

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO**

Lúcia Kauling Pintarelli

**ZIMBÁBUE: OPORTUNIDADE DE INTERNACIONALIZAÇÃO PARA EMPRESAS
BRASILEIRAS**

Florianópolis

2011

Lúcia Kauling Pintarelli

**ZIMBÁBUE: OPORTUNIDADE DE INTERNACIONALIZAÇÃO PARA EMPRESAS
BRASILEIRAS**

Trabalho de Conclusão de Estágio apresentado à disciplina
Estágio Supervisionado como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em Administração pela
Universidade Federal de Santa Catarina.

Área de: Comércio Exterior.

Orientador: Prof.^a Joana Stelzer Dr.^a

Florianópolis

2011

Lúcia Kauling Pintarelli

**ZIMBÁBUE: OPORTUNIDADE DE INTERNACIONALIZAÇÃO PARA EMPRESAS
BRASILEIRAS**

Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 08 de dezembro de 2011.

Prof. Gerson Rizzatti Junior, Dr.
Coordenador de Estágios

Professores Avaliadores:

Prof^a. Joana Stelzer, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a. Marcos Abílio Bosquetti, Dra.
Avaliador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Everton das Neves Gonçalves, Dr.
Avaliador
Universidade Federal de Santa Catarina

Dedico esse trabalho à minha família pela incrível oportunidade de poder conhecer o Zimbábue, experiência que mudou minha vida.

AGRADECIMENTOS

Esse estudo não teria sido realizado se não fosse pelo apoio direto ou indireto de muitos que, às suas maneiras, me motivaram e ajudaram a tornar minha ideia realidade. Sendo assim, agradeço:

Aos meus pais pelo amor, por sempre estarem próximos quando eu mais precisei e em especial por me proporcionar a oportunidade de conhecer o Zimbábue.

Aos meus irmãos por estarem sempre presentes, e por serem grandes pessoas e meus eternos mentores.

Ao meu namorado, Gustavo, que sempre me admirou por ter viajado a esse incomum destino, e que me apoiou em cada segundo da realização desse estudo, amenizando as horas de trabalho.

Aos que me acompanharam na jornada acadêmica, ao longo de cinco anos de dedicação, estudo, e, acima de tudo, amizade. Leticia, Helton, Layo, Bia, Bruna, Karlla, vocês sempre estiveram próximos e acreditaram em mim.

À Prof.^a Rosa Llamas, da disciplina de Marketing Internacional na Universidad de León, que me instigou a aprofundar meus estudos sobre exportações.

À minha orientadora, Prof.^a Joana Stelzer, pela dedicação ao longo desse ano de trabalho, por me guiar, me dar apoio e, acima de tudo, acreditar na minha ideia e ajudar-me a torná-la realidade.

"Tudo parece impossível até que seja feito."

(Nelson Mandela)

RESUMO

O presente estudo identificou oportunidades de internacionalização de empresas brasileiras no Zimbábue. O estudo foi estruturado em três partes, de acordo com os objetivos específicos do trabalho. A primeira parte apontou particularidades socioeconômicas do mercado zimbabuano através de características do país, base para todo o estudo. A segunda parte destacou os atuais setores de cooperação entre Brasil e Zimbábue, destacando-se maquinário para agricultura, além de oportunidades futuras nas áreas de agricultura, mineração e infraestrutura, e possíveis entraves para as exportações. A terceira parte apresentou vantagens e desvantagens de modalidades de internacionalização para empresas brasileiras atuarem no mercado zimbabuano, considerando as particularidades socioeconômicas do país e os possíveis entraves nas exportações. Dentre as possíveis modalidades, destacaram-se as modalidades através de *trading company*, rede de distribuição, vendas com compensação, *joint venture* e *franchising*.

Palavras-chave: Zimbábue. Internacionalização de empresas. Modalidades de exportação.

ABSTRACT

The present study identified opportunities for the internationalization of Brazilian companies in Zimbabwe. The study was structured in three parts, according to its specific objectives. The first part of the study showed particular socioeconomic characteristics of Zimbabwe, relevant information for the entire study. The second part outlined the current areas of cooperation between Brazil and Zimbabwe, especially agricultural machinery, as well as future opportunities in agriculture, mining and infrastructure and possible barriers to exports. The third part presented advantages and disadvantages of forms of internationalization for Brazilian companies to export to Zimbabwe, considering the socio-economic particularities of the country and the possible barriers to exports. Among the possible ways, stood out the modalities: trading company, distribution network, sales compensation, joint ventures and franchising.

Keywords: Zimbabwe. Companies' internationalization. Export Procedures.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa Político	23
Figura 2 – Bandeira do Zimbábue	26
Figura 3 – Índice de alfabetização	29
Figura 4 – Mapa linha férrea	33
Figura 5 – Histórico de Inflação	45

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Chegada de turistas no Zimbábue	42
Gráfico 2 – Zimbábue - Saldo Comercial 2006-2010.....	50
Gráfico 3 – Intercâmbio comercial Brasil – Zimbábue.....	54
Gráfico 4 – Iniciando um negócio no Zimbábue – Ranking global 2011	59
Gráfico 5 – Iniciando um negócio no Zimbábue – Ranking global 2010.....	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Telefonia celular	36
Tabela 2 – Produção agrícola	37
Tabela 3 – Produção de tabaco	38
Tabela 4 – Recursos minerais no Zimbábue.....	40
Tabela 5– Indicadores Socioeconômicos	43
Tabela 6 – Dados Gerais.....	44
Tabela 7 – Comércio Exterior do Zimbábue	50
Tabela 8 – Composição do Comércio Exterior do Zimbábue	51
Tabela 9 – Direcionamento das Exportações do Zimbábue	52
Tabela 10 – Direcionamento das importações do Zimbábue	53
Tabela 11 – Intercâmbio comercial Brasil – Zimbábue	53
Tabela 12 – Exportações Brasil – Zimbábue 2008–2010 (principais produtos)	54
Tabela 13 – Exportações Brasil – Zimbábue 2010–2011 (principais produtos)	55
Tabela 14 – Importações Brasil – Zimbábue 2007–2009 (principais produtos)	55
Tabela 15 – Importações Brasil – Zimbábue 2010–2011 (principais produtos)	56
Tabela 16 – Doing Business – Indicadores 2010 e 2011.....	61

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CIA – Central Intelligence Agency

NRZ – National Railways of Zimbabwe

ZANU-PF – Zimbabwe African National Union – Patriotic Front

PIB – Produto interno bruto

SARDC – Southern Africa Research and Documentation Centre

SADC – Southern African Development Community

WTO – World Trade Organization

ZESA – Zimbabwe Electricity Supply Authority

ZERC – Zimbabwe Electricity Regulatory Commission

POTRAZ – Telecommunications Regulatory Authority of Zimbabwe

COMESA – Common Market for Eastern and Southern Africa

SADC – Southern African Development Community

FTA – Free Trade Area

NCM – Nomenclatura comum dos produtos

CET – Common External Tariff

ACP – African, Caribbean and Pacific

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 OBJETIVOS	15
1.1.1 Objetivo Geral	16
1.1.2 Objetivos Específicos	16
1.2 JUSTIFICATIVAS	16
1.3 LIMITAÇÕES DO TRABALHO	17
2 METODOLOGIA.....	18
2.1 TIPO DE PESQUISA	18
2.2 COLETA E TRATAMENTO DE DADOS	19
2.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	19
3 ZIMBÁBUE: ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS.....	21
3.1 DADOS GERAIS	21
3.1.1 Demografia	22
3.1.2 Geografia	23
3.2 HISTÓRIA	24
3.2.1 Conflitos interraciais	26
3.3 POLÍTICA	28
3.4 EDUCAÇÃO	29
3.5 FATORES CULTURAIS E RELIGIOSOS	31
3.6 INFRAESTRUTURA.....	32
3.7 ECONOMIA.....	36
3.7.1 Setores da economia	36
3.7.1 Indicadores socioeconômicos	43
3.7.2 Inflação	45
4 RELACIONAMENTO DO ZIMBÁBUE COM O MUNDO E COM O BRASIL	47
4.1 ATUAIS RELAÇÕES FORMAIS BRASIL – ZIMBÁBUE	47
4.2 COMÉRCIO EXTERIOR BRASIL – ZIMBÁBUE	49
4.3 OPORTUNIDADES FUTURAS PARA EXPORTAÇÕES BRASIL–ZIMBÁBUE	56
4.4 POSSÍVEIS ENTRAVES	59
5 MODALIDADES DE EXPORTAÇÃO.....	62
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	72
REFERÊNCIAS	74

1 INTRODUÇÃO

Diversificar mercados procurando alternativas para escoamento de produção, penetração em novos mercados, criação e fortalecimento de laços comerciais entre países são temas bastante discutidos atualmente, principalmente por países em desenvolvimento, como o Brasil.

O Brasil recentemente intensificou sua busca por parceiros comerciais africanos, com destaque para os países onde o idioma português está presente, como Angola e Moçambique¹. Algumas dessas relações comerciais já são de longa data, e por isso, chega-se a um momento em que mercados alternativos começam a ser estudados. Nesse aspecto, países que historicamente não tinham parcerias comerciais fortes com o Brasil destacam-se como potenciais mercados, como é o caso do Zimbábue.

Após anos de recessão econômica e enfraquecimento da economia em diversos aspectos, diminuição da produção, período de alta inflação e conflitos políticos, o Zimbábue entra em um novo momento, único antes em sua história, no qual sua economia começa a reerguer-se, e investimentos e produtos estrangeiros são fundamentais para sua reestruturação. O Zimbábue está intensificando parcerias com países vizinhos, e também expandindo seus laços a outros países.

Dessa maneira, o Zimbábue torna-se possível parceiro comercial do Brasil, em virtude de necessitar apoio para reerguer-se economicamente, e o Brasil estar à procura de alternativas para parcerias comerciais.

Visando a entrada de produtos e serviços brasileiros no Zimbábue, faz-se necessário estudo mais profundo desse mercado, suas particularidades socioeconômicas e suas relações comerciais, visando responder ao seguinte problema de pesquisa: quais as oportunidades de internacionalização de empresas brasileiras no Zimbábue?

Nesse primeiro capítulo será apresentado o objetivo geral do trabalho, bem como os objetivos específicos para realizá-lo. Em seguida, serão expostas as justificativas, suas limitações, e, por fim, a estrutura geral desse estudo.

1.1 OBJETIVOS

Esta parte do trabalho busca apresentar o objetivo geral, elaborado a partir do problema de pesquisa, e os objetivos específicos necessários para alcançá-lo.

¹ Assunto abordado no item 4.1 ATUAIS RELAÇÕES FORMAIS BRASIL – ZIMBÁBUE

1.1.1 Objetivo Geral

O presente trabalho tem como objetivo principal identificar oportunidades de internacionalização de empresas brasileiras no Zimbábue.

1.1.2 Objetivos Específicos

Com o intuito de atingir o objetivo geral, foram elaborados os seguintes objetivos específicos:

- a) Apontar particularidades socioeconômicas do mercado zimbabuano através de características do país;
- b) Destacar os atuais setores de cooperação entre Brasil e Zimbábue, com especial atenção às oportunidades futuras e possíveis entraves para o seu relacionamento;
- c) Apresentar modalidades de internacionalização para empresas brasileiras atuarem no mercado zimbabuano.

1.2 JUSTIFICATIVAS

O presente trabalho se justifica pela sua importância, primeiramente para o Brasil, pois o país hoje passa por momento de expansão de relações comerciais não tradicionais, principalmente com países africanos.

Sob outro aspecto, o estudo pode ser considerado original, visto que não há trabalhos nessa área de comércio internacional com foco no estudo de exportações para o país em questão.

Trata-se de um trabalho oportuno, pois foi elaborado em um bom momento para o Zimbábue, haja vista longo período de recessão pelo qual passou e somente agora começa a apresentar sinais evidentes de melhoria política e econômica. Esse trabalho é viável porque os dados necessários para a pesquisa estão disponíveis em diversos meios de comunicação e seu acesso é público e facilitado.

Outro ponto fundamental é o fato da pesquisadora em questão haver vivido no país durante um ano, o que evidencia seu interesse pessoal no trabalho. A realização do trabalho contará com a vivência da pesquisadora como alicerce principal para união de ideias de autores e também comentários a respeito dos fatores socioeconômicos do país, a partir de experiências vividas.

1.3 LIMITAÇÕES DO TRABALHO

A pesquisadora entrou em contato por e-mails, cartas e telefonemas com algumas instituições do país com informações relevantes nesse trabalho, porém não obteve êxito. Dessa maneira, o trabalho não contempla dados primários.

Por tratar-se de um trabalho teórico, esse estudo limita-se à exposição de materiais provenientes de fontes secundárias confiáveis sobre o país e suas características.

Pode-se dizer que, quanto às limitações de acesso aos dados para a realização desse estudo, essas não são consideráveis, porque todos os dados e informações necessárias para a confecção da pesquisa estão disponíveis em meio impresso e eletrônico, sendo suficientes para sua realização.

2 METODOLOGIA

O estudo em questão enquadra-se como pesquisa teórica e por isso será estruturado de maneira diferente de uma pesquisa aplicada. Dessa maneira, o estudo foge à estrutura tradicional composta por fundamentação teórica, metodologia e análise de dados. Dessa maneira, por se considerar necessário a apresentação da ferramenta de análise dos dados antes da apresentação do estudo, a metodologia desse estudo.

Consiste em pesquisa estruturada em três partes: tipo de pesquisa, coleta e tratamento de dados e, por fim, apresentação e análise de dados.

2.1 TIPO DE PESQUISA

A presente pesquisa é classificada de acordo com os critérios apresentados por Reis (2008), podendo ser classificada quanto aos procedimentos técnicos, quanto aos objetivos e quanto à abordagem de análise das informações e dados.

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa pode ser classificada como bibliográfica, porque visa explicar um problema, fundamentando-se apenas nas contribuições secundárias, ou seja, nas informações e dados extraídos de livros de leitura corrente e de referências, de revistas impressas e virtuais, material audiovisual, entrevistas, documentos, etc. de diferentes autores que versam sobre o tema selecionado para o estudo (REIS, 2008, p.51).

Considerando que esse estudo terá como base dados secundários, ele se adequa a essa classificação, sendo caracterizado, portanto, como pesquisa bibliográfica.

Quanto aos objetivos, a pesquisa pode ser classificada como exploratória, considerando a originalidade do tema e pelo fato de não ser uma pesquisa explicativa ou descritiva. A pesquisa exploratória acontece quando o tema escolhido é inusitado e pouco explorado, fazendo-se necessário a exploração mais abrangente do tema. Além disso, ela aproxima o pesquisador do objeto de estudo, aprofundando conceitos sobre o tema e proporcionando uma visão geral do problema de pesquisa (REIS, 2008).

Por fim, quanto à abordagem de análise das informações e dados, a pesquisa é classificada como qualitativa, pois ela objetiva, dentre outros fatores, segundo aponta Reis (p.57–58, 2008):

- Interpretar e dar significado aos fenômenos analisados;
- Descrever a complexidade de um específico problema;

- Analisar a interação de certas variáveis;

Observa-se assim que esse tipo de pesquisa é o mais adequado a ser realizado nesse trabalho, pois os dados que serão coletados não podem ser analisados através de técnicas estatísticas e gráficos. Eles devem ser analisados através de interpretação de dados secundários para a compreensão do fenômeno estudado.

2.2 COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

Para a realização do trabalho de conclusão de curso foram utilizados dados secundários, ou seja, aqueles que não são desenvolvidos ou conseguidos através de entrevistas ou questionários, e geralmente são apresentados na forma de livros, banco de dados, arquivos disponíveis em meios eletrônicos e fontes bibliográficas (DIEHL; TATIM, 2004).

Quanto à coleta de dados, foram utilizadas pesquisas em livros, periódicos e notícias e documentos eletrônicos com material relevante ao tema. Jornais em meio eletrônico e websites foram fundamentais para a fundamentação teórica, que abrangeu características básicas sobre o país. Quanto ao conteúdo sobre o relacionamento e comércio internacional Brasil-Zimbábue, também foi utilizado materiais em meio *online*, como relatórios de comércio internacional e dados sobre exportação do Brasil e importação do Zimbábue. Para a última parte do trabalho, com enfoque em exportação, foi utilizado basicamente material proveniente de livros, visto que há vários livros especializados no assunto e de fácil acesso à pesquisadora.

Quanto ao tratamento dos dados, foi realizado através de filtro de informações essenciais ao tema, e análise de conteúdo, agrupando informações pertinentes e interpretando-as para a compreensão do fenômeno estudado. Dados de fontes não confiáveis foram desconsiderados, por serem provenientes de fontes duvidosas. Foram valorizadas informações provenientes de meios conhecidos, e também fontes de informação atualizada e relevante ao trabalho, como jornais locais do Zimbábue e região, disponíveis gratuitamente em meio eletrônico.

2.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

A apresentação se dá através de textos explicativos, tabelas e gráficos para elucidar a informação. Já a análise dos dados segue a seguinte lógica, proposta por, Diehl e Tatim (p.85, 2004), que organizam a análise de dados em quatro etapas:

- a) Seleção: verificação detalhada dos dados;
- b) Classificação: ordenação e agrupação dos dados de acordo com o tipo de informação;
- c) Codificação: nomeiam-se os grupos de dados;
- d) Representação: relação dos dados com o problema de pesquisa.

A seleção de dados foi feita de maneira bastante abrangente, sendo restringida conforme sua classificação. Dados interessantes foram destacados em um grupo, enquanto dados secundários foram enquadrados em outros. A relação dos dados com o problema de pesquisa é destacado em diversos momentos nesse estudo.

3 ZIMBÁBUE: ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

Essa parte do estudo responde ao primeiro objetivo específico exposto nesse trabalho, porque apresenta características do país e suas particularidades socioculturais.

O estudo é dividido em sete partes, sendo abordados primeiramente dados gerais do país, com sua demografia e geografia, seguidas de breve história do país, com seus conflitos interraciais. Em seguida apresenta-se a política do país, a educação, fatores culturais e religiosos, seguidos da infraestrutura existente hoje no país, fator fundamental no contexto de exportações. Por fim, apresenta-se sua economia, através de seus setores, indicadores socioeconômicos e inflação. A internacionalização do país é abordada mais à frente no estudo².

3.1 DADOS GERAIS

O Zimbábue está localizado ao sul do continente africano e faz fronteira com quatro países. Logo acima do país está a Zâmbia, com quem compartilha as Cataratas de Vitória³, patrimônio mundial. À sua esquerda, Botsuana, grande caso de sucesso de crescimento econômico, abordado no item 3.7.1. Indicadores socioeconômicos. À direita há Moçambique, antigo parceiro comercial do Brasil, por similaridades culturais e idioma. Logo abaixo do Zimbábue, localiza-se a África do Sul, com importantes portos de escoamento para recebimento e envio de produtos o Zimbábue.

