



ENTREVISTA

Roberto Giannetti da Fonseca

E

mbora as exportações do Brasil estejam em alta, alguns fatores críticos presentes no ambiente econômico e institucional do país podem ser obstáculos sérios à nossa competitividade. Nesta entrevista, o diretor do Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior da Fiesp, Roberto Giannetti da Fonseca, faz um balanço da situação atual do país no mercado internacional e identifica os dilemas que governo e empresas devem enfrentar em defesa do crescimento.

por Françoise Terzian Jornalista

Como o senhor avalia a posição do Brasil no mercado internacional? Nossas empresas são competitivas?

R: As empresas brasileiras, em geral, são bastante compe-

titivas na fase produtiva. Elas têm produtos de alta qualidade, capazes de conquistar consumidores em qualquer país do mundo. Mas, nos últimos tempos, alguns fatores estão diminuindo nossa competitividade

lá fora. O primeiro é o câmbio valorizado. Com o real forte há quase um ano, centenas de empresas já deixaram de exportar, pois a perda na margem de lucro é tamanha que acaba pensando mais investir no mercado

interno. Além disso, no Brasil as indústrias não têm grandes incentivos para exportar: os impostos são elevados e a infra-estrutura de transporte é precária. Veja o caso da Lei Kandir, que obriga a devolução dos créditos de ICMS aos exportadores. Embora seja uma obrigação federal, a União vem empurrando a responsabilidade para os estados. Quem acaba pagando a conta é o empresário. Ou arca com o prejuízo ou é obrigado a “exportar” impostos, elevando o custo de seu produto. Com mercadorias caras, fica muito difícil competir com os preços reduzidos dos chineses e outros asiáticos.

Quais são os principais pontos de atenção em nossa política de negócios internacionais?

R: Qualquer exportador só conquista mercados e se consolida como fornecedor para determinado país caso ofereça sempre produtos com a mesma qualidade, entregues pontualmente e sem grandes variações de preço. Também é importante estar sempre atento às inovações relacionadas à mercadoria exportada, para que o concorrente não o surpreenda e “roube” seu comprador. De maneira geral, os empresários brasileiros conseguem atender a essas exigências. Mas, muitas vezes, são surpreendidos por fatores exógenos. Além do câmbio pouco competitivo, há hoje a concorrência com os produtos da China. As mercadorias chinesas têm preços

Com o real forte há quase um ano, centenas de empresas já deixaram de exportar, pois a perda na margem de lucro é tamanha que acaba compensando mais investir no mercado interno.

muito baixos, mas todos sabem que isso é fruto de uma política de subsídios dados pela República Popular da China e também de uma moeda que há anos está artificialmente desvalorizada. Também não dá para esquecer o desrespeito das empresas chinesas às leis trabalhistas: pagam pouquíssimo aos funcionários, que trabalham mais de 14 horas por dia, seis vezes por semana.

Quais são as experiências mais bem-sucedidas de empresas brasileiras no seleto grupo de empresas com competitividade internacional?

R: O caso que mais chama a atenção é o da Embraer, que hoje está entre os quatro maiores fabricantes de aviões do mundo. A empresa chegou a esse patamar porque sempre apresentou aeronaves de qualidade, ocupando no mercado um espaço que só tinha a concorrência da canadense Bombardier. Também não dá para esquecer a Alpargatas, das sandálias Havaianas. Com uma excelente estratégia de marketing, os chinelos são hoje fenômeno de vendas no exterior. Voltou a fazer

sucesso no Brasil depois que estouraram as exportações. No setor de bebidas, destaco a Companhia Müller de Bebidas, com a Cachaça 51; no de alimentos, cito a Sadia, exportadora de frango, e os produtores de carne, açúcar e café. A Native, por exemplo, é a maior produtora e exportadora de açúcar orgânico do mundo. A Marcopolo, no setor de carrocerias de ônibus, é outro exemplo notável de competitividade da indústria brasileira.

Quais as principais ações da Fiesp no sentido de patrocinar a inserção de nossas empresas no comércio internacional?

R: A Fiesp tem atuado em duas vertentes. Uma diz respeito ao papel do próprio empresário; a outra, à ação do governo. Além de prestarmos assessoria técnica em comércio exterior para todas as empresas associadas, e de termos criado o serviço de certificado de origem *on-line* – emitido em poucas horas –, promovemos dezenas de rodadas de negócios por mês com compradores estrangeiros integrantes de missões comerciais estrangeiras



em visita ao Brasil. Algumas vezes esses encontros são setoriais; outras vezes englobam diversos segmentos da produção nacional. Nessas rodadas, os empresários sentam-se à mesa para negociar com importantes empresários estrangeiros, sem ter que viajar para fora do país, e, portanto, a um custo baixíssimo. Mas também atuamos na promoção de missões empresariais internacionais, seja levando nossas empresas para o exterior, ou mesmo acompanhando missões oficiais do governo brasileiro em visitas a outros países. Em março, recebemos uma missão italiana de mais de 300 empresas, e foram feitos mais de mil encontros de negócios. Em outubro próximo, será nossa vez de levarmos os empresários brasileiros para a Itália.

