

Vendas menores aos 'hermanos'

Eliane Oliveira

Pelo menos 60% das exportações brasileiras não dependem dos Estados Unidos e da União Européia como compradores, o que demonstra que, numa recessão nos principais países desenvolvidos do planeta, as perdas de receita de origem nesses dois mercados não seriam tão significativas. No entanto, os efeitos da desaceleração da economia mundial devem atingir em cheio as vendas do Brasil aos vizinhos sul-americanos, os maiores compradores de manufaturados do país. As perdas brasileiras podem chegar a US\$ 6,3 bilhões neste caso. De acordo com um estudo da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB), as consequências serão sentidas em 2009, com uma queda de 15,9% nas vendas para a América do Sul, de US\$ 39,5 bilhões em 2008 para US\$ 33,2 bilhões. A estimativa de redução para o superávit comercial é de 18,5%, caindo de US\$ 14,26 bilhões para US\$ 11,62 bilhões.

Esses países (da América Latina) são grandes exportadores de commodities (matérias-primas) e estão sendo atingidos pela queda das cotações desses produtos no mercado internacional. Ganhando menos, têm menos dinheiro para comprar — explicou o vice-presidente da AEB, José Augusto de Castro.

Pelo levantamento, todos os países da América do Sul dependem das exportações como principal fonte de geração de divisas. As vendas estão concentradas em produtos primários, a maioria metais e minerais, que tiveram fortes quedas em suas cotações. Castro não descarta, no caso de alguns desses mercados, até mesmo o registro de déficit comercial:

Essa diminuição no poder de exportação significará diminuição do poder de importação desses países.

A economia argentina é grande dependente das matérias-primas agropecuárias, cujos preços hoje estão despencando, projetando menor crescimento do Produto Interno Bruto (PIB, soma de bens e serviços produzidos no país). Como as importações do Brasil se concentram em manufaturados, a redução das compras pode chegar a 15%.

O comércio em moeda local (peso e real, em vez de dólar), iniciado no último dia 6, poderá amenizar essa possível carência de divisas — explicou Castro.

A Bolívia tem mais de 75% de suas exportações concentradas em commodities minerais e metálicas. Está previsto um decréscimo das importações bolivianas de produtos brasileiros da ordem de 30%. As vendas do Brasil para a Colômbia caíram 15%, segundo o levantamento e, para o Peru, algo em torno de 20%.

No caso da Venezuela, que se tornou um grande mercado para os empresários brasileiros, a estimativa de diminuição das aquisições do Brasil é de 10% no próximo ano em relação a 2008.

Pelos dados apurados no Ministério do Desenvolvimento no período de janeiro a setembro deste ano, a participação dos EUA na pauta de exportações brasileiras foi de 14,3%, enquanto a União Européia ficou com 23,7%. A Ásia entrou com 19,1% (9,1% somente a China); a América Latina, com 21,7%; a África, 4,9%; o Oriente Médio, 3,9% e o Leste Europeu, 3%.

Isso significa que, teoricamente, haveria bastante espaço para o deslocamento das vendas de produtos nacionais para outros mercados. Entretanto, o que se pode esperar é que o Brasil deve se preparar para uma guerra sem precedentes por terceiros mercados.

Se os americanos comprarem menos bens de consumo da China, os chineses terão de desovar suas mercadorias em nichos onde já estamos. O grande desafio é sermos cada vez mais competitivos para mantermos e, ao mesmo tempo, conquistarmos mais espaço no mercado externo — salientou o secretário de Comércio Exterior, Welber Barral.

Ele enfatizou que existe no governo preocupação com o crescimento do protecionismo no mundo, em razão do desaquecimento do consumo mundial. A adoção de barreiras e o aumento da concorrência desleal, afirmou o secretário, afeta negativamente as boas normas de comércio.

Há risco de desaquecimento global da economia. Por outro lado, com a desvalorização cambial, e o dólar mais forte, os produtos brasileiros ficam mais competitivos lá fora — observou Barral.

Ele acrescentou também que há dois desafios pela frente: o restabelecimento das linhas de crédito e a estabilização do câmbio em algum patamar, para diminuir a volatilidade.

Para empresários do setor exportador, o dólar deveria ficar entre R\$ 2 e R\$ 2,20. As oscilações na cotação da moeda americana frente ao real vêm prejudicando a negociação de novos contratos. De um lado, os exportadores evitam fazer negócios, temendo prejuízos. De outro, os importadores exigem descontos nas compras com base na conjuntura atual.

O presidente da Associação das Indústrias de Base e Infra-Estrutura (Abdib), Paulo Godoy, disse que a retração da economia mundial é uma realidade que, conseqüentemente, afetará a todos os países. Destacou, entretanto, que o Brasil tem um mercado interno robusto, que deixa o país com vantagens importantes em relação a outras nações.

Há países com forte dependência das exportações. Temos que investir no mercado interno, principalmente em infra-estrutura, que é bom para o país aqui dentro e em suas relações com o exterior — ressaltou Godoy.

Apesar da crise, empresários da França querem investir no Brasil

Deborah Berlinck

Ao todo, 150 empresas buscarão parcerias em encontro no mês que vem

A crise mundial não tirou o interesse de pequenas e médias empresas da França pelo Brasil. Ao contrário. Um encontro empresarial promovido pelo governo francês vai levar 150 empresas à procura de parceiros em vários estados brasileiros no mês de novembro, entre eles o Rio de Janeiro. São 550 empresas brasileiras inscritas para participar do encontro. Das 150 companhias francesas, 105 estarão no Rio.

