Sem populismo, Colômbia atrai negócios
Bettina Barros / Cláudia Facchini

Enquanto alguns governos da América do Sul bradam idéias extravagantes como o socialismo bolivariano ou capitalismo andino-amazônico, em contraponto aos tratados comerciais com os EUA e ao neoliberalismo, um país que vem rejeitando essa guinada populista se consolida como opção segura e atraente para os investidores estrangeiros na região.

Com o terceiro maior mercado doméstico sul-americano e uma economia crescendo à taxa anualizada de 5%, a Colômbia já dá sinais de disputar novos negócios de igual para igual com tradicionais "queridinhos" do continente, como Chile, Brasil e México, e atrai um número crescente de empresas estrangeiras, inclusive do Brasil.

Empresários brasileiros de diversos setores ouvidos pelo Valor concordam em dizer que o país se transformou em um importante "player" na região, com grandes perspectivas de expansão para os negócios. Muitos que não foram para lá afirmam estar prospectando de perto o país.

Não faltam razões para querer entrar nesse mercado, dizem. Desde 2001, a economia colombiana tem crescido a uma média superior à da América Latina (veja gráfico). Ao contrário de alguns vizinhos, seu mercado interno de 43 milhões de habitantes tem um poder aquisitivo relativamente alto - o PIB per capita é de US$ 7,4 mil (em PPP). A inflação está em 4,11%, o menor nível em 40 anos, e os juros mantidos em 6,25%.

"A Colômbia tem tudo para dar certo", diz Márcio Ramos, diretor de operações de negócio para a América Latina do Grupo Gerdau, que tem duas usinas siderúrgicas no país. "Eles alcançaram um nível de estabilidade política e institucional que deverá assegurar seu processo de crescimento de maneira sustentável".

Segurança, situação fiscal positiva e estabilidade jurídica completam o cenário favorável apontado pelos analistas.

"O estrangeiro que chega à Colômbia sabe quais são as regras do jogo, e isso é um paraíso para qualquer investidor", afirmou um representante do governo brasileiro que pediu para não ser identificado.

Grande entrave para a economia nos anos 80 e 90, a violência gerada no conflito com a guerrilha caiu drasticamente no governo "linha dura" do presidente Álvaro Uribe, que deverá ser reeleito neste final de semana, já no primeiro turno, segundo as pesquisas.

Com a melhora na segurança e a economia crescendo, o governo reduziu os gastos militares que no passado deterioraram sua posição fiscal. Não à toa, a Colômbia desfruta de uma classificação de risco melhor que a do Brasil, segundo as agências de rating Standard & Poor's e Moody's.

"O mercado vê a Colômbia como o país da América Latina com maiores chances hoje de conseguir fazer as reformas necessárias, como a reforma tributária", diz Ricardo Amorin, economista-chefe para América Latina do WestLB. "O governo Uribe tem propostas e maioria no Congresso para levar adiante mudanças".

O resultado disso se reflete no crescimento do Investimento Direto Estrangeiro (IDE) na Colômbia, o maior em proporção do PIB (8,4%) registrado pela Cepal na região no ano passado. O país recebeu US$ 10,2 bilhões em 2005, uma guinada expressiva em comparação com os US$ 3 bilhões do ano anterior.

Em março, uma delegação de 70 empresas brasileiras de 21 setores viajou a Bogotá para um encontro com empresários locais. Voltaram com negócios fechados da ordem de US$ 11,7 milhões, o triplo do esperado. A viagem, promovida pela Agência de Promoção às Exportações (Apex), foi considerada um sucesso.

O Grupo Gerdau, que diz ver o país vizinho como "estratégico" para seus negócios, assinou em dezembro de 2004 um acordo para tornar-se acionista das empresas Diaco e Sidelpa, num processo de aquisição escalonada de participações do Grupo Mayagüez e da The Latinamerican Enterprise Steel Holding, detentores do controle das empresas. A Diaco é a maior fabricante de produtos de aço para a construção civil do país, e a Sidelpa, a única produtora de aços especiais.

