

'Hot spots', a nova coqueluche dos EUA

Para quem está, a esta altura, lembrando a penúria do Tesouro brasileiro, um aviso: a nova coqueluche americana é a idéia dos **hot spots**. Em países grandes, estados e até cidades engalfinham-se pela atração aos investidores, usando para isto créditos fiscais e muitos outros incentivos menos convencionais.

A BMW, por exemplo, instalou na Carolina do Sul sua primeira fábrica fora da Alemanha. E não foi para lá por acaso, lembra o jornal "Financial Times", num especial sobre o assunto que publicou recentemente.

O Governo da Carolina do Sul ofereceu à empresa um pacote atrativo que incluía, além de custos mais baixos da terra, trabalho e moradia, o financiamento do treinamento prévio dos operários. Robert Ady, presidente da empresa de consultoria que durante três anos procurou o melhor local para a BMW se instalar, afirmou que este fator foi decisivo.

Dentro desse novo conceito de que governos estaduais e municipais se unem para oferecer vantagens para as empresas, estão se formando novos centros industriais: Sandoz, Glaxo e Shugai instalaram-se num pólo de biotecnologia de San Diego; Toshiba está num centro de cerâmica de alta tecnologia (inclusive micro-eletrônico) perto de Cornell; Fujitsu, Alcatel e Ericsson instalaram-se no corredor de telecomunicações num subúrbio de Dallas, no Texas. A Flórida optou por montar um "Caminho do Laser", atraindo 35 companhias.