Vocês atuam diretamente com o governo?

R: Como os entraves ao exportador ainda são muitos, a Fiesp também atua junto ao governo, propondo medidas que facilitem as transações. Nossos pleitos vão desde a desoneração tributária à produção exportável até a reforma da legislação cambial – algo que conseguimos

conquistar recentemente, com o anúncio feito pelo ministro Guido Mantega, em 26 de julho. Outro pleito da Fiesp também atendido pelo governo federal foi a regulamentação das salvaguardas contra a China. Esse era um direito legítimo do exportador brasileiro, mas que o governo relutava em aplicar por convicções ideológicas ou receio infundado de retaliações. A entidade também atua junto ao governo federal nas negociações comerciais multilaterais (como as da OMC), ou com outros países e blocos econômicos. Realizamos aprofundados estudos que nos permitem auxiliar o governo ou impedi-lo de fazer um acordo que possa vir a trazer prejuízos para o Brasil. Fazemos pressão, mas sabemos que muitas vezes não somos suficientemente ouvidos, e medidas inconseqüentes acabam sendo tomadas. Foi o caso da assinatura do Mecanismo de Adaptação Competitiva (MAC) com a Argentina.

A política do governo brasileiro tem ajudado nesse processo?

R: O atual governo conseguiu apresentar bons resultados

na atividade de comércio exterior brasileiro em grande parte porque nos últimos três, quatro anos vimos experimentando um período de forte expansão da economia internacional. Os países nunca compraram tanto. E, nesse sentido, é inegável o importante papel da China, que compra mais e mais a cada dia. É verdade que o governo brasileiro realizou inúmeras ações de promoção comercial, mas elas foram, de certa forma, desarticuladas das reais necessidades dos empresários. O enfoque do presidente Lula foi, em geral, com países de baixo poder aquisitivo, como os da África ou da América Latina. É claro que esses mercados também são interessantes, mas eles atendem às necessidades de poucas empresas e não compram em grande escala. O ideal teria sido focar nos maiores blocos consumidores mundiais – os Estados Unidos e a União Européia, conjuntamente responsáveis por cerca de quase 2/3 da economia mundial. Na verdade, o que aconteceu é que o presidente Lula confundiu política comercial com ideologia. E afinidade ideológica nunca foi motivo suficiente para ninguém vender ou comprar mais.

Qual a opinião do senhor sobre os blocos regionais?

R: Cada vez mais, o mundo está se dividindo em blocos de integração regional. Esse é o caminho natural. Há muitos benefícios potenciais nesse modelo. Com a eliminação de impostos, por exemplo,

O atual governo conseguiu apresentar bons resultados na atividade de comércio exterior brasileiro em grande parte porque nos últimos três, quatro anos vimos experimentando um período de forte expansão da economia internacional.

as economias desses países ganham competitividade nas exportações intrabloco e podem ter importantes ganhos de escala. Negocia-se em conjunto com outros blocos ou países, e muitas vezes isso pode significar maior poder de barganha. Em blocos, os países também assumem a responsabilidade de cooperação recíproca, como foi o caso da União Européia. Maior exemplo de sucesso desse modelo, hoje seus 25 países membros já utilizam, desde 2000, o euro como moeda única. Mas mesmo nesse caso é impossível dizer que não há divergências internas. Em muitas ocasiões afloram entre os países graves conflitos de interesses, e suas respectivas soberanias nacionais são postas à prova diante do interesse coletivo. Apesar dos benefícios que o bloco trouxe à região, o “não” à Constituição Européia pode ser visto como um exemplo de que existe uma boa parcela da população contrariado com a condução do bloco. Mas não acho que o futuro da União Européia esteja comprometido ou em risco. É na atualidade um exemplo notável de integração política e econômica.

Como o Brasil está lidando com blocos como Alca e União Européia? Quais as perspectivas futuras?

R: Nesses quatro anos, o governo deu pouca atenção para os Estados Unidos – o maior consumidor mundial – ou para a Europa. As negociações para a criação do acordo de livre-comércio entre

Irão se manter no páreo os países mais competitivos. E esse não deve ser o caso do Brasil, simplesmente porque hoje em dia estamos com o câmbio extremamente sobrevalorizado e a infra-estrutura interna inadequada e incompatível com um forte crescimento econômico.

