

EMPRESAS COREANAS NO BRASIL: DIFICULDADES E IMPACTOS DA CRISE ASIÁTICA

Gilmar Masiero*

Resumo

Com a maior abertura comercial e financeira dos anos 90, tanto na Coreia do Sul quanto no Brasil, o relacionamento bilateral entre os dois países ganhou maior dinamismo e importância. Assim, o presente texto, primeiramente aborda o crescimento das relações econômicas e financeiras e na sequência, descreve, a partir de depoimentos de dirigentes coreanos, a atuação de suas empresas no mercado brasileiro. Suas principais atividades bem como os diferentes problemas relacionados com suas operações quer na comercialização ou na produção no próprio país são enfatizadas. Considera-se também os impactos que a crise asiática e coreana causaram no desenvolvimento das empresas coreanas atuando no mercado brasileiro.

INTRODUÇÃO

Os anos 80 foram um período de gradual liberalização econômica na Coreia do Sul. Respeitáveis tecnocratas procuraram reestruturar a economia sem a interferência dos militares e dos grupos privados que no período anterior justificavam suas ações nos elevados índices de crescimento econômico. Alguma liberalização foi implementada com tímidos resultados, em alguns casos a eliminação de alguns controles foi postergada ou simplesmente esquecida. Nessa década, os grupos econômicos, até então obedientes às diretrizes governamentais, passam, devido a seu tamanho e expansão internacional, a buscar maior independência e autonomia frente ao governo.

No Brasil e na América Latina, nesse período, assistiu-se a chamada "década perdida" e a lenta e gradual "transição democrática" comandada pelos militares. Na Coreia, os dois últimos

* Professor doutor, pesquisador convidado do NUPRI/USP - Relações Internacionais; CILAS/UCSD San Diego - USA; IDE/Tóquio - Japão. Professor na Universidade Estadual de Maringá. O autor agradece aos professores Altemani Henrique de Oliveira, Amaury Porto de Oliveira, Gilson Schwartz, José Augusto Guilhon de Albuquerque e Woo Tack Kim pelo apoio, compreensão e discussões orientadoras de toda a atividade de pesquisa. Agradece também ao Dr. Stephan Barth, aos Mestrados Marcos Ribeiro e Newton Hirata e a aluna Juliana Shimonishi pelas continuadas sugestões e críticas construtivas. Os demais colegas pesquisadores do NUPRI-USP, da KOTRA e do Consulado Coreano em São Paulo e os todos os dirigentes das empresas coreanas entrevistados também merecem nossos agradecimentos.

generais presidentes responderam aos choques externos e rapidamente, sem enfrentar sérios problemas relacionados com a "crise da dívida", recolocaram o país em sua trajetória modernizante e desenvolvimentista. No final do governo Chun Doo Hwan, a Coréia novamente atingia elevadas taxas de crescimento econômico. Em 1986, 87, e 88 as taxas de crescimento do PIB foram de 12,4%, 12%, e 11,5%.

Em 1993, Kim Young Sam foi eleito presidente e governou o país até fevereiro de 1998. A economia coreana cresceu em média 7 % ao ano até 1997 quando o mundo foi surpreendido por elevadas desvalorizações cambiais em vários países asiáticos.¹ Na Coréia do Sul as desvalorizações foram superiores a 50% e os impactos sobre as atividades empresariais produtivas ainda estão sendo equacionados e absorvidos. A superação da crise financeira e econômica parece ser o principal desafio do novo presidente Kim Dae Jung.

Nos anos 90, quer no governo de Roh ou de Kim, a Coréia do Sul buscou uma maior abertura econômica e reformas na intrincada rede de relacionamentos entre o governo e os grandes conglomerados empresariais. A atuação do governo Kim foi pautada pelo movimento político interno, concordante com o movimento mundial denominado *segye-hwa* - globalização. Este movimento, na Coréia, caracterizou-se não só pela busca de mudanças internas do país como também pelo aumento da presença coreana no mercado mundial.

Nos anos 80 e 90 os conglomerados coreanos expandiram sua atuação no mercado internacional. Marcas como Samsung, Daewoo, LG, e Hyundai tornaram-se familiares para os consumidores de todo o mundo. O desempenho destes grupos, fortemente alavancados financeiramente pelo governo, normalmente se confunde com o da economia sul coreana por serem eles os principais responsáveis pela rápida industrialização daquele país.

O desempenho dos conglomerados e da economia sul-coreana durante toda a sua trajetória de desenvolvimento tem atraído a atenção de estudiosos de todas as partes do mundo.

¹ GALL, Norman. **Dinheiro, Ganância e Tecnologia**. Ensaio apresentado na conferência internacional sobre o Brasil e a crise asiática, organizado pelo Instituto Fernando Braudel e patrocinado pela FAAP. Edição especial do Braudel Papers. N° 20, 1998. Sobre a crise na Coréia do Sul entre as muitas e desencontradas opiniões e também pelo fato de que "the crisis is still ongoing and we do not as yet fully understand" o texto **Korean Economic Crisis: Causes and Lessons** de Woo Tack Kim, apresentado no Seminário Lições da Crise Asiática: o Caso Coreano, é até o momento, a melhor referência sobre o assunto.

Com a maior abertura comercial e financeira dos anos 90, tanto na Coréia quanto no Brasil o relacionamento bilateral entre ambos ganhou maior dinamismo e importância. Assim, o presente texto, aborda alguns aspectos do relacionamento econômico e financeiro entre os dois países e na seqüência, descreve, a partir de depoimentos de dirigentes coreanos a atuação de suas empresas no mercado brasileiro.

Através de entrevistas estruturadas, 17 de 28 empresas coreanas atuando no Brasil forneceram dados e informações sobre suas principais atividades e diferentes problemas relacionados com suas operações na comercialização ou na produção no país. Ao longo do texto, consideram-se, também, os impactos que a crise asiática e coreana causaram ao desenvolvimento de suas empresas no mercado brasileiro.

1. RELACIONAMENTO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Nos anos 80, as exportações brasileiras para a Coréia do Sul cresceram de forma gradual durante toda a década. Em 1989, o total de produtos importados pela Coréia atingiu 1%. As importações, por sua vez, embora tenham mais que dobrado nesse ano em relação ao ano anterior, não apresentaram regularidade e crescimento expressivo. No final da década, as importações brasileiras, em média, não ultrapassaram o percentual da década anterior e o saldo comercial foi favorável ao Brasil ao longo de toda a década.

É provável que os saldos comerciais positivos na balança comercial tenham se repetido nos demais países latino-americanos. Durante a “década perdida” na América Latina, vários governos implementaram agressivas políticas comerciais exportadoras no sentido de gerar divisas para o pagamento de seus compromissos com os credores internacionais. Por outro lado, devido às crises do petróleo, a Coréia do Sul, buscou uma maior diversificação das fontes de fornecimento de recursos naturais. México e Equador, por exemplo, passaram a fornecer petróleo e o Brasil ampliou o fornecimento de recursos minerais metálicos.

A Coréia do Sul dos anos 80, no governo do general Chun, deu início a um tímido processo de liberalização comercial e financeira. Tradicionalmente o país tem se utilizado de

maneira extensiva de regulações e restrições comerciais, tanto quantitativas como qualitativas. O regime comercial importador coreano funcionava de forma dual: relativamente livre para os exportadores e restritivo de importações para o consumo doméstico. Com o novo governo, alguma liberalização foi implementada, principalmente no que diz respeito aos monopólios e oligopólios. A lei Comercial e de Regulação dos Monopólios foi instituída em 1981.²

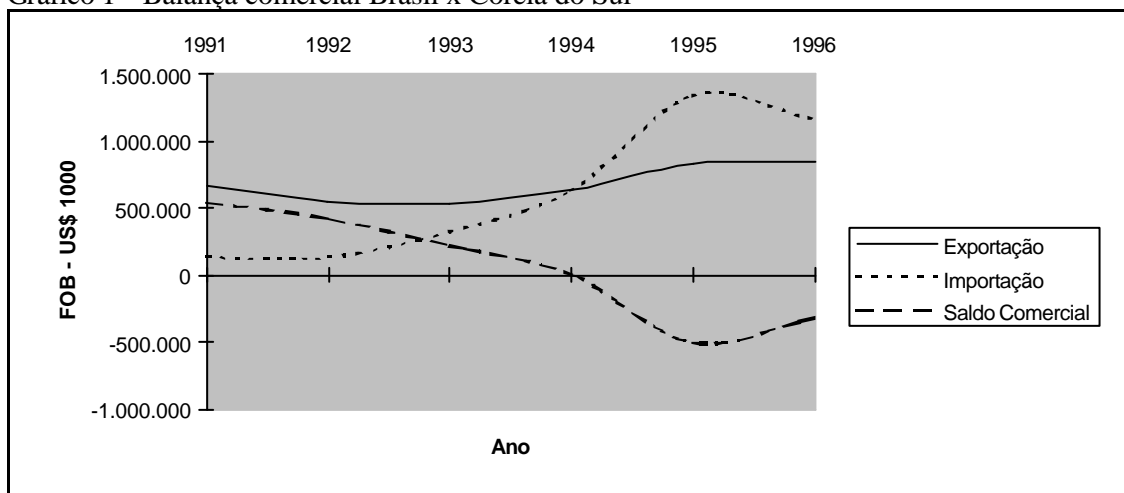
A partir de 1990, a Coréia do Sul ultrapassa a China e torna-se o segundo maior parceiro comercial brasileiro na Ásia. As importações e exportações cresceram não só em volume como também em termos relativos em relação ao principal parceiro comercial na região, o Japão. As exportações cresceram de 1991 a 1996 em 25% e as importações em 800%. Desde 1994, registram-se deficits na balança comercial brasileira nas trocas com a Coréia. Com relação ao Japão o comportamento comercial parece se repetir como pode ser visualizado nas tabelas e gráficos abaixo.

