

1.7 • Conjuntura internacional

Áreas de comércio livre e comércio intrablocos

Pedro Pinto

A GRANDE PARCERIA TRANSATLÂNTICA (TTIP) é a última grande aposta em matéria de acordos comerciais: juntar as duas maiores áreas económicas do planeta, criando uma massa transatlântica de livre comércio nos produtos industriais e agrícolas, com liberdade total em matéria de investimento.

A sedução que resulta dos enormes volumes envolvidos em termos de PIB, população, inovação e dinâmicas empresariais é ainda insuflada, de forma decisiva, com a possibilidade de responder a uma futura hegemonia da China, marcando tendências e modelos em termos globais.

No fundo, trata-se de criar as condições para o estabelecimento de um domínio ocidental no desenho das complexas regras a aplicar internacionalmente ao comércio, equilibrando uma tendência das últimas décadas, ainda mais inexorável neste século XXI, de transferência de gravidade do Atlântico para o Pacífico. E pressionando, assim, mais facilmente, o acelerar dos compromissos dentro da Organização Mundial do Comércio. Uma ambição que esbarra, contudo, num enorme emaranhado de regulações e normas que importa simplificar e tornar comuns. Mas cujo novo, a ser desfeito, pressionará de forma inapelável para que essas regras industriais e comerciais se assumam como referência incontornável, forjando claramente um padrão mundial vantajoso para as indústrias dos dois lados do Atlântico.

Para além disso, uma Zona de Comércio Livre entre as duas áreas amplifica as possibilidades de crescimento dos EUA e União Europeia: ganhos anuais entre 0,4% e 0,5% do PIB a partir de 2027, com a subida das exportações a poder chegar igualmente aos 2%, de acordo com as perspectivas mais comedidas.

Do ponto de vista dos números, as cifras colocam a Transatlantic Trade and Investment Partnership como a segunda maior Zona de Comércio Livre do Mundo – a maior em termos bilaterais – com mais de 800 milhões de consumidores, líder na transacção de bens e serviços, responsável por um terço do fluxo de mercadorias e metade das prestações de serviços realizadas em todo o mundo.

Mais dos que as barreiras, que até já são reduzidas, mais do que a agricultura – sempre sensível nestes acordos, ainda mais com a relutância europeia às práticas americanas – é a harmonização em face das biotecnologias, dos produtos geneticamente modificados e dos complexos produtos financeiros que maiores ameaças impõem à concretização do projecto.

O objectivo de ultrapassar os obstáculos e chegar a um acordo em Novembro deste ano parece arrojado, excessivamente ambicioso, até.

Um casamento perfeito

São fundamentalmente quatro as áreas em que o acordo pretende fazer a diferença:

- i) Tarifas – remoção de todas as barreiras para produtos industriais e produtos agrícolas, com um enquadramento especial para os produtos mais sensíveis.
- ii) Serviços – abrir e integrar o sector ao nível do que já foi alcançado no capítulo industrial e abrir novos mercados de interacção, como os transportes.
- iii) Investimento – aumentar os níveis de investimento e condições de liberalização já alcançados através de acordos existentes.

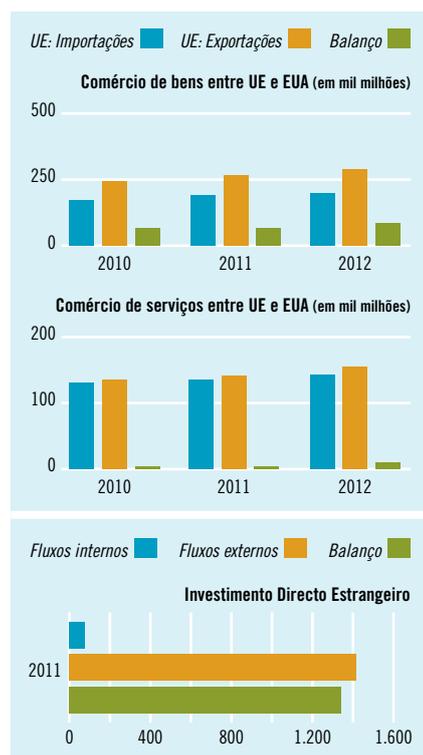
iv) Mercados públicos – o acordo visa assegurar a remoção de quaisquer entraves discriminatórios no acesso e concorrência a serviços tutelados pelas entidades estatais dos dois lados do Atlântico. A Parceria Transatlântica é muito mais do que um mero projecto de intenções, muitas vezes delinado ao sabor de pretensões políticas, rapidamente volatilizadas pelo passar do tempo e a pressão das opiniões públicas ou o eclodir de novos interesses estratégicos.