A capital do Zimbábue é Harare, localizada no coração do país. Segundo dados da Agência Central de Inteligência americana (CIA, 2009), a capital possui mais de 1.6 milhão de habitantes, o que representa aproximadamente 7,5% da população do país. O país possui área total de 390.757 km², e está cercado por terra, ou seja, diferentemente do Brasil, o país não tem acesso a mar, nem ao cultivo de peixes, por exemplo. (CIA, 2011)

Por estar em território africano subsaariano, o país é abastado com os animais das mais variadas espécies, desde o pequeno javali, até os tão temidos animais africanos, como o elefante, o búfalo, o rinoceronte, o tigre e o leão, também chamados de *The Big 5*, ou “os cinco grandes” animais. Entre sua vegetação de savanas, onde sempre faz muito calor, destacam-se os baobás, árvores gigantes presentes em grandes planícies, que muitos realmente acreditam que foram plantadas de cabeça para baixo. Há muitas lendas que tentam

² Ver item 4.3 COMÉRCIO EXTERIOR BRASIL-ZIMBÁBUE.

³ Cataratas de Vitória: em inglês, as Victoria Falls são a maior queda d'água do mundo, com altura de mais de 100 metros e extensão de quase 2 quilômetros (ZAMBIA TOURISM, 2011)

explicar o motivo desta árvore ter esse formato peculiar, com o topo largo, com grandes galhos crescendo na horizontal, e tronco alto e reto, sem galhos⁴.

Além de belezas naturais presentes país afora, como a vegetação e a fauna, o país tem grande potencial em riquezas minerais, com destaque para a produção de ouro e diamantes.

Nota-se que o país possui riqueza natural única, que merece ser explorada e divulgada ao mundo, devido à sua exorbitância.

3.1.1 Demografia

Quanto à sua população, o Zimbábue possui, segundo dados da CIA (2011), uma estimativa de 12.084.304 habitantes em julho de 2011, sendo composta por 98% de negros, 1% de asiáticos e menos de 1% de brancos.

Essa terra apresenta traços ingleses, devido à sua colonização, e africanos, em um só lugar. Por motivos de parcerias e maior abertura comercial, há grande presença de indianos e chineses, quando comparados aos brancos, de origem inglesa na maioria. Os chineses e indianos são donos de mercados e restaurantes, e proveem grande parte dos suprimentos ao país, e por isso são classes fundamentais na economia.

O país ainda apresenta altos índices de desemprego, o que em 2008 estimava-se estar em 80% (CIA, 2011). Esse valor reflete alto índice de desemprego, entretanto, sabe-se que valores reais são muito difíceis de precisar, visto que o emprego informal é desconsiderado nesses dados.

Em muitas casas, ainda que a família não seja necessariamente abastada, é comum ter-se dois jardineiros e/ou duas empregadas. Isso porque o custo de um funcionário assim é irrisório, muito distante do praticado no Brasil. Atualmente, o salário mínimo é de 55 dólares, o que equivaleria a aproximadamente R\$100,00. Assim, contratar 4 funcionários dessa categoria, com o pagamento de salário mínimo, teria custo inferior ao de um trabalhador com o salário mínimo atual do Brasil, de R\$545,00.

Além disso, o emprego de dois funcionários em meio período, ao invés do emprego de somente um, em período integral, colabora para a distribuição de renda na sociedade. Infelizmente, por ser considerado trabalho informal, esses empregos não são considerados em dados oficiais, o que dificulta a precisão quanto à análise real de desemprego no país.

⁴ No Zimbábue acredita-se que Deus, ao criar a planta, notou que ela falava demais, e irritou-se, arrancando a árvore do chão e plantando-a novamente de cabeça para baixo, para que se calasse. (WICKENS; LOWE, 2008)

O custo de vida no Zimbábue, entretanto, é diferente do Brasil. Quando devidamente convertido o valor de uma cesta básica no Zimbábue, em comparação ao Brasil, o preço é menor. Entretanto, se comparado ao valor do salário mínimo no país, os preços médios de produtos produzidos no Zimbábue são altos, e até mesmo inacessíveis para os mais desprovidos. Assim, a alternativa aos altos preços de produtos locais são produtos importados. Há diversos estabelecimentos de proprietários estrangeiros, em particular chineses e indianos, que se estabeleceram no Zimbábue para prover produtos básicos a preços acessíveis à população. Pode-se considerar que os produtos básicos são caros para o salário mínimo no país, e que produtos alternativos são a opção barata para o povo do Zimbábue atualmente.

Ainda segundo a CIA (2011), a baixa expectativa de vida da população gira em torno de 49,64 anos, fato que se atribui principalmente aos altos índices de AIDS, problema hoje ainda muito grande e significativo no número de mortes totais. Há também altos índices de mortalidade infantil, resultando em baixos índices de crescimento da população, além de má distribuição da população.

3.1.2 Geografia

Geograficamente, o país está dividido em oito províncias, o que seria equivalente a oito estados, se comparado à estrutura geográfica brasileira, divididos da seguinte maneira:



Figura 1 – Mapa Político

Fonte: MAPS OF THE WORLD (2011)

- Matabeleland North: onde se localizam as cataratas da Victoria, divisa do país com a Zâmbia, além de Bulawayo, segunda maior cidade do país;
- Matabeleland South: ao sul do país, faz fronteira com a África do Sul;
- Masvingo: sua capital é uma das mais importantes cidades do país. A região faz fronteira com a África do Sul e Moçambique;
- Gweru: no centro do país, tem como capital também uma importante cidade do país;
- Manicaland: à direita do país, faz fronteira somente com Moçambique;
- Mashonaland West: província da cidade de Chinoyi, com grande importância no país, além de Kariba, onde há uma grande e importante represa do país, também divisor de fronteiras com a Zâmbia;
- Mashonaland Central: localizada mais ao norte, faz fronteira inteiramente com Moçambique;
- Mashonaland East: província mais importante do país, por conter a capital, Harare. (MAPS OF THE WORLD, 2011).

Se observados os nomes das regiões, percebe-se a predominância do povo Shona, que será mais profundamente abordado nos fatores culturais do país⁵.

Cada uma dessas regiões tem seu próprio atrativo. A região de Harare destaca-se pelo seu poder econômico e maior concentração de pessoas. Harare é a cidade mais populosa do país, seguida de Bulawayo. Outra região de destaque é Matabeleland North, ao norte do país, fazendo fronteira com a Zâmbia, onde fica Bulawayo e também as mundialmente conhecidas Cataratas de Vitória. A região é bastante turística, com maior concentração de hotéis e centros de eventos. Nessa região opera-se basicamente em dólar, devido à alta concentração de turistas na região.

As outras regiões possuem características distintas, como grandes parques de preservação onde se realizam passeios e visitas com veículos motorizados abertos, similares a Jipes, em meio aos animais nativos, ou grandes represas, por exemplo.

3.2 HISTÓRIA

Até finais do século XIX, o Zimbábue era povoado somente por negros nativos da região. Essa informação está disponível em diversos museus e locais históricos do país, como a galeria de arte do Zimbábue, localizada na cidade de Bulawayo. Nessa galeria, há

⁵ Ver item 3.5 FATORES CULTURAIS E RELIGIOSOS

representações de vestimentas e costumes dos homens que antes viviam ali em épocas pré-históricas.

Segundo dados de US Department Of State (2001), pedras e ferramentas da época pré-histórica, encontradas em diversos pontos do país sugerem a presença de pessoas no Zimbábue há muito tempo. A maior prova de civilizações antigas bem estruturadas está perto de Masvingo, nas ruínas de *Great Zimbabwe*. O que hoje são ruínas foi construído entre os séculos nove e treze. *Great Zimbabwe* foi estruturada em pedra, com largos e altos fortes, em posição estratégica, no topo de um planalto, para defender o povo que ali vivia. Hoje, em suas ruínas, há uma região onde muito se estuda sobre a história do Zimbábue.

O povo que ali residia era guerreiro por natureza, defendendo seu território, assim como outras tribos que havia no país, e cada uma delas desenvolvia sua sociedade, aproveitando os recursos de suas regiões.

Ao longo de rodovias e em parques ambientais com acesso público, debaixo de pedras balançantes⁶, como eles chamam, podem-se encontrar desenhos retratando épocas ainda mais antigas, pré-históricas.

Foi somente em 1890 que houve a chamada invasão branca, ocasião na qual se iniciou a presença de pessoas brancas no país, até o momento habitado somente por negros.

Em 1923 o país foi anexado ao grupo de países pertencentes à Inglaterra. Sua primeira Constituição foi promulgada somente em 1961, e favorecia em grande parte os brancos que habitavam o país, a maior parte de origem britânica, devido à sua colonização, ainda que em minoria. A partir de 1965 o país, chamado na época de Rodésia, cuja capital chamava-se, em inglês, de Salisbury, tentou declarar a independência, mas o Reino Unido negou o pedido por não haver uma maioria de negros a querer a independência. Essa situação de não independência agravou-se até 1980, quando, em situação de guerrilha interna, o país, liderado por Robert Gabriel Mugabe, tornou-se independente.

O Zimbábue foi a última colônia africana da Inglaterra a se tornar independente, sendo que obteve sua independência há pouco mais de 30 anos, em 1980. A Inglaterra possuía outras colônias na África, como a África do Sul, Zâmbia e Botsuana, países vizinhos do Zimbábue, além de outras colônias mais ao norte do continente. Foi também a última colônia Britânica a tornar-se independente, sendo a que mais tempo permaneceu sob regime de colônia da Inglaterra.

⁶ Balancing rocks, como chamam os zimbabuanos, são pedras de variados tamanhos, que parecem estar equilibradas umas sobre as outras, como se pudessem cair a qualquer momento.

Referência sobre o país, Castilho (1981) escreveu seu livro logo após a independência do Zimbábue, relatando detalhadamente como foi esse período no país, visto que, em 1980, o país “encerrou” um longo período de colonização inglesa e vários anos de guerra de libertação. Além disso, o mesmo autor ainda comenta que, na primeira votação da história do país, o partido vencedor, a União Nacional Africana do Zimbábue – Frente Patriótica (ZANU–PF) conseguiu a marca de 63% dos votos. (CASTILHOS, 1981)

Após sua independência foi escolhida uma nova bandeira para o Zimbábue, representando o país idealizado para um futuro promissor, de maior igualdade entre etnias e aliado a crescimento econômico.



Figura 2 – Bandeira do Zimbábue
Fonte: INDEX MUNDI (2011)

A história do país está retratada em sua bandeira. O pássaro presente nela foi encontrado em diversos cantos do país, entretanto sua origem é desconhecida. Está presente na bandeira por ser considerado importante na história do país, e por ter grande importância às tribos que habitaram o país antigamente. Segundo dados do Index Mundi (2011), a estrela em que está o pássaro representa paz, enquanto cada cor possui seu próprio significado. O verde representa a agricultura; o amarelo representa as riquezas naturais, com referência ao ouro, importante mineral no país; a cor vermelha representa o sangue daqueles envolvidos na luta pela independência e; a cor negra representa a etnia do povo do Zimbábue.

3.2.1 Conflitos interraciais

Desde 1980, quando o país conquistou sua independência, seus habitantes têm lutado para combater o racismo, presente devido à mistura de etnias propagada em 1890. O que era

uma oportunidade de diminuir ou mesmo acabar o preconceito no país, resultou em uma polêmica reforma agrária do Zimbábue.

O presidente Robert Gabriel Mugabe buscou inicialmente resolver o problema de má distribuição de terras no país, principalmente em posse de brancos. Entretanto, a realidade foi mais severa e não respeitou os direitos a propriedades que os donos de terras possuíam.

A respeito de posse de terras e reforma agrária, a Declaração Universal dos Direitos Humanos (UN), art. 17 apresenta os seguintes pontos: 1) Toda a pessoa, individual ou coletiva, tem direito à propriedade; 2) Ninguém pode ser arbitrariamente privado da sua propriedade.

Apesar de a Declaração dos Direitos Humanos não ser cogente, nota-se que, aquele que tem direito a terra, deve possuí-la e não deve ser retirada dela. Entretanto, considerando o período de opressão pelo qual o país passou durante o período em que os brancos regiam o país, os negros, ao comando de Robert Gabriel Mugabe entenderam por direito reaver suas terras. Desta maneira, percebe-se a violação do direito de posse dos habitantes de grandes fazendas e áreas com potencial econômico em agricultura e cultivo de animais.

Assim, começou-se a recuperação dessas terras, que, no ano de 2000 contava com apoio oficial político, oferecido pelo presidente através da revisão da Constituição. Incorporou-se uma legislação que permitia a posse de fazendas sem a contrapartida, ou seja, sem qualquer tipo de compensação financeira, nem sequer explicações. (BBC WORLD SERVICE, 2011). Essas posses nem sempre eram pacíficas, pois ocupavam terras com maior valor agregado, ou seja, fazendas com equipamentos, plantações e combustível/óleo disponível, e com certo grau de agressividade, caso o proprietário não se retirasse do local em poucos dias. Dessa maneira, muitos agricultores e donos de terras eram obrigados a deixar suas casas, e procurar novos lares em questão de dias, ou mesmo horas. Muitos emigraram, especialmente para a África do Sul, e outros buscaram abrigo com familiares que moravam no Zimbábue.

Essas ações aconteciam com o apoio público do presidente, que controlava a polícia, evitando que a força policial interrompesse esse tipo de ação. Assim, ao longo de anos, os agricultores e donos de terras brancos foram deixando o país aos poucos, ou ocuparam posições sociais mais baixas.

Em 2002 o Ministro da Agricultura disse que as tomadas de terra deveriam parar, visto que o objetivo principal, que era “tirar dos ricos e dar aos pobres” não estava sendo cumprido, segundo dados da BBC World Service (2011). O volume total de terra devastada já estava bastante alto, e as áreas que haviam sido ocupadas eram assoladas e então abandonadas, sem dar continuidade ao plantio ou aproveitamento da área existente.

Reflexo dessa prática pode ser observado na queda da produção de tabaco do país, que antigamente era tido como grande produtor, chegando a superar a quantidade produzida pelo Brasil, país inúmeras vezes maior que o Zimbábue em termos geográficos⁷.

Apesar de o Ministro ter solicitado a parada, as ‘reconquistas’ continuaram e alguns casos isolados perduram até recentemente, como relatado através do Jornal The Economist (2009). A matéria relata que o presidente ainda tem tendências de ‘expulsar’ os brancos de suas terras e que essas medidas somente aumentam os índices de emigração de brancos do país.

3.3 POLÍTICA

O Zimbábue apresenta uma história política bastante peculiar. Desde 1980, quando o país declarou-se independente, aos dias de hoje, o mesmo presidente, Robert Gabriel Mugabe, continua no poder. Hoje existem dois partidos com força e representação política (CIA, 2011):

- MDC: Movement for Democratic Change or MDC [Morgan Tsvangirai]
- ZANU–PF: Zimbabwe African National Union–Patriotic Front. [Robert Gabriel Mugabe]

A história política zimbabuana envolve episódios agressivos contra a oposição, por começar pelo símbolo do partido do presidente (ZANU PF): uma mão fechada. Evidentemente, a mão aberta simboliza a oposição – MDC –, o que faz um simples gesto de abanar aparentar uma rejeição ao regime vigente no país, quando mal interpretado.

Foram muitas as situações e rumores que o presidente e seu partido se recusavam a assumir a perda nas eleições, que ocorriam regularmente. As eleições eram sempre acusadas de farsa e de contagem de votos forjada. Um dos episódios que colaboraram para a mudança na política do país aconteceu em 2008, quando havia uma grande chance do atual presidente perder na contagem de votos para seu clássico concorrente, Morgan Richard Tsvangirai. Mugabe continuou no poder, apesar de os incessantes pedidos de recontagem por parte do MDC (BBC, 20011b).

Os últimos dez anos apresentaram episódios de perseguição política contra a oposição e a maneira controladora como o presidente administrava o país levaram a fortes pressões internacionais. Foram muitas prisões e perseguições de pessoas relacionadas ao partido da

⁷ Ver item 3.7.1 Setores da economia

oposição. Dessa maneira, em 2009, Tsvangirai tornou-se primeiro ministro do país, depois de anos de luta pela real democracia.

Ele, rival histórico de Mugabe, assume posição de grande importância para o futuro imediato e em longo prazo no país. Esses resultados são rapidamente vistos no crescimento do produto interno bruto (PIB) do país, na queda da inflação e na volta de investimentos estrangeiros.

No ano de 2011 há possibilidade de eleições, mas ainda não há informações concretas. O atual presidente, com seus 87 anos, deseja manter-se no poder, e por isso posiciona-se contra as eleições, até o presente momento.

3.4 EDUCAÇÃO

Especialmente depois da independência do Zimbábue, em 1980, os números referentes à alfabetização aumentaram significativamente. Em comparação a outros países da África, segundo o US Department of State (2011), o Zimbábue possui excelentes taxas de alfabetização, principalmente após sua independência. Isso se deve ao fato do sistema educacional haver sido ampliado, através do estabelecimento do compromisso de educação para todos, sem distinção racial.

Ainda com dados do US Department of State (2011), observa-se a grande diferença do nível de educação da população, pois em 1970 apenas 50% das crianças negras entre cinco e dezenove anos frequentavam os bancos escolares. Atualmente, apesar de a cobrança de mensalidade pela educação pública, em qualquer idade, a maioria das crianças frequenta a escola, resultando em elevados índices de alfabetização, conforme gráfico abaixo:

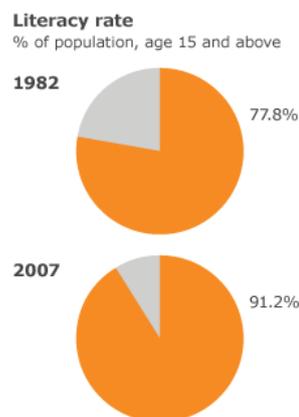


Figura 3 – Índice de alfabetização
Fonte: BBC (2011c)

Nota-se que a maioria das crianças, aos 15 anos sabe ler e escrever. Além disso, houve significável aumento no número de escolas privadas que, considerando seus ganhos, possuem muito mais recursos e oferecem educação de alta qualidade.

O grau de exigência nas escolas é alto e seu modelo de ensino é distinto do brasileiro. O ano letivo do Zimbábue vai de janeiro a dezembro, com três trimestres, divididos por um mês de férias, totalizando 40 semanas de aulas por ano. Exames nacionais são realizados uma vez ao ano, durante o terceiro trimestre escolar, em novembro (EMBASSY OF THE UNITED STATES IN HARARE, 2011). O ensino fundamental e médio tem duração similar à do Brasil, mas nomenclatura própria. Respectivamente, o primeiro é chamado de Ordinary Level, ou “O” Level e o segundo é chamado de Advanced Level, ou “A” Level. Esse modelo é britânico, e todos os anos são realizadas provas anuais para garantir aprovação do aluno para o próximo ano, independente do seu desempenho ao longo dos trimestres. Em grandes escolas, essas provas, depois de realizadas, são enviadas diretamente à Cambridge, na Inglaterra, para correção.