Tabela 1 - Balança comercial Brasil x Coréia do Sul

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Exportação	670.939	547.499	537.630	634.342	827.455	838.437
Importação	130.825	131.078	322.129	629.513	1.334.839	1.157.891
Saldo Comercial	540.114	416.421	215.501	4.829	-507.384	-319.454

Fonte: Suplemento Estatístico. Boletim do Banco Central do Brasil. Agosto de 1997.

Gráfico 1 - Balança comercial Brasil x Coréia do Sul



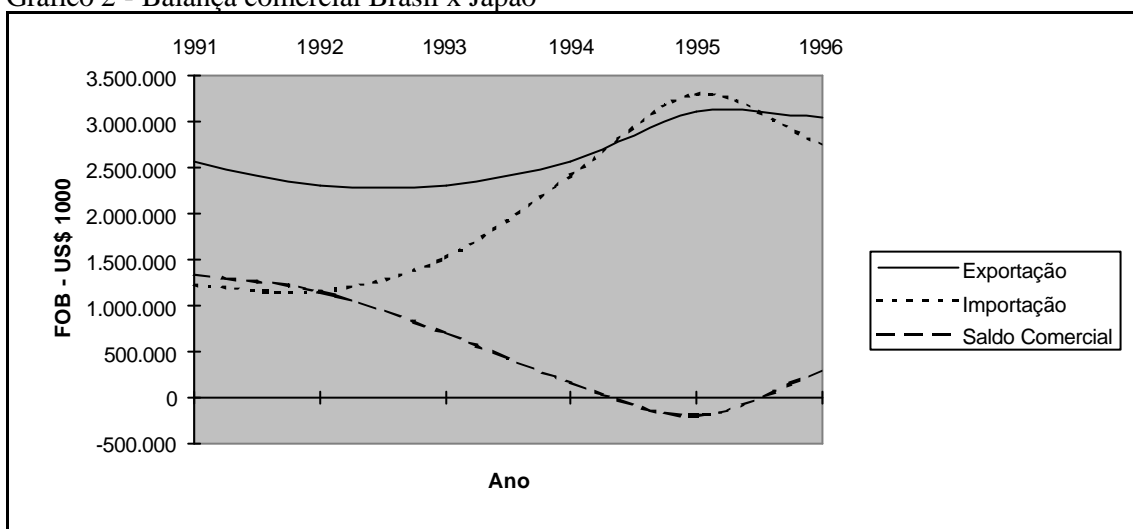
² NEMBHARD, Jessica Gordon. **Capital Control, Financial Regulation, and Industrial Policy in South Korea and Brazil**. London: Praeger, 1996. p.82 .

Tabela 2 - Balança comercial Brasil x Japão

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Exportação	2.556.613	2.305.516	2.313.020	2.574.086	3.101.596	3.047.134
Importação	1.219.641	1.150.521	1.521.054	2.411.930	3.300.861	2.757.357
Saldo Comercial	1.336.972	1.154.995	701.966	162.156	-199.265	289.777

Fonte: Suplemento Estatístico. Boletim do Banco Central do Brasil. Agosto de 1997.

Gráfico 2 - Balança comercial Brasil x Japão



Foram vários os fatores que contribuíram para a expansão do relacionamento comercial entre os dois países. Em 1990, por exemplo, o governo Collor reduziu de forma unilateral as tarifas alfandegárias como uma das medidas de seu plano de reforma econômica. Vários acordos de cooperação assinados no final dos anos 80 e início dos anos 90 também auxiliaram a dinamizar o comércio. Além deles, é na década de 90 que os investimentos diretos sul-coreanos tiveram início, quer na formação de *joint-ventures* com empresas brasileiras, quer na expansão ou criação de escritórios para prospecção de oportunidades comerciais ou ainda no estabelecimento de unidades industriais.

No que diz respeito aos produtos exportados não se registraram grandes diferenças entre os anos 80 e 90. Observa-se, porém, que a hematita que chegou a representar mais de 50% das exportações no início dos anos 80, passou a representar em média 25% das mesmas nos anos 90.

Ferro e aço desde 1986 representaram aproximadamente 45% e produtos agrícolas como o café cru, o suco de laranja concentrado e a soja, mantiveram sua participação em torno de 15%.³

Máquinas, instrumentos eletroeletrônicos e mecânicos continuaram nos anos 90, a exemplo dos 80, a ocupar em média 65% da pauta de importações brasileiras da Coreia do Sul. Relatórios da KOTRA informam que aproximadamente 50% deste grupo é composto de aparelhos eletroeletrônicos para consumo doméstico e 50% são de equipamentos de uso industrial e de peças e componentes com participação de 20% e 30% respectivamente.

Outro item que começa a ganhar importância na pauta de importações da Coreia nos anos 90 é o de material de transporte. Veículos automotores começaram a ser importados em 1987 e ainda timidamente em 1991. Em 1992 a Hyundai Motors Co Ltd., a Kia Motors Co. e a Ssangyong Motors. Co. Ltd. começaram a comercializar seus produtos no mercado brasileiro. Asia Motors Co. Ltd. e Daewoo Motors Co. Ltd. iniciaram a comercialização de peças e veículos automotores em 1994. Em 1993, o item material de transporte já alcançava 10% das importações brasileiras da Coreia.

Desde 1993, as importações iniciaram um crescimento vigoroso, aumentando aproximadamente 900% entre 1992 e 1995. Por duas décadas, desde o início dos anos 70, a balança comercial brasileira em relação a Coreia foi superavitária. Em 1996, as importações totalizaram US\$ 1,2 bilhão e o déficit comercial foi da ordem de US\$ 317 milhões. Nesse ano, a Coreia do Sul, como oitavo mercado exportador brasileiro respondia por 1,8% das vendas externas que correspondiam a US\$ 838 milhões.

No ano seguinte, de acordo com dados da SECEX - Secretária de Comércio Exterior, a Coreia foi o 9º (participação de 2,2%) parceiro comercial do Brasil no que diz respeito às importações e o 18º (participação de 1,4%) receptor de produtos exportados. Do lado das importações, Estados Unidos, Argentina e Alemanha e das exportações, Estados Unidos, Argentina e Holanda (porto de entrada de mercadorias para o demais países da Comunidade Européia) são pela ordem os três principais parceiros comerciais brasileiros.

³ Os números deste e do parágrafo seguinte foram disponibilizados pela KOTRA de São Paulo em visitas e entrevistas realizadas em Junho de 98.

Nos anos 90, o grande crescimento das trocas comerciais pode ser explicado pela redução das taxas e barreiras não-tarifárias, pelo aumento da demanda devido a relativa valorização das moedas latino-americanas em relação ao dólar e pela maior liberalização dos regimes comerciais e de investimentos em praticamente todos os países da América Latina. Do lado coreano, além da forte apreciação do Won, produtos eletrônicos, têxteis, automotivos e aço, fundamentalmente através da produção em grande escala obtiveram vantagens competitivas e foram largamente exportados para todo o mundo.

Muitas destas exportações foram acompanhadas pelos investimentos diretos das empresas coreanas nos mercados latino-americanos. Segundo Taik (1997)⁴ os investimentos que em 1980 eram de somente US\$ 4,6 milhões chegaram ao montante de US\$ 337 milhões em 1995. Ainda segundo dados da mesma fonte, embora os investimentos sul coreanos tenham sido relativamente superiores nas demais regiões geográficas do mundo, como também nos demais países latino-americanos como por exemplo, Panamá, México, Argentina, e Chile, chegaram no Brasil, em 1996, ao montante de US\$ 63 milhões.