Não há garantia de negócio fechado, mas é um indicador de que o Brasil atrai, mesmo com crise. Todas são pequenas e médias empresas, que nunca se aventuraram no mercado brasileiro, e, em muitos casos, na América Latina.

Planejamos trazer cem empresas. Ultrapassamos nosso objetivo e agora estamos sendo obrigados a recusar pedidos, por problema de logística — afirmou Marc-Antoine Lopez, da Ubifrance, órgão do ministério da Economia da França que organiza o encontro.

Lopez disse que só houve três desistências por causa da crise. Para ele, o interesse, em pleno momento de turbulência, tem uma lógica:

Diante da crise, a solução é buscar crescimento no exterior e o Brasil é a porta para a América Latina, o país que tem mais potencial no continente.

Foi o que motivou Jean-Louis Le Drezen, diretor de exportação da Linkcom, uma pequena empresa de telecomunicações, com volume de negócios de € 2,5 milhões em 2007, crescendo ao ritmo de 35% ao ano, a se inscrever para os encontros de São Paulo e do Rio. Para Le Drezen, a crise "atinge a todos" e não é isso que vai impedir a empresa de se aventurar em novos mercados: 70% dos negócios da Linkcom são feitos na Europa. O restante vai para Ásia, África e Oriente Médio.

O Brasil é suficientemente importante. Pode ser uma porta de entrada para a América Latina disse.

Mesma determinação de Patrice Pennel, diretor da Vannes Lefebvre, fabricante de torneiras industriais. Ele está de olho no Brasil por um motivo: uma das especialidades da empresa, que tem 40 empregados e volume de negócios de € 5 milhões de euros, é material para a indústria de açúcar, onde o Brasil é líder mundial:

Há três anos, esta idéia me persegue: vender no Brasil. Não é a crise que vai frear meus investimentos comerciais. Ao contrário.

A crise também não freou as ambições de Celine-Sahlini, jovem francesa de origem indiana que conseguiu, com fragrâncias exóticas, entrar no mercado de perfumes mais disputado do mundo. Criadora da marca Sahlini, com quatro empregados e um volume de negócios de € 125 mil, ela se aventurou primeiro na Rússia. Agora sonha com a conquista do Brasil.

O mercado brasileiro é o terceiro maior do mundo no setor de perfumes e cosméticos. A crise atinge, sobretudo as grandes empresas. Para nós, pequenas, não muda grande coisa, o mundo não pára de girar.

A maioria das empresas francesas participantes atua nas áreas de bens industriais e de consumo, telecomunicações, informática e comunicação. Haverá também representantes dos setores agroalimentar, farmacêutico e de petróleo. A iniciativa começa em São Paulo, com dois dias intensos do que o governo francês chama de speed dating business. Cada empresa francesa terá encontros de 45 minutos com cada um dos 14 empresários locais que pré-selecionou como parceiros potenciais. No local do encontro, a Ubifrance colocará à disposição especialistas em legislação brasileira.

A idéia, explica Lopez, é que em uma semana as empresas francesas descubram se seus projetos são potencialmente viáveis no Brasil. Esta mesma fórmula foi testada na Índia, em 2006, e na China, em 2007.

Lopez diz que o sucesso pode se repetir no Brasil "se o Banco do Brasil jogar o jogo". Isto é: cumprir, segundo ele, promessa feita antes da crise estourar de colocar uma linha especial de crédito aos importadores brasileiros que participarão do encontro para que eles negociem contratos com os franceses. O governo francês será responsável por 60% dos custos da missão empresarial. Após dois dias em São Paulo, as empresas seguem para outros encontros nas capitais que escolherem, entre Rio, Curitiba, Belo Horizonte, Brasília e Porto Alegre.



Desaquecimento do comércio exterior

A crise poderá provocar forte redução do saldo comercial do Brasil com a América do Sul

US\$ 14,260 bi



2008

US\$ 11,620 bi



2009



INTERCÂMBIO COMERCIAL DO BRASIL COM A AMÉRICA DO SUL (US\$ MILHÕES)

	EXPORTAÇÃO			IMPORTAÇÃO			SALDO		
	2007	2008*	2009**	2007	2008*	2009**	2007	2008*	2009**
Argentina	14.417	18.750	16.000	10.404	13.500	12.150	4.013	5.250	3.850
Bolívia	851	1.150	800	1.601	3.000	2.250	750	1.850	1.450
Chile	4.264	4.600	3.900	3.463	4.150	3.300	801	450	600
Colômbia	2.339	2.350	2.000	427	1.050	850	1.912	1.300	1.150
Equador	662	800	550	30	40	30	632	760	520
Paraguai	1.648	2.700	2.300	434	800	700	1.212	1.900	1.600
Peru	1.649	2.200	1.750	1.004	1.050	850	645	1.150	900
Uruguai	1.288	1.700	1.450	786	1.050	950	502	650	500
Venezuela	4.724	5.250	4.450	346	600	500	4.378	4.650	3.950
TOTAL	31.842	39.500	33.200	18.495	25.240	21.580	13.347	14.260	11.620

* Projeção. ** Previsão. Fonte: Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB)



EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS - PRINCIPAIS BLOCOS ECONÔMICOS



* Associação Latino-Americana de Integração. Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Fonte: O Globo, Rio de Janeiro, 27 out. 2008, Economia, p. 35-36.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais