Por que os Brics deveriam ser Cirbs

Pedro Cafardo

No dia em que começa a reunião de cúpula dos líderes do Brics, em Joanesburgo, é oportuno atualizar os dados sobre o crescimento dessas nações que, 20 anos atrás, eram consideradas as grandes potências econômicas emergentes do século XXI.

Infelizmente, o Brasil continua sendo a maior decepção entre os quatro países do grupo original, formado também por Rússia, Índia e China.

Vale recordar que esse grupo surgiu de um estudo feito em 2003 pelo economista Jim O'Neil, então do Goldman Sachs, e assinado também por Dominic Wilson e Roopa Purushothaman.

O estudo é detalhista e ousado em "profecias". Projeta o crescimento do Produto Interno Bruto, ano a ano, para cada um dos quatro países desde o ano 2000 até 2050, quando o quarteto, em conjunto, deveria superar o PIB do G6, formado por EUA, Alemanha, Japão, França, Inglaterra e Itália. A África do Sul não fez parte do estudo e só entrou no grupo em 2011.

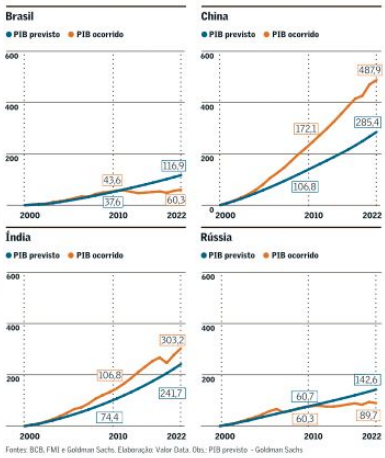
Pode ser que a profecia da Goldman Sachs ainda se realize — afinal, faltam 27 anos para 2050. Pelo que se viu até agora, porém, as projeções estão sendo cumpridas apenas por China e Índia. Aliás, se o grupo original fosse renomeado hoje com base nos desempenhos, seu nome deveria ser invertido: Cirbs.

A pedido da coluna, o economista Robinson Moraes, do Valor Data, atualizou os números da corrida dos quatro Brics. Os gráficos ao lado mostram no fim da fila o Brasil, que nos primeiros 22 anos do século teve crescimento acumulado do PIB de 60,3%, muito abaixo do projetado pela Goldman Sachs, de 116,9%.

Mesmo tendo sofrido dois grandes impactos por causa de sanções aplicadas pelas potências ocidentais após a tomada da Crimeia (2014) e a invasão da Ucrânia (2022), a Rússia ainda teve crescimento maior que o do Brasil. Seu PIB no período avançou 89,7%, menos que o projetado no estudo do Brics, de 142,6%.

As linhas dos gráficos indicam claramente que o desempenho dos dois países asiáticos contrasta com o dos dois outros parceiros. O Goldman projetava 285,4% para a China e 241,7% para a Índia e os resultados foram, respectivamente, 487,9% e 303,2%.

As curvas das linhas de Brasil e Rússia são semelhantes. Ambos avançaram de acordo com as projeções na primeira década do século e superaram de forma razoável a grande crise global de 2008, mas perderam tração econômica a partir de 2014.



Fontes: BCB, FMI e Goldman Sachs. Elaboração: Valor Data. Obs.: PIB previsto - Goldman Sachs

No caso da Rússia, os embargos em razão das guerras explicam boa parte do atraso. Brasil e Rússia, porém, são potências emergentes que se mantiveram altamente dependentes da produção e exportação de commodities, em contraste com os dois asiáticos, que avançaram na produção industrial e tecnológica. No caso brasileiro, as opiniões variam de acordo com as crenças e ideologias dos economistas. A desindustrialização, um fato incontestável, certamente explica em grande parte o fracasso econômico ante às expectativas do setor financeiro internacional retratadas no estudo do Brics.

A ampliação do grupo é o principal assunto em discussão na reunião de cúpula que começa nesta terça-feira na África do Sul. Em artigo no **Valor**, o jornalista Assis Moreira mostrou que os membros do Brics correm o risco de se tornarem satélites da China. Disparadamente à frente dos outros parceiros, os chineses tentam usar o Brics como massa de manobra em seu confronto econômico com os EUA. Nesse sentido, pressionam os demais para expandir o grupo com a admissão de outros países.

O presidente Lula estaria propenso a apoiar essa ampliação, mas qualquer decisão, como observou o **Valor** em editorial de ontem, será incômoda para o país. A ampliação diluiu o poder do Brasil e cria arestas com os EUA pelo alinhamento à China. A manutenção do status quo pode provocar atritos com China e Rússia e esvaziar o bloco.

Pedro Cafardo é jornalista da equipe que criou o **Valor Econômico** e escreve quinzenalmente às terças-feiras
E-mail: pedro.cafardo@valor.com.br

Mídia Estrutura de organizações sem fins lucrativos comandada por americano seria estratégia de Pequim

Propaganda chinesa tem braço no Brasil, diz 'NYT'

De São Paulo

Por trás de uma estrutura de organizações sem fins lucrativos com sede nos Estados Unidos, um americano comanda uma rede de propaganda chinesa que conta com vários braços também na Europa, África e até no Brasil, segundo uma reportagem do jornal "New York Times".