O país hoje conta com diversas universidades de ensino superior, dentre estaduais e privadas administradas por grupos religiosos. Dentre as de maior importância, o US Department of State (2011), destaca:

- Estaduais: Universidade de Zimbábue, em Harare e Universidade Nacional de Ciência e Tecnologia, em Bulawayo;
- Privadas: Universidade Africana (Metodista), Universidade Católica, e Universidade de Solusi (Adventista).

Os resultados da boa educação no país refletem-se nos números, conforme informa a CIA (2011), que confirma e reforça o fato de o país ter altos índices de educação. Segundo eles, os maiores de 15 anos sabem ler e escrever em inglês, e a taxa média de alfabetização é de 90,7%, sendo 94,2% entre homens e 87,2% entre mulheres. Esses dados, de 2003, mostram que, ainda que o país passou por momentos de inflação e dificuldades políticas, a preocupação com a educação sempre foi constante no país.

Dados da UNESCO do ano de 2008 estimam que 91% do povo eram alfabetizados (US DEPARTMENT OF STATE, 2011). Esse número demonstra que, mesmo com o passar dos anos, a educação manteve-se constante, comprovando os índices verificados em 2003 e mostrando a constância na importância dada à educação.

3.5 FATORES CULTURAIS E RELIGIOSOS

No que tange à religião, o país, que conta com quase doze milhões de habitantes, tem entre 60% e 70% da população denominam-se cristãos. Da população geral, somente 17–27% dizem-se católicos romanos, segundo dados do US Department of State (2011). O restante da população estaria dividido entre mesclas de cristãos com outras crenças e muçulmanos.

Esse fator é importante, pois aspectos relativos à religião são importantes nas negociações internacionais, especialmente quando se cogitada a instalação de empresas no Zimbábue. Sendo assim, é importante a semelhança de crenças religiosas entre Brasil e Zimbábue.

Não há precisão quanto aos números de fiéis para cada religião, ou o número de igrejas de cada fé existentes no país, o que se reflete no fato de que outras fontes de informação diferem quanto ao percentual de cada religião. A CIA (2011) relata que 50% da população possui crenças mistas, ou seja, parte é de origem africana e parte cristã, enquanto outros 25% ‘puramente’ cristãos, 24% com crenças de origem ‘puramente’ africana e somente 1% é muçulmanos. Independente dos percentuais, a religião é algo fundamental para a população, que a considera muito importante em suas decisões e em seu cotidiano. Apesar de o peso da cultura e da religião na tomada de decisão dos zimbabuanos, em se tratando do mundo de negócios, esses fatores não tem influência significativa. As negociações são tratadas de forma imparcial, visto que grandes parceiros comerciais do país são de culturas e religiões diferentes, e atualmente não há barreiras de negociação neste sentido.

No país, o idioma oficial é o inglês, com bastante influência britânica, devido à sua colonização. O idioma é falado e compreendido por toda a população branca que hoje reside no país. Mais da metade dos negros, o que significa praticamente a metade da população de todo o Zimbábue compreende o idioma inglês, mas não necessariamente o utiliza comumente. Isso porque, além desse, há outros dois idiomas, Shona e Ndebele, que praticamente ‘separam’ o país ao meio. Segundo informações do US Department of State (2011)

Os Mashona (aqueles que falam Shona), que constituem cerca de 75% da população, vivem na área há mais tempo e é o grupo de língua majoritária. Os Matabele (aqueles que falam Sindebele), representando cerca de 20% da população e centrado no sudoeste à volta de Bulawayo, chegaram nos últimos 150 anos [ao país].

Percebe-se que aqueles que têm Shona como idioma principal representam maioria da população. Uma curiosidade é o fato de a capital estar na parte norte do país, onde predomina

o povo Shona, enquanto a oposição política de hoje concentra-se mais ao sul, onde predomina o idioma Sindebele, também chamado de Ndebele.

3.6 INFRAESTRUTURA

O Zimbábue conta com um sistema de transporte eficiente, com boa conectividade com outros meios de transportes nos países. Segundo dados de Maps of the world (2011) o país conta linha de estradas e rodovias, com destinos principalmente à Victoria Falls e Kariba⁸. Devido à colonização britânica, o Zimbábue conta com uma forte infraestrutura férrea no país. A companhia que a opera, a National Railways of Zimbabwe (NRZ), possui 2760 quilômetros de extensão de estradas para trens, transportando cargas e pessoas. (NRZ, 2011).

Segundo informações da linha férrea do país (NRZ, 2011), a linha atravessa o país em diversos sentidos, e conecta-se a outras linhas em países vizinhos, com as seguintes linhas, onde podem ser observadas as seguintes linhas, segundo NRZ (2011):

- Moçambique – Machipanda/Mutare and Sango/Chicualacuala
- África do Sul – Beitbridge/Transvaal
- Botsuana – Plumtree/Ramokgwebana
- Zâmbia – Victoria Falls/Livingstone

Segundo a companhia nacional NRZ (2011), o transporte de pessoas e, principalmente, cargas é facilitado e rápido, percorrendo longas distâncias à base de combustíveis como vapor, eletricidade e diesel para executar suas atividades. As linhas são ilustradas no mapa abaixo:

⁸ O lago Kariba, na fronteira entre Zâmbia e Zimbábue é um grande mar dentro do continente, e oferece um destino ideal de férias para os habitantes do Zimbábue e regiões próximas, além de ser destino obrigatório para turistas. (SOUTHERN AFRICA PLACES, 2011)

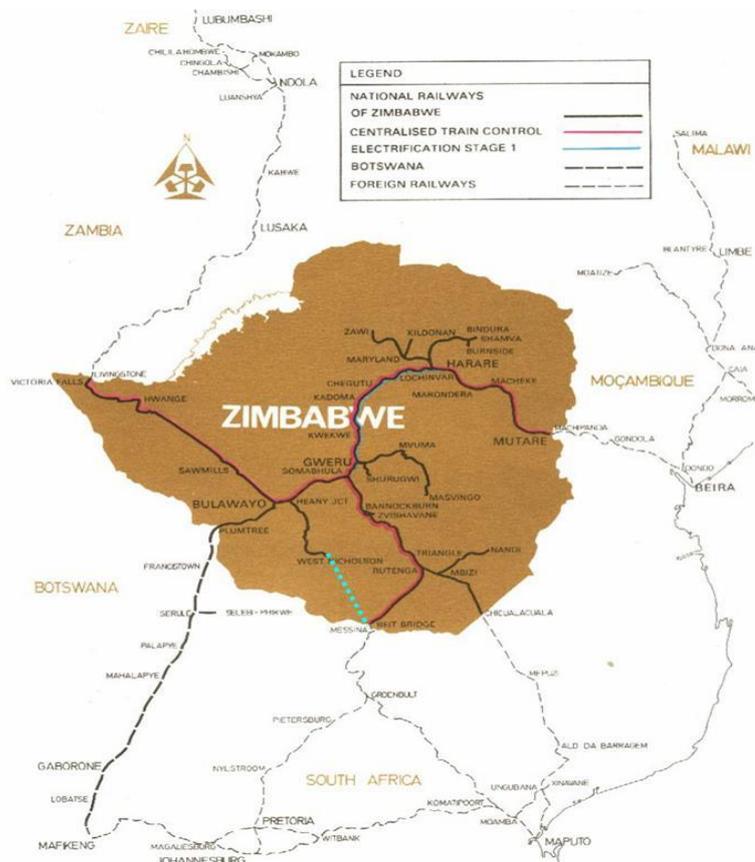


Figura 4 – Mapa linha férrea
Fonte: NRZ (2011)

As linhas, apesar de já estarem em funcionamento há vários anos, continuam a atravessar o país de ponta a ponta, e alguns pontos de cruzamento de rodovias e ferrovias estão mal sinalizados. Entretanto, a manutenção das rodovias é prioridade para a NRZ, que garante que esse meio de transporte funcione corretamente, e transporte pessoas e cargas com segurança. (NRZ, 2011).

O Zimbábue conta também com transporte aéreo realizado pela companhia Air Zimbabwe. Fundada em 1967, inicialmente foi chamada de Air Rhodesia, sendo rebatizada para Air Zimbabwe em 1980 com a independência do Zimbábue. (MAPS OF THE WORLD, 2011). A companhia oferece voos nacionais e internacionais, e, segundo dados de Maps of the World (2011), tem sua sede no aeroporto internacional de Harare, onde há uma das pistas de pouso mais longas do mundo. O Zimbábue ainda conta com outros aeroportos, localizados nas cidades de Bulawayo, Hwange, Gweru, Bufallo Range e Masvingo.

Em termos de distribuição de energia no Zimbábue, até pouco tempo era considerada problema para aqueles que ali viviam e trabalhavam. Cortes de energia diários eram comuns, ocorrendo geralmente em horários de pico, como o horário de almoço ou por volta das 18h00min, quando os trabalhadores retornavam às suas casas.

Em 2002, segundo sobre a economia do Zimbábue, produzido pelo próprio país e pela World Trade Organization (WTO) de 2011, foi implementada a Lei de Energia Elétrica. Nela houve a reestruturação do Zimbabwe Electricity Supply Authority (ZESA), a fim de incentivar o investimento no setor de energia, criando um quadro regulamentar adequado. A lei criou a Zimbabwe Electricity Regulatory Commission (ZERC) para regular o setor elétrico. O principal objetivo da separação da Autoridade foi a necessidade de criar uma empresa separada responsável pela geração de energia elétrica e permitir uma concorrência através da introdução de produtores independentes de energia. (WORLD TRADE ORGANIZATION, 2011).

Um dos resultados dessa lei foi observado em 2006, quando o governo firmou parceria com a China para instalar mais usinas elétricas com base na queima de carvão e três usinas termoeletricas (BBC, 2011e). Segundo a fonte, a negociação foi realizada diretamente entre o governo e a empresa, visando melhoria no sistema elétrico. O acordo firmado garantiu ao Zimbábue o recebimento de energia elétrica proveniente dessas novas usinas, enquanto, em retorno, o Zimbábue comprometeu-se a fornecer cromo para a China. Esse metal é empregado em processos relacionados à metalurgia, pois é resistente à corrosão e dá acabamento brilhante, sendo utilizado também em ligas metálicas, como o aço inoxidável. (DICIONARIO, 2011)

Por não estar em condições financeiras abundantes, houve a troca de energia por matéria-prima, em uma espécie de escambo. Esse tipo de prática não é inédita para o Zimbábue, já que o país, nos últimos anos, passou por condições financeiras desfavoráveis e possui grandes jazidas ainda inexploradas no país. Isso favoreceu a troca de fornecimento de energia por cromo, garantindo assim distribuição de energia à população.

Em termos de telecomunicações, a Autoridade reguladora dos correios e telecomunicações do país é a The Postal and Telecommunications Regulatory Authority of Zimbabwe (POTRAZ). Segundo uma apresentação da POTRAZ sobre dados gerais de telecomunicações no país, disponibilizada integralmente na página eletrônica Techzim (2011), o Zimbábue hoje conta com 38% de sua população em áreas urbanas, necessitando maior atenção em termo de linhas de telecomunicações nessas áreas.

Ainda segundo a apresentação (TECHZIM, 2011), o país hoje conta com as tecnologias GSM, WiMax, CDMA, Fibre, ADSL. As tecnologias GSM e CDMA são tecnologias tradicionais de telefones celulares, sendo a primeira mais moderna, que aceita a troca de chips entre aparelhos, e a segunda é mais antiga, de maneira que cada aparelho fica vinculado a um número de telefone, intransferível. Essas duas fontes fornecem tecnologia de

transferência de dados de baixo–médias taxas, até 400Kb/s. (PROMON, 2011). Fibre é a tecnologia de fibra óptica, levando dados de telefonia e internet de um ponto a outro mais rapidamente. As tecnologias WiMax e ADSL estão relacionadas à *internet*, sendo a primeira a é uma tecnologia de banda larga sem fio, que possibilita a transmissão de dados de maneira mais rápida, assim como a ADSL, sendo que a WiMax

é um conceito que combina acesso em banda larga e mobilidade plena, [...] além de liberdade para que os usuários se movimentem livremente no contexto geográfico metropolitano, ou fora dele (roaming). (PROMON, 2011, p.4)

Essa tecnologia fornece dados mais rápidos, com velocidades de transferência de dados entre 400KP/s até 4Mb/s, e a flexibilidade de acesso à distância, sem a necessidade de cabos.

Além dessas modalidades presentes no país, destaca–se que nem todas as tecnologias estão acessíveis a todos, devido aos custos e acessibilidade. A POTRAZ estima que hoje 1.4 milhões de habitantes sejam usuários desse serviço, e há 17 provedores de internet no Zimbábue. Ou seja, pouco mais de 10% da população de 12.084.304 habitantes tem acesso à internet hoje.

Tecnologias mais recentes, como o 3G para celulares ainda não estão disponíveis no país, demonstrando necessidade de investimento na área de tecnologia e telecomunicações.

O Zimbábue conta atualmente com 3 operadoras de celular: Econet, Net*One e Telecel. Juntas, as três operadoras têm aproximadamente 4,3 milhões de usuários, representando mais de 30% dos habitantes do país. As tarifas telefônicas são controladas, e têm baixo custo para os zimbabuenses. Uma ligação comum custa 15 centavos de dólar por três minutos, ligações de celulares custam 24 centavos de dólar o minuto, e mensagens custam 9 centavos de dólar cada. (TECHZIM, 2011).

Esses valores, se comparados ao salário mínimo da população, de 55 dólares (THE STANDART, 2011), podem ser considerados baixos, apesar de o salário mínimo no Zimbábue ser menor que o salário mínimo no Brasil.

Nota–se que o valor médio para os serviços básicos de comunicação apresentam valores relativamente baixos, quando comparados ao Brasil. Abaixo, são demonstrados os números de usuários de telefonia celular, separados por operadora.

Tabela 1 – Telefonia celular

(em milhões)	2006	2007	2008	2009	2010
Net One	215	331	298	440	500
Econet	477	648	678	2110	3200
Telecel	156	245	257	451	600

FONTE: adaptado de TECHWIN (2011)

Nota-se que os números vêm crescendo substancialmente, e que a operadora Econet ganhou grande destaque e número de usuários nos últimos três anos.

3.7 ECONOMIA

O Zimbábue apresenta reais sinais de melhora em uma economia que, nos últimos anos, apresentava decadência, principalmente por questões políticas. Sua moeda está mais forte, e seu PIB começa a apresentar valores positivos, situação antes hipotética.

O país passa por um momento de abertura de mercado, desde que o antes opositor e concorrente em eleições para presidência com Robert Gabriel Mugabe, Morgan Tsvangirai se tornou primeiro ministro do país. Com ideias mais abertas a políticas externas, o país está conseguindo empréstimos dos países vizinhos e países parceiros, para reerguer-se de um longo período de decadência em sua economia. A seguir serão apresentados os principais setores da economia, indicadores socioeconômicos e também será abordado o tema inflação.

3.7.1 Setores da economia

O Zimbábue possui uma estrutura econômica-comercial diversificada. Dados da CIA (2011) relatam estimativas do ano de 2010 dividindo a composição do PIB entre os três principais setores da economia, com os seguintes percentuais:

- Primário: 19.8%
- Indústria: 24.4%
- Serviços: 55.7%

Percebe-se que a maior parte da renda é proveniente do setor de serviços, com bastante destaque para seu percentual, por ser maior que a soma dos valores dos setores de agricultura e serviços.

Dentro do setor primário, dois grandes grupos produtores são destaque: agricultura e mineração. O setor de agricultura, apesar de não representar a maior renda no PIB do país, representa o sustento de aproximadamente 75% da população, conforme ZimTrade (2011), empresa referência no Zimbábue em termos de desenvolvimento do comércio internacional sustentável.

O setor garante a produção de cerca de 60% das matérias primas necessárias para o setor industrial do Zimbábue. Além disso, contribui com 40% do valor total de exportações. Em termos de PIB, o setor hoje contribui entre 15% e 18%. (WTO, 2011b),

Segundo dados do US Department of State(2011), o setor de agricultura por ser subdividido nos seguintes tipos de cultura ou produção e criação de animais:

- Culturas: milho, algodão, tabaco, trigo, café, chá, açúcar, amendoim;
- Criações: bovinos, ovinos, caprinos, suínos.

A tabela abaixo, da WTO (2011) apresenta dados similares aos anteriormente apresentados do US Department of State.

Tabela 2 – Produção agrícola

Crop (produto)	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Maize (milho)	2,065	1,995	1,545	605	1,400	1,485	575	1,328
Wheat (trigo)	263	242	229.8	195	247	241	34	41
Soya bean (soja)	97	116	99	84	86	70	48	70
Sorghum (sorgo)	90	39	84	22	129	101	75	132
Sunflower (girassol)	28	142	18	5	20	20.8	5	14
Ground nuts (sementes)	68	46	114	59	150	83	131	186

Fonte: WTO (2001b).

Entretanto, a tabela engloba mais produtos, como soja e girassóis. Percebe-se que no último ano houve crescimento em relação aos períodos anteriores, o que demonstra que o setor está em recuperação, com tendência de crescimento em 2011.

Ao longo dos últimos anos o país tem aumentado investimentos na área de agricultura. Recentemente, firmou parceria de empréstimo de quase 100 milhões de dólares americanos com o Brasil, para aquisição de maquinário e irrigação para aumentar suas produções e assessoria técnica para agricultores. O objetivo é modernizar a agricultura, e aumentar a qualidade de vida do povo zimbabuano. Esse termo de cooperação técnica, conforme dados do Portal de Desenvolvimento Agrário brasileiro (2011), irá implementar o programa brasileiro “Mais Alimentos” no Zimbábue. Esse programa, segundo dados da Secretaria de

Agricultura Familiar (2011), “é uma política pública que, por meio de linhas de crédito do Pronaf, financia investimentos para a modernização da propriedade rural familiar”.

Nota-se que há interesse em aumentar a lucratividade e produção no setor de agricultura, e o Brasil tem interesse em auxiliar nesse crescimento, fortalecendo laços econômicos com o Zimbábue.

Historicamente, o Zimbábue possuía uma rivalidade na produção de tabaco com o Brasil. Apesar de não ser considerada hoje uma das maiores produções no país, houve um período em que foi o Zimbábue foi o maior exportador do mundo, com o Brasil em segundo lugar.

Em 2004, segundo o The Independent (2011), jornal renomado no país, havia 4.000 produtores de tabaco no país. Entre 2010 e 2011 foram registrados 47.00 produtores, o que demonstra a recuperação no setor. A mesma fonte ressalta que antes dos anos 2000, eram produzidas 220 mil toneladas/ano. Com a decadência dos produtores, esse número caiu. Hoje, em recuperação, há estimativas de alcançar 135 toneladas em 2011, demonstrando lenta recuperação na produção de tabaco pela qual o Zimbábue passa atualmente. (THE INDEPENDENT, 2011).

