

FHC quer ampliar comércio com o Panamá

Paulo Paiva
de Brasília

O presidente Fernando Henrique Cardoso tem viagem marcada para o Panamá nos dias 6 e 7 de março próximo, numa visita com sentido político, econômico e comercial. O Panamá, segundo fonte diplomática, é considerado país importante no programa de promoção comercial do governo brasileiro, por ser grande centro financeiro internacional e entroncamento marítimo e aéreo estratégico, inclusive com o Caribe, além de ser um desenvolvido centro distribuidor de mercadorias.

O Brasil está de olho nas possibilidades de negócios que podem surgir a partir dali, tanto que no final do ano passado inaugurou um Setor

de Promoção Comercial (Secom) junto à embaixada brasileira na Cidade do Panamá — o primeiro dos 52 existentes a ter cobertura regional, abrangendo outros cinco países da região: Costa Rica, Nicarágua, El Salvador, Guatemala e Honduras.

Com a viagem, o presidente Fernando Henrique Cardoso vai retribuir a visita feita pela presidenta Mireya Moscoso ao Brasil, em agosto do ano passado.

O presidente brasileiro vai participar da cerimônia de explosão que inaugura oficialmente as obras de ampliação do Canal do Panamá. Também está prevista a visita à Expocomer 2002 (de 6 a 10 de março, com participação de 480 empresas de vários países), da qual tomarão

parte empresas brasileiras, diz a fonte diplomática.

Há vários motivos para a América Central estar nos planos de aproximação econômica e comercial traçados pelo Itamaraty, um deles é o crescimento do comércio, que só nos nove primeiros meses de 2001 cresceu significativos 47%. No ano anterior, o comércio com a região foi da ordem de US\$ 560 milhões, com superávit para o Brasil.

O mercado da região tem cada vez mais atraído empresas brasileiras: em novembro passado, foi ao Panamá uma missão comercial integrada por 45 empresários e pelo Itamaraty. O roteiro dessa viagem incluía Nicarágua e El Salvador. Uma outra missão já havia sido enviada

no primeiro semestre do ano passado ao Panamá e ainda Costa Rica e Guatemala.

Conforme a análise da fonte diplomática, o Panamá tem importância especial devido aos grandes interesses existentes que justificam uma aproximação maior. As construtoras **Andrade Gutierrez** e **Norberto Odebrecht**, por exemplo, integraram um consórcio para participar das obras da segunda ponte sobre o Canal do Panamá.

A presidenta panamenha, Mireya Moscoso, em sua visita ao Brasil, havia citado como atrativos às empresas brasileiras inúmeras obras de modernização da infra-estrutura panamenha, entre elas a ampliação do Canal do Panamá.

Na América Central, os interesses do exportador brasileiro envolvem bens e serviços como veículos automotores (inclusive ônibus e autopeças), máquinas e equipamentos, construção de casas, engenharia civil, alimentos em geral, calçados, produtos têxteis e confecções, equipamentos médico-odonto-hospitalares, produtos químicos e farmacêuticos, produtos eletroeletrônicos, utensílios domésticos, cerâmicas, pedras ornamentais e móveis, segundo a fonte.

As empresas brasileiras atuam em todo o mercado centro-americano a partir de seus escritórios no Panamá. E, as relações comerciais bilaterais com a região são superavitárias ao Brasil, ressaltou a fonte.