Os investimentos e reinvestimentos coreanos no Brasil direcionados para a indústria de transformação - material elétrico, eletrônico, comunicação e químico e de serviços - consultoria e administração de bens, foram da ordem de US\$ 1,16 milhão nos anos de 1991 a 1993. Esse valor foi de US\$ 3,16 milhões em 1994 e em 1995 atingiu US\$ 4,38 milhões.⁵

De acordo com o Censo de Capitais do Banco Central do Brasil⁶ o estoque de capital coreano no Brasil em 1995 era de US\$ 3,8 milhões. Os fluxos de investimentos foram crescentes nos anos subsequentes na ordem de US\$ 63,3 milhões em 1996 e US\$ 91,3 milhões em 1997. O relatório observa que os investimentos estrangeiros diretos realizados nos últimos dois anos por vários países como Portugal, Espanha e Coréia do Sul, superaram amplamente o estoque existente em 1995. Ressalta também que, no caso da Coréia do Sul, o estoque de investimentos existentes era praticamente nulo.

⁴ TAIK. Hwan Jyoung. **Korean Investments in Latin America**. Texto apresentado na Conferência Regional Integration in the Americas and the Pacific Rim. San Diego: University of California, March 1997. <http://orpheus.ucsd.edu/las/prrptk.htm>.

⁵ Banco Central do Brasil. Dados fornecidos pelo FIRCE/DVAP em 08/05/98.

⁶ <http://www.bcb.gov.br/htms/censo/evolucao.htm>

Esses investimentos, embora pouco expressivos se considerados o estoque total de investimentos diretos estrangeiros em 1995 de US\$ 42,53 bilhões ou o fluxo de US\$ 7,66 bilhões em 1996 e US\$ 15,31 bilhões em 1997 têm contribuído para a expansão da indústria brasileira. Os setores receptores desses investimentos, o automobilístico, o eletroeletrônico e o de informática consolidam o processo de inserção das empresas coreanas no mercado brasileiro. Esse processo, via de regra, teve início com a exportação de produtos coreanos para o Brasil, a abertura de escritórios comerciais, o desenvolvimento de canais de distribuição e redes de assistência técnica e finalmente a produção e montagem local.

2. A PRESENÇA DAS EMPRESAS COREANAS NO BRASIL

A forte e rápida industrialização sul-coreana foi liderada por alguns poucos grandes conglomerados de propriedade privada e familiar. A Coreia do Sul apresenta uma estrutura industrial das mais concentradas do mundo. Poucos e grandes grupos empresariais atuam nos mais diversos ramos de atividade econômica. Aliados ao esforço desenvolvimentista e exportador coreano estão operando, de maneira global, com foco local. Nesse sentido, nos anos 90 estes grupos buscaram uma maior inserção no mercado brasileiro e latino-americano como procura-se descrever a partir do próprio depoimento de seus principais executivos.

Segundo informações do presidente Young-il Park da Daewoo Co. e do gerente geral da Daewoo Electronics Joo-young Lee, o Grupo Daewoo começou suas atividades comerciais de importação e exportação com o Brasil no começo dos anos 80. No início dos anos 90, o escritório comercial brasileiro passou a importar automóveis Daewoo e distribuí-los no mercado nacional através de contratos de exclusividade com revendedores brasileiros. Em 1997, outra empresa do grupo, a Daewoo Heavy Industries, em uma *joint venture* (50% x 50%) com outra empresa brasileira passou a importar e distribuir empilhadeiras para o mercado brasileiro.

A Daewoo Electronics do Brasil Ltda. abriu um escritório comercial em São Paulo em 1995. Desde então, tem realizado contratos OEM – *Original Equipment Manufacturing* com as demais empresas do setor, como por exemplo Sony, CCE, Philco etc. Para a empresa, o mercado brasileiro mais atrativo é o de produtos intermediários. Acredita que este mercado apresenta um grande número de empresas com elevado grau de desenvolvimento tecnológico que podem operar como subcontratadas na produção de itens de injeção plástica e componentes elétricos. Estes itens podem ser utilizados na montagem de produtos Daewoo ou mesmo exportados em trocas triangulares (trocas com terceiros países).

Duas outras empresas operando, uma no setor de transporte marítimo, a Hanjin Shipping, e a outra no transporte aéreo, a Korean Air, também fazem parte de outro grande conglomerado coreano atuando no Brasil, o Grupo Hanjin. A Hanjin Shipping Co, Ltd. completou 20 anos de operações no ano passado, em 1997. É uma das mais jovens empresas de

transporte marítimo de carga do mundo e em 1995 já alcançava a segunda posição nas trocas transpácificas em termos de volume de *containers*. Possui 5 escritórios de vendas e 65 escritórios de vendas e *branch offices*⁷ no exterior, além de agentes externos e subsidiárias.

No Brasil, conforme declarações do presidente da empresa Chung Soo Chin, quatro agentes trabalham no país desde 1994. O escritório que preside está sendo montado e em operação desde o início do presente ano, 1998. Duas dezenas de pessoas, incluindo o próprio presidente, procuram desenvolver o mercado de cargas marítimas brasileiro e argentino, que embora considerado fraco, não pode ser deixado para a concorrência. Até o momento, somente soja a granel tem sido o produto transportado, mas a empresa crê que com a maior abertura do mercado em curso na América Latina, com a formação do Mercosul e a falência do Loyds Brasileiro os negócios possam melhorar.

Além destes motivos, o presidente da empresa enfatizou também que o setor se encontra em declínio devido ao lançamento de vários novos navios nos anos de 1994 e 1995 e a emergência de mega-navios. Salientou também, o fato de sua empresa já operar mundialmente e não necessitar, ao contrário das empresas de transporte aéreo, de acordos político-diplomáticos ou licenças especiais para ir e vir de porto em porto em qualquer lugar do mundo. Por essas razões, uma maior presença da empresa no espaço geográfico latino-americano é indispensável.

A outra empresa do Grupo Hanjin, que opera no mercado brasileiro desde 1992, é a Korean Air. Neste ano de 1998, a empresa comemora seu 30º aniversário com uma frota de 112 aeronaves, dentre elas 27 Boeing 747-400, 2 Boeing 777-200 e 2 Airbus 330-300. Em 1997, transportou um total de 5,7 milhões de toneladas/km de carga. O número total de passageiros transportados saltou para 40 milhões de passageiros/km. A empresa que em 1969, quando de sua privatização, empregava 1,2 mil funcionários, atualmente emprega em torno de 17 mil funcionários.

A magnitude destes números pode ser melhor percebida se contrastados com os da maior empresa aérea brasileira, a VARIG S/A. No ano passado, em 1997, a empresa transportou

⁷ Segundo vários dos entrevistados a legislação brasileira não permite estabelecer *branch offices* no Brasil. A tradução mais próxima para o termo é sucursal ou filial, porém a diferença reside no fato de ser

em torno de 1,5 milhões de toneladas/km de carga e em torno de 27 milhões passageiros/km empregando um efetivo de aproximadamente 16 mil funcionários. Levando-se em conta que não só a economia mas também a população brasileira é consideravelmente maior que a coreana é fácil perceber a acelerada expansão da Korean Air ao longo das 3 últimas décadas.

A empresa opera no Brasil desde a assinatura do "Acordo sobre Serviços Aéreos Entre e Além de Seus Respetivos Territórios" em 1992. Em 1997, a empresa empregava 38 pessoas, e, em 1998, adicionou outros 10 para, no esforço conjunto, recuperar e ultrapassar o volume de vendas de US\$ 45 milhões. Segundo o diretor da empresa para a América do Sul Dae Kyo Han, o faturamento do ano de 1998, devido aos fortes impactos que a crise asiática causou no setor de transporte de passageiros e de carga, deve ser 15% menor que o de em 1997.

Desde 1992, a Korean Air iniciou suas operações na rota São Paulo - Los Angeles - Seul com duas frequências semanais utilizando aeronaves Boeing 747-400 de última geração. Em 1993, porém, face à crescente demanda de passageiros, tanto asiáticos como latino americanos, assim como ao aumento do tráfego de cargas, ampliou a frequência para três vôos semanais. A expectativa atual da empresa é expandir suas operações desde São Paulo para os demais países sul americanos como a Argentina e o Chile.

Outro grande grupo coreano presente no mercado brasileiro é o Hyundai. A Hyundai Co., a HMB Veículos e a Hyundai Welding do Br. são as representantes da tradição de pontualidade do grupo, que começou suas atividades realizando a manutenção de caminhões e motores em 1940. A Hyundai Corporation foi fundada em 1976 para ser o braço comercial do Grupo Hyundai. O escritório central para a América do Sul foi montado no ano passado, em 1997, em São Paulo. Todas as transações da empresa de importação e exportação de produtos, serviços, tecnologia e projetos são controladas pelo diretor presidente Yang Han-Suk que declarou ter sido a estabilidade econômica do país a principal razão da busca no Brasil de maiores negócios para o Grupo. Argentina, Chile e Colômbia são os outros países onde a empresa possui escritórios.

o primeiro um escritório de empresa multinacional operando no país como sendo a própria empresa matriz. Já os termos sucursal, filial, ou mesmo escritórios comerciais designam empresas nacionais.