A tabela abaixo reflete as mudanças acima comentadas sobre a produção de tabaco nos últimos anos, em contraste com outras duas culturas, a de algodão e de horticultura no país:

Tabela 3 – Produção de tabaco

Crop (produto)	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Tobacco (tabaco)	178	226	198	173	68	55	56	123
Cotton (algodão)	229	274	304	190	333	260	226	260
Horticulture (horticultura)	41	54	64	82	57	64	60	43

Fonte: WTO (2011b)

Percebe-se na tabela acima que a produção de tabaco nos anos 1990 era maior que a dos anos recentes. As outras culturas, apesar de oscilarem em alguns momentos, mantiveram valores mais constantes de produção ao longo dos últimos anos, e hoje estão com valores similares àqueles de 1996, início da fase histórica acima relatada.

Devido à reforma agrária no país, a produção agrícola tem sido prejudicada nos últimos anos. Hoje, segundo dados da WTO (2011b), o país trabalha para a construção e implementação de uma nova reforma agrária, transparente e mais equitativa. Em médio prazo,

há projeções de crescimento médio de 11% na produção agrícola, atingindo indicadores de produção similares aos observados nos anos 1990. (WTO, 2011b).

A mineração, por sua vez, segundo dados da WTO (2011b) não tem grande importância percentual no PIB do país, representando atualmente aproximadamente 4,2% da receita. Entretanto, há grande potencial nesse setor, visto que o país ainda possui matéria-prima não explorada e há grande possibilidade de aumento de importância da mineração no PIB para os próximos anos.

Segundo dados da ZimTrade (2011), há mais de 40 metais diferentes que podem e têm sido explorados em um momento ou outro na história do país. Em termos de valor, o ouro tem mais participação histórica, e há grande interesse em aumentar sua exploração, por meio de tecnologias avançadas advindas de investimento estrangeiro.

Nos anos 1990 o ouro representava 40% da produção de minerais no país, e 15% do valor das exportações. (WTO, 2011a). Devido a recente crise pela qual o país atravessou, a extração diminuiu. As exportações, controladas pelo *Zimbabwe Reserve Bank*, principal banco do país, diminuíram também. Desde 2009, o governo liberou as minas para venderem seus produtos diretamente aos interessados, desde que não venda o ouro em sua forma mais bruta, processando-o antes de sua exportação. (WTO, 2011a).

Entre os metais comuns, conforme ZimTrade (2011), há destaque para o níquel, que predomina em termos de valor, apesar de sua produção não ser muito significativa em termos percentuais de produção. Um subproduto aproveitado de sua produção é o cobalto, utilizado na produção de ligas magnéticas.

A mineração no Zimbábue tem participação de 50% das exportações no país, e compõe maior parte da rentabilidade gerada por investimentos estrangeiros. (WTO, 2011b). Um destaque na produção de minerais é o cromo, pois esse metal possui grandes jazidas no sul da África, e possui alta qualidade, sendo um excelente anticorrosivo. O Zimbábue possui a segunda maior reserva deste mineral do mundo. (WTO, 2011a).

Apesar de haver grande procura por esse minério, devido à sua qualidade e abundância, o país tem como política não exportar cromo em sua forma mais bruta. (ZIMTRADE, 2011).

O Zimbábue conta ainda com grande jazidas de minério de ferro, porém, não estão sendo exploradas em sua totalidade. Há ainda grande potencial de exploração, e maquinário especializado é necessário. (ZIMTRADE, 2011).

Existem no Zimbábue outros metais, como arsênio, antimônio, tungstênio, chumbo e zinco, porém esses recursos, apesar de terem potencial de extração, hoje não são explorados. (ZIMTRADE, 2011). Segundo WTO (2011), um dos motivos para não exploração de

recursos é a falta de trabalhadores especializados e melhor maquinário e estrutura física para a extração dos minerais.

Em termos de minerais, segundo dados de ZimTrade (2011), o Zimbábue possui reservas de diversos tipos, como o lítio e o grafite, que não têm demanda, e precisam de investimento e expansão da capacidade de produção, pois há potencial de exploração.

Há ainda calcário, importante matéria-prima para indústrias do país, amianto, com grande capacidade de aumento de produção e outros minerais com menores jazidas, como cianita, magnésio, pirita, argilas, ardósias e fosfato. (ZIMTRADE, 2011)

A extração de diamantes também é destaque no país, apesar de suas jazidas não serem devidamente exploradas, estando em um estado primário de exploração, segundo dados da WTO (2011a). Atualmente, com o intuito de evitar a extração ilegal, há altas taxas de exportação sobre diamantes e outros metais preciosos, o que acaba por reduzir sua importância e contribuição para a economia. (WTO, 2011a).

Há também grandes reservas de carvão mineral, importante fonte de energia para o país. (ZIMTRADE, 2011). Mas o destaque recente é o potencial de gás metano proveniente das camadas de carvão, onde o Zimbábue possui a maior jazida do sul da África. (WTP, 2011a). Essa é uma importante fonte alternativa de energia ao tradicional carvão, e há necessidade de investimento e desenvolvimento desse recurso, com potencial para grande geração de empregos, segundo ZimTrade (2011).

Tabela 4 – Recursos minerais no Zimbábue

Mineral	Toneladas de recurso estimado (em toneladas)	Taxa atual de extração anual (em toneladas)
Gold (ouro)	13 milhões	20
Platinum (platina)	28 bilhões	24 milhões
Chromite (cromo)	930 milhões	700 mil
Nickel (níquel)	45 milhões	9 mil
Coal (carvão)	26 bilhões	48 milhões
Diamond (diamante)	165 milhões	Fase inicial de extração
Iron Ore (minério de ferro)	30 bilhões	300 mil
Copper (cobre)	52 milhões	..
Coal-bed methane (gás metano)	A maior reserva conhecida na África Subsaariana	..

Fonte: Governo do Zimbabwe (2006, apud WTO, 2011a)

A tabela acima contempla os principais recursos minerais abordados nesta pesquisa, e a quantidade de toneladas que o país possui hoje, em jazidas, e a quantidade de toneladas exploradas atualmente.

Nota-se que há grandes jazidas no país, e seu percentual de exploração está em estágio primário, havendo potencial de aumento na exploração destes minerais. Destaque para o cobre e o gás metano, porque ainda não estão sendo devidamente explorados no país.

O governo do Zimbábue tem a intenção de, nos próximos cinco anos, revitalizar o setor de mineração no país, para que seja a maior fonte de renda para o país, segundo dados do WTO (2011a). Entretanto, a mesma fonte informa que, para que isso aconteça, há barreiras existentes a serem superadas, principalmente no que tange fornecimento de energia elétrica, capital financeiro para infraestrutura e maquinário e pessoal especializado. (WTO, 2011a)

O Zimbábue também possui um setor industrial diversificado, conforme dados de ZimTrade (2011), atuando nas seguintes áreas: produção, administração pública, comércio, mineração, transportes e comunicações. Hoje, segundo dados dessa fonte (ZIMTRADE, 2011) produz-se uma vasta gama de produtos que vão desde alimentos e bebidas a produtos químicos de roupas e produtos de metal de todos os tipos. O setor industrial de manufatura do país foi desenvolvido no âmbito das políticas de industrialização por substituição de importações dos regimes de minoria branca, antes da independência do país em 1980. O país estava sob sanções 1965–1980 e a substituição de importações foi usada como uma estratégia para garantir a autossuficiência para a maioria dos produtos de consumo básico.

Devido à concorrência externa, que oferece produtos de melhor qualidade a menores preços, nos últimos anos a produção interna do país decaiu significativamente, atingindo nível de 10% em 2008. (WTO, 2011b). Considerando a queda, o setor está lentamente se recuperando, pretendendo crescer 5% em 2011. Esses dados, segundo WTO (2011), mostram que o país priorizou quatro setores nos quais investirá mais, considerando suas contribuições no PIB, empregos, exportação, e seus potenciais para adição de valor com outros setores da economia. São eles (WTO, 2011b):

- Agroprocessamento: alimentos e bebidas, vestuário e têxteis, madeira e móveis;
- Indústria de fertilizantes;
- Produtos farmacêuticos;
- Metais e materiais elétricos para estimular o setor de fabricação.

Nota-se que os setores a serem investidos estão diretamente relacionados aos produtos de médio a longo prazo que o Zimbábue precisa resolver, como alimentos e bebidas, visando

diminuir a fome das regiões mais pobres. Nota-se o mesmo em indústria de fertilizantes e metais e materiais elétricos, que têm foco no aumento de produção agrícola, e, por fim, produtos farmacêuticos, visando diminuir os índices de mortes por falta de tratamento especializado.

O setor de serviços, por sua vez, possui maior percentual do PIB do país atualmente. Neste setor, há destaque para o transporte rodoviário, férreo e aéreo⁹. Há também grande importância do turismo, que nos anos 1990 contribuía com 3,8% do PIB do país, e hoje emprega aproximadamente 300.000 pessoas, e em 2009 contribuía com 10% do PIB, com estimativas de alcançar 15% em 2015, segundo WTO (2011).

O gráfico abaixo demonstra a variação na entrada de turistas no país, desde o início dos anos 1990. O eixo horizontal representa os anos analisados, e o vertical apresenta a chegada de turistas, em milhares. Nota-se crescimento, com queda significativa nos anos de 1997 e 2005, consideradas discrepâncias no resultado geral de crescimento percebido neste período.

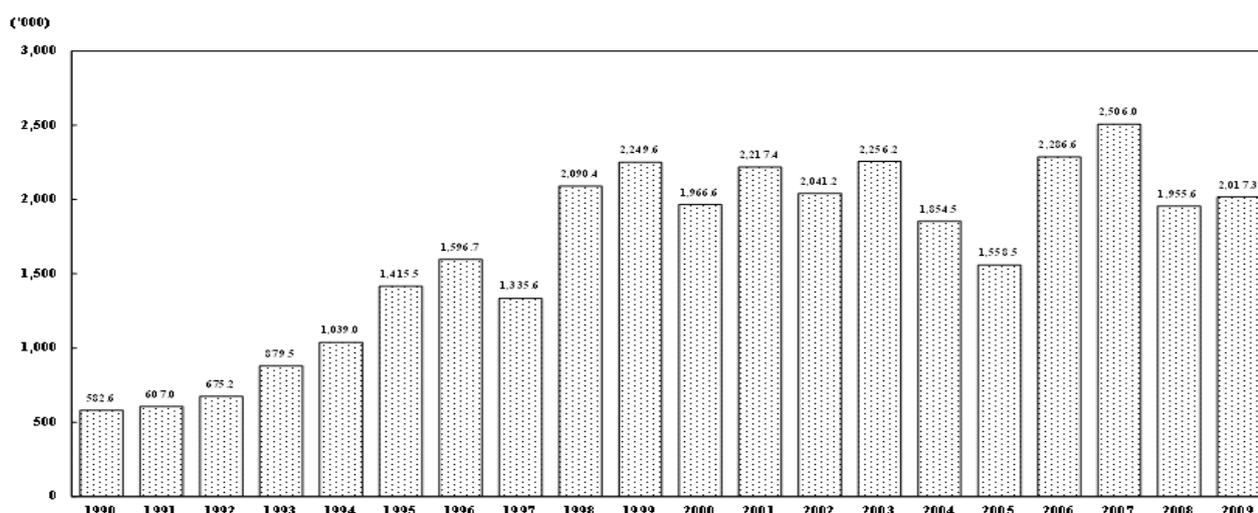


Gráfico 1 – Chegada de turistas no Zimbábue
Fonte: Zimbabwe Tourism Authority (2010 apud WTO, 2011a)

O turismo é grande fonte de receita do país, a começar pelas Cataratas de Victoria, uma das sete maravilhas do mundo. No complexo que a rodeia, há muitas atividades a serem realizadas, como passeios em elefantes, caminhadas com filhotes de leões e *rafting*. A beleza natural da região é impressionante, e conquista o turista por sua exuberância em fauna e flora, que podem ser contempladas em um passeio de barco pelo rio Zambezi, o qual deságua nas Cataratas. Destaca-se também Great Zimbabwe¹⁰ e Kariba¹¹.

⁹ Ver 3.6 INFRAESTRUTURA

¹⁰ Ver item 3.2 HISTÓRIA

¹¹ Ver itens 3.1.2 Geografia e 3.6 INFRAESTRUTURA

O Zimbábue tem grande potencial para aumentar o turismo, tanto o relacionado à natureza, quanto o relacionado à cultura do país. (WTO, 2011b). O ecoturismo hoje é explorado, principalmente na região norte, onde há as Cataratas, mas há outras formas de turismo a serem desenvolvidos, como o turismo cultural, o agri-turismo, os safaris para fotografar animais selvagens africanos e também turismo de esportes, segundo dados de WTO (2011b).

3.7.1 Indicadores socioeconômicos

Quando analisados os dados do país nos últimos cinco anos, conforme tabela abaixo se pode observar que o PIB aparenta não haver variado muito, mas, se contrastado com o crescimento real no PIB, nota-se claramente uma diferença.

Tabela 5– Indicadores Socioeconômicos

INDICADORES SOCIOECONÔMICOS	2006	2007 ⁽¹⁾	2008 ⁽¹⁾	2009 ⁽¹⁾	2010 ⁽¹⁾
População (em milhões de habitantes)	12,5	12,5	12,5	12,5	12,6
Densidade demográfica (hab/Km ²)	32,0	32,0	32,0	32,0	32,3
PIB a preços correntes (US\$ bilhões)	1,8	1,7	1,5	1,3	1,6
Crescimento real do PIB (%)	-4,6	-5,6	-14,4	-1,3	4,5
Variação anual do índice de preços ao consumidor (%)	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
Reservas internacionais (US\$ milhões)	139	117	96	351	376
Dívida Externa Total (US\$ bilhões) ⁽²⁾	4,7	5,3	5,2	5,9	6,0
Câmbio (Z\$ / US\$) ⁽³⁾	250,0	30,0	2,0	5,0	5,0

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

O PIB tem aumentado nos últimos 5 anos, considerando a situação de crise de inflação e economia que enfrentou durante vários anos. Além disso, nota-se um grande aumento nas reservas internacionais.

Analisando de forma mais detalhada os valores de PIB, nota-se um pequeno aumento no PIB nominal per capita de 2009 para 2010 e um valor percentualmente significativo de aumento de PIB nominal.

Tabela 6 – Dados Gerais

DADOS BÁSICOS	
Nome oficial	República do Zimbábue
Superfície	390.580 Km ²
Localização	Sudeste da África
Capital	Harare
Principais cidades	Harare, Bulawayo, Chitungwiza, Gweru, Mutare, Kwekwe, Kadoma, Masvingo
Idioma oficial	Inglês
PIB Nominal (2010 - Estimativa EIU)	US\$ 1,6 bilhão
' PIB Nominal "per capita" (2009)	US\$ 127
PIB PPP (2009 - Estimativa EIU)	US\$ 2,01 bilhões
' PIB PPP "per capita" (2009)	US\$ 161
Moeda	Dólar de Zimbábue

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Em 2011, o Banco Africano de Desenvolvimento (BAD) prevê um aumento significativo na economia do país, com um crescimento previsto de 7,8%. Em 2010, o crescimento foi de 8,1%, com destaque para os setores de mineração e agricultura (AFRICA 21).

Esses dados mostram aumento percentual típico de economias emergentes, nas quais há uma espécie de *boom* de crescimento¹² por um curto período de tempo, como o observado atualmente em países emergentes. Essa situação é bastante comum em países africanos que estão aproveitando seus recursos para desenvolver e reerguer economias muitas vezes devastadas. Esse *boom* de crescimento expressa claramente a teoria do *catch-up*, segundo o qual os países menos desenvolvidos estão crescendo a passos largos, para convergir com os mais desenvolvidos.

Um grande exemplo africano desse tipo de desenvolvimento pode ser observado em Botsuana, país considerado um grande caso de sucesso de crescimento econômico. Devido ao forte apoio do governo, através de boas políticas e gestão econômica eficiente, principalmente após sua Independência (1966), o país desenvolveu-se em largos passos, e continua crescendo ainda hoje, mas relativamente mais devagar.

Segundo dados do Southern African Research and Documentation (SARD, 2011), fonte de informação sobre a econômica do continente africano, o que aconteceu no caso desse país, inicialmente, foi uma grande exploração de recursos naturais, como o cobre, níquel, soda cáustica, sal e, em especial, a exploração de diamantes. Esse crescimento observado no setor de mineração foi base para o desenvolvimento do país como um todo, principalmente por se tratar, na época de maior crescimento, do maior produtor de diamantes do mundo.

¹² Também chamado de janela de oportunidade, esse período tende a ser curto. Nele, devem ser aproveitados investimentos estrangeiros para melhorar a qualificação de pessoal e infraestrutura do país, preparando-o para momentos de menor crescimento e entrada de capital externo no país.

Levando em consideração que a simples exploração de recursos minerais, sem outros fatores como infraestrutura, educação e pessoal qualificado, no curto prazo acabaria, o país investe muito em infraestrutura física, social e econômica, visando melhorar o país.

Quando analisada a estratégia atual no país, nota-se semelhança com a que foi e ainda é utilizada em Botsuana, e que auxiliou o país a destacar sua economia, aproveitando o bom momento pelo que passava.

Isso porque o Zimbábue está reerguendo sua economia aproveitando seus recursos naturais e investindo em infraestrutura para o país, conforme visto no exemplo de troca de matéria-prima por usinas hidrelétricas no país. Ainda há, entretanto, potencial para exploração dos minérios brutos, o que resultaria em fonte de renda para o país realizar investimentos diretos, sem ajuda estrangeira.

3.7.2 Inflação

Recentemente o país passou por uma situação de hiperinflação. Nos últimos 10 anos, a moeda oficial, dólar zimbabuano vinha perdendo valor. Em fevereiro de 2008, segundo dados da BBC (2008a), a inflação estava fora de controle, chegando à marca de 100.000% em 2008, conforme gráfico abaixo, que mostra a taxa anual de inflação (*annual inflation rate*), sendo que o eixo horizontal mostra a linha do tempo, em anos, e o eixo horizontal mostra a inflação em termos percentuais:

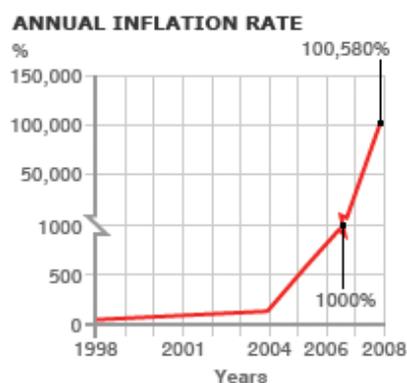


Figura 5 – Histórico de Inflação
Fonte: BBC – (20011d)

Conforme o gráfico mostra, o pico da inflação começa em meados de 2006–2007, e essa situação piora nos anos seguintes. Em 2006, o país retirou três zeros de sua moeda, o que fez

o câmbio do dólar zimbabuano para o dólar americano cair, respectivamente, de 250.000 dólares para 1 para 250 dólares para 1.