Neville Roy Singham, um americano de 69 anos, seria a pessoa por trás do financiamento de veículos de mídia, organizações não governamentais e influenciadores que espalham a forma como Pequim vê o mundo, promovem o Partido Comunista e seus defensores. A estratégia é descrita como uma "guerra sem fumaça" por seus ideólogos chineses.

Apenas através de organizações sem fins lucrativos sediadas nos Estados Unidos, Singham teria repassado US$ 275 milhões a essa rede, cujo florescimento ocorre de forma apenas aparentemente espontânea, de acordo com o "New York Times"

Uma delas seria a Tricontinental, um think tank que tem Singham como presidente e que produz material para ser distribuído na internet sobre questões socialistas e também ligadas à China. O "New York Times" também traçou recursos distribuídos dela para organizações na África do Sul, Gana, Zâmbia e Índia.

A Tricontinental também teria doado ao portal "Brasil de Fato", que se apresenta como um "site de notícias e uma radioagência" com jornais regionais em oito estados brasileiros. É possível encontrar reportagens assinadas e outras colaborações do filho de Neville, Natham Singham, no site do "Brasil de Fato". Procurado pelo **Valor**, o portal brasileiro não respondeu até a conclusão desta edição.

Filho de um acadêmico de esquerda, Archibald Singham, Neville fez fortuna no setor de tecnologia ao vender, em 2017, sua empresa, Toughworks, por US$ 785 milhões. Ele não é oficialmente ligado ao Partido Comunista Chinês, mas vive em Xangai e participa de eventos organizados pelo governo. Uma publicação de julho deste ano mostra sua participação em um fórum de propaganda.

Ele é casado com Jodie Evans, uma americana que já trabalhou na campanha do Partido Democrata da Califórnia nos anos 1990. Hoje, ela está à frente do Code Pink, uma ONG que nasceu para protestar contra a guerra no Iraque. Depois, abraçou outras causas, denunciando inclusive violações cometidas por Pequim contra a minoria muçulmana que vive no interior do país — essa posição, porém, foi abolida.

De acordo com o "New York Times", o Code Pink estaria entre as organizações que recebem recursos de entidades ligadas a Singham — o que Evans nega. A ONG também defende causas diretamente ligadas ao Partido Comunista, como a repressão da minoria uigur na China e também dos protestos pró-democracia em Hong Kong.

Projeto do Sebrae para inovação tem adesão de empreendedor

Cibelle Bouças
De Belo Horizonte

Adenísio Gomes Nolasco viu a procura de clientes aumentar 30% em julho, após mudanças feitas na empresa para aderir melhor ao varejo omnicanal. Nolasco é dono do Ateliê do Livro, uma empresa de Brasília especializada em restauração e encadernação de livros. "Sempre trabalhei do modo antigo, presencial. Mas com o avanço do varejo digital vi que precisava implantar um outro jeito de trabalhar", diz o empreendedor.

Nolasco faz parte de um grupo de 1.300 micro e pequenos empreendedores de todo o país que participam de um programa nacional para impulsionar negócios por meio da inovação, promovido pelo Sebrae Nacional com a Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte (CDL/BH) e a Confederação Nacional dos Diretores Lojistas (CNDL).

O plano inicial era atingir 900 empresas no país, mas as inscrições superaram as expectativas. Marcelo de Souza e Silva, presidente do CDL/BH, diz que mais de 3,3 mil empreendedores se inscreveram para participar do programa. "Existem muitas ferramentas hoje que os empreendedores não conhecem ou, se conhecem, não usam, e se viram com o que têm à mão. Esse é um ponto forte que trabalhamos no projeto, que é apoiar as pessoas que não têm tempo de procurar ferramentas a encontrarem o que precisam", afirma Silva.

Silva diz que, de modo geral, os empreendedores se envolve muito no dia a dia da operação e se esquecem da gestão de custos. "Outro ponto é a dificuldade de ir para o digital para fazer as transações e para atender o cliente", afirma o presidente do CDL/BH.

No caso do Ateliê do Livro, o maior desafio era aderir ao digital. "Eu achava que a minha empresa não tinha como interagir no on-line. Mas logo que o projeto foi implantado o resultado apareceu", conta Nolasco. A empresa mudou o nome no anúncio do Google para Ateliê do Livro Restaurações. Nolasco diz que, antes, era procurado principalmente pelo trabalho de encadernação, mas ao incluir "Restaurações", a procura pelo público interessado em restauração aumentou consideravelmente. A empresa desenvolve um novo site e também fez mudanças na fachada e no logotipo da loja física, além de mudanças no ambiente interno.