Outra empresa com escritório de representação comercial de uma das empresas do Grupo Hyundai em São Paulo é a Hyundai Welding do Brasil Ltda. A empresa administrada pelo gerente de marketing Ailton Pereira da Silva comercializa produtos de consumo de solda e cálcio produzidos pela Hyunday Welding Co. Ltd.. Segundo ele, o escritório foi constituído em 1996 com 99,99% de capital coreano e 0,01% de capital brasileiro "só para se denominar de empresa brasileira". A empresa presta serviços de suporte e procura transferir a tecnologia coreana para as indústrias de São Paulo.

A experiência mais importante de transferência de tecnologia de uma das empresas do Grupo Hyundai, a Hyundai Motor Company, para o Brasil está ocorrendo em outra parceria com a HMB Veículos Ltda. Segundo o diretor de projetos da empresa Eduardo Simões, investimentos da ordem de US\$ 286 milhões estão sendo alocados para a construção de uma fábrica no município de Simões Filho no estado da Bahia. A fábrica que deverá montar 40 mil veículos por ano está planejada para entrar em funcionamento em novembro de 1999 e gerar 1000 empregos diretos e 14000 indiretos.

Atualmente a HMB Veículos Ltda. é a importadora e distribuidora, com rede própria de 60 revendas dos automóveis, da marca Hyundai. Segundo o presidente da empresa, Reginaldo B. Regino, "no início operamos com revendas franqueadas, mas pela dificuldade de encontrar investidores devido à instabilidade da política comercial brasileira, optamos por construir nossa própria rede". Como acredita não existir mais mercado para o importador puro e nos benefícios do regime automotivo do nordeste, decidiu juntamente com a Hyundai Motors Company, pela transferência de tecnologia e construção de uma montadora no Brasil. Nas Américas a Hyundai Motors possui somente mais uma fábrica na Venezuela.

Outro grande grupo coreano presente no mercado brasileiro, através da atuação da Hyosung do Brasil Comercial, Importadora e Exportadora Ltda. é o Grupo Hyosung (Estrela da Manhã). A Hankook Tire Co., uma das mais conhecidas empresas do grupo, também atua no Brasil, mas contrariamente, a Hyosung do Brasil não forneceu dados e informações. As informações e dados da Hyosung do Brasil foram transmitidas por fax pelo seu presidente Yong

Sul Lee que informou: "a empresa esta interessada em comercializar autopeças e produtos petroquímicos. Nós já montamos motocicletas CKD (*Complete Knocked Down*) em Manaus".

Desde 1991, outra empresa, a Kukje-Hanil do Brasil Comercial Ltda. intermedia trocas no setor têxtil, calçadista, farmacêutico e químico. O escritório em São Paulo é o único da América Latina. Nos demais países a empresa está presente com representantes locais. O diretor presidente Ik Hwan Park relatou que a Kukje Corporation já esteve mais presente no mercado brasileiro quando realizou um acordo com outra empresa no sul do país para produzir e comercializar sua principal marca, a Pro-Specs - a marca oficial dos calçados nos jogos olímpicos de Seul em 1988. A parceria realizada em 1993 foi desfeita em 1998 quando a empresa brasileira foi comprada por outro grupo que opera no setor.

Mundialmente conhecido em vários setores de atividade econômica (químico e energia, elétrico e eletrônico, maquinaria e metais, comércio internacional e serviços, finanças, serviços públicos, esportes etc.) outro conglomerado, o Grupo LG, está no Brasil desde 1996. Além de duas fábricas da LG Electronics Inc., uma em Manaus, na Amazônia, e outra em Taubaté, em São Paulo, outras empresas como a LG International Co., a LG Semicon Co. Ltd. e a LG Industrial Systems Co. Ltd. também têm escritórios em São Paulo.

A LG Electronics é a empresa mais importante do Grupo sendo uma das maiores fabricantes mundiais de televisores, monitores de vídeo, videocassetes e fornos de microondas. Estes produtos, segundo o presidente da empresa no Brasil, Un Chul Hwang, começaram a ser montados em Manaus e em São Paulo no ano de 1997 para serem distribuídos em todos os países do Mercosul. A empresa que faturou US\$ 70 milhões em 1997, espera aumentar em 140% seu faturamento em 1998. Tem expectativa também de continuar investindo no Brasil. No momento planeja expandir a fábrica de Taubaté para aproximadamente 1400 empregados para produzir cinemascópios.

O maior conglomerado sul-coreano, o Grupo Samsung, também possui fábricas no país. No Brasil, a Samsung Electronics começou a distribuir sua linha marrom, via contratos OEM, desde 1988. Fornecia tecnologia para a Brastemp produzir fornos de microondas até 1995, quando decidiu construir uma fábrica de produção e montagem de eletrodomésticos na Zona

Franca de Manaus. Desde o final de 1996, a Samsung opera seu complexo industrial eletrônico para produzir anualmente 1 milhão de videocassetes e televisores. A Samsung Display Divices Co. também opera uma fábrica de tubos de TV no complexo industrial.

Dos 320 funcionários do complexo e 140 nos escritórios de São Paulo em 1997, a empresa, em 1998, ampliou e remanejou seu efetivo de trabalhadores para 520 e 60 respectivamente. A Samsung Electro-Mechanics, segundo seu diretor presidente, Jae-Kyung Yoo, também está presente em Manaus e São Paulo pois, como fabricantes de produtos intermediários para montadores de televisores e computadores, eles precisam andar juntos. Sua empresa, juntamente com outra empresa do grupo, a Samsung Corning Co. planejam construir mais uma fábrica no Brasil em 1998.

A Samsung Electronics também está presente no mercado de telefones móveis através de um acordo de cooperação com a empresa de telefonia da cidade de Londrina no estado do Paraná, a Sercomtel. Atualmente a empresa importa telefones celulares da Coréia, mas pretende construir uma fábrica para produzi-los no Brasil. Tanto Park quanto Yoo acreditam que o mercado de eletrônicos em geral está expandindo-se rapidamente e que suas empresas precisam atendê-lo com a mesma rapidez.

O grupo Sunkyung opera no mercado brasileiro desde 1985 com uma empresa, a SK Global do Brasil Comercial Ltda. e desde 1996 com mais uma, a SK Engineering & Construction. O diretor da SK Global do Brasil Jo Hwang Suh declarou, que sua empresa importa mais da Coréia e de terceiros países do que exporta, mas que, além dessa atividade comercial sua função é prospectar oportunidades de negócios para as demais empresas do grupo. Uma dessas oportunidades foi aproveitada pela SK Engineering que venceu uma licitação de US\$ 200 milhões da Petrobrás para construção de estações de processamento de óleo e gás.

O interesse do grupo é expandir sua presença no mercado brasileiro, da mesma forma que já o faz no mercado mexicano onde desenvolve um projeto com a Pemex no valor de US\$ 25 bilhões. A empresa que até o momento não conseguiu participar das obras de construção do gasoduto Brasil-Bolívia ainda espera fazê-lo. Normalmente, a empresa opera com um número

reduzido de trabalhadores especializados, coreanos e brasileiros, e subcontrata mão-de-obra de outras empresas para o desenvolvimento das obras.

Uma empresa estatal, a Pohang Iron and Steel Co. - POSCO - também atua no mercado brasileiro desde 1977. O escritório de representação da empresa inicialmente operava em São Paulo mas em 1988 foi transferido para o Rio de Janeiro porque, segundo o gerente geral da empresa Hong-Kyu Hwang, os escritórios dos principais fornecedores de minério de ferro brasileiro estão localizados na Cidade do Rio. O maior deles, a Vale do Rio Doce fornece um terço de todo o minério que a POSCO processa. Além do Brasil, a Austrália e a Índia são os principais fornecedores de produtos minerais para a empresa coreana.

Outra empresa estatal, ou agência governamental, que atua no Brasil desde 1994 na área de seguros é a Korean Export Insurance Corporation (KEIC). Até 1992, as atividades da empresa eram desenvolvidas por uma divisão do Export and Import Korean Bank. Atualmente, segundo o representante chefe Young-Seek Rhee a agência tem interesse em aumentar sua presença e operações no Brasil, contrariamente ao que aconteceu em 1997 em Honk Kong, Tóquio e Moscou, onde por causa da crise asiática, os escritórios foram fechados. A crise asiática, segundo o representante Rhee, está equacionada mas teme-se que a mesma se repita no Brasil devido à sobrevalorização de 30% da moeda brasileira.