O cenário do setor siderúrgico colombiano é promissor, segundo a empresa. A expectativa é que a produção das duas usinas cresça 50% nos próximos três anos, de 400 mil toneladas para 600 mil toneladas, voltadas principalmente o mercado interno. Até 2008, US$ 50 milhões serão investidos nas diversas unidades.

Mas as ambições da Gerdau no país incluem ainda um terceiro negócio, envolvendo a siderúrgica Paz Del Rio. A grupo informou estar aguardando "do governo colombiano a definição dos elementos para esta oferta".

A Santista Têxtil começou a operar na Colômbia há sete anos. A empresa, que não tem fábricas no país, exporta tecidos para a confecção de calças jeans. Na época, eram dois os atrativos: o grande mercado doméstico e a possibilidade de exportar para os EUA. Mas, com o tratado de livre comércio (TLC), a Santista perdeu esse canal. O tratado determina que, para ter isenção tarifária, as calças exportadas ao mercado americano têm de ser 100% colombianas. Ou então pagam 17% de imposto.

Mesmo assim a Santista acha que vale muito a pena continuar na Colômbia, porque eles têm uma capacidade instalada invejável, mão-de-obra especializada e largo consumo. Em 2005, foram vendidos 45 milhões de metros de tecido para consumo colombiano, o equivalente a 20% do mercado brasileiro.

"Suas instalações são reconhecidas internacionalmente, e o nível educacional é alto", diz Herbert Schmid, presidente da Santista Têxtil no Brasil. "A Colômbia nivela com a Argentina em termos de consumo, tem grande capacidade instalada e potencial de exportação. É, sem dúvida, o país com mais perspectivas de investimento atualmente na América Latina."

Entre as empresas brasileiras que também avaliam seriamente investir na Colômbia estão a Tok&Stok, rede de móveis e artigos de decoração, e a Tigre, fabricante de tubos e conexões. Por enquanto, porém, nenhuma das duas bateu o martelo e só estão prospectando oportunidades.

"Há um plano de renovação urbana em Bogotá que está incentivando a construção civil", afirma Regis Dubrule, presidente da Tok&Stok, que possui 25 lojas no Brasil e planeja iniciar a sua internacionalização pela América do Sul. Segundo ele, a reativação do mercado imobiliário acaba gerando uma maior demanda em outros segmentos, como móveis. Varejistas chilenas de material de construção, por exemplo, também já estão se instalando no país.

O aquecimento do consumo colombiano também chama a atenção da holandesa Philips, fabricante de aparelhos eletrônicos, e da alemã BSH, dona da marca de eletrodomésticos Bosch. As duas multinacionais européias administram seus negócios na América Latina a partir do Brasil.

Ausente do varejo colombiano por cerca de cinco anos, a Philips voltou a colocar seus produtos no país no ano passado. A Colômbia é abastecida a partir da subsidiária do grupo no Panamá e, normalmente, com produtos fabricados na Ásia.

