

Tendências e desafios da área de Comércio

Michel Abdo Alaby *



A participação do Brasil no comércio mundial não chega a 1% e está estagnada praticamente desde os anos 80. Como parte do PIB (Produto Interno Bruto), o comércio exterior brasileiro segue mais ou menos no mesmo nível em que estava no início dos anos 90, representando somente 8,9%.

A política de fomento às exportações, infelizmente, não foi centrada na formação cultural das empresas em atingir o mercado externo como extensão do mercado interno. Desde o início dos anos 70, a exportação era alternativa à recessão interna, isto quer dizer, só exportamos excedentes de produção.

Nossa vulnerabilidade externa é preocupante, pois necessitamos de entradas de US\$ 40 a US\$ 50 bilhões todo ano. Enquanto isso, nossas exportações atingiram em 2002 a cifra de US\$ 60,4 bilhões.

Nossa dependência de exportações para EUA e União Européia atinge mais de 50% da pauta brasileira e esses países praticam políticas protecionistas e de subsídios à produção e a exportação agrícola. Segundo estimativas da Organização de Cooperação de Desenvolvimento Econômico (OCDE), os subsídios em 2003 são de US\$ 300 bilhões.

Como desafios, devemos buscar consolidar o Mercosul, formatar acordos comerciais com a Comunidade Andina, África do Sul, China, Índia e Rússia, e superar a cultura de acomodação diante da ação externa agressiva, como a realizada pela Europa e os EUA que, em qualquer reunião política, tentam nos vender "produtos e serviços". Como exemplo desta assertiva, em recente viagem ao Brasil, o Comissário de Assuntos Comerciais da União Européia participou de diversas reuniões com o setor público e empresarial para discutir subsídios e protecionismo europeu, mas seu principal objetivo era garantir que o Brasil adote o padrão digital de TV da Europa, assim como vender a tecnologia da banda "C" na telefonia celular. Devemos transformar a passividade nacional em atuação de política estratégica.

É imprescindível instituir um eficiente sistema de captação e disseminação de informações para negócios internacionais no tocante a legislação, investimentos, tecnologia e comércio. É necessário também desenvolver ações de promoção comercial pró-ativa e "brigar" pela redução para 0% do imposto de renda na fonte, que atualmente varia de 15% a 25% para remessas de gastos de promoção comercial no exterior.

Precisamos usar uma política mais vigorosa de combate ao protecionismo de vários países em relação a itens com os quais temos condições de competir, via ação mais vigorosa de denúncias na Organização Mundial do Comércio.

Um dos grandes problemas do comércio exterior é a multiplicidade de órgãos governamentais atuantes. Haverá necessidade de buscar um órgão de centralização das políticas e execução da atividade governamental decisória.

A Câmara de Comércio Exterior, originariamente vinculada à Presidência da República, deveria executar esse papel centralizador e de disciplina de conduta para se evitar dispersão de gastos, esforços e mal-entendidos. Será fundamental que os agentes econômicos operadores saibam de forma objetiva como funciona o



sistema de decisão do Governo e conheçam os mecanismos institucionais e os interlocutores com capacidade de decisão.

Para se construir uma verdadeira política de comércio exterior e usar as vendas externas como mola propulsora de desenvolvimento econômico, será necessário refletir sobre os pontos citados, caso contrário, manteremos o Brasil como fornecedor alternativo e não constante do mercado mundial.

* Michel Abdo Alaby – Consultor em Comércio Exterior da QualiLog Consulting. Economista, administrador e contador, é consultor da Organização das Nações Unidas (ONU) e Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Vice-presidente da Associação dos Executivos de Comércio Exterior (Adebe), presidente da Associação de Empresas Brasileiras para a Integração de Mercados (Adebim), membro do Conselho Técnico da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) e do Comitê Setorial de Comércio Exterior da Câmara de Comércio Árabe-Brasileira.

e-mail : diretoria@qualilog.com – Tels. + 55 (11) 3772-3194 / + 55 (11) 3815-6840