

A diversificação é o novo *leitmotiv* na Alemanha

“A diversificação pode proteger a riqueza, mas a concentração produz riqueza”,
Warren Buffett

José Pedro Teixeira Fernandes* | *Público* | 9 de fevereiro de 2023

Ao longo de várias décadas, a indústria germânica apostou na concentração de fornecedores e de clientes. Por exemplo, em 2020, a Alemanha importou mais de metade do gás da Rússia e a BMW obteve mais de um quinto das receitas na China. Contudo, a evolução geopolítica recente levou a Alemanha a repensar a sua estratégia. Diversificar é o novo *leitmotiv* no Governo e nas empresas alemãs.

Países e empresas reduzem a sua exposição ao risco geopolítico, utilizando várias estratégias, sendo que estas começam por identificar o que necessita de maior proteção. A mitigação de riscos exige estabelecer prioridades, o que implica identificar quais os ativos mais valiosos e quais os mais vulneráveis.

Depois de estabelecer as prioridades, é possível desenhar as estratégias de mitigação de risco, estando a diversificação entre as estratégias mais usadas. Na linguagem popular, diversificação significa “não colocar todos os ovos no mesmo cesto”. No caso alemão, a diversificação passa por procurar mercados alternativos para exportação, bem como estabelecer contratos com vários fornecedores de forma a mitigar o risco de roturas na cadeia de abastecimento ou cortes no fornecimento de energia.

Para além de reduzir o consumo de gás, o Governo alemão tem procurado diversificar a origem das fontes energéticas. Os fornecimentos do mar do Norte e outros têm suprido as carências de gás russo, e o chanceler Olaf Scholz assinou já novos contratos para o fornecimento de gás com origem no golfo Pérsico, desta forma reduzindo a dependência face a produtores individuais.

Relativamente ao comércio com a China, toda a indústria alemã tem seguido a estratégia das grandes multinacionais. Estas procuram novos mercados para os seus produtos e, simultaneamente, tentam substituir as empresas chinesas nas cadeias de abastecimento, diversificando para países como a Índia, Vietname, Bangladesh ou a Malásia. Esta estratégia visa reduzir a exposição à economia chinesa, como resposta ao aumento das tensões entre a China e o Ocidente, que poderá ter o *decoupling* das cadeias de abastecimento como resultado.

Todavia, a diversificação será uma tarefa difícil. Por exemplo, o mercado chinês representa aproximadamente 30% da procura global de máquinas e equipamentos e quase 40% da procura mundial de automóveis, sendo difícil encontrar mercados alternativos. Estabelecer novos mercados aumenta os custos fixos e tem implicações em

termos de rentabilidade e de crescimento económico. Por conseguinte, a indústria alemã terá de completar a estratégia de diversificação com uma gestão criteriosa do *timing* dos seus investimentos. Por exemplo, a procura de automóveis BMW na China continua a crescer de forma robusta, pelo que é natural que a BMW aproveite os lucros obtidos na China para apostar em novos mercados e tecnologias.

Em síntese, os decisores políticos e empresariais alemães estão cientes das consequências do aumento do risco geopolítico. Um leitmotiv é uma melodia curta e recorrente que nos lembra uma situação, um sentimento, uma personagem. Da mesma forma, no atual contexto geopolítico, quando decidirem efetuar novos investimentos, os alemães irão certamente lembrar-se da necessidade de diversificação e de dispersão dos seus ativos prioritários.

***Com José Jorge e Jorge Rodrigues**

<https://www.publico.pt/2023/02/09/opiniao/opiniao/diversificacao-novo-leitmotiv-alemanha-2038061>