo preço dos produtos chineses. Mas o que podemos afirmar com certeza, é que perderão muito se não adotarem tais medidas.

Caso as empresas brasileiras ganhem mercado das empresas chinesas com o uso dessas medidas, isso fará com que as chinesas também adotem estas medidas. E isto acontecendo elas se igualaram as brasileiras, pois terão que aumentar os salários de seus funcionários, se preocupar com as comunidades em que estão inseridas e parar de ignorar suas leis ambientais, formando um mercado com competição mais justa, e vencerá quem tiver uma melhor criatividade, o que não falta aos brasileiros.

As empresas brasileiras têm que estar preparadas para este novo modelo de negócio, que veio para ficar e formar consciência empresarial sustentável. O que é bom para as empresas e para todo mundo.

Guilherme Guimarães Pires

Estudante de Engenharia Ambiental – USP – São Carlos