Com o objetivo de resolver esse problema, o governo então adotou, temporariamente, medidas urgentes de proteção à sua moeda, adotando o dólar e a libra esterlina como moedas correntes.

No ano de 2009, a inflação foi de 5% aproximadamente. A estimativa de 2010 é de 5,03% de inflação, segundo dados da CIA (2011). Isso se deve, principalmente, da mudança na forma de governo, com a inclusão de Tsvangirai como primeiro ministro, e do desuso da antiga moeda, além da remoção da política de controle de preços que antes era vigente. Além disso, CIA (2011) ainda comenta que o fim dessa hiperinflação é refletido no crescimento do país e do seu PIB.

Essa primeira parte desse estudo atinge o objetivo específico que visava apontar particularidades socioeconômicas do mercado zimbabuano através de características do país.

4 RELACIONAMENTO DO ZIMBÁBUE COM O MUNDO E COM O BRASIL

Esta parte do estudo tem como objetivo descrever o comércio bilateral e acordos existentes entre o Zimbábue e outros países, em especial os acordos firmados com o Brasil, além de destacar a atual produção, importações e exportações do Zimbábue. A pesquisa apresentará também os setores de cooperação entre Brasil e Zimbábue, com especial atenção às oportunidades futuras e possíveis entraves para o seu relacionamento com o Brasil.

4.1 ATUAIS RELAÇÕES FORMAIS BRASIL – ZIMBÁBUE

O Zimbábue hoje possui vários acordos comerciais, principalmente países vizinhos. Ele faz parte de diversas parcerias regionais, multilaterais e bilaterais, para realizar seus negócios.

Em termos de parcerias regionais, segundo dados da WTO (2011a), há o acordo Southern African Development Community (SADC), protocolo comercial que dá acesso ao Zimbábue à área de livre comércio, assinado pelo Zimbábue em 2008. Esse acordo tem como objetivo padronizar a nomenclatura comum dos produtos (NCM) e classificações alfandegárias. Além disso, a região oferece uma vasta área *duty-free*, ou seja, sem taxas ou impostos, como o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL). (WTO, 2011b).

Outro acordo regional do qual faz parte é o Common Market for Eastern and Southern Africa (COMESA), ou seja, o Mercado comum do leste e sul africano. Segundo a WTO (2011b) o acordo foi lançado em 2009, e ainda está em período de adaptação, visto que seus membros tem um período transitório de três anos para se alinharem com a Common External Tariff (CET), tarifa externa comum. Além da área de mercado comum, o Zimbábue também participa de inúmeros programas propostos pelo COMESA, nas áreas de agricultura, infraestrutura e padronização de NCMs, entre outros. (WTO, 2011b).

Quanto aos acordos multilaterais, destaca-se inicialmente a WTO, acordo do qual o país faz parte desde o seu início e do grupo original. Segundo dados da própria WTO (2011a), o Zimbábue é também membro ativo do grupo African, Caribbean and Pacific (ACP). Esse grupo, segundo informações de seu website oficial (ACP, 2011) foi criado pelo acordo de Georgetown, em 1975 e tem como objetivos:

- Desenvolvimento sustentável de seus Estados–membros e sua integração progressiva na economia global, reduzindo a pobreza e colaborando para um mundo mais igualitário;

- Coordenação das atividades do Grupo ACP no âmbito da implementação dos Acordos de Parceria ACP–CE;
- Consolidação da unidade e solidariedade entre os Estados ACP, bem como o entendimento entre seus povos;
- Estabelecimento e consolidação da paz e estabilidade em uma sociedade livre e democrática.

Essa iniciativa está alinhada com os objetivos comuns a muitos países africanos, buscando reduzir a pobreza e garantir a igualdade de direitos e condições de vida aceitáveis à sua população.

Comenta ainda que o país faz parte do WTO African Group e do G–90, grupo com grande número de membros, e enfoque bastante específico em agricultura, com destaque para a produção de algodão na África, conforme dados da BBC (2011a):

O G90 congrega os países da África, Caribe e Pacífico e o grupo das nações menos desenvolvidas. Com 149 membros, é a maior associação dentro da OMC. [...] O grupo apoia os países produtores de algodão do centro e oeste da África.

O Zimbábue ainda é membro do G–33 e G–20, grupos de agricultores em países em desenvolvimento. O G–33 é um grupo derivado do G–20, e inclui maior número de países africanos. O G–20, conforme informações do Estadão (2003) é definido como o

[...] grupo liderado pelo Brasil na Organização Mundial do Comércio (OMC) [que formou-se] para defender a abertura agrícola ganha dois novos países: Zimbábue e Tanzânia. Apesar de economicamente pouco significantes, diplomatas de Brasília esperam que a entrada dos novos parceiros seja importante politicamente para que o grupo também se coloque como um dos interlocutores dos interesses africanos nas negociações multilaterais.

Através do texto acima explicitado pode-se perceber claramente o interesse que há entre países como o Brasil e países em desenvolvimento como o Zimbábue e Tanzânia. Esse interesse deve-se ao fato do Brasil querer ampliar suas relações comerciais, em particular com países em desenvolvimento, e com os quais possui bom relacionamento. Segundo informações da BBC BRASIL (2011a), o Brasil está aumentando suas relações na África, o que se observa através da recente visita, em outubro de 2011, da oficial da atual presidente do Brasil – Dilma Vana Rousseff – ao continente africano. Essa ofensiva diplomática brasileira procura diversificar os parceiros comerciais atuais Brasil, avançando sua ambição de crescimento e de globalização com parcerias com países africanos com o Zimbábue.

Em notícia de outubro de 2011 (BBC BRASIL, 2011b), comenta-se o relatório apresentado pelo Banco Mundial, que informa que se está desenvolvendo um modelo de

relações entre Brasil e África, visando aproximá-los comercialmente. O relatório comenta que, devido à similaridade de “características geofísicas comuns (como clima e tipos de solo), a tecnologia brasileira costuma se adaptar a muitas regiões africanas”. (BBC BRASIL, 2011b).

Dessa maneira, o G-20, o aumento de relações com a África através de visitas da atual presidente do Brasil e também o relatório do Banco Mundial mostram que há grande interesse em firmar parcerias comerciais entre Brasil e países em desenvolvimento africanos, como o Zimbábue.

Hoje o Zimbábue possui acordos bilaterais com os seguintes países, segundo dados da WTO (2011a): Botsuana, Malawi, Namíbia, África do Sul, República Democrática do Congo, e Moçambique. Devido ao acordo SADC, a relevância dos acordos bilaterais diminui. Entretanto, considerando sua flexibilidade e acordos específicos com um país, ainda têm importância dentro as parcerias que o Zimbábue possui.

Assim que novos acordos como COMESA e SADC ganharem importância e relevância para o Zimbábue e seus parceiros comerciais, os atuais acordos bilaterais deverão ser revisados. (WTO, 2011a).

Apesar de não haver acordo bilateral entre Brasil e Zimbábue, hoje existe a Câmara de Comércio AfroChamber, a Câmara de Comércio Afro Brasileira. Ela possui grande importância no comércio internacional Brasil – Zimbábue, pois estimula exportações e fortalece as atuais relações entre os dois países.

A Câmara de Comércio Afro-Brasileira foi instituída em 1968 pelo Deputado Federal Adalberto Camargo, na Cidade de São Paulo, tendo por objetivo fundamental estreitar o relacionamento da amizade, cultura e comércio entre o Brasil e os países da África.

No transcorrer da sua existência, essa Entidade, contribuindo para o êxito da política governamental de estimular as exportações através da organização de missões comerciais de empresários brasileiros e africanos, promoveu no ano de 1973, a 1ª Missão Comercial Brasileira a Países da África. (AFROCHAMBER, 2011)

4.2 COMÉRCIO EXTERIOR BRASIL – ZIMBÁBUE

A balança comercial do Zimbábue demonstra que há uma tendência de aumento de importações nos últimos anos, não necessariamente acompanhada de aumento nas exportações, conforme se pode observar na tabela abaixo.

Tabela 7 – Comércio Exterior do Zimbábue

COMÉRCIO EXTERIOR (US\$ milhões) ⁽¹⁾	2006	2007	2008	2009	2010
Exportações (fob)	940	2.505	2.425	1.343	1.767
Importações (fob)	2.809	2.680	3.412	2.964	3.960
Saldo comercial	-1.869	-175	-987	-1.621	-2.193
Intercâmbio comercial	3.749	5.185	5.837	4.307	5.727

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Segundo a tabela acima, o Zimbábue tem exportado menos que importado de outras nações, ou seja, situação de *déficit* comercial. A balança comercial negativa demonstra que recentemente houve considerável aumento nas importações, devido ao momento de insumos para reerguer o país economicamente. O gráfico abaixo salienta o saldo comercial negativo observado nos últimos anos.

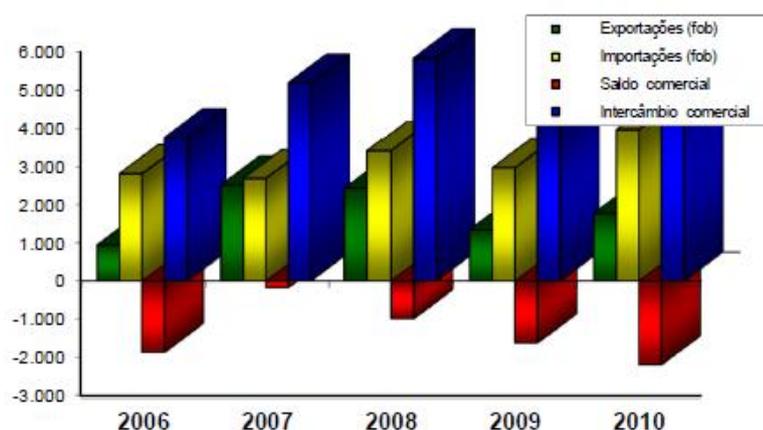


Gráfico 2 – Zimbábue - Saldo Comercial 2006-2010

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Quando analisada detalhadamente a composição do comércio exterior do Zimbábue, conforme tabela abaixo, alguns produtos possuem maior importância no comércio exterior. O fumo, apesar de queda na produção nos últimos anos, continua com grande percentual das exportações, juntamente com o minério de ferro, por sua alta qualidade. Nas importações, destacam-se as importações de maquinário eletrônico, combustíveis e maquinário e materiais elétricos. Maiores detalhes podem ser observados na tabela abaixo:

Tabela 8 – Composição do Comércio Exterior do Zimbábue

COMPOSIÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR	2010 ⁽¹⁾	Part % no total
EXPORTAÇÕES (US\$ milhões)		
Fumo (tabaco) e seus sucedâneos manufaturados	321	23,9%
Ferro fundido, ferro e aço	221	16,5%
Algodão	118	8,8%
Níquel e suas obras	96	7,1%
Sal; enxofre; terras e pedras; gesso, cal e cimento	69	5,1%
Açúcares e produtos de confeitaria	61	4,5%
Minérios, escórias e cinzas	61	4,5%
Cobre e suas obras	60	4,5%
Frutas; cascas de cítricos e de melões	37	2,8%
Pérolas naturais ou cultivadas, pedras preciosas ou semipreciosas	36	2,7%
Subtotal	1.080	80,4%
Demais Produtos	263	19,6%
Total Geral	1.343	100,0%
IMPORTAÇÕES (US\$ milhões)		
Caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	451	13,4%
Combustíveis minerais, óleos minerais e ceras minerais	291	8,6%
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	287	8,5%
Veículos automóveis, tratores, ciclos	256	7,6%
Gorduras e óleos animais ou vegetais	133	3,9%
Plásticos e suas obras	118	3,5%
Obras de ferro fundido, ferro ou aço	114	3,4%
Sabões, agentes orgânicos de superfície, preparações para lavagem	98	2,9%
Produtos da indústria de moagem; malte; amidos e féculas	89	2,6%
Papel e cartão; obras de pasta de celulose	84	2,5%
Açúcares e produtos de confeitaria	83	2,5%
Níquel e suas obras	77	2,3%
Ferro fundido, ferro e aço	77	2,3%
Cereais	75	2,2%
Adubos ou fertilizantes	71	2,1%
Produtos químicos inorgânicos	63	1,9%
Borracha e suas obras	58	1,7%
Preparações à base de cereais, farinhas, amidos, féculas ou de leite	48	1,4%
Produtos diversos das indústrias químicas	48	1,4%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	43	1,3%
Preparações alimentícias diversas	39	1,2%
Subtotal	2.603	77,1%
Demais Produtos	774	22,9%
Total Geral	3.377	100,0%

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Considerando a aparente recuperação na produção de tabaco, os números, se comparados a outros itens exportados, acabam por não ter valor tão significativo. Isso porque, enquanto as exportações de tabaco caíam e se recuperavam, outras cresciam e ocupavam maior percentual e espaço nas exportações. Além disso, pode-se observar uma boa

distribuição no setor de exportações, apesar de haver forte necessidade de importações de maquinário elétrico e mecânico, além de combustíveis.

A tabela a seguir contempla o direcionamento das exportações do Zimbábue, apresentando os países para os quais exporta atualmente, em ordem decrescente de importância.

Tabela 9 – Direcionamento das Exportações do Zimbábue

DIREÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR (US\$ milhões - fob)	2008	% no total	2009	% no total	2010	% no total
EXPORTAÇÕES:						
Rep. Dem. do Congo	235	9,7%	206	15,3%	261	14,8%
África do Sul	776	32,0%	186	13,8%	236	13,4%
Botsuana	210	8,6%	183	13,7%	233	13,2%
China	135	5,6%	128	9,5%	224	12,7%
Países Baixos	74	3,0%	75	5,6%	104	5,9%
Itália	107	4,4%	37	2,7%	81	4,6%
Zâmbia	144	5,9%	52	3,9%	65	3,7%
Estados Unidos	104	4,3%	22	1,6%	55	3,1%
Japão	108	4,5%	41	3,1%	50	2,8%
Reino Unido	51	2,1%	68	5,1%	40	2,3%
Portugal	30	1,2%	34	2,5%	27	1,5%
Rússia	23	0,9%	20	1,5%	25	1,4%
Espanha	44	1,8%	9	0,7%	25	1,4%
Índia	14	0,6%	17	1,3%	23	1,3%
Alemanha	64	2,6%	26	1,9%	22	1,3%
Brasil	3	0,1%	2	0,1%	2	0,1%
SUBTOTAL	2.121	87,5%	1.106	82,3%	1.473	83,3%
DEMAIS PAÍSES	304	12,5%	237	17,7%	294	16,7%
TOTAL GERAL	2.425	100,0%	1.343	100,0%	1.767	100,0%

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Pode-se observar que o país mantém relações com os países com proximidade geográfica, provavelmente em virtude de facilidade de escoamento de produtos e similaridades em termos de negociação. O Brasil, por sua vez, ocupa posição com pouca importância, representando 0,1% do destino das exportações do Zimbábue no período de 2008–2010.

A tabela abaixo demonstra as principais fontes de importações do Zimbábue, destacando-se fortemente a África do Sul, que ocupa mais de 50% das importações. Assim como nas importações, o Brasil tem pequena participação nas importações do Zimbábue, representando 0,4% do total em 2008, com queda para 0,1% em 2009 e 0,2% do total em 2010, representando leve recuperação.

Tabela 10 – Direcionamento das importações do Zimbábue

DIREÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR (US\$ milhões - cif)	2008	% no total	2009	% no total	2010	% no total
IMPORTAÇÕES:						
África do Sul	2.062	60,4%	1.800	60,7%	2.286	57,7%
China	145	4,3%	168	5,7%	344	8,7%
Botsuana	126	3,7%	111	3,7%	140	3,5%
Zâmbia	70	2,1%	93	3,1%	130	3,3%
Malawi	81	2,4%	71	2,4%	90	2,3%
Kuwait	91	2,7%	64	2,1%	83	2,1%
Estados Unidos	102	3,0%	94	3,2%	74	1,9%
Índia	67	2,0%	40	1,4%	63	1,6%
República Democrática do Congo	46	1,4%	40	1,4%	51	1,3%
Alemanha	69	2,0%	29	1,0%	46	1,2%
Reino Unido	40	1,2%	33	1,1%	42	1,1%
Suécia	11	0,3%	27	0,9%	40	1,0%
Emirados Árabes Unidos	22	0,7%	25	0,8%	35	0,9%
Emirados Árabes Unidos	38	1,1%	27	0,9%	35	0,9%
Moçambique	63	1,8%	23	0,8%	30	0,7%
Japão	25	0,7%	16	0,5%	27	0,7%
Itália	21	0,6%	9	0,3%	26	0,7%
Bélgica	11	0,3%	13	0,4%	26	0,6%
Congo	20	0,6%	18	0,6%	22	0,6%
Hong Kong	2	0,1%	4	0,1%	20	0,5%
Brasil	13	0,4%	4	0,1%	8	0,2%
SUBTOTAL	3.128	91,7%	2.707	91,3%	3.619	91,4%
DEMAIS PAÍSES	284	8,3%	257	8,7%	341	8,6%
TOTAL GERAL	3.412	100,0%	2.964	100,0%	3.960	100,0%

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Analisando especificamente o intercâmbio comercial Brasil–Zimbábue no período entre 2006–2010, podem–se observar os seguintes dados:

Tabela 11 – Intercâmbio comercial Brasil – Zimbábue

INTERCÂMBIO COMERCIAL BRASIL - ZIMBÁBUE ⁽¹⁾ (US\$ mil, fob)	2006	2007	2008	2009	2010
Exportações	3.426	8.389	11.710	3.833	7.129
Variação em relação ao ano anterior	92,7%	144,9%	39,6%	-67,3%	86,0%
Part. (%) no total das exportações brasileiras para a África	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%
Part. (%) no total das exportações brasileiras	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Importações	8.185	5.995	2.879	2.083	1.739
Variação em relação ao ano anterior	-33,8%	-26,8%	-52,0%	-27,6%	-16,5%
Part. (%) no total das importações brasileiras da África	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Part. (%) no total das importações brasileiras	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Intercâmbio Comercial	11.611	14.384	14.589	5.916	8.868
Variação em relação ao ano anterior	-17,9%	23,9%	1,4%	-59,4%	49,9%
Part. (%) no total do intercâmbio Brasil-África	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%
Part. (%) no total do intercâmbio brasileiro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Balança Comercial	-4.759	2.394	8.831	1.750	5.390

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

A tabela acima mostra que o intercâmbio comercial entre o Brasil e o Zimbábue tem diminuído nos últimos anos. O Brasil tem importado menos do Zimbábue e tem mantido valores mais altos de exportações pra o Zimbábue, resultando em uma balança comercial instável:

