Comércio *Metropolitano*

o retorno das cidades às suas raízes na economia global

Alan Berube e Joseph Parilla

RESUMO EXECUTIVO

A teoria econômica, a história mundial e a experiência contemporânea mostram que as regiões metropolitanas (ou seja, economias das cidades/regiões) e o comércio são indissociáveis. O comércio é essencial às regiões metropolitanas, é através dele que elas alcançam o crescimento econômico. E as regiões metropolitanas, por sua vez, também são essenciais ao comércio. Elas oferecem especialização e acesso ao mercado que facilita o intercâmbio entre produtores e consumidores. Esse relatório examina como a intersecção entre as regiões metropolitanas e o comércio está motivando uma nova - e ao mesmo tempo antiga - abordagem ao crescimento econômico, em um período de aumento do intercâmbio internacional e urbanização relativamente rápida.

- **As cidades - e não as nações - eram os verdadeiros pontos comerciais globais.** Desde as primeiras civilizações urbanas na Mesopotâmia à Rota da Seda, ligando cidades do Mediterrâneo à China Central; na era das Cruzadas nas cidades/repúblicas da moderna Itália e na rede medieval das cidades comerciais marítimas, que formavam a Liga Hanseática do norte da Europa; as cidades eram sempre as protagonistas do comércio global antes do surgimento da estado-nação. Elas aprimoraram o comércio fornecendo espaço físico, interação constante e especialização econômica necessárias para facilitar o intercâmbio entre agentes anteriormente isolados.

- **Dois séculos de teoria econômica revelaram como as regiões metropolitanas facilitam o comércio e elas próprias são resultados do comércio.** Adam Smith observou que grandes mercados dão origem *à divisão de trabalho* da qual a especialização e o comércio dependem. Isso, eventualmente, leva à teoria da *vantagem comparativa de* Ricardo e ao modelo de dotações de fatores de Heckscher-Olhin, que ajudou a explicar os padrões de comércio entre cidades e nações. Marshall, por sua vez, explicou como as regiões metropolitanas apresentam *economias de aglomeração* que melhoram sua produtividade e a capacidade para o comércio. E Krugman observou que em um mundo de capital e mão de obra móveis, as regiões metropolitanas permanecem pontos críticos para o comércio porque suas empresas de exportação podem se beneficiar das economias de escala e do acesso aos grandes mercados locais.

- **As regiões metropolitanas dependem do comércio para sua própria prosperidade.** Os produtos e serviços produzidos pelas empresas de uma região metropolitana que são consumidos em outros lugares, através da exportação, injetam receita de fora da região na economia local. Por sua vez, essa receita suporta a compra de produtos e serviços locais, criando um "efeito multiplicador"

que aumenta a renda e o emprego regional. Além disso, a exportação, especialmente para mercados internacionais, tem custos fixos elevados e exige alta produtividade da empresa. Como resultado, as economias exportadoras metropolitanas são em geral mais produtivas e mais ricas.

- **O comércio está se tornando cada vez mais importante para as economias globais e nacionais, em parte, devido ao crescimento das regiões metropolitanas.** O avanço rápido da tecnologia, o crescimento de corporações multinacionais e o aumento concomitante da América Latina e da Ásia têm ajudado a triplicar a participação do comércio da produção mundial, desde 1950. As regiões metropolitanas, por sua vez, aumentaram sua participação na população mundial de apenas 30%, em 1950, até 50%, atualmente. A urbanização melhora a produtividade e o potencial de exportação dos países, promovendo empregos e aumentando a renda das populações, que podem finalmente ser traduzidos em demanda por bens importados e serviços de alto valor. Em 2012, as 300 maiores economias metropolitanas do mundo abrangem aproximadamente 19% da população global, mas são responsáveis por 48% do PIB mundial.

- **O comércio define o caráter econômico mundial da economia metropolitana.** Nem todas as cidades são "cidades globais" da forma como os pesquisadores definiram o termo, mas todas as cidades foram tocadas pelo processo de globalização em virtude de suas especializações distintas e das posições nas cadeias complexas de suprimento mundiais. Não apenas Nova York, Londres e Tóquio, mas também São Paulo, Buenos Aires e Seul lideram a produção de serviços avançados. Madri, Hong Kong e Dubai são centros de mídia e informação. Nagoya, Hannover e Milwaukee são pólos de produção significativos globalmente. E, por sua vez, as regiões metropolitanas americanas, tais como Wichita, Greenville e Portland, estão entre as economias da nação mais orientadas para o comércio, em virtude dos seus pólos industriais de categoria internacional.

- **As regiões metropolitanas são peças-chave para o aumento do comércio nacional e global.** Além das atividades de definição da plataforma nacional, como acordos de comércio, política monetária e investimento em pesquisa e desenvolvimento, visão de futuro dos líderes metropolitanos, em alguns casos junto com parceiros estaduais e nacionais,cada vez mais estão sendo adotadas estratégias para melhorar a posição comercial mundial. Em um nível, elas estão *investindo nos principais ativos que orientam o comércio:* construindo ecossistemas inovadores em Shenzhen, melhorando o capital humano para o setor aeroespacial em Wichita, usando terras herdadas e infraestrutura para construir um porto fluvial de categoria internacional em San Antonio. Em outro nível, elas estão se *organizando para o comércio*: realizando uma avaliação detalhada do mercado a fim de informar novas estratégias de exportação em Portland, coordenação regional e governos de alto nível para orientar investimentos internos no Rio e suportar financeiramente as ambições de comércio global de pequenas e médias empresas em Hong Kong e Cingapura. Finalmente, elas estão impulsionando o comércio através da *criação de relacionamentos estruturados com parceiros comerciais,* incluindo o cultivo sustentável e relacionamentos voltados para o mercado com Pequim e Xangai na área da baía de San Francisco.

A Global Cities Initiative está destacando três oportunidades principais para as regiões metropolitanas: reconhecer e reforçar sua capacidade para o comércio e intercâmbio global, compreender seu ponto inicial através de pesquisa e análise, aprender e aplicar práticas inovadoras das cidades ao redor do mundo e criar ativamente redes de relacionamentos com líderes de cidades mundiais para identificar as novas oportunidades de comércio e as barreiras que o investimento ou a reforma podem ajudar a combater. As regiões metropolitanas são pólos de uma economia global crescentemente interconectada, seus centros de comércio mundial e, assim, suas fontes essenciais de crescimento e prosperidade compartilhada. ■