Neste caso, os números e a realidade como que impulsionam essa aliança, tão esmagadores se assumem quando comparados com os restantes espaços mundiais: o investimento europeu na economia norte-americana é oito vezes aquele que é feito na Índia ou na China; o investimento norte-americano na Europa é o triplo do que é canalizado para a Ásia.

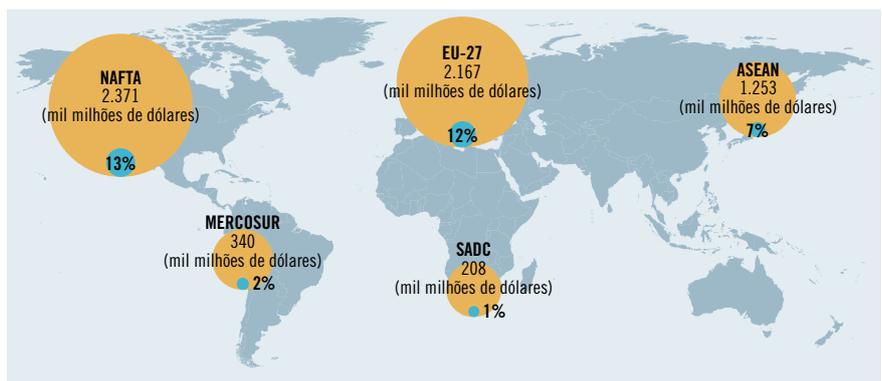
“ [...] as cifras colocam a *Transatlantic Trade and Investment Partnership* como a segunda maior Zona de Comércio Livre do Mundo – a maior em termos bilaterais [...] ”

Os dois actores são, além de tudo mais, os grandes pilares do comércio mundial: juntas, as duas economias representam praticamente metade do PIB mundial e assumem um terço de todos os fluxos de comércio. Em matéria de investimento, alternam como principal parceiro comercial e de investimento com todas as restantes economias do mundo.