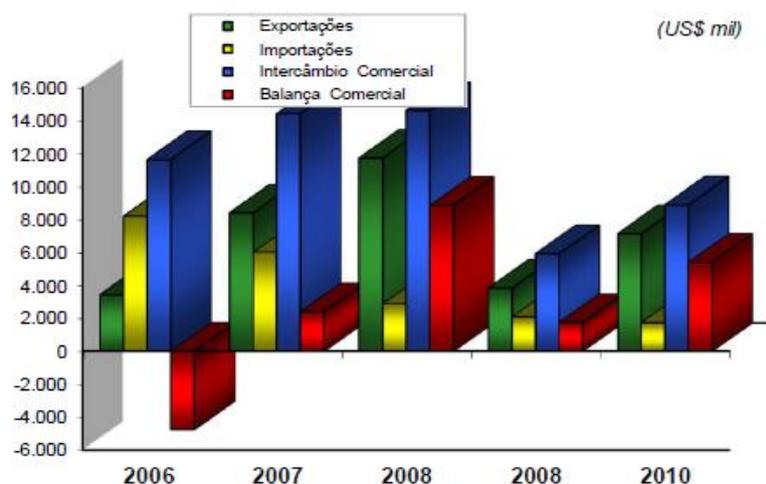


Gráfico 3 – Intercâmbio comercial Brasil – Zimbábue
Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Percebe-se que o intercâmbio comercial entre o Brasil e o Zimbábue caiu nos últimos anos de análise, 2009 e 2010, especialmente pela diminuição das importações de produtos do Zimbábue pelo Brasil. Tratando especificamente de exportações entre Brasil e Zimbábue, a seguinte tabela demonstra os principais itens negociados no período entre 2008–2010:

Tabela 12 – Exportações Brasil – Zimbábue 2008–2010 (principais produtos)

COMPOSIÇÃO DO INTERCÂMBIO COMERCIAL BRASIL - ZIMBÁBUE (US\$ mil - fob)	2008	% no total	2009	% no total	2010	% no total
EXPORTAÇÕES: (por principais produtos e grupos de produtos)						
Veículos automotores, tratores, suas partes/acessórios	9.212	78,7%	2.151	56,1%	2.582	36,2%
Sal, enxofre, terras e pedras, gesso, cal e cimento	0	0,0%	170	4,4%	2.152	30,2%
Caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	1.696	14,5%	1.189	31,0%	1.424	20,0%
Açúcares e produtos de confeitaria	287	2,5%	174	4,5%	277	3,9%
Subtotal	11.195	95,6%	3.684	96,1%	6.435	90,3%
Demais Produtos	515	4,4%	149	3,9%	694	9,7%
TOTAL GERAL	11.710	100,0%	3.833	100,0%	7.129	100,0%

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Com base nos dados acima, nota-se que o Zimbábue importava em 2008 principalmente veículos automotores e maquinário mecânico. Em 2009 a situação mostrou-se similar, entretanto, em 2010, o Zimbábue importou de maneira mais equilibrada veículos automotores, matérias-primas para construção e maquinário mecânico. Em todo o período analisado houve pequeno percentual de exportação, por parte do Brasil de açúcares e produtos de confeitaria ao Zimbábue.

Dados recentes do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC, 2011), confirmam os dados acima:

Tabela 13 – Exportações Brasil – Zimbábue 2010–2011 (principais produtos)

Descrição	2011 (Jan/Set)			2010 (Jan/Set)			Var. Rel. 11/out Jan/Set
	Valor	Part. %	Peso	Valor	Part. %	Peso	
	US\$ F.O.B.		Kg	US\$ F.O.B.		Kg	
TOTAL GERAL	8.813.707	100	4.563.232	5.002.411	100	3.867.550	76,19
OUTRAS MAQUINAS E APARELHOS P/COLHEITA	2.107.570	23,9	107.420	379.610	7,59	22.600	455,19
OUTRAS FORMAS DE AMIANTO (ASBESTO)	1.956.440	22,2	3.280.000	1.788.760	35,8	3.160.000	9,37
OUTROS TRATORES	1.743.001	19,8	215.320	1.154.560	23,1	152.364	50,97
OUTROS "BULLDOZERS" E "ANGLEDZERS" DE LAGARTAS	815.630	9,25	74.918	—	—	—	—

Fonte: adaptado de MDIC (2011)

Eles fornecem informações referentes ao ano de 2010 e 2011, e na tabela acima estão os itens que representam aproximadamente 80% das exportações no período, desconsiderando os produtos com menor valor percentual, conforme técnica de Pareto (80–20).

Pode-se observar que o Brasil exportou nos últimos dois anos maquinário para agricultura e construções e matéria-prima para construções – amianto. Destaca-se que houve aumento significativo das exportações de máquinas e aparelhos para agricultura, o que está alinhado com objetivos recentes de fortalecimento de parcerias entre o Brasil e o Zimbábue¹³.

A tabela abaixo, por sua vez, demonstra as principais importações do Brasil, advindas do Zimbábue.

Tabela 14 – Importações Brasil – Zimbábue 2007–2009 (principais produtos)

COMPOSIÇÃO DO INTERCÂMBIO COMERCIAL BRASIL - ZIMBABUE (US\$ mil- fob)	2007	% no total	2008	% no total	2009	% no total
IMPORTAÇÕES: (por principais produtos e grupos de produtos)						
Níquel e suas obras	2.803	97,4%	1.315	63,1%	996	57,3%
Ferro fundido, ferro e aço	0	0,0%	120	5,8%	701	40,3%
Máquinas, aparelhos e material elétricos, suas partes, etc	2	0,1%	0	0,0%	21	1,2%
Caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	64	2,2%	547	26,3%	3	0,2%
Subtotal	2.869	99,7%	1.982	95,2%	1.721	99,0%
Demais Produtos	10	0,3%	101	4,8%	18	1,0%
TOTAL GERAL	2.879	100,0%	2.083	100,0%	1.739	100,0%

Fonte: Portal Brasil Global net (2011)

Percebe-se que o Brasil, teve praticamente 100% de suas importações em níquel e derivados. Já em 2008, houve participação na importação de material e equipamentos mecânicos e caiu a importância do níquel. Em 2009, a importância do níquel reduziu para aproximadamente 60% das importações, enquanto o ferro fundido ocupou 40% das importações.

13 Ver item 4.1 ATUAIS RELAÇÕES FORMAIS BRASIL – ZIMBÁBUE

Assim como nas exportações, dados recentes MDIC (2011), continuam a série histórica acima demonstrada, e fornecem informações referentes ao ano de 2010 e 2011, conforme tabela a seguir, adaptada de MDIC (2011).

Tabela 15 – Importações Brasil – Zimbábue 2010–2011 (principais produtos)

Descrição	2011 (Jan/Set)			2010 (Jan/Set)			Var. Rel.
	Valor	Part. %	Peso	Valor	Part. %	Peso	11/out
	US\$ F.O.B.		Kg	US\$ F.O.B.		Kg	Jan/Set
TOTAL GERAL	20.684.258	100	18.719.007	1.003.639	100	—	—
QUEROSENES DE AVIACAO	18.974.802	91,7	18.538.000	—	—	—	—
CATODOS DE NIQUEL NAO LIGADO, EM FORMA BRUTA	1.287.722	6,23	50.000	197.000	19,6	10.000	553,67

Fonte: adaptado de MDIC (2011)

Percebe-se que o níquel continua com grande participação nos anos de 2010 e 2011, porém houve grande importação de querosenes do Zimbábue pelo Brasil no ano de 2011, representando praticamente todo o percentual importado pelo proveniente do Zimbábue. Dessa maneira, pode-se inferir que as importações do Zimbábue teve predomínio de materiais brutos, como minerais e combustíveis, nos últimos anos.

4.3 OPORTUNIDADES FUTURAS PARA EXPORTAÇÕES BRASIL–ZIMBÁBUE

O Brasil exporta ao Zimbábue materiais relacionados à agricultura, como tratores e máquinas para coleta de produção, além de maquinário que pode ser utilizado também em novas construções e infraestrutura para o país. Considerando o abordado sobre o Zimbábue, destaca-se que hoje é possível aumentar as exportações do Brasil para o Zimbábue, pois o Zimbábue está em momento de recuperação de sua economia, e necessita investimentos em áreas que possam gerar fontes de renda. Além disso, devido à recente visita da presidente brasileira, em meados de outubro de 2011¹⁴, destaca-se que há interesse em aumentar o relacionamento do Brasil com o continente, principalmente no que tange à agricultura. Assim, seria interessante fortalecer laços entre os dois países por meio das exportações relacionados à agricultura.

Há oportunidades de aumento do volume de exportação de maquinário especializado em alguns setores fortes de agricultura, em particular para os setores que têm maior produção atualmente, como milho, trigo, soja, girassol, tabaco, algodão e horticultura. Cada uma dessas

¹⁴ Ver item 4.1 ATUAIS RELAÇÕES FORMAIS BRASIL – ZIMBÁBUE

áreas necessita maquinários específicos, bem como materiais de apoio, fertilizantes e outros materiais para aumento de produção.

Outra área que necessita investimento no Zimbábue está relacionada à tecnologia e comércio eletrônico. Segundo o jornal Zimbabwe Independent (2010), em uma dura crítica ao país, é comentado o atraso do país em relação ao comércio eletrônico, também chamado de *e-commerce*. A notícia mostra que, considerando o alto índice de alfabetização do país, e, conseqüentemente, alto número de pessoas qualificadas em busca de colocação no mercado, que os mercados de agricultura e mineração não absorvem todo capital humano disponível no país. Ressalta-se ainda que processos como atendimento ao cliente, reservas, e outros ferramentas relacionadas principalmente ao setor de serviços poderiam ser feitos *offshore*, ou seja, em outros países ou continentes. Destacou-se na notícia o alto preço de acesso à internet, e a necessária redução a preços mais acessíveis à maioria da população. (ZIMBABWE INDEPENDENT, 2010).

Nota-se que o país tem interesse em aumentar o comércio interno e também abrir seus produtos e serviços para outros países através do comércio eletrônico. Entretanto, o acesso à internet não é facilitado, e tecnologias como o 3G poderiam ser importadas e implementadas no Zimbábue. Materiais como fibra ótica também poderiam ser exportados.

O Zimbábue possui, portanto, grande potencial de importação de componentes e serviços na área de tecnologia e comércio eletrônico, tendência que vem sendo utilizada por vários países em desenvolvimento, como o Brasil, por exemplo. Assim, esse seria um nicho interessante para o mercado brasileiro.

Maior fornecimento de energia elétrica também é necessário no país, pois seu suprimento está crescendo, mas a passos lentos. Considerando a expansão econômica pela qual está atravessando o Zimbábue, mais energia será necessária, resultando em maior investimento em fontes energéticas para o país. Alternativas energéticas também poderiam ser aplicadas, como biomassa e energias renováveis.

Há necessidade também de investimentos em infraestrutura, por não atender às necessidades de crescimento nos próximos anos. Materiais relacionados à construção e treinamento de pessoal seriam oportunidades de exportação para o Brasil.

Referente ao setor de saúde, considerando a relativa baixa expectativa de vida da população do Zimbábue se comparada ao Brasil, existem oportunidades de exportações nessa área. Entretanto, existem diversas organizações, como a ONU e a Cruz Vermelha, que suprem a demanda de serviços em maior escala e medicamentos, e de maneira voluntária, sem fins

lucrativos. Dessa maneira, seria interessante a exportação de equipamentos médicos e outros insumos relacionados à área de saúde, com o enfoque mais comercial.

Entretanto, dentre as várias oportunidades que o Brasil tem hoje de exportação para o Zimbábue, destacam-se as relacionadas à mineração. Isso porque há diversas jazidas não exploradas parcialmente ou totalmente. A renda que o Zimbábue poderia obter da correta extração, processamento e venda desses materiais é necessário para reerguer o país, porém inexistem recursos nacionais suficientes.

Seriam necessários investimentos pesados em maquinário especializado para extração de diferentes minerais como ouro, níquel, cobalto, cromo, ferro, arsênio, antimônio, tungstênio, chumbo, zinco, lítio, grafite, cianita, magnésio, pirita, argilas, ardósias e fosfato.

Dentre esses materiais, destaca-se que o cromo não pode ser exportado pelo Zimbábue em sua forma bruta¹⁵, sendo necessário processá-los antes de sua venda, agregando valor ao produto. Assim, seria possível exportar maquinário específico para o processamento e refinamento desse mineral, para possibilitar sua venda a outros países.

Há grandes possibilidades de retorno na extração de minerais como diamantes e ouro, e essas oportunidades devem ser priorizadas, pois proporcionaria ao Zimbábue geração de receita em curto prazo.

Percebe-se que há diversas oportunidades nas mais variadas áreas no país, e hoje há incentivo para que o país se reerga economicamente através de investimento estrangeiro, conforme demonstrado no relatório Doing Business-2011. Esse relatório é referência na área de exportação, pois analisa 183 países em várias categorias, como facilidade em iniciar um negócio, registro de propriedade e crédito para novos investidores.

Conforme o relatório (DOING BUSINESS-2011, 2011), o Zimbábue recentemente reduziu taxas de registro de novas empresas no país, acelerando o processo de registro de nomes e pagamento de taxas de abertura de novas empresas. Além disso, foram reduzidos os percentuais de recolhimento de taxas de importação pelo governo, de 30% para 25%, reduzindo o ganho sobre o capital de 20% para 5% por parte do governo. Foi simplificado também o pagamento de taxas sobre receita, através de pagamento trimestral nos bancos comerciais. (DOING BUSINESS-2011, 2011).

¹⁵ Ver item 3.7.1 Setores da economia

4.4 POSSÍVEIS ENTRAVES

Existem evidente diferenças culturais entre o Brasil e o Zimbábue. A começar pela demografia, a população é composta predominantemente de negros, e sua faixa etária é menor, diferentemente do Brasil. A geografia do Zimbábue é muito distinta e reduzida se comparada ao Brasil, porém a entrada de importações e escoamento de produção em países vizinhos como África do Sul e Moçambique é facilitada pela linha férrea.

História, questões políticas, educação, fatores culturais, religiosos e infraestrutura mostram que atualmente o Zimbábue possui diversas questões a serem estudadas antes de uma empresa adentrar seu mercado.

Esses fatores devem ser estudados mais detalhadamente de acordo com o tipo de mercado que se deseja atingir no momento de exportar para o país. Caso contrário, podem se tornar um impasse para a entrada de uma nova marca ou produto no Zimbábue.

Outro fator a ser ressaltado como possível entrave atualmente são os altos custos de implementação de novas empresas no país. Conforme mencionado anteriormente¹⁶, o Zimbábue vem diminuindo as taxas de entrada de novas empresas no seu mercado.

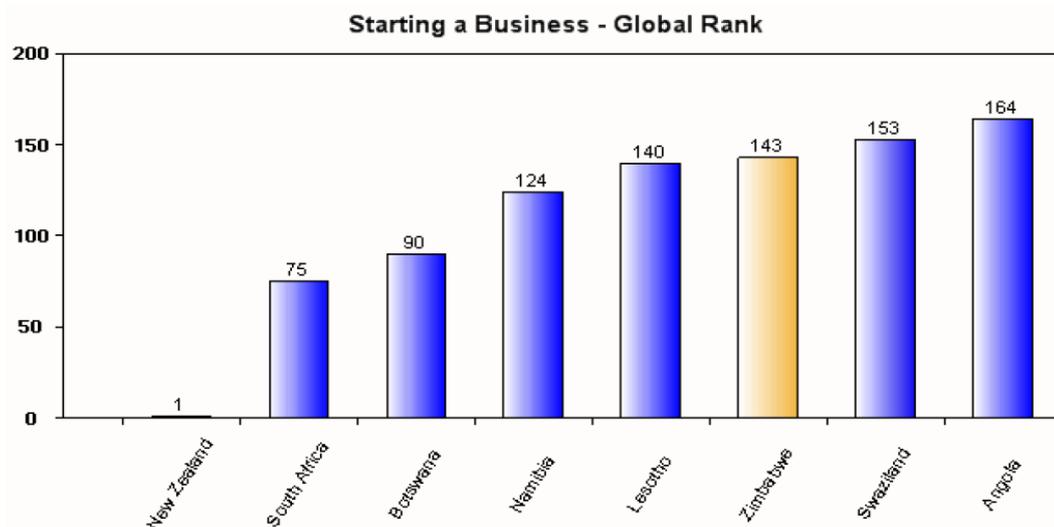


Gráfico 4 – Iniciando um negócio no Zimbábue – Ranking global 2011
Fonte: Doing Business-2011 (2011)

Em termos gerais, dentre os 183 países analisados, o Zimbábue ocupa hoje a 143ª posição, conforme pode ser observado no gráfico acima, no qual o eixo horizontal apresenta o país número 1 do ranking, e países vizinhos ao Zimbábue; o eixo vertical apresenta as posições ocupadas pelos países:

¹⁶ Ver item 4.3 OPORTUNIDADES FUTURAS PARA EXPORTAÇÕES BRASIL-ZIMBÁBUE

Apesar de a posição aparentemente negativa, os dados acima podem ser comparados com o mesmo gráfico do relatório do ano anterior – 2010 – para uma noção mais clara se o Zimbábue vem melhorando seus indicadores ou não.

Quando comparado o gráfico acima ao gráfico do ano anterior (DOING BUSINESS-2010, 2011), nota-se que todos os países no gráfico caíram posições no ranking, enquanto o Zimbábue melhorou seu desempenho, conforme gráfico abaixo:

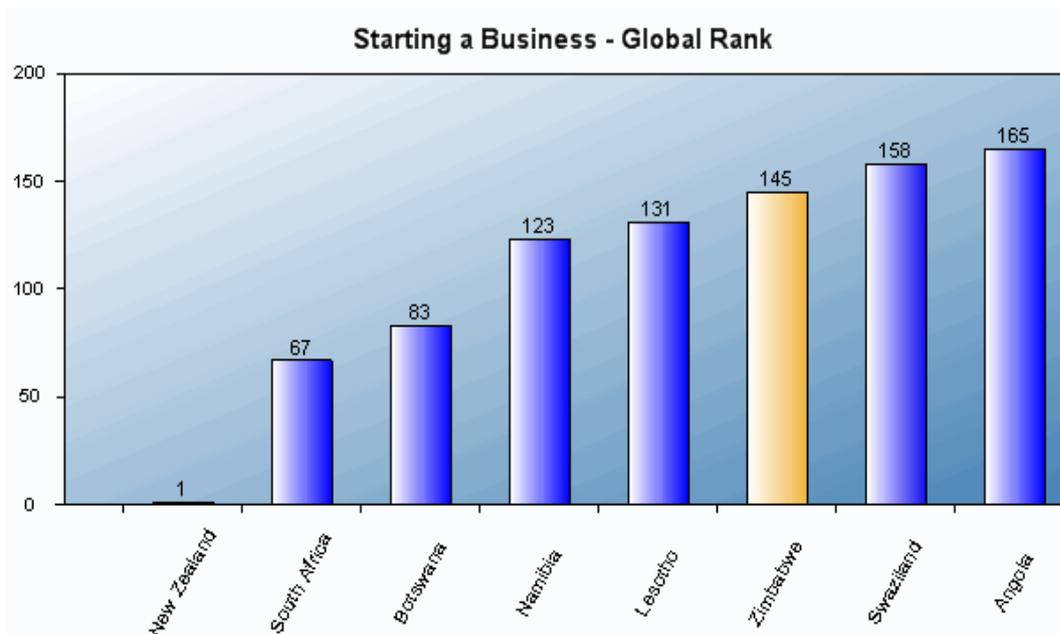


Gráfico 5 – Iniciando um negócio no Zimbábue – Ranking global 2010
Fonte: Doing Business-2010 (2011)

Dessa maneira, enquanto países vizinhos pioraram significativamente seus resultados gerais, o Zimbábue veio, ainda que lentamente, abrindo portas a novas empresas. Esse fato torna-se ainda mais significativo quando comparadas as economias, pois a região subsaariana analisada nesses gráficos passa por difícil situação econômica, enquanto o Zimbábue subiu duas posições no ranking.