Duas outras empresas do setor financeiro presentes em São Paulo, o Korea Exchange Bank e o Export and Import Bank of Korea não foram contatadas, pois a exemplo da KEIC, não estão diretamente envolvidas em atividades comerciais e industriais, privilegiadas neste estudo. Entre as demais 12 empresas, contatadas mas não entrevistadas, a Kumho Tire do Brasil e a Asia Motors estão com planos de construir fábricas no Brasil. A Kia Motors, que é uma empresa brasileira importadora de veículos da Kia coreana, também tem planos para construção de uma fábrica no município de Itú em São Paulo.

Após estarem no Brasil como importadores e distribuidores de produtos de suas fábricas na Coreia, outras duas empresas optaram, em 1997, por instalar unidades fabris nos estados da Bahia e do Paraná. A Ásia Motors planejou investir, em Camaçari na Bahia, US\$ 500 milhões de dólares para produzir anualmente 30.000 utilitários Topic e Towner. A Kumho Tires, por sua

vez, planejou investir, na cidade de Londrina no Paraná, US\$ 166 milhões de dólares. No primeiro caso, o início das obras tem sido constantemente adiado, e no segundo caso, ainda não começaram.

3. DIFICULDADES E IMPACTOS DA CRISE ASIÁTICA

O tempo de atividade dos executivos nas empresas operando no Brasil foi determinante de suas considerações sobre os assuntos discutidos. Alguns deles estavam no país há poucos meses e, em dois casos, este tempo era somente de semanas. Nestes, a perplexidade com o custo de vida em São Paulo, contrastado com a Coréia ou com cidades como Nova Iorque e Los Angeles de onde procediam, era enorme. Essa pouca exposição aos problemas característicos do mercado brasileiro dificultou uma maior e mais aprofundada exploração dos problemas discutidos.

Os principais problemas da atualmente importadora e distribuidora de automóveis da marca Hyundai, a HMB Veículos, estão relacionados à construção de sua unidade fabril em Simões Filho, na Bahia. Este estado foi escolhido para a implantação da fábrica porque se encontra na área de abrangência do regime automotivo⁸ e está mais perto do maior mercado consumidor, o sul do país.

Segundo o presidente da empresa a decisão de construir a fábrica está associada à falta de uma política de importação para o setor automotivo. O regime automotivo, que até o momento funcionou razoavelmente bem, está prestes a se esgotar e não se está discutindo nada para substituí-lo. Para a empresa, os custos de importação, principalmente os relacionados com a marinha mercante, são muito elevados e o relacionamento bilateral com a produtora coreana tem sido difícil por problemas de língua e por culturas muito diferenciadas.

A crise desestimulou a construção da fábrica, prevista para entrar em operação em outubro de 1999. De acordo com o dirigente da HMB Veículos, na Coréia o governo empresta dinheiro para as empresas, aqui é a empresa que empresta para o governo. Além disso, com a crise, tem enfrentado, também, maior dificuldade de importação dos veículos pois a fabricante coreana priorizou o mercado interno, que é mais rentável. Segundo o presidente da empresa, todo o setor automobilístico explora mais seu mercado interno, até mesmo os norte-americanos.

Para outra empresa do Grupo Hyundai, a Hyundai Wellding, a desvalorização da moeda coreana em 1997 alterou o perfil comercial da empresa. Nos valores de importação de até US\$ 100 mil dólares a crise contribuiu para uma redução de preços. 60% dos itens estavam neste segmento. Após a crise 95%. Pequenas margens, giros maiores e conseqüentemente prejuízos menores foi a solução da empresa para enfrentar a crise. Grandes equipamentos são difíceis de comercializar, pois existe o problema da desconfiança e a margem de 15% a 20% é pequena comparada com a dos demais produtos. A perda maior foi com relação à questão de investimentos pois a empresa pretendia investir US\$ 2 milhões em estoque e este número foi sensivelmente reduzido.

A crise asiática não afetou de maneira significativa os negócios da Hyundai Co. no Brasil. A Hyundai Co. Ltd é a empresa *trading* que prospecta oportunidades de investimentos e de comércio para todas as empresas pertencentes ao Grupo Hyundai. Seu diretor presidente, Yang Han Suk, diz comercializar volumes muito grandes para que uma simples crise financeira atrapalhe seus negócios. A maioria dos projetos, que procura realizar na América Latina em geral e no Brasil em particular, são de longo prazo, históricos e com grande qualidade.

Como representante do Grupo, mencionou que a inflação alta no Brasil dificultava a importação e exportação e com a estabilidade econômica decidiu vir para o Brasil. País este, que reconhece ser grande e cheio de recursos pouco ou mal explorados mas que é muito caro, mais caro que a Argentina. Possui muitas e elevadas taxas, além da burocracia e os encargos sociais serem excessivos.

Desafios e dificuldades de se operar no mercado brasileiro estão sendo enfrentados pelo presidente Un Chul Hwang, da LG Electronics. Para ele, no Brasil, existem muitos procedimentos para se conseguir o registro de uma empresa e os procedimentos fiscais são muito complicados. Além disso, no caso da importação de monitores existe excessivo contrabando, principalmente via o porto de Santos. Os custos do trabalho no Brasil são superiores aos da Coréia e embora a capacitação da mão-de-obra em Taubaté seja boa, a de

⁸ Legislação sobre incentivos fiscais no Norte-Nordeste/Centro-Oeste: Lei n° 9.440, de 14/03/97; Decreto n° 2.179, de 18/03/97; Portaria Interministerial n° 3, de 31/03/97; e, Sul e Sudeste Lei n° 3, 14/03/97. Ver quadro comparativo das vantagens e obrigações em anexo.

Manaus não é. Outra dificuldade que a empresa enfrenta é o fato da LG não ser muito conhecida no Brasil.

A exceção da área de telecomunicações, onde a empresa teve que reajustar seus planos, a LG não sofreu nenhum impacto nas suas atividades no Brasil em decorrência da crise asiática. O Grupo LG iniciou um processo de reestruturação no início dos anos noventa e, como planeja o longo prazo mais que os demais, estava mais preparado em enfrentar adversidades e contratemplos. Um pequeno exemplo disto, é que a empresa tem planos de investir em mais duas fábricas na América do Sul para produzir localmente e atender este mercado.

O executivo da Hyosung enumerou as dificuldades enfrentadas para se operar no país, sintetizando-as em 3 itens: "a) Existem muitas e complicadas taxas; b) O custo das telecomunicações é muito elevado se comparado com o custo internacional, 2,2 vezes maior. e, c) O custo do trabalho e dos encargos sociais também é muito elevado e é isto que faz com que as empresas hesitem em se instalar no Brasil". A essas dificuldades somaram-se as provenientes da crise asiática pois, "o método de pagamento socilitado pelas empresas asiáticas mudou de D/A (*Document of Acceptance*) e L/C para pagamento à vista".

A crise asiática afetou fortemente as atividades da Kukje-Hanil no Brasil pois segundo seu presidente Ik Hwan Park, existia a idéia de grandes investimentos até mesmo em construção de fábricas, mas com a crise tudo foi abandonado. O pacote econômico brasileiro anulou certos benefícios e os juros na Coréia aumentaram muito. A empresa quer investir mas antes precisa divulgar sua marca. Com a abertura do comércio o interesse pelo país aumentou. Embora possua um vasto mercado, a política é muito instável exigindo mudanças bruscas nas políticas governamentais. Para a empresa, o Brasil não é competitivo na exportação e as distâncias para distribuição interna são muito grandes.

Dificuldades de operar no Brasil são percebidas também pela Hanjin Shipping. Segundo o representante da empresa, Chung Soo Chin, as taxas federais, estaduais e municipais são muito complicadas. A empresa não compreende por que não pode reduzir salários, não compreende também, por que não tem autoridade para diferenciar desempenho. Percebe a maioria dos trabalhadores brasileiros como preguiçosos e não dedicados ao trabalho de forma

intensiva. Reconhece que os mesmos não têm amor para com a empresa, pois o empresário brasileiro demite muito facilmente. Não concebe o porquê de exatamente 8 horas de trabalho diário. Na Coreia não tem limite fixo.

Com relação aos impactos da crise asiática nas atividades de sua empresa no Brasil, comenta não terem sido significativos. Foram grandes na Coreia onde os cortes dos salários atingiram 10%, mas o presidente da empresa, por ser budista, resiste às demissões. No início, os salários da diretoria foram reduzidos e, mais tarde, o sindicato da empresa aceitou reduzir os salários dos trabalhadores para evitar demissões. Quanto à superação da crise, ele está otimista pois, com a reestruturação em curso, acredita que a Coreia se recuperará até o próximo ano.

