

Países da AL aumentam trocas comerciais

De acordo com um novo relatório publicado pela Associação de Integração Latino-Americana - uma organização que compreende 12 países latino-americanos, incluindo México e Cuba - tem havido um expressivo aumento no volume de comércio intraregional. As exportações cresceram 31,5% e as importações 28,1% apenas no primeiro trimestre de 2008, quando o comércio intraregional cresceu para perto de US\$ 6 bilhões.

Diversos fatores são responsáveis por essa nova dinâmica de comércio, informa o relatório. Por um lado, a desvalorização do dólar tem pressionado para cima a maior parte das moedas latino-americanas, inspirando as empresas a procurar novas alternativas no que se refere a preços e logística.

Acrescente a isso o aumento no preço global do petróleo e de muitas commodities básicas produzidas na região. Essa tendência tem oferecido uma oportunidade para os produtores dessas commodities ampliarem suas receitas, e tem elevado o Produto Interno Bruto (PIB) da região.

A maior parte dos países latino-americanos tem mais poder de compra e isso está se convertendo numa boa oportunidade para o comércio.

Na Colômbia, os empresários, os sindicatos, e algumas instituições estatais começaram a estudar sem reservas os mercados vizinhos para identificar novas oportunidades de vendas na região.

Os especialistas concordam que a Colômbia não tirou vantagem plena das oportunidades oferecidas pelo mercados vizinhos. "Quase todos os empresários colombianos reconhecem hoje que o mercado venezuelano (para as exportações colombianas) é muito mais importante do que o mercado americano porque envolve sobretudo produtos e bens manufaturados de valor agregado que geram mais empregos e desenvolvimento", explicou German Umana, professor de economia da Universidade Nacional da Colômbia.

No entanto, ele lamenta o impacto limitado que o comércio colombiano tem exercido no Mercosul - especialmente no Brasil e na Argentina, os maiores membros do bloco comercial sul-americano, do qual também fazem parte o Uruguai e o Paraguai.

Confrontado com a crise de um sistema comercial multilateral, os países da América Latina têm de se alinhar com alternativas que sejam sustentáveis e abrangentes. Uma delas é a União das Nações Sul-Americanas (Unasul), que conta com o apoio dos governos da Venezuela, Argentina e Brasil. O objetivo da Unasul é promover mais oportunidades para integração e desenvolvimento entre os países da América do Sul. "Há vontade política nesses países", disse Umana. "O Brasil, por exemplo, tem posição de liderança na América do Sul, e é importante avançar na mesma direção", concluiu.

Francisco Giraldo, professor de finanças internacionais da Universidade Externado, da Colômbia, acredita que quando se trata de fortalecer esses mercados, o principal problema são "as variações e as mudanças políticas nesses países, que geram mudanças excessivas nos fluxos comerciais". Por exemplo, comentou Giraldo, dois países podem ter um bom relacionamento político entre si, pelo qual o comércio prospera, mas quando esse relacionamento se deteriora, o primeiro fator que sofre é o comércio.

Os investidores latino-americanos despertaram para a importância de aumentar suas presenças nos seus países vizinhos. Se os anos 1990 foram caracterizados pelo ingresso de capital europeu e americano na América Latina, os últimos cinco anos serão lembrados pela movimentação de capital entre os países latino-americanos, dizem os especialistas. As importações, as exportações e as fusões que eram impensáveis uma década atrás começaram a desempenhar um papel chave no ambiente empresarial.

O Brasil e o México são dois países com atuação mais marcante nesse respeito. Por exemplo, a Petrobrás tem ou investido ou entrado em outros mercado sul-americanos. A Camargo Corrêa, a empresa de cimento brasileira, adquiriu a Loma Negra, da Argentina. O grupo Votorantim e a Companhia Siderúrgica Belgo- Mineira (hoje denominada ArcelorMittal Aços Longos) adquiriram, respectivamente, a Acerias Paz del Rio, da Colômbia, e a Acindar, da Argentina, reforçando dessa maneira suas presenças na região.

No que diz respeito ao México, os investimentos da Cementos de Mexico (Cemex) se destacam. A Cemex é uma das três maiores fabricantes de cimento do mundo, com fábricas na América Central, Caribe, Colômbia, Argentina e Venezuela. Outra empresa mexicana que segue esses passos é a America Movil, que tem 147 milhões de clientes na região e é a principal fornecedora de serviços de telefonia móvel, com 65% de participação de mercado no Brasil. Enquanto isso, a Mexichem, maior empresa química e petroquímica do México, adquiriu a brasileira Amanco, um dos maiores fabricantes de tubos plásticos da América Latina. A Mexichem agora opera fábricas em 13 países latino-americanos.

Pelo lado da Colômbia, a Compania Nacional de Chocolates expandiu suas atividades na América Central, por meio da divisão Cordialsa, e a Casa Luker adquiriu a Galletas Pascual, do Panamá. No Peru, a Alicorp, que pertence ao Grupo Romero, uma das maiores fabricantes de produtos de cuidados pessoais do país, assim como o Grupo Gloria, um conglomerado industrial ativo nos mercados de alimentos, produtos farmacêuticos e transporte, tem adquirido ações de empresas na Argentina, Equador e Colômbia.

A Colômbia já assinou pactos comerciais com o México e o Peru, e planeja aprofundar seus acordos com a Comunidade Andina de Nações (CAN), grupo que reúne a Colômbia, a Bolívia, o Equador e o Peru. Luis Guillermo Plata, ministro do Comércio da Colômbia, tem também dito que seu governo está interessado em aprofundar seus laços comerciais com os países do Mercosul. A Colômbia tem assinado um acordo de livre comércio com o Mercosul que corta as tarifas de produtos industriais e alguns produtos agrícolas.

Embora muitas pessoas concordem que há uma forte necessidade de tirar vantagem dessas dinâmicas, os líderes empresariais e os acadêmicos se preocupam em como lidar com o fato de muitos países da América Latina terem estruturas econômicas similares. Suas economias não são complementares; elas competem entre si. Giraldo acredita que, especialmente na América do Sul, isso se tornou o principal fator a limitar as oportunidades comerciais.

Mesmo assim, Carlos Ronderos, ex-ministro do Comércio da Colômbia, acredita que esse problema também oferece uma oportunidade, desde que os executivos da região tenham ciência da importância de criar "grupos", ou parcerias que possibilitem para as empresas tirar vantagem dos altos preços das matérias-primas nos mercados globais.

Segundo Ronderos, alguns países latino-americanos podem ser os principais fornecedores de matérias-primas, enquanto outros países pode se encarregar das transformações que são necessárias para criar produtos de valor agregado que geram empregos adicionais e promovem mais desenvolvimento na região. Os especialistas dizem que esse próximo estágio no processo pode começar em breve, julgando pelo número cada vez maior de multinacionais latino-americanas que dão o grande salto na direção de mais prosperidade e integração regional.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 6 out. 2008, Primeiro Caderno, p. A18.