Apesar de os indicadores acima, atualmente, os custos de implementação de novas empresas no país ainda são altos, especialmente se comparados com os custos de países vizinhos. O tempo de implementação de um novo negócio também deve ser considerado antes da abertura de um novo negócio no Zimbábue.

Um resumo dos indicadores do relatório Doing Business-2011 (2011) pode ser observado abaixo:

Indicadores	2011	2010
Facilidade de Fazer Negócios	157	159
Começando um negócio	143	145
Obtenção de alvarás de construção	172	178
Registro de propriedade	82	84
Obtenção de crédito	128	113
Proteção de investidores	120	119
Pagamento de Impostos	131	130
Comércio através de fronteiras	168	167
Cumprimento de contratos	110	78
Fechando um negócio	156	156

Tabela 16 – Doing Business – Indicadores 2010 e 2011

Fonte: Adaptado de Doing Business-2010 e Doing Business-2011

Com a comparação dos indicadores do ano de 2010 e os de 2011 percebe-se que, apesar de estar relativamente mais simplificado começar um negócio no Zimbábue, há vários outros indicadores que não mostraram melhora. Um destaque é o indicador ‘cumprimento de contratos’ que obteve grande queda no ranking, devido ao aumento de mais de 300% nos custos relacionados a contratos (DOING BUSINESS-2011, 2011).

Há possíveis entraves que devem ser analisados antes de exportar para o Zimbábue, de acordo com o tipo de negócio, produto ou serviço que se desejar oferecer ao Zimbábue. Essa análise possibilita a diminuição de riscos ao negócio e menor investimento inicial de entrada nesse novo mercado. Isso porque fatores específicos aos novos negócios devem ser levados em consideração, até mesmo por facilitar a entrada e aceitação dos novos produtos.

Assim, alcança-se o segundo objetivo específico do trabalho, destacando atuais setores de cooperação entre Brasil e Zimbábue, com especial atenção às oportunidades futuras e possíveis entraves para o seu relacionamento.

5 MODALIDADES DE EXPORTAÇÃO

A seguir serão apresentadas modalidades de internacionalização para empresas brasileiras com interesse em atuarem no mercado zimbabuano. Essas modalidades apresentam vantagens e desvantagens, e foram analisadas considerando as particularidades do Zimbábue apresentadas no presente estudo.

Segundo Minervini (2008), quando uma empresa decide exportar seus bens, seja por excedente de produção, ou por interesse em entrar em um novo mercado, criando alternativas de distribuição, ela pode escolher dois caminhos para estar presente no mercado internacional: presença direta e indireta.

A presença direta pressupõe que a empresa disponha de recursos para estabelecer uma filial de vendas, uma filial de produção e um escritório de representação.

A presença [indireta,] ligada a cooperações e alianças pode ser feita por meio de participação em um consórcio de promoção de exportação, da transferência de tecnologia, da associação com um parceiro local ou com uma rede franchising, ou de uma *joint venture*. (MINERVINI, 2008, p.153).

Pode-se perceber que a presença direta envolve maior investimento inicial, enquanto a indireta possibilita forma de exportação mais rápida e com menos riscos. Entretanto, a presença direta implica em mostrar a marca e garantir laços entre o país exportador e o importador, enquanto a forma indireta garante a venda de produtos/serviços de certa maneira anônima.

Dentre as diversas formas diretas e indiretas possíveis de exportação, Minervini (2008, p.153-154) apresenta as seguintes:

- *E-commerce* (comércio eletrônico)
- Filial de vendas
- Vendas por correio
- Consórcio de promoção de exportação
- Venda ao consumidor final
- Rede de distribuição
- Empresas de gestão de exportação
- Agentes de compras
- *Broker* (intermediário)
- Agente de vendas
- *Trading company* (empresas importadoras / exportadoras)
- Vendas com compensação

- *Marketing Subsidiaries* (escritórios de representação)
- Transferência de tecnologia
- Montagem local
- Contrato de manufatura
- Filial de produção
- *Joint venture* (aliança local)
- *International tender* (licitações internacionais)
- Zonas francas
- *Franchising* (franquias)

Há diversas modalidades de presença direta e indireta citadas acima, entretanto nem todas suprem a atual demanda de importações do Zimbábue. Entretanto, a seguir foram apresentadas as vantagens e desvantagens de todas as modalidades abordadas por Minervini (2008).

Em se tratando de *e-commerce*, as estruturas de internet e negócios eletrônicos ainda não estão em pleno funcionamento no país, considerando o número reduzido de habitantes que têm acesso à internet: 1,7 milhões¹⁷. Entretanto, há grande interesse por parte do país em desenvolver o comércio eletrônico e, de certa forma, ‘abrir portas’ para outros países mais rapidamente. Isso porque o comércio eletrônico pode ser realizado, segundo Minervini (2008,p. 154):

- B2B (*business to business*): relação econômica entre duas ou mais empresas, em que, por exemplo, uma empresa pode enviar pedidos de mercadorias aos próprios fornecedores e pagar por meio da internet.
- B2C (*business to consumer*): compras por via eletrônica, mais conhecido como ‘shopping online’.
- C2C (*consumer to consumer*): relação econômica entre dois interlocutores particulares, para os quais um banco desenvolve a função de intermediário.

Sendo assim, o Zimbábue poderia importar insumos para produção, através do B2B, comunicar-se com outros países para compra direta de produtos, através do B2C ou mesmo realizar trocas de produtos entre usuários de internet de diferentes países, através do C2C. A opção de comércio eletrônico entre Brasil e Zimbábue possui grandes possibilidades em médio / longo prazo, ou quando maior parte da população tiver acesso à internet.

¹⁷ Ver item 3.6 INFRAESTRUTURA

A modalidade de filial de vendas requer alto investimento inicial por parte do exportador, pois possibilita presença direta do exportador no país de destino. Por outro lado, há diversas vantagens com a instalação de uma filial de vendas, como algumas das citadas por Minervini (2008, p. 156):

- Estar permanentemente em contato com os clientes;
- Controlar de perto a concorrência;
- Acesso facilitado a informações e exigências da demanda local;
- Maior controle sobre distribuição e promoção.

Essa modalidade é interessante para empresas que possuam capital para investir com retorno em médio/ longo prazo. Uma vez no país a empresa pode ampliar sua gama de produtos, por estar em contato direto com o país destino de exportação, além de ganhar uma imagem de empresa local, aproximando-se dos consumidores. (MINERVINI, 2008).

As vendas por correio são uma modalidade interessante se considerada a possibilidade de venda através de catálogos, possibilitando a venda de produtos à distância. (MINERVINI, 2008). Não é necessária estrutura física para a empresa exportadora e há contato direto do cliente com a marca do produto exportado. Entretanto, hoje o sistema de correios para encomendas internacionais do país é moroso, sendo que algumas cartas e pequenas cargas passam pela Inglaterra antes de chegar ao Zimbábue, independente de sua origem, aumentando custos e tempo de entrega. Dessa maneira, há necessidade de melhora no serviço postal para que essa modalidade possa ser utilizada.

Segundo Minervini (2008) os consórcios de promoção e exportação estão associados diretamente a pequenas e médias empresas que desejam exportar seus produtos, porém ainda não possuem tamanho, força, ou capital suficiente para exportar seus produtos, juntando-se em pequenos *clusters* para que tenham condições para exportarem. As empresas desses *clusters* podem ser da mesma área de atuação ou produtos complementares. Apesar de ser uma modalidade onde os riscos são reduzidos, e não há necessariamente competição entre os exportadores, ela é utilizada principalmente para a entrada de empresas em grandes mercados mundiais, no qual há vasto conhecimento sobre o importador. Dessa forma, em curto prazo a modalidade não é recomendada para o Zimbábue, pois o mercado é uma aposta futura para o Brasil. Pequenas empresas sem acesso a informações sobre o importador e sem a devida estrutura arriscam exportando através dessa modalidade para o Zimbábue.

Quanto a vendas ao consumidor final, Minervini (2008, p. 158) aponta que, “para muitos, é um sonho vender diretamente ao consumidor final, negociando preço, qualidade,

entrega e pagamento, sem nenhuma intermediação e burocracia na rede de distribuição”. Essa modalidade de exportação direta, entretanto, envolve fatores como sólido conhecimento prévio do mercado e alto investimento em infraestrutura, recrutamento e treinamento de futuros trabalhadores. Dessa maneira, em curto prazo torna-se inadequada para implementação imediata no Zimbábue, ainda que em médio/longo prazo seja possível sua implementação.

A rede de distribuição é interessante para produtores brasileiros interessados em escoar excedente de produção e/ou distribuir seus produtos em larga escala, alcançando grandes públicos. A rede de supermercados Makro, por exemplo, está presente no Zimbábue, agindo como distribuidor.

Essa modalidade, apesar de facilitar a chegada do produto ao consumidor final, não possibilita o relacionamento direto do consumidor com o exportador. Assim, “o distribuidor utiliza sua própria marca e imagem, deixando em segundo plano a imagem e marca do exportador”, segundo Minervini (2008, p. 159). As redes de distribuição não possibilitam a criação de laços comerciais entre os dois países. Para exportadores iniciantes no mercado a modalidade é interessante em curto prazo, porém, em longo prazo não é adequada devido à distância que é criada entre o exportador e o cliente final.

As empresas de gestão de exportação são uma interessante modalidade para pequenas e médias empresas que não possuem a estrutura necessária para exportação. Segundo Minervini (2008, p.160), elas são “um departamento de exportação ‘alugado’, uma estrutura fora da empresa produtora que cumpre as funções do departamento de exportação”. É, portanto, uma alternativa para pequenas empresas que querem exportar seus produtos sem necessariamente terem um departamento dedicado a isso em sua empresa.

Apesar da vantagem, essa modalidade restringe a estratégia da empresa exportadora no exterior em médio/longo prazo, sendo recomendada somente para empresas que não tenham experiência em exportação e não saibam como ou para onde exportar. Dessa maneira, essa modalidade não seria adequada à realidade atual de necessidades de importação do Zimbábue, especialmente porque exige conhecimento específico do país.

Exportações através de agentes de compras podem apresentar algumas vantagens para novos exportadores, em virtude de os agentes de compras terem “convênio com empresas para logística internacional, de modo que possam consolidar carregamentos de vários fornecedores e reduzir custos de distribuição”. (MINERVINI, 2008, p.161). A logística de exportação, portanto, é facilitada, e exige menor conhecimento da infraestrutura para escoamento de sua produção, por parte do exportador.

Apesar de reduzir custos logísticos, essa modalidade restringe a criação de laços entre importador e exportador, pois o agente de compras age como uma espécie de intermediário na negociação. Assim, em curto prazo não é interessante para exportações Brasil-Zimbábue, pois o contato importador-exportador é indireto, e a negociação está restrita às exigências do agente de compras.

Outra modalidade que um ‘mediador’ é a exportação através de um *Broker*, que é “um intermediário que atua em setores muito específicos, como o de matérias-primas, [...] e] que tem uma especialização relevante em seu próprio setor de mercado”. (MINERVINI, 2008, p.162). O *Broker* é interessante para pequenas e médias empresas sem estrutura e capital para atuarem em novos mercados.

Entretanto, o *Broker* retém conhecimento específico sobre o mercado em que atua e logística e distribuição dos produtos, restringindo o contato direto do importador com o exportador. É, portanto, uma alternativa viável, porém não recomendada para entre Brasil e Zimbábue, porque opera com remunerações fixas e não proporciona conhecimento de mercado ao exportador. (MINERVINI, 2008).

O agente de vendas, segundo Minervini (2008, p.162), “promove os produtos da empresa exportadora e se remunera por meio de comissões sobre as vendas realizadas”. Essa modalidade, assim como outras que envolvem intermediários, distanciando fisicamente o importador e o exportador.

Porém, no caso de agente de vendas, há o contato da marca diretamente com o importador, o que de certa maneira compensa a distância física. A escolha do agente de vendas é decisiva para ganhos significativos no exterior, em virtude do agente estar diretamente em contato com o importador e a venda depender inteiramente do agente. Essa modalidade economiza investimento em infraestrutura, e possibilita a entrada em um novo mercado mais rapidamente. Apesar das vantagens, há riscos que envolvem a seleção do agente de vendas, conforme Minervini (2008, p.163):

- Dificuldade de controle sobre a atuação do agente que, com determinadas atitudes, pode pôr em risco a imagem e a credibilidade da própria empresa exportadora;
- Risco de apresentar ao exportador um cliente que não tem capacidade de pagar as importações;
- Possível incompatibilidade entre os interesses do agente e a política comercial do exportador;
- Pouco controle sobre o mercado.

Dessa forma, a seleção do agente deve ser criteriosa para reduzir riscos e garantir a venda de produtos no importador, propagando uma boa imagem ao exportador.

Quanto à *trading company*, pode-se dizer que são empresas que realizam *trading*, comprando e vendendo produtos, e que possuem contatos no país em que atuam (MINERVINI, 2008).

A *trading* mantém contato constante com fornecedores, consultores, atacadistas, governos, empresas de seguros, empresas de distribuição física internacional, clientes, bancos, agentes, outras *tradings*, meios de comunicação e associações empresariais. (MINERVINI, 2008, p. 164).

A presença de uma *trading* pode facilitar a entrada em novos e desconhecidos mercados, em virtude dos sólidos contatos da empresa *trading* com o Zimbábue.

Suas vantagens são diversas, conforme comentado por Minervini (2008), e oferecem vantagem especialmente para empresas que não têm condições financeiras imediatas para estarem presentes fisicamente no Zimbábue, devidos aos ainda altos custos de implementação de empresas no país. Uma desvantagem, porém, é o fato de haver intermediários entre o exportador e o importador, o que em longo prazo não fortalece relações entre o país importador e o país exportador.

A venda com compensação envolve a troca de mercadorias, e é utilizada para posicionar-se em um novo mercado e, ao mesmo tempo, obter fontes de matérias-primas. (MINERVINI, 2008). Conforme visto anteriormente nesse estudo¹⁸, o Zimbábue hoje trabalha com essa modalidade, como o caso de troca de geração de energia elétrica por cromo bruto. Isso ocorre devido à abundância de minerais no país, e à necessidade de importações de materiais já manufaturados.

A modalidade é, portanto, interessante para exportações advindas do Brasil, especialmente se considerada a possível troca de equipamentos e maquinário por matérias-primas para fabricação desses produtos, barateando seu custo de produção. Além disso, por envolver matérias-primas como retorno ao invés de valores financeiros, é de imediata implementação no Zimbábue.

Marketings Subsidiaries, também chamados de escritórios de representação, apresentam uma modalidade avançada de exportação. Minervini (2008, p.166) aponta que essa modalidade consiste em “escritórios de marketing regionais que têm como finalidade captar e filtrar as informações e promover e coordenar as vendas”. A modalidade proporciona contato direto entre importador e exportador, além de vasto conhecimento sobre o mercado de

¹⁸ Ver item 3.6 INFRAESTRUTURA

destino. Entretanto, considerando que são postos avançados de trabalho, é uma modalidade possível de implementação, porém somente em médio / longo prazo, visto que demanda presença prévia da empresa no país antes de sua implementação.

Transferência de tecnologia, segundo Minervini (2008, p.167) é uma modalidade que

[...] pode acontecer por meio da elaboração de contratos que têm como objeto agregar tecnologias patenteadas (cessão de patentes) ou tecnologias não patenteadas (cessão de *know how*).

Trata-se de uma modalidade de aplicação inicialmente mais complexa, devido à necessidade de elaboração de contratos. Essa modalidade de entrada não é recomendada para pequenas e médias empresas, pois exige especialização em uma área de conhecimento, e possibilita a criação de concorrência em virtude de transferir tecnologia para terceiros. É uma modalidade a ser considerada por empresas com conhecimento especializado em áreas de interesse do Zimbábue, porém, considerando a atual necessidade de reestruturação da economia do Zimbábue, a modalidade torna-se muito específica e de difícil aplicação imediata. Em médio/longo prazo devem ser reavaliadas as necessidades, o que possivelmente viabilizaria a modalidade.

Quanto à montagem local, destaca-se a redução de custos com logística, mão-de-obra e insumos. (MINERVINI, 2008). Essa modalidade possibilitaria a contratação de mão-de-obra do Zimbábue, hoje excedente e com a qualificação básica necessária. Além disso, melhoraria a integração local e imagem da marca do exportador no Zimbábue. Apesar das vantagens, a modalidade exige grande investimento inicial em infraestrutura, capacitação e contratação de pessoal local para sua realização, dificultando a implementação dessa modalidade no país. Empresas com maior capital poderiam utilizar a montagem local, mas haveria um risco maior que outras modalidades e não necessariamente retorno maior.

Ao contrário da modalidade de montagem local, o contrato de manufatura, segundo Minervini (2008, p. 172)

[...] é um acordo que você pode fazer com uma empresa no exterior para que ela possa fabricar o seu produto, sob determinadas condições, com o objetivo de adquirir maior competitividade do que você conseguiria fabricando em seu próprio país. A responsabilidade sobre o projeto, o controle de qualidade e a distribuição ficam a cargo do exportador.

Há grande responsabilidade por parte do exportador, porém a produção é mais próxima do cliente e valoriza a mão-de-obra local. Assim, é conveniente em casos de baixo custo de mão-de-obra no país de destino, como é o caso do Zimbábue, considerando-se o salário mínimo de um trabalhador. Entretanto, cria-se uma distância entre o importador e o

exportador, e há altos custos para o exportador, que assume grande parte das responsabilidades na exportação. Considerando que a estrutura industrial do Zimbábue necessita melhorias, a modalidade não é adequada para implementação imediata.

