Renato G. Flores *ir.*

Tantas são as atividades afetas ao comércio internacional que é fácil nos perdermos em um "buraco negro", que pode ser qualquer coisa desde uma investigação *antidumping* até os detalhes de um novo modelo de equilíbrio geral, ou a busca dos objetivos ocultos em um acordo em negociação. Essas atenções específicas, se necessárias e inevitáveis, não devem excluir uma preocupação extremamente importante: a construção de uma visão estratégica.

A crise pela qual estamos passando só vem reforçar essa necessidade. Se a globalização tornou menos claros os limites entre políticas domésticas e externas, a crise vai um pouco mais além, devido às mudanças que deveremos presenciar no jogo de forças internacional e sua conseqüente reorganização de mercados.

Ademais, temos hoje não só firmas voltadas para a exportação, como também exportamos firmas. A visão estratégica lembra, por exemplo, que, um protesto formal na OMC contra uma iniciativa como o *Buy America* do presidente Obama, visando proteger nossos exportadores eventualmente afetados, pode simultaneamente prejudicar a posição de outros produtores de origem brasileira, no mesmo setor, mas instalados nos Estados Unidos.

O pensar estratégico começa por uma consideração mais ampla e profunda do dado geográfico, como demarcado e influenciado pelo capital investidor internacional, as profundas alterações nas tecnologias de produção e as mudanças socioeconômicas nos mercados. Produtores, consumidores e investidores se espalham dinamicamente pelo mundo, e esse contínuo *processo de espalhamento é* relevante. Ele condiciona o elenco de ações possíveis.

Mas a própria diversidade da questão geográfica traz outro elemento importante: o risco. Ouvimos muito sobre o risco país, em contextos de segurança nacional e no de opções para o investimento direto, mas bem menos quanto ao estabelecimento de fluxos comerciais. Em vertente não muito distante, inclui-se o risco-empresa, empresa que tanto pode ser a nossa própria como uma parceira, o risco aí estando associado ao perfil de atividades e comprometimen-

tos de toda ordem, inclusive nas áreas social, ambiental e em questões de imagem em geral. Pehse o leitor, por exemplo, no risco Petrobras e no risco Pemex, e agora tente compor essas duas avaliações no risco *Petrobras no México.*

A boa aferição do risco, ao envolver tantos fatores, não é tarefa fácil. O portfólio de retumbantes fracassos — e não só nos tempos recentes — das diversas agências de *rating,* seja de empresas como de países, é evidência dramática de tal dificuldade. Um dos problemas afetos à maioria dos métodos é que estes se baseiam em avaliações e dados anteriores, ainda que atuais, enquanto boa parte do risco está associada exatamente a eventos menos previsíveis. Se formas existem de minimizar essa questão, o dilema, entretanto permanece.

Finalmente, há a importantíssima dinâmica global. Quanto tempo levará o mercado norte-americano para se recuperar? Em quantos anos, se for o caso, a economia desse mesmo país perderá a primazia mundial? Qual a velocidade de propagação na Ásia de um potencial conflito entre as Coréias — e seu conseqüente custo para os fluxos de comércio internacional? São perguntas cujas respostas condicionam decisões, quiçá ótimas desde um ponto de vista estático e local.

Se a visão estratégica incorpora esses elementos, nenhum deles de tratamento evidente, como conciliá-los com as inúmeras tarefas específicas mencionadas na introdução?

Sem predicar fórmulas mágicas, a abordagem deve se dar a dois níveis. As componentes políticas e geoestratégicas devem entrar cada vez mais em consideração, lado a lado com as análises específicas. Isso implica não só em um papel mais apurado do Itamaraty, no que tange a visão do "ecossistema" do comércio internacional, como as próprias exportadoras devem incorporar essa atividade no seu planejamento individual.

O uso de contenciosos junto à OMC deve ser bem sopesado, sendo mais eficientes — além do esforço de entender cada vez melhor o parceiro que causa o problema — a pressão pela mudança ou adaptação das regras e o apoio dos que se beneficiam, no destino, com as nossas exportações. Não é à toa que o setor do agronegócio, e o sucro-alcooleiro em particular, investiu em 'think tanks' próprios, para orientar suas condutas estratégicas e melhor informar os seus diversos 'lobbies' e escritórios; esses instalados no âmago dos grandes importadores. Finalmente, um mapa sempre atualizado dos movimentos do investimento direto estrangeiro, tanto global como no âmbito do(s) setor(es) em pauta, é ferramenta fundamental. Atenção ao avanço da fragmentação e como ela pode afetar os seus processos produtivos — assunto que já foi tema dessa coluna — é outra atitude necessária.

Quanto tempo levará o mercado norte-americano para se recuperar? Em quantos anos, se for o caso, a economia desse mesmo país perderá a primazia mundial?

O comércio internacional muda com o mundo e, como atestado pela história, fá-lo de modo mais rápido, sendo muitas vezes o arauto de câmbios geo-estratégicos futuros. Para ser bem-sucedido, há que mudar o pensamento na mesma velocidade.

Professor da Escola de Pós-Graduação em Economia da FGV

JR FLORES, Renato G. Uma visão estratégica. **Conjuntura econômica**, Rio de Janeiro, v. 63, n. 08, p. 98-99, ago. 2009.