A outra empresa do Grupo Hanjin operando no Brasil é a Korean Air. De acordo com o seu diretor para a América do Sul, Dae Kyo Han, a crise asiática afetou fortemente suas atividades. Os passageiros japoneses pararam de viajar. De 45 a 50% de japoneses que viajavam pela empresa, agora somente 18% continuam viajando mesmo tendo os preços diminuído em 10%. Homens de negócios diminuíram suas viagens para a Coreia, mas os coreanos, com a finalidade de realizar mais negócios, aumentaram suas viagens para Los Angeles em 10%. O turismo de Seul para São Paulo se extinguiu e o inverso teve um pequeno aumento.

As dificuldades de operação no mercado brasileiro foram enfatizadas também pelo gerente geral, Joo Young Lee, da Daewoo Eletronics. Para ele, a burocracia é excessiva e o Custo Brasil é elevado. Leva-se muito tempo do porto até a loja e as políticas do governo na área de comércio internacional mudam muito. É preciso investir US\$ 200 mil dólares para conseguir permissão para trabalhar ou então de 4 a 5 anos de residência para conseguir a cidadania. O registro definitivo da empresa só foi conseguido após um ano de seu pedido.

Na avaliação de sua empresa, o mercado está mudando muito. Em 1996, foi de US\$ 160 milhões de dólares e agora é de somente US\$ 40 milhões. Oscilações de mercado são consideradas fato normal nos países em desenvolvimento enquanto que, nos desenvolvidos é mais estável. O que não é considerado normal são as freqüentes mudanças na política comercial e o sistema tributário que é muito difícil de ser entendido (IPI, ICMS, Cofins etc.). Em 1995,

foram estabelecidas cotas para a importação, no ano seguinte estas foram eliminadas e novamente reestabelecidas.

Além destas atribuições a empresa está enfrentando outras advindas da crise coreana. No passado era fácil conseguir linhas de crédito para importar, mas no momento, as empresas coreanas estão passando por dificuldades e não podem fornecer componentes. As vendas em 97 foram grandes porque todas as empresas no Brasil tinham estoques elevados. A capacidade instalada é muito maior que a demanda. Algumas empresas vão desaparecer. A Philco, por exemplo, perdeu dinheiro e de 10 a 15% do mercado. Na avaliação da empresa, o mercado de eletrônicos está no seu estágio inicial de exploração e as quatro ou cinco empresas que sobreviverem vão dominar o mesmo no próximo século.

O representante chefe, Young Sik Rhee, da KEIC, percebe que não é somente o setor de eletro-eletrônicos que enfrenta dificuldades. Segundo ele, os setores eletrônico e têxtil continuarão a enfrentar uma terrível depressão nos próximos 3 anos. Os bancos coreanos não têm mais dinheiro. Na coréia, 3 a 4 anos de déficit contínuos e a moeda sobrevalorizada levaram o país a enfrentar a pior crise financeira de sua história. Em decorrência disto, teme que os déficits crescentes na balança comercial brasileira somados à sobrevaloração da moeda em torno de 30% levarão o país a ter que enfrentar o mesmo tipo de crise.

Na mesma linha de raciocínio, o gerente geral, Hong Kyu Hwang, da Posco enumerou as principais dificuldades de se operar no mercado brasileiro. Para ele, os 3 principais problemas são: 1 - Custo Brasil, burocracia e infra-estrutura pobre. Os custos portuários são os mais altos do mundo. Na coréia é de US\$ 5 dólares por tonelada e no Brasil é mais que US\$ 10 dólares por tonelada; 2 - O governo é muito caprichoso, mudando as regras do jogo com frequência. Compara o governo brasileiro com o rio NILO que é imprevisível e ninguém nunca sabe quando transborda; e, 3 - Cartéis entre grande empresas criam barreiras à entrada.

Problemas ou dificuldades estruturais foram comentados também pelo diretor da Sk Engineering & Construction, Jin Hogh Kim. Contrastando seu país com o Brasil, diz que poucos brasileiros falam inglês ou qualquer outro idioma estrangeiro. Os coreanos em geral gostam de aprender e além de serem diligentes, trabalham muito. Na coréia, os trabalhadores são mais

responsáveis para com as atividades programadas, já os brasileiros dizem sim mesmo quando não podem ou não sabem fazer a atividade solicitada.

Considera que o Brasil tem bons recursos materiais mas, na questão do crédito aos trabalhadores e consumidores, não é confiável. Com relação aos impactos da crise asiática em suas operações no Brasil, avaliou que nada mudou, pois a crise foi somente no sistema financeiro. O fluxo de caixa diminuiu devido ao menor volume de empréstimos junto aos bancos coreanos, porém, sendo a maioria das compras da empresa feitas nos Estados Unidos, na Europa ou mesmo no Brasil e não na Coreia, nada mudou.

Os impactos da crise parecem ter sido maiores na Sk Global, onde o diretor, Jo Hwang Suh, resiste contra a idéia da matriz de encerrar suas atividades no Brasil. Parece não faltarem razões para isso, uma vez que as taxas são muito altas e complicadas e é difícil transferir dinheiro para a matriz e vice-versa. Sua empresa pensa que o Brasil deve reduzir as taxas e os juros de forma gradual e aumentar a competição. A balança comercial está no vermelho e isto preocupa os investidores. Para ele, o atual governo deve ser reeleito e seu principal desafio é administrar bem o problema cambial nos próximos dois ou três anos de recessão mundial. Caso tudo isso seja bem conduzido, é provável que a empresa estabeleça uma unidade industrial no Brasil.

Esses problemas também são apontados pelas empresas do Grupo Samsung, que já instalou fábricas no Brasil. O gerente geral, O. K. Kwon, da Samsung Co. por exemplo, chama a atenção para o fato do Brasil não ser um *trading country*. Problemas legais não permitem escritórios de representação e o sistema de importação e exportação é muito complicado. A corrupção é muito comum e não é possível competir com o contrabando da China, da Rússia e de outros países.

A esses problemas somaram-se os provenientes da crise asiática, levando a empresa a suspender ou adiar todos os seus projetos de investimentos no Brasil. Antes da crise, por exemplo, comercializava com até 360 dias D/A e agora só com LC e 45% do total da importação adiantado. Existem casos onde esse percentual chega até a 100%. Na maioria dos

países promotores de exportações o valor é de 1%. Somente poucas companhias podem abrir uma carta de crédito, o que é muito incomum para os coreanos.

Considerações sobre as dificuldades de se operar no Brasil foram realizadas também pelo presidente Jae Kyung Yoo, de outra empresa do grupo, a Samsung Electro-mechanics. Segundo ele, os montadores diminuíram seus preços em 40% e sua empresa também precisou fazer o mesmo. O mercado está se tornando pequeno e a competição tende a ficar mais séria. Ficou difícil ganhar dinheiro no Brasil. A empresa está aguardando para ver se o mercado melhora. Pesquisar e sentir o mercado é a principal razão de permanecer no Brasil.

A maior empresa do Grupo Samsung, que recentemente construiu seu complexo industrial no Brasil, a Samsung Electronics, através de seu gerente de planejamento, Yune Bai Park, também expressou suas considerações sobre as dificuldades e os impactos da crise sobre suas operações no mercado brasileiro e latino americano. Mercados estes, que reconhece serem muito diferentes dos demais e a empresa não possui conhecimento suficiente dos mesmos.

Para a Samsung, a competição atual é por rapidez de administração. Desta forma, as barreiras do governo e do ambiente social são vistas como obstáculos à competição. Uma fábrica tem que operar logo e não pode parar. Cem mil TVs, que precisavam ser reparadas, foram importadas por avião e ficaram de um a dois meses na aduana. Segundo Park, a corrupção é normal em todo o mundo com pequenos presentes e convites, mas no Brasil, a empresa constantemente recebe pesadas demandas de políticos, burocratas e fiscais.

Com a crise, a empresa adiou investimentos de uma fábrica de refrigeradores e várias outras negociações para novas instalações industriais em Taubaté e Campinas, em São Paulo e Jaguariúna, na Bahia. Uma fábrica de eletrodomésticos no valor de US\$ 200 milhões de dólares foi primeiramente adiada, mais tarde cancelada, e atualmente, foi mudado o projeto para produzir monitores. A empresa no momento planeja somente construir uma pequena nova fábrica perto de São Paulo no valor de US\$ 50 milhões. No Brasil, ainda de acordo com o executivo da empresa, existe para a linha branca 4 montadoras. Importar é praticamente impossível devido aos custos, taxas, distribuição etc.. Na linha marrom, são 15 montadoras e 22

marcas que dependem muito do volume produzido, mas no momento, todos estão perdendo. A estratégia de sobrevivência do grupo no Brasil é apostar tudo nos telefones celulares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após quatro décadas de dinamismo econômico, crescimento sustentado e expansão do comércio internacional, a economia coreana passou a enfrentar uma crise severa desde outubro de 1997. A partir de uma crise regional, asiática, todos os mercados internacionais foram influenciados e hoje continua a preocupar empresas e governos, quer de países centrais, quer emergentes. Sob a liderança de seu novo presidente Kim Dae-jung, em 1998, a Coreia tem demonstrado grande unidade e determinação para superar as dificuldades e retomar sua trajetória de desenvolvimento. A nova administração do país acelerou as reformas em curso e outras demandadas pelos organismos multilaterais para restabelecer a confiança interna e externa visando a atração de maiores volumes de capital estrangeiro.