A filial de produção envolve considerável investimento inicial para realização de exportações. Além disso, considerando o apresentado pelos relatórios Doing Business-2010 (2011) e Doing Business-2011 (2011), os custos para entrada no Zimbábue são altos, ainda que apresentem tendência de diminuição para os próximos anos. Apesar do contato direto com o país importador, essa modalidade envolve grande investimento e alto risco sem a devida força de vendas já devidamente instalada no Zimbábue. Sendo assim, não é adequada para empresas brasileiras com interesse em exportar para o Zimbábue e que objetivem retorno imediato. No médio / longo prazo é modalidade possível aplicação, mediante a realização de novos estudos.

A modalidade de *joint venture* é “uma das formas de reduzir os riscos de investimento em uma filial de produção”, conforma aponta Minervini (2008, p.176). Essa oportunidade, de certa forma, é uma aliança entre a empresa do país que deseja exportar, no caso o Brasil, e a empresa local do país de destino: Zimbábue.

A relação criada é do tipo ganha-ganha, pois a empresa do país de destino se fortalece, enquanto a empresa do país exportador entra mais facilmente em um novo mercado. Minervini (2008, p. 176) comenta que “Às vezes, uma *joint venture* resulta de uma imposição de autoridade locais do país importador no qual a empresa quer entrar”, fato esse que recentemente tornou-se importante no Zimbábue.

Em agosto deste ano, o presidente Mugabe deu o ultimato a empresas multinacionais que operavam no Zimbábue para apresentarem “seus planos para transferir o controle majoritário de suas operações locais ao governo ou aos funcionários”, segundo notícia abaixo:

Várias empresas confirmaram que receberam cartas do ministro da Indigenização, Saviour Kasukuwere, dando a elas 14 dias para detalhar como vão transferir participações de 51% em suas operações para entidades ligadas ao governo ou estabelecer programas de controle compartilhado com seus funcionários. Caso contrário, elas perderão essas unidades. (ESTADAO, 2011)

Ressalta-se que a iniciativa protecionista existe há alguns anos, porém as cartas de controle de participações somente foram enviadas recentemente às empresas multinacionais. A Lei de Indigenização foi implementada em 2008 no Zimbábue e, desde então, as empresas multinacionais vinham operando em desacordo com as exigências do país. (ESTADAO, 2011). A Lei de Indigenização refere-se às iniciativas governamentais que objetivam

recuperar dos brancos o que lhes é seu por direito. Um exemplo de ação de Indigenização é a reforma agrária existente no país e apoiada pelo presidente Mugabe¹⁹.

Nota-se que houve as cartas foram uma ação impactante, de maneira que negociações atuais e futuras deverão comportar-se dessa maneira. Essa ação, de caráter protecionista, pretende fortalecer internamente a economia, porém futuros investidores devem ficar atentos às novas regulações. Apesar das recentes restrições a essa modalidade de exportação, ela apresenta diversas vantagens e está fortemente presente no Zimbábue atualmente, principalmente através de grandes bancos presentes na capital do país, Harare. Assim, é uma modalidade adequada para implementação imediata, considerando-se às particularidades necessárias à sua implementação.

Em se tratando de compra de maiores volumes de produtos, há a modalidade de licitações internacionais. Nessa modalidade, instituições públicas adquirem grandes quantidades de mercadorias, com base em cláusulas que descrevem as exigências dos produtos, sua descrição detalhada, a forma de pagamento, o prazo de entrega, entre outros. (MINERVINI, 2008). A modalidade exige experiência em licitações por parte do exportador, bem como produtos que atendem às detalhadas especificações de produtos. Por se tratar de licitações internacionais, geralmente é realizada via internet, sendo inadequada para implementação imediata, em virtude de necessita de aumento de estrutura de comércio eletrônico no Zimbábue.

Exportações por meio de zonas francas oferecem inúmeros benefícios, pois “no interior dessas áreas, é possível desenvolver atividades industriais, comerciais ou de serviços, gozando de isenções fiscais e alfandegárias particulares”. (MINERVINI, 2008, p. 182). Essa modalidade apresenta inúmeras vantagens para países com proximidade geográfica, além de promover negociações e proporcionar o compartilhamento de conhecimento entre países com similaridades culturais e geográficas. Entretanto, devido à distância geográfica entre Brasil e Zimbábue e à inexistência de qualquer acordo entre os dois países, essa modalidade não é adequada para exportar produtos brasileiros ao Zimbábue. Apesar disso, a modalidade não deve ser desconsiderada para países vizinhos ao Zimbábue, devido às várias vantagens que apresenta.

O *franchising* é uma maneira de exportação bastante interessante para grandes redes de lojas, como o McDonalds, por exemplo. O sistema de *franchising*, segundo Minervini (2008, p. 184)

¹⁹ Ver item 3.7.1 Setores da economia

[...] concede a utilização de sua própria ‘fórmula organizacional e comercial’, sua própria marca e sua assistência à gestão do negócio. Ele deve assegurar ao franqueado constante suporte de material promocional ou aparelhagem específica para o negócio, para o treinamento do pessoal e para o fornecimento dos produtos.

Sendo assim, o exportador promove sua marca no Zimbábue, valorizando a mão-de-obra local e garantindo a mesma qualidade de serviços que a oferecida no Brasil.

Essa modalidade já teve maior participação em anos passados no Zimbábue, porém hoje há iniciativas de retorno dessas grandes redes de lojas. De acordo com informações do jornal *The Zimbabwean* (2010), a rede de *fast food* McDonalds tem planos de abrir unidades no Zimbábue, depois de mais de uma década desde que afirmou pela primeira vez que tinha interesse em abrir franquias no Zimbábue, em 1999. (THE ZIMBABWEAN, 2010). Na época, o projeto não teve continuidade devido a uma crise econômica que se instalou no país, fazendo o dólar zimbabuano perder valor rapidamente, segundo a notícia no jornal *The Zimbabwean* (2010).

A notícia comenta ainda que, se o McDonalds instalar-se no Zimbábue, haverá concorrência no sector de *fast food*, atualmente dominado pela *Innscor Africa's fast food franchises*, dona das redes *Chicken Inn*, *Bakers Inn*, *Inn Creamy* e *Vasilis*. (THE ZIMBABWEAN, 2010). Até o momento da elaboração do presente estudo, a rede de franquias McDonalds ainda não foi implementada no Zimbábue.

Considerando as modalidades apresentadas, atinge-se o terceiro e último objetivo específico do trabalho, que visava apresentar possibilidades de internacionalização para empresas brasileiras atuarem no mercado zimbabuano. Sendo assim, todos os objetivos específicos do presente estudo foram apresentados, possibilitando o alcance do objetivo principal desse estudo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando as diferenças culturais entre o Brasil e o Zimbábue, evidenciou-se a identificação de particularidades socioeconômicas do Zimbábue que podem interferir positivamente ou negativamente em negociações comerciais.

Fatores como diferentes religiões e infraestrutura que poderiam ser um impasse para a importação de produtos brasileiros mostraram-se favoráveis, não influenciando negativamente negociações entre o Brasil e o Zimbábue. Outros fatores como a alta inflação recente, questões políticas e particularidades demográficas, devem ser estudados com o objetivo de diminuir riscos em negociações entre os dois países. Destaca-se ainda a educação no país, fator importante no momento de considerar uma alternativa comercial para o Brasil, visto que há mão-de-obra qualificada excedente no Zimbábue, podendo ser utilizada para a implementação de novas iniciativas no Zimbábue.

O relacionamento comercial entre o Brasil e o Zimbábue ainda é pouco significativo, fato que pode ser observado nos indicadores de importações e exportações entre os dois países. Entretanto, hoje há iniciativas brasileiras em fortalecer relações entre os dois países, principalmente no que tange à agricultura²⁰ e ao fornecimento de material e equipamentos para aumento de produção.

Surgem, portanto, diversas oportunidades de exportação para o Brasil, visto que o Zimbábue necessita em curto prazo de maquinário principalmente nas áreas agrícolas e de mineração. Outros setores, como comércio eletrônico, fornecimento de serviços base como energia elétrica e combustíveis podem ser considerados para o médio/longo prazo. O Zimbábue tem forte potencial de extração de minerais, com o objetivo de obter renda para reerguer a economia do país, similar à recente estratégia de Botsuana²¹.

Possíveis entraves devem ser estudados mais detalhadamente de acordo com o produto e empresa que desejam exportar ao Zimbábue, reduzindo riscos e custos de entrada nesse novo mercado.

Dentre as diversas modalidades de exportação abordadas por Minervini (2008)²², algumas não são possíveis de implementação imediata, visto que não refletem as necessidades do Zimbábue e sua estrutura para recebimento de exportações do Brasil.

Dentre as modalidades apresentadas, destacam-se fortemente as modalidades de *trading company*, rede de distribuição, vendas com compensação, *joint venture* e *franchising*. Essas

²⁰ Assunto abordado no item 4.1 ATUAIS RELAÇÕES FORMAIS BRASIL – ZIMBÁBUE

²¹ Ver item 3.7.1 Indicadores socioeconômicos

²² Ver item 5 MODALIDADES DE EXPORTAÇÃO

modalidades já são utilizadas para exportações para o Zimbábue, e apresentam diversas vantagens aos exportadores, além de implementação imediata.

As modalidades de filial de vendas, vendas ao consumidor final, *broker*, agente de compras, consórcio de promoção de exportação, empresas de gestão da exportação, transferência de tecnologia, montagem local, contrato de manufatura e filial de produção também podem ser implementadas no país. Entretanto, apresentam desvantagens que devem ser profundamente estudadas de acordo com o tipo de produto que se deseja vender ao país, reduzindo riscos de implementação e altos custos de entrada no mercado, além de serem mais adequadas em médio / longo prazo.

Outras modalidades que também apresentam vantagens, porém, em virtude de desvantagens significativas, não são adequadas para implementação imediata no Zimbábue. O *e-commerce*, licitações internacionais e oportunidades de vendas por correio, por exigirem infraestrutura que hoje o Zimbábue não possui; escritórios de representação, por ser uma forma avançada de exportações, exigindo assim uma estrutura de exportação já existente para o Zimbábue e; zonas francas, devido à distância geográfica entre os dois países.

O mercado zimbabuano está se abrindo para entrada de novas empresas e capital e investimentos estrangeiros, sendo esse o momento necessário para o Brasil aumentar sua participação nas importações do Zimbábue e, possivelmente, em suas exportações também. Assim, serão fortalecidas as relações entre Brasil e Zimbábue, facilitando futuras negociações, criando um mercado alternativo para o Brasil escoar excedente de produção e vender produtos com bom potencial de retorno, estabelecendo laços de longo prazo e possivelmente um acordo bilateral entre os dois países.

REFERÊNCIAS

ACP. **The ACP Group – Presentation**. Disponível em:

<http://www.acpsec.org/en/about_us.htm>. Acesso em 17 out. 2011.

AFROCHAMBER. **A Câmara**. Disponível em <<http://afrochamber.org/sobre/>>. Acesso em 20 out.2011.

AFRICA 21. **BAD prevê crescimento de 7,8 por cento para Zimbabwe**. Disponível em <<http://www.africa21digital.com/noticia.kmf?cod=12047086canal=402>>. Acesso em 25 jun. 2011.

BBC. **El G90**. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/portuguese/especial/1635_omc_quemequem/page6.shtml>. Acesso em 21 out. 2011a.

____. **Mugabe party questions vote count**. Last updated in 2008. Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/7332941.stm>>. Acesso em 26 jun. 2011b.

____. **Thirty years of Zimbabwe in graphs**. Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/8622519.stm>>. Acesso em 18 out. 2011c.

____. **Zimbabwe in facts and figures**. Last updated in 2008. Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/7304635.stm>>. Acesso em 24 jun. 2011d.

____. **Zimbabwe signs China energy deal**. Last updated 2006. Disponível em<<http://news.bbc.co.uk/2/hi/5071824.stm>>. Acesso em 18 out. 2011e.

BBC BRASIL. **Relação Brasil–África pode religar os 2 lados do Atlântico, diz Banco Mundial**. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/10/111018_brasil_africa_banco_mundial_jf.shtml>. Acesso em 19 out. 2011a.

_____. **Brasil tem 5ª maior presença diplomática na África**. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/10/111017_diplomacia_africa_br_jf.shtml>. Acesso em 19 out. 2011b.

BBC WORLD SERVICE. **Case study: land reform in Zimbabwe**. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/worldservice/people/features/ihavearightto/four_b/casestudy_art17.shtml>. Acesso em 24 jun. 2011.

CASTILHO, Carlos. **Rodésia, a última colônia**. Rio de Janeiro: Codecri, 1981.

CIA, CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. **The world factbook**. Última atualização em 14 jun. 2011. Disponível em <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/zi.html>>. Acesso em 22 jun. 2001.

DICIONARIO. **Cromo**. Disponível em< <http://www.dicionario.pro.br/dicionario/index.php/Cromo>>. Acesso em 25 out. 2011.

DIEHL, Astor Antonio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciência sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DOING BUSINESS-2010. **Zimbabwe**: comparing regulation in 183 economies. Washington DC. 2010. Disponível em <http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2009/10/07/000333037_20091007010925/Rendered/PDF/506270WP0DB020100ZWE0Box342004B01PUBLIC1.pdf>. Acesso em 01 out. 2011.

DOING BUSINESS-2011. **Zimbabwe**: comparing business regulation in 183 economies. Washington DC. 2011. Disponível em <<http://www.doingbusiness.org/~media/fpdkm/doing%20business/documents/profiles/country/ZWE.pdf>>. Acesso em 19 out. 2011.

EMBASSY OF THE UNITED STATES – HARARE ZIMBABWE. **Education in Zimbabwe**. Disponível em <http://harare.usembassy.gov/zimbabwe_educational_profile.html>. Acesso em 24 jun. 2011.

ESTADAO. **Zimbábue e Tanzânia aderem ao G-20**. Publicado em 03 dez. 2003. Disponível em <http://www.estadao.com.br/arquivo/economia/2003/not200312_03p23586.htm>. Acesso em 18 out. 2011a.

_____. **Zimbábue dá ultimato a múltis para transferir controle**. Publicado em 20 ago. 2011. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,zimbabue-da-ultimato-a-multis-para-transferir-controle,761322,0.htm>>. Acesso em 25 out. 2011b.

INDEX MUNDI. **Zimbabwe Flag description**. Disponível em <http://www.indexmundi.com/zimbabwe/flag_description.html>. Acesso em 21 out. 2010

MAPS OF THE WORLD. **Zimbabwe political map**. Disponível em <<http://www.peterhouse.org/assets/images/zimbabwe-map-provinces-02.JPG>>. Acesso em 23 jun. 2011.

_____. **Zimbabwe Transport**. Disponível em <<http://www.mapsofworld.com/zimbabwe/travel-guide/transport.html>>. Acesso em 20 out. 2011

MDIC. Publicado em Setembro – 2011. Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=2477&refr=576>>. Acesso em 28 out. 2011.

MINERVINI, Nicola. **O exportador: ferramentas para atuar com sucesso no mercado internacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

NRZ. **Corporate Information**. Disponível em <<http://www.nrz.co.zw/about/corporateinfor.html>>. Acesso em 15 out. 2011.

PORTAL DE DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO BRASILEIRO. **Brasil e Zimbábue firmam acordo para desenvolver Agricultura Familiar na África**. Disponível em <http://www.mda.gov.br/porta/tvmda/videos-view?video_id=6798687>. Acesso em 20 out. 2011

PORTAL BRASIL NET. **Dados básicos e principais indicadores econômico–comerciais.** Disponível em <<http://www.brasilglobalnet.gov.br/ARQUIVOS/IndicadoresEconomicos/INDZimbabue.pdf>>. Acesso em 10 jul. 2011.

PROMON. **WiMax: O caminho para a banda larga pessoal.** 24 pgs. Disponível em <http://www.promon.com.br/portugues/noticias/download/WiMax_09.pdf>. Acesso em 25 out. 2011.

REIS, Linda G. **Produção de monografia: da teoria à prática.** 2. ed. Brasília: SENAC–DF, 2008.

SARDC. **Perfil do país BOTSWANA.** Disponível em <<http://www.sardc.net>>. Acesso em 09 nov. 2010.

SECRETARIA DE AGRICULTURA FAMILIAR. **Programa mais alimentos.** Disponível em <<http://www.mda.gov.br/portal/saf/institucional/maisalimentos>>. Acesso em 20 out.2011.

TECHZIM. **An Overview Of Zimbabwe’s Telecommunications – POTRAZ Presentation Download.** Disponível em: <<http://www.techzim.co.zw/2010/03/zimbabwe–telecoms–overview/>>. Acesso em 18 out. 2011

THE ECONOMIST. **Out with those with the farmers.** Disponível em <<http://www.economist.com/node/14465671>>. Acesso em 23 jun. 2011.

THE INDEPENDENT. **Slow recovery for tobacco harvest.** Disponível em <<http://www.thezimbabwean.co.uk/business/agriculture/51186/slow–recovery–for–tobacco–harvest.html>>. Acesso em 21 out.2011.

THE ZIMBABWEAN. **McDonalds planning to return.** Publicado em 18 ago. 2010. Disponível em <<http://www.thezimbabwean.co.uk/business/industry/33529/mcdonalds-planning-to-return.html>>. Acesso em 01 nov. 2011.

UN. **The Universal Declaration of Human Rights.** Disponível em <<http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml>>. Acesso em 25 jun. 2011.

US DEPARTMENT OF STATE. **International Religious Freedom Report 2005.** Última atualização em 06 abr. 2011. Disponível em <<http://www.state.gov/g/drl/rls/irf/2005/51503.htm>>. Acesso em 27 jun. 2011.

WICKENS, G. E.; LOWE, Pat. **The baobabs: pachycauls of Africa, Madagascar and Australia** [Internet]. Kew (UK): Springer Science+Business Media, B.V.; 2008. Chapter 3: Folklore and tradition.; p.49 –66. Disponível em <http://books.google.com.br/books?id=Vu9ZX3NWPYIC&lpq=PA50&ots=72I6cVdd_X&dq=god%20planted%20baobabs%20upside%20down&pg=PR31#v=onepage&q=god%20planted%20baobabs%20upside%20down&f=false>. Acesso em 19 out. 2011.

WTO. **Trade Policy Review Report By The Secretariat Zimbabwe.** Disponível em <http://wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp352_e.htm>. Acesso em 19 out. 2011a.

____. **Trade Policy Review Report By Zimbabwe.** Disponível em <http://wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp352_e.htm>. Acesso em 19 out. 2011b.

ZAMBIA TOURISM. **The Victoria Falls.** Disponível em <<http://www.zambia-tourism.com/travel/places/victoria.htm>>. Acesso em 20 out. 2011.

ZIMBABWE INDEPENDENT. **Zim must wake up to internet business potential.** Publicado em 08 jul. 2010. Disponível em <<http://www.theindependent.co.zw/letters/27173-zim-must-wake-up-to-internet-business-potential.html>>. Acesso em 30 out. 2011.