PRODUZIR

COMO DRIBLAR A INEPTA DIPLOMACIA COMERCIAL BRASILEIRA

GUSTAVO DINIZ JUNQUEIRA
Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)

O SETOR produtivo alertou, mas o governo brasileiro foi surpreendido pelo anúncio do mega-acordo comercial da Parceria Transpacífica, o maior tratado regional da história. O mundo não está parado, ao contrário do que acreditam a diplomacia brasileira e o governo federal, que não parecem entender a dinâmica do século XXI e ainda ignoram o conceito de que os governos devem funcionar como plataformas para a solução dos problemas de seus cidadãos.

O tratado, assinado por doze países – entre eles, Japão, Estados Unidos, Austrália e Canadá –, prevê a harmonização de regras comerciais e outros procedimentos em áreas como meio ambiente e trabalho. O acordo representará 40% da economia mundial, abrangendo mais de 800 milhões de pessoas. O novo bloco estabelecerá altos padrões de atuação e comportamento, o que irá trazer grandes transformações para a dinâmica comercial entre o Brasil, os países deste bloco e outros mercados.

As exportações do agro brasileiro sofrerão o impacto mesmo antes da conclusão do tratado. Na agropecuária, o acordo desviará o fluxo das exportações brasileiras para a Ásia, em favor de alguns de nossos maiores concorrentes, como os EUA, a Austrália e a Nova Zelândia, especialmente nos setores de grãos, carnes e lácteos.

Os países do acordo acirrarão a disputa pela China, mercado com o qual o Brasil não conseguiu estabelecer uma relação comercial além da venda das *commodities* minerais e agrícolas. Além disso, não devemos esquecer que os chineses estão, também, negociando acordos dos quais não participamos.

O Brasil, que tem interesse em todos os mercados, sobretudo os mais sofisticados, deveria sair da letargia e buscar, com audácia e humildade, uma solução para se inserir nesses acordos, independentemente de sua posição geográfica. Não podemos aceitar o aprofundamento de nosso isolamento, ainda que tenhamos resistência interna de alguns setores.

A ausência de uma diplomacia comercial eficiente e voltada para resultados aumenta o desafio e a responsabilidade do setor privado em abrir mercados e costurar acordos por conta própria. Multinacionais brasileiras, como a JBS, a BRF e a AB InBev, vêm fazendo isso, o que demonstra ser mais inteligente criar estratégias para conquistar o consumidor do que confiar no Governo.

Precisamos antecipar tendências e preferências de consumo e dar mais força aos atributos saúde e sustentabilidade como fatores de escolha. Atributos nutricionais, garantia de origem e relação amigável com o meio ambiente serão essenciais para conquistarmos mercados.

Nesse contexto, o setor produtivo brasileiro precisa exigir a participação ativa nos fóruns de negociação. A diplomacia brasileira também deve despertar para a sua função, de modernizar e integrar o Brasil ao mundo desenvolvido. Não podemos continuar reféns de pensamentos retrógrados e protecionistas daqueles que não abrem mão de reservas de mercado e regalias.

É imprescindível transformar nossas vantagens naturais e comparativas no agronegócio em vantagens competitivas para atrairmos novos investimentos e reestruturarmos nossos setores industriais e de serviços. Só uma economia com foco em resultado nos abrirá espaço para conquistarmos um lugar de respeito na nova dinâmica comercial que começa a ser forjada no início deste século. ■