Entre as muitas medidas tomadas destacam-se: a total liberalização dos investimentos estrangeiros que podem adquirir o controle total das empresas domésticas; a criação de um sistema de suporte aos investidores que disponibiliza o encaminhamento e a aprovação, de uma só vez, de todos os procedimentos necessários para se operar uma empresa no país; o estabelecimento de um Fundo de Promoção de Investimentos e, entre outras medidas institucionais criou Zonas Especiais de Investimentos.

Os esforços governamentais para a superação da crise e a retomada do processo de desenvolvimento econômico podem ser vistos, também, na atuação de sua principal agência de promoção de comércio e investimentos, a KOTRA. Sua rede de 115 escritórios espalhados por 79 países em 1997, será ampliada para 172 escritórios operando em 101 países até o ano 2000. Informações recentes, coletadas em entrevista com a diretoria da agência de São Paulo, reforçam o esforço de ampliação das trocas comerciais coreanas. Enquanto de janeiro a julho de 1997, a agência organizou 60 missões comerciais para visitar o Brasil, no mesmo período de 1998, mais de 90 delas visitaram o país.

Para assistir o governo e as companhias coreanas na formulação de efetivos planos de inserção em diferentes mercados domésticos, a KOTRA estabeleceu estratégias de longo prazo considerando diversas características e classes de regiões. Países como China, Índia e Rússia

foram definidos como novos grandes mercados emergentes, enquanto Estados Unidos, Japão e União Européia, como mercados maduros.

Para cada mercado foram desenvolvidas estratégias de penetração em cooperação com cada escritório local no sentido de apoiar as empresas coreanas em suas estratégias de inserção nesses mercados. Normalmente a agência estuda possibilidades de estabelecimento de infra-estrutura – complexos industriais e centros de distribuição, para facilitar a entrada ou, simplesmente, uma maior presença de empresas e produtos coreanos em mercados selecionados.

Os diversificados grupos, dependendo de seu porte e presença nos demais mercados do mundo possuem diferentes estratégias e interesses nos mercados latino americanos e brasileiro. Com a crise coreana recente, vários mercados asiáticos tradicionais foram perdidos e o interesse por uma maior presença comercial e industrial nos mercados sul-americanos aumentou. Após o impacto inicial da falta de liquidez e de reestruturações ainda em curso em alguns grandes conglomerados, os mesmos querem ampliar sua presença nos mercados latinos. Nesta direção, o presidente da Hyundai, foi taxativo quando afirmou que seu grupo era muito maior que uma simples crise financeira e que sua empresa buscava realizar projetos de infra-estrutura de grandes dimensões.

Empresas de engenharia e construção deste ou daquele grande grupo sul-coreano, como o Hyundai ou o Sankyong, aumentaram seu interesse pelo mercado brasileiro no que diz respeito à construção de obras de infra-estrutura. Desde a formulação e divulgação dos vários projetos do “Brasil em Ação,” pelo governo brasileiro, estas empresas têm buscado ampliar sua atuação na implementação destes projetos, quer como executores diretos, quer em parcerias com empresas brasileiras ou, simplesmente, como fornecedores de equipamentos e materiais.

A atuação destas empresas no mercado brasileiro, com contratos da ordem de US\$ 200 milhões com a Petrobrás, por exemplo, pode ser considerada tímida quando contrastado com contratos da ordem de US\$ 25 bilhões com a Pemex mexicana. Não só o maior porte, neste caso, da empresa mexicana, mas também, incentivos especiais para as empresas se instalarem nas zonas de processamento de exportações, nas *maquiladoras*, têm direcionado os investimentos sul-coreanos na América Latina. Até os anos 90, os investimentos eram voltados para a extração

e exportação de matérias-primas e, desde então, o foco tem sido redirecionado para a instalação de plantas industriais em zonas francas. Isto vem acontecendo para as empresas não só evitarem barreiras à entrada nos mercados emergentes mas também atuar em escala global com produção local.

A busca pelos incentivos fiscais e outros benefícios, oferecidos pelos governos de países considerados emergentes parece ser fator determinante na instalação de novas plantas coreanas em solo latino-americano ou brasileiro. Com o objetivo de maior penetração de seus produtos no mercado norte-americano a presença do complexo industrial do Grupo Samsung na zona especial de exportação de Tijuana, no México, é uma evidência indiscutível. Suas instalações na Zona Franca de Manaus, no Brasil também seguem a mesma orientação. Seus atuais planos de expansão no mercado argentino também levam em conta a existência de pesados incentivos governamentais. A HMB, também decidiu investir na construção de sua fábrica na Bahia devido a fortes incentivos fiscais contemplados no regime automotivo brasileiro.

Os Grupos Daewoo e LG priorizaram instalar suas fábricas próximo do maior mercado consumidor da América Latina, o Estado de São Paulo. As estratégias de localização e comercialização dos bens e serviços das empresas coreanas operando no Brasil, seguem as diretrizes da corporação e, em muitas delas, os impactos da crise financeira levaram à suspensão de vários planos e projetos de implementação de novas fábricas. Praticamente todas as empresas suspenderam temporariamente ou redirecionaram seus recursos para diferentes áreas de atividade ou comercialização de diferentes linhas de produtos. Algumas delas, visando reduzir custos, como a Kolon, a Semo, a Seungwo e a Ssangyong deixaram de operar no país.

Mais que a proximidade com o mercado consumidor ou a existência deste ou daquele incentivo governamental, a situação econômica e financeira de todo o grupo, e não desta ou daquela empresa pertencente ao mesmo é determinante para a sua maior ou menor presença no Brasil. Esta presença tem também crescido, desde os anos noventa, com a maior liberalização do mercado brasileiro e com a criação do Mercosul.

As perspectivas de maior estabilidade política e econômica no cone sul associadas a forte movimento político em busca da globalização, desencadeado pela presidente Kim Young

Sam desde sua participação em novembro de 1994, em Bogor na Indonésia na segunda reunião de cúpula da APEC – *Ásia Pacific Economic Cooperation* levaram as empresas coreanas a se instalarem nesses mercados ou ampliarem sua presença comercial via maior intercâmbio exportador e importador. Entre as 17 empresas entrevistadas para a realização deste trabalho, das 28 em operação no Brasil em Julho de 1998, 8 delas passaram a operar no país após 1995, 6 entre 90 e 94 e somente 3 antes de 1990.

A desenfreada busca pela globalização das empresas coreanas certamente é uma das principais variáveis explicativas da recente crise financeira que temporariamente reduziu o dinamismo econômico da Coreia do Sul. As grandes empresas coreanas, ao longo de sua trajetória de crescimento, sempre atenderam os apelos e as diretrizes do governo. Recebiam em troca toda forma de subsídios creditícios e proteção do mercado doméstico. Quando surgiam dificuldades financeiras o governo sempre foi o prestador de última instância. Na recente crise, porém, elevados compromissos de curto prazo não puderam ser cumpridos e o governo já não queria, e não podia, mais implementar velhas políticas intervencionistas. Para ele, a Coreia precisa se adequar ao fenômeno da globalização.

Na literatura administrativa, o termo globalização é utilizado para descrever a emergência de integrados sistemas de produção e comercialização nos últimos 15 anos. Esses sistemas procuram obter vantagens da nova divisão do trabalho advinda do fim da Guerra Fria e dos progressos da indústria das telecomunicações, principalmente dos associados ao processamento eletrônico de dados e à utilização intensiva da microeletrônica. Globalização é também descrita como sendo a emergência de um mercado global sem as tradicionais fronteiras nacionais. Esta forma de pensar o fenômeno é predominante em todos os executivos coreanos entrevistados nesta pesquisa.

Independente do uso descritivo do termo globalização pela literatura e pelos executivos vinculados às grandes corporações, o fenômeno é real e os governos dos diferentes países precisam ajustar suas políticas e instituições para enfrentar os desafios e explorar as oportunidades do acelerado processo de mudanças que o fenômeno vem ocasionando. O processo ganhou momento com o fim dos fracos acordos multilaterais no âmbito do GATT e a

conseqüente criação de um sistema mais forte e complexo de regulação do comércio internacional centrado na OMC.