Mercosul e União Européia, por exemplo, estão paradas principalmente porque o Brasil, maior membro do Mercosul, não se empenhou para dar continuidade e concluir o acordo. O mesmo, ou pior, aconteceu com a Alca, Área de Livre-Comércio das Américas, que começou a ser negociada em 1994 e até hoje não saiu do papel. O caráter ideológico das negociações é tamanho que já virou clichê entre os discursos mais radicais. Mas é bom lembrar que esses dois mercados, EUA e UE, juntos somam quase 50% de nossas exportações. Se tivermos acordos que permitam aos nossos produtos entrar com tarifas mais baixas ou zero nos mercados norte-americano e europeu, poderemos dar um salto em nossas exportações. Não estou dizendo que esses acordos podem ser fechados hoje, da forma como foram discutidos pela última vez. Ainda temos muitos pedidos a negar e a aceitar. Outras tantas exigências devem ser conquistadas. Mas isso só poderá ser feito se as negociações forem retomadas. Nos últimos anos, o governo brasileiro disse que não negociaria os acordos entre União Européia e Mercosul e aqueles para

a criação da Alca enquanto não fosse finalizada a Rodada Doha da OMC. Agora, com a pausa por tempo indeterminado nas negociações multilaterais, não há mais desculpa. O próximo presidente da República precisa resgatar o tal papel de líder regional de que tanto se falou e finalmente trazer essas negociações de volta para a agenda.

Nos últimos meses, a mídia vem popularizando o fato de nossas vendas externas estarem em bom caminho. Há motivo para otimismo?

R: Realmente as exportações brasileiras cresceram muito nos últimos anos. Mas isso não aconteceu só com o Brasil. O mundo inteiro passou a vender mais para fora. Isso porque a demanda aumentou consideravelmente. Uma das razões para esse fato foi o crescimento avassalador da China. Nos últimos 15 anos, a economia chinesa cresceu a uma média anual de 10%, mas esse fenômeno da economia chinesa só foi percebido mais recentemente. Aquele gigantesco mercado acabou



É verdade que o governo brasileiro realizou inúmeras ações de promoção comercial, mas elas foram, de certa forma, desarticuladas com as reais necessidades dos empresários. O enfoque do presidente Lula foi, em geral, com países de baixo poder aquisitivo, como os da África ou da América Latina.

impulsionando as exportações de outros, que, por venderem mais, geraram mais empregos e também registraram crescimento. Podemos dizer que o Brasil se aproveitou desse *boom* global, mas de forma muito tímida. Digo isso porque, embora tenhamos conseguido elevar nossas exportações, continuamos ainda com apenas 1,2 % do *market share* mundial. Ou seja, outros países também passaram a exportar mais – e bem mais do que a gente. Além disso, enquanto a maioria das nações emergentes conseguiu nos últimos anos uma taxa de crescimento econômico acima de 6% ou 7% ao ano, o Brasil experimentou uma taxa média medíocre, na casa dos 3% ou 4%. Para os próximos anos, há a previsão de que a economia mundial irá desacelerar; portanto, deve diminuir o ritmo das exportações de todos os países. Irão se manter no páreo os países mais competitivos. E esse não deve ser o caso do Brasil, simplesmente porque hoje em dia estamos com o câmbio extremamente sobrevalorizado e a infra-estrutura interna inadequada e incompatível com um forte crescimento econômico.

Então há riscos reais de se deixar levar pelo bom momento e esquecer cuidados que podem, mais para a frente, comprometer a imagem e o desempenho do Brasil exportador?

R: Esse risco existe e é iminente. Aliás, o atual governo fez isso. Os prejuízos talvez só apareçam no próximo ano. Se não houver reeleição, é provável inclusive que se diga que a culpa é do novo presidente, mas é óbvio que será uma grande falácia. Isso porque o governo já deveria ter tomado providências para conter a supervalorização do real, se é que tinha mesmo interesse em manter as exportações. E deveria ter, pois a cada US\$ 1 bilhão exportado, cerca de 60 mil novos empregos diretos são gerados no país. O governo federal também deveria ter honrado o compromisso constitucional de garantir a compensação ou a restituição dos créditos de ICMS aos exportadores. Este ano, o poder executivo se eximiu da responsabilidade de dedicar verba para isso no orçamento de 2006. Ofereceu “zero” para que qualquer oferta que o Legislativo fizesse fosse considerada boa. Pura manobra. O

que acabou sendo aprovado com certeza ainda será insuficiente para cobrir todo o montante necessário neste exercício.

O senhor acredita que o Brasil tem chance de se tornar uma base de *offshore* de serviços à distância – no caso de tecnologia da informação (TI) – e competir com a Índia?

R: Acredito que o Brasil tem um enorme potencial no setor de TI, como fornecedor de *softwares* e de *outsourcing* em serviços de informática. Em relação à Índia, temos uma desvantagem, que é o idioma. Apesar dos milhares de dialetos falados naquele país, o inglês é considerado a primeira língua, enquanto por aqui ainda são poucos os fluentes em inglês. Isso acaba nos impedindo, por exemplo, de manter aqui uma base central de atendimento ao consumidor de uma multinacional. Na Índia isso ocorre e gera muito emprego. Mas o Brasil, por exemplo, tem excelente potencial nas áreas de tecnologia bancária, de votação eletrônica, *softwares* de gestão e produção áudio visual.

Françoise Terzian

Jornalista

E-mail: francoiseterzian@uol.com.br