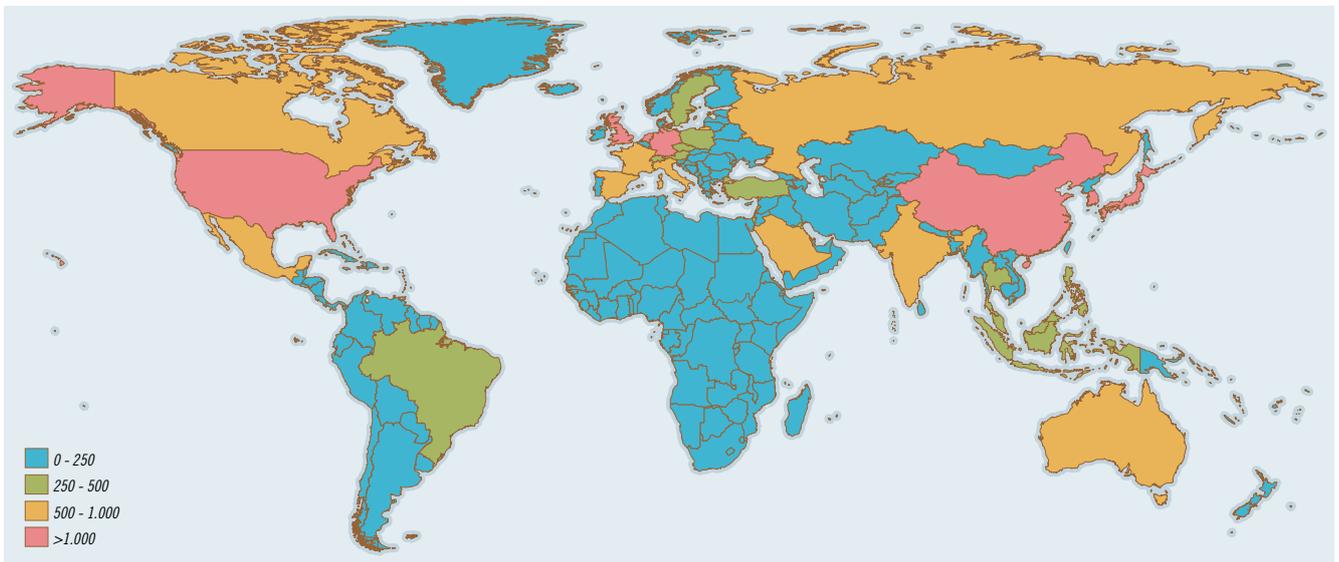
Se, do ponto de vista das mercadorias, os últimos anos têm demonstrado uma maior dinâmica da União Europeia, com uma balança crescentemente favorável para o lado europeu, a supremacia man-



Comércio e serviços UE-EUA. Fonte: Comissão Europeia.



O top cinco de exportadores de mercadorias representa 36% das exportações mundiais, quase a mesma quota que os maiores Acordos Regionais de Comércio. Fonte: WTO, 2012.



Economias pelo volume do comércio de mercadorias, 2012 (em mil milhões de dólares americanos). Fonte: WTO, 2012.

tém-se nos serviços e investimento, mas com menor relevância (ver “Comércio e serviços UE-EUA”).

Volumes de comércio e principais integrações

À margem deste ambicioso plano – numa impressão digital muito própria do Ocidente – os ventos oriundos da Ásia continuam a soprar de feição para o comércio mundial: as trocas encetadas pelos países da ASEAN representaram 7% de todo o volume global, aproximando-se da NAFTA e da União Europeia, as maiores integrações económicas no que respeita à dimensão comercial.

Um valor ainda mais representativo, se olharmos para a distância que separa a ASEAN do Mercosul, na América Latina, e da SADC, em África, responsáveis por apenas 2% e 1% de todas as trocas.

Por outro lado, a China assume-se individualmente como o maior exportador mundial, respondendo por 11,4% de todas as exportações, superando nessa corrida Estados Unidos, Alemanha, Japão e Holanda. Um *top* cinco que ajuda a sublinhar a ascensão da Ásia, com uma crescente aproximação ao continente europeu na exportação de produtos manufacturados – mais de 4,4 triliões de dólares – bem como em produtos petrolíferos e minérios.

Cifras que colocam a zona asiática como a mais dinâmica do globo, com um aumento de 3% de

exportações em 2012, em contraste com uma regressão de 2% por parte da Europa, afectada pela estagnação na zona euro. Como corolário, a Ásia passou a deter 38% de todo o mercado de exportação de mercadorias, ligeiramente atrás dos 41% registados pela Europa, ainda na liderança. Já o continente africano e o Médio Oriente aumentaram as suas exportações de produtos minerais e petróleo em 9% e 6%, respectivamente.