ALESSANDRO CARVALHO/DIVULGAÇÃO CDL/BH

Marcelo de Souza e Silva, do CDL/BH: mais de 3,3 mil inscritos no programa

O programa de apoio a micro e pequenas empresas foi criado há sete anos pelo CDL/BH e pelo Sebrae Minas e ganhou edição nacional em fevereiro deste ano. O projeto possui quatro etapas: capacitação das CDLs, trilhas de conteúdo para as empresas, aceleração das empresas participantes e um evento para entrega dos resultados — essa última etapa ocorrerá em setembro. As empresas recebem mentoria dos consultores do Sebrae e da AAA Inovação. O Sebrae também coloca os empreendedores em contato com startups que oferecem inovações adequadas para micro e pequenas empresas.

Leidiane Silva de Farias, dona da Lili Cake Sabor Caseiro, em Sertãozinho (PB), relata como principais dificuldades melhorar a apresentação digital e a gestão de custos. Com as oficinas, palestras e a consultoria empresarial, a empreendedora reformulou os perfis da empresa nas redes sociais e a abordagem no WhatsApp.

"Na parte financeira, comecei a colocar tudo em planilhas para identificar onde estou errando, como melhorar. Antes fazia anotações, mas era tudo muito vago", diz Farias. A empreendedora também passou a entregar brindes junto com os produtos contendo o contato da empresa, para divulgar a marca e fidelizar os clientes. Sem citar números, Farias disse que houve melhora nas vendas.

Para Gleice Duarte Martins e o marido Júlio Roberto Ferreira, donos do empório D'Casa Sabores, em Belo Horizonte, a mudança foi mais ampla. O empório passou a fazer vendas pelo Instagram, o quiosque foi ampliado de seis metros quadrados para 10 metros quadrados. A lista de produtos vendidos foi ampliada, com a inclusão de kaftas, hambúrgueres, linguiças e salames artesanais, molhos e queijos especiais.

"Em julho a gente faturou 35% a mais que em junho e 40% mais do que em julho do ano passado", afirma Martins. A empreendedora diz que também fez mudanças na parte de gestão de clientes e no controle de custos. "Existem sistemas gratuitos de gestão que o Sebrae indica. São mudanças simples mas que já fazem diferença no dia a dia da empresa", afirma.

Patrícia Chagas, dona da Patoca Kids & Teens, loja de roupas infantis e acessórios em Salvador, começou com venda on-line e, há dois anos, abriu loja física no bairro da Pituba em Salvador. A empreendedora usou os aprendizados para fazer mudanças na vitrine da loja física e incrementar o portfólio com moda praia e roupas para ocasiões específicas, como festas de São João e itens para viagens de férias. No Instagram, a empreendedora implementou mudanças no conteúdo publicado. "Passei a usar um sistema de gestão para controle de estoque, fluxo de caixa e emissão de nota fiscal. Tem muita coisa que ter retorno a médio e longo prazo. Mas já foi uma virada de chave", diz Chagas.

Índice de empresas citadas em textos nesta edição

123milhas **C6**
Airbnb **B2**
AMD **B6**
American Airlines **B8**
Análise Econômica **A4**
Apple **B2**
Arezzo&Co **B2**
ARM **B8**
Bain & Company **B4**
Bajaj **B5**
Belgo Arames **B9**
Boticário **B2**
Bradesco **A4**
Bradesco BBI **C1**
BRF **B8**
BTG Pactual **A4, C1**
C&A **B7**
Casa do Adubo **B9**
CBS Sports **B8**
Centauro **B7**
Chilli Beans **B2**
Cimed **B2**
Citi **C2**
Citigroup **C3**
City Football Group **B8**
Copasa **B4**
Cultitivo **B9**
Delta Air Lines **B8**
Direcional **C1**
EMS **B4**
Goldman Sachs **C1**
Google **B6**
Hidrovias do Brasil **C1**
Instabov **B9**
Intel **B6**
ISA Cteep **B4**
Itaú BBA **C1**
JGP **A4**
Kantar **B8**
Klabin **B1**
Kopenhagen **B2**
Lenovo **B6**
Marisa **B7**
Microsoft **B6**
Morgan Stanley **C2**
N.Ideias **B2**
NC **B4**
Nutrien **B9**
Oncoclínicas **C1**
OpenAI **B6**
Orizon **C1**
Paramount **B8**
Petrobras **A7**
Petroecuador **A13**
Qualcomm **B6**
RB Investimentos **A4**
RE/MAX Brasil **B4**
Reclame Aqui **C6**
Relevent Sports Group **B8**
Renner **B7**
Reserva **B2**
Reset **B2**
Riachuelo **B7**
Royal Enfield **B5**
Serasa Experian **C1**
Shandong Chenming Paper **B1**
Shein **B7**
Softbank **B8**
Starbucks **B2**
StoneX **B1**
Suzano **B1**
Tarkett **B2**
Tendências **A4**
TradeMap **C1**
UBS BB **C1**
United Airlines **B8**
Urca Energia **B2**
Urca Trading **B2**
Vamos **C1**
Vivéo **C1**
Wells Fargo **C2**
Western Asset **C2**
WHG **C2**

SUPLEMENTOS Valor ANUNCIE midiakit.valor.com.br