Este comércio é fundamentalmente realizado pelas grandes empresas transnacionais, como é o caso dos grandes conglomerados sul-coreanos, que instalam suas fábricas e escritórios em todas as partes do mundo. A ainda recente experiência da atuação dos grupos no Brasil pode ser resumida pela perplexidade, de alguns dos seus principais executivos, frente às peculiaridades do mercado, legislação e práticas de negócios brasileiros.

Além da pouca experiência das empresas e de seus dirigentes operando no mercado brasileiro, é pouca também a participação de mercado das mesmas na comercialização de suas diversificadas linhas de produto. Praticamente, todos os dirigentes reconheceram que estão ainda em fase de estudos e prospecção do mercado para, mais tarde, ampliar sua presença no mercado brasileiro, através da construção de fábricas, da expansão do comércio internacional ou, na maioria das vezes, de trocas triangulares.

Entre os muitos assuntos discutidos com as 9 empresas de comércio internacional (embora a HMB Veículos esteja construindo uma montadora na Bahia, até o momento se caracteriza mais como uma empresa importadora), 4 montadoras de produtos eletro-eletrônicos, 2 de transportes, 1 de construção industrial e 1 seguradora, no que se refere as dificuldades enfrentadas para sua instalação e operação no mercado brasileiro, algumas foram mais enfatizadas que outras. Os elevados valores de muitos impostos, tarifas, taxas e a dificuldade de sua compreensão foi assunto recorrente.

Os demorados trâmites burocráticos, tanto para a obtenção de vistos de permanência no país quanto para registro de suas empresas, somados aos elevados encargos sociais e ao Custo Brasil, foram predominantes ao longo das entrevistas. A instabilidade da política de comércio exterior e os problemas relativos à comercialização dos produtos e serviços no mercado brasileiro também foram enfatizados. A recente presença junto a este justifica a dificuldade de compreensão e de operação no Brasil. Já, a ênfase na instabilidade da política de comércio parece estar relacionada à permanente estratégia de desenvolvimento exportador de manufaturados da Coréia do Sul.

A instabilidade econômica, apontada como um dos impeditivos de investimentos no passado e no presente, foi comentada por todos e enfatizada somente por 3 empresas que estão temerosas que o processo de desvalorização cambial, ocorrido em 1997 na Coreia, se repita no Brasil. Problemas relacionados à falta de crédito para transações comerciais, financiamentos para a realização dos investimentos desejados e, segundo eles, além da excessiva corrupção, o contrabando corrente dificultam extremamente suas atividades no Brasil.

Aspectos relativos às dificuldades de relacionamento pessoal, quer por problemas do recíproco desconhecimento idiomático, quer por diferentes posturas dos trabalhadores frente ao mundo do trabalho, também foram considerados por alguns dos entrevistados. As dificuldades mais enfatizadas por esta ou aquela empresa são apresentadas de forma resumida na Tabela 3 abaixo. Todos os problemas relacionados na tabela foram mencionados pelas empresas. A letra "x", indica somente maior ênfase.

Tabela 3: Dificuldades das empresas coreanas entrevistadas que participaram da pesquisa

Empresas/a no	Inst. econômi ca.	Exp. Imp. instável	Créd./fi nanciam ento	Marketi ng	Taxas elevadas	Muitas taxas	Taxas complic a-das	Cultura/ língua	Encargo s sociais	Probl. c/ Traba-l hadores.	Corrupç ão	Contra- bando	Buocra cia empr/vis tos	Custo Brasil	Custo vida elevado.
HMB/91	x	x	x	x	x			x		x				x	
Daewoo Elet/95		x		x		x							x	x	
LG Eletronic/9 6				x			x		x	x		x	x		
Samsung Elet/95				x		x		x		x	x		x		
Samsung-M e/95				x											
Daewoo Co/80.		x		x		x							x	x	
Hyundai W/96.		x		x		x	x		x						
Hyundai Co/97			x		x	x			x				x	x	
Hyosung Co/94.						x	x		x					x	
Kukje-Hanil /91		x			x	x	x								
Pohang/77		x												x	
Samsung Co/90	x	x			x				x		x	x	x		
Sunkyung Co/85	x				x	x	x		x		x				x
Korean Air/92.				x			x		x				x		

Todos os problemas discutidos com os responsáveis pela gestão das empresas coreanas atuando no Brasil precisam ser melhor estudados e medidas corretivas deveriam ser implementadas. Muitas das dificuldades que as empresas e executivos enfrentam para operar no país poderiam ser mais amplamente discutidas e melhor equacionadas pelas missões e comissões diplomáticas dos dois países. Algumas delas, não dizem respeito a falta de conhecimento do mercado ou quaisquer outros problemas relacionados à estratégias de produção e comercialização. Estão mais relacionadas à falta de dinamismo das estruturas burocráticas do Estado e de políticas consistentes e duradouras por parte de governo brasileiro.

O fluxo de comércio e investimentos das empresas coreanas aumentou sensivelmente nos anos 90. A crise financeira asiática afetou negativamente este fluxo, mas é de se esperar, pelo depoimento dos dirigentes das empresas entrevistados, que a dinâmica do comércio e investimentos entre os dois países, retome sua tendência de crescimento acelerado no prazo de um a dois anos. Este é o tempo necessário, segundo eles, para que a Coreia reestruture suas dívidas e os conglomerados absorvam as novas diretrizes de seu novo presidente, recentemente eleito, e dos organismos internacionais como o FMI, ou mesmo a OCDE, da qual a Coreia é membro desde 1996.

Devido ao forte impacto que a crise asiática causou nos planos de investimentos das empresas coreanas no Brasil, é difícil visualizar quais setores de atividades serão priorizados e mais intensamente discutidos por autoridades públicas e privadas, que buscam uma maior aproximação entre os dois países. É difícil perceber também, quando as empresas brasileiras conseguirão maior inserção internacional e, dessa maneira, possivelmente se defrontarem com as mesmas adversidades que as empresas coreanas enfrentam no Brasil.

Anexo 1: Incentivos Fiscais do Regime Automotivo

INCIDÊNCIA	SUL		NORDESTE	
	ATÉ 1999		ATÉ 1999	2000/2010
Imposto de Importação - II				
Bens de Capital	Redução de 90%	Redução de 100%	Redução de 50%	
Insumos	Redução de 90%	Redução de 90%	Redução de 50%	

Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI			
Bens de Capital	Sem Benefício	Isenção	Isenção
Insumos	Sem Benefício	Redução de 45%	Redução de 25%
Contribuições Sociais - PIS/COFINS			
	Sem Benefício	Crédito Presumido do IPI = 2 vezes PIS/COFINS	Crédito Presumido do IPI = 2 vezes PIS/COFINS
Adicional de Frete para Renovação da Marinha Mercante - AFRMM			
	Sem Benefício	Isenção	Isenção
Imposto sobre Operações Financeiras - IOF			
	Sem Benefício	Isenção	Isenção
Imposto de Renda			
	Sem Benefício	Isenção	Isenção

OBRIGAÇÕES:

Itens	Definições	Observações
Venda para a indústria automotiva	Mínimo de 50% do faturamento líquido da empresa	
Índice médio de nacionalização mínimo	Nos primeiros dois anos: 50% A partir do 3 ano: 60%	Primeiro ano: da data de início de produção até 31/12 do ano subsequente.
Bens de capital novos nacionais	Até 31/12/97: mínimo de 50% da compra total de bens de capital novos. A partir de 01/01/98: mínimo de 60% da compra total de bens de capital novos	Bens de capital usados não terão benefícios
Matéria-prima	Para cada matéria-prima: compra nacional x importação. Relação 1:1	
Importação de matérias-primas do Mercosul + insumos + veículos de transporte	Máximo de 100% das exportações líquidas	
Importação de insumos (sem matérias-primas)	Máximo de 66,7% das exportações líquidas	

Bibliographia

Banco Central do Brasil. Dados fornecidos pelo FIRCE/DVAP em 08/05/98.

Gall, Norman (1998) "Dinheiro, Ganância e Tecnologia ", Ensaio apresentado na conferência internacional sobre o Brasil e a crise asiática, organizado pelo Instituto Fernando Braudel e patrocinado pela FAAP. *Edição especial do Braudel Papers. N° 20.*

Jyoung, Taik Hwan (1997) "Korean Investments in Latin America", Texto apresentado na Conferência Regional Integration in the Americas and the Pacific Rim. San Diego: University of California, March 1997. <http://orpheus.ucsd.edu/las/prrptk.htm>.

Kim, Woo Tack (1998) "Korean Economic Crisis: Causes and Lessons", apresentado no *Seminário Lições da Crise Asiática: o Caso Coreano*.

Nembhard, Jessica Gordon (1996) *Capital Control, Financial Regulation, and Industrial Policy in South Korea and Brazil*. London: Praeger.