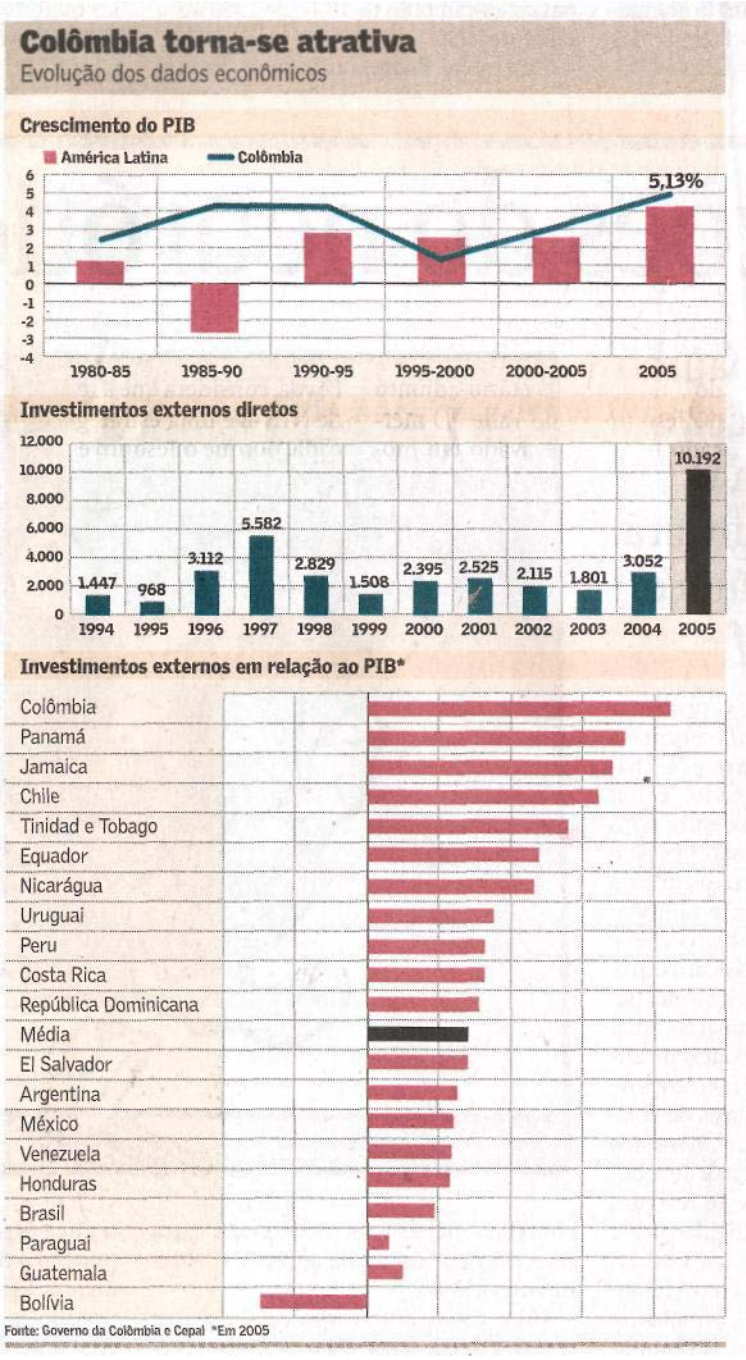
"O consumo de eletroeletrônicos na Colômbia cresce 20% ao ano", afirma Paulo Ferraz, vice-presidente de eletrônicos de consumo da Philips para América Latina. O varejo colombiano também amadureceu nos últimos anos, tornando o mercado mais seguro para os fornecedores. "As grandes cadeias de hipermercados, como Carrefour, Makro, Exito, da qual o grupo francês Casino é sócio, e Alkosto, já respondem por metade das vendas de aparelhos eletrônicos na Colômbia", diz Ferraz.

Michael Traub, presidente para a América Latina da BSH, já agendou uma visita à Colômbia. O país, acrescenta o executivo, é o terceiro maior mercado de linha branca (refrigeradores, fogões e lavadoras) da América Latina. O mercado colombiano, porém, não deve ser abastecido pelas fábricas brasileiras mas pela unidade da BSH do Peru. Por fazer parte do Pacto Andino, o Peru possui vantagens tarifárias que o Brasil não tem nas relações comerciais com a Colômbia.

O índice de confiança na Colômbia, afirma Ferraz, da Philips, registra um forte crescimento. Saltou de 6%, em 2004, para cerca de 20%. Pesquisa feita com empresários do país aponta que 58,7% deles manifestaram ter planos para novos projetos em investimentos produtivos.

Para 2006, as estimativas apontam para a manutenção das taxas de crescimento. As vendas da indústria cresceram a taxas superiores a 6% nos últimos dois anos, fazendo com que a utilização da capacidade instalada atingisse 79%. O volume de encomendas subiu de 80% para 86,1%, o maior já registrado, diz o informe da Andi (Associação da Indústria da Colômbia).

Alguns setores tiveram resultado especialmente bons, como o setor plástico, com uma alta de 10,3% em relação ao ano anterior, de vidros, que cresceu 19,2%, ferro e aço, com um aumento de 18,8% e veículos, cujas vendas aumentaram em 24,8%.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 25 maio 2006, Especial, p. A12.