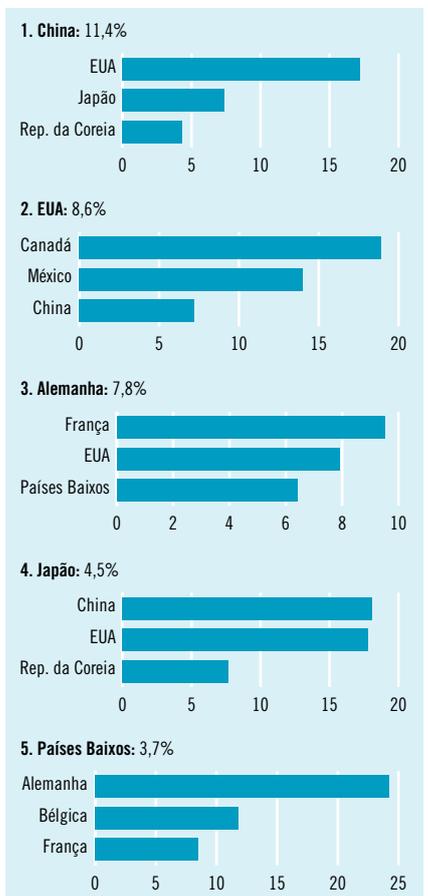
O *top* dez dos países que mais trocas empreendem representa cerca de metade de todo o comércio mundial – 51% – sendo que cabe às economias desenvolvidas o grosso de todo esse tráfego: 42% de tudo o que é exportado tem a sua origem na produção desenvolvida pelas nações mais ricas do globo.

Uma tendência que se estende ao sector dos serviços, cuja evolução foi decrescente em 2012, caindo 4% face ao ano anterior. Índia, União Europeia, Coreia do Sul e Estados Unidos foram os países mais afectados, ao invés do que aconteceu com o Japão, a economia que mais conseguiu variar positivamente a exportação de serviços.

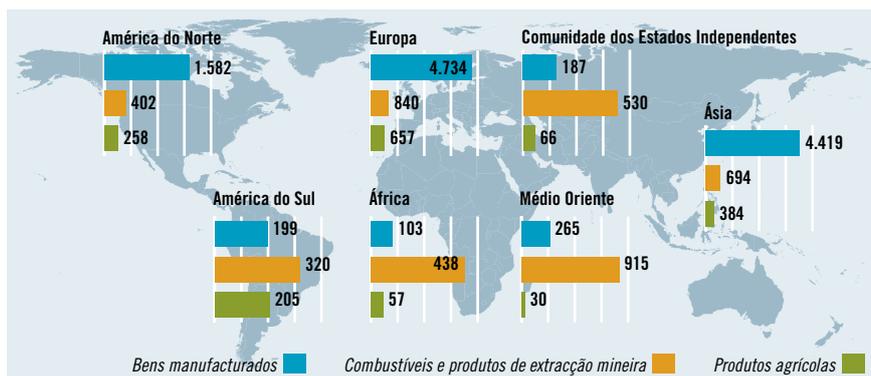
Apesar do enorme fosso entre mais desenvolvidos e menos avançados – sobretudo quando se olha para o Mundo como um enorme espaço comercial – o crescimento das exportações dos países menos intervenientes nesta massiva globalização ficou-se apenas por 1%, em 2012, valor que

contrasta com a exuberância dos BRIC. Na realidade, Brasil, Rússia, Índia e China apresentaram uma trajectória ainda mais forte que a União Europeia ou a NAFTA, a rondar os 4,5%.

Por fim importa relevar os Estados Unidos como maiores exportadores mundiais, apesar de um défice comercial de quase 5% do PIB. Um sinal de sentido contrário expresso tanto pela China, cada vez mais próxima nesta corrida a dois, como pela Alemanha que, como terceiro maior exportador global, pode gabar-se de um superavit comercial sem precedentes. ■



Top 5 de exportadores de mercadorias (quota percentual no comércio mundial e principais parceiros comerciais). Fonte: WTO, 2012.



O aumento da exportação de produto manufacturados na Ásia ascendeu aos 4,4 triliões em 2012 (em mil milhões de dólares americanos). Fonte: WTO, 2012.