

Exportações do Brasil perdem espaço

COMÉRCIO EXTERIOR / Valorização excessiva do real, aliada à crise internacional, faz país apresentar superávits menores ou deficits nas trocas comerciais com a maior parte de seus parceiros no mundo

» LIANA VERDINI

O extraordinário aumento do real nos últimos anos, enquanto o dólar fica cada vez mais barato, está se traduzindo em perda de participação do Brasil no comércio internacional. De acordo com Fernando Ribeiro, economista-chefe da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex), de 2004 para cá o país tem redução do superávit comercial ou aprofundamento do déficit com todas as regiões do mundo, exceto Oriente Médio e América Latina.

"Dentre todos os grupos, o que apresentou a mudança mais radical nesse período foi com os Estados Unidos", percebeu Ribeiro. Em 2004, essa balança pendia a favor do Brasil em US\$ 8,8 bilhões. No ano passado, a conta se inverteu e foi favorável aos EUA em US\$ 4,4 bilhões e neste ano, até agosto, a conta já estava em US\$ 4,8 bilhões a favor dos norte-americanos. Ele atribui esse comportamento ao câmbio, mas, principalmente, à profunda re-

cessão que se abateu sobre a economia dos Estados Unidos depois da crise das hipotecas, e agora ao crescimento acanhado, consequência da recusa da população em fazer novas dívidas.

O Brasil também está perdendo espaço no comércio com a Argentina e com alguns países africanos, segundo Adriana Queiroz, economista e coordenadora executiva do Centro Brasileiro de Relações Internacionais (Cebri). Para ela, a perda de participação dos manufaturados brasileiros na pauta de importa-

ção desses países "é consequência direta da concorrência com produtos chineses".

"O fator China e a forte valorização do real poderiam explicar a perda de competitividade dos produtos brasileiros no exterior e, consequentemente, a perda de mercados", frisou Adriana, destacando ainda a crise internacional, que reduziu a demanda de maneira generalizada, especialmente dos Estados Unidos e da Europa, principais mercados para as mercadorias brasileiras. E acrescenta: "A crise apenas agravou uma tendência que já era

evidente antes: a China vem conquistando parcelas cada vez mais importantes em mercados importadores de produtos brasileiros, com destaque para produtos manufaturados”.

A economista lembra ainda que há outros fatores contribuindo para a redução das vendas de produtos nacionais no exterior. “A competitividade brasileira é negativamente influenciada pelos gargalos em nossa infraestrutura de transporte e elevada carga tributária, por exemplo”, destacou.

São aspectos também destacados pelo diretor da Escola de Pós-Graduação em Economia da Fundação Getulio Vargas (EPGE-FGV), Rubens Pena Cysne. “O Brasil tem um dever de casa robusto para fazer, capaz de devolver a competitividade às mercadorias nacionais”, frisou. Para ele, o país não deveria ficar esperando uma estabilização do mercado mundial de moedas. “É preciso dar condições aos empresários para produzirem mais barato, reduzindo impostos, abaixando os custos com transportes, com a produção e com a contratação de pessoal. Além disso, é preciso sinalizar um maior rigor fiscal, cortando gastos, o que permitirá a redução das taxas de juros a longo prazo. Isso sim é uma medida sustentável.”

Atrasado

Uma receita que também é recomendada pela Associação de Comércio Exterior do Brasil (Abracex). “Acima de qualquer valorização do real, o que está condenando a indústria nacional é o baixo investimento em

tecnologia”, diagnosticou Roberto Segatto, economista e presidente da Abracex. “Os equipamentos estão antiquados. Na média, eles têm 17 anos. E isso encarece a produção, além de todos os custos adicionais gerados por encargos trabalhistas em excesso, falta de uma política industrial, infraestrutura deficiente, etc”. Segatto exemplifica: “Enquanto a carga tributária na China é de 7%, aqui ultrapassa os 40%”.

Enfrentar o câmbio distorcido pela crise não é agora e nem será no futuro tarefa fácil. “Hoje, o país que era destino certo dos superávits comerciais de todo o mundo decidiu que não quer mais esse papel”, explicou Eduardo Felipe Matias, sócio da área internacional do escritório L.O. Baptista Advogados. “Para sair da crise, também eles estão precisando exportar mais.”

Ao Brasil, portanto, resta o caminho de compensar a valorização do real com o aumento da produtividade. “Por esse caminho, os empresários poderão exportar mais e também aqueles que estão sofrendo a concorrência dos produtos importados terão condições de competir no mercado interno”, ensinou Cysne.

>> Balança comercial

Saldo (US\$ bilhões/ano)

Período	Blocos econômicos												
	Nafta	EUA	União Europeia	Mercosul	Demais da Aladi	Ásia	China	África	Europa Oriental	Oriente Médio	Aelc	Oceania	Demais países
2004	12,462	8,872	8,686	2,544	3,941	2,298	1,731	-1,936	761	1,374	-744	34	4,423
2005	14,115	9,956	8,804	4,692	5,959	1,696	1,480	-675	2,275	1,779	-533	-130	6,946
2006	14,157	9,922	10,844	5,018	7,031	-2,071	413	-631	2,458	2,615	-243	-168	7,455
2007	9,361	6,426	13,692	5,723	7,840	-5,629	-1,869	-2,754	1,543	3,194	-930	-104	8,091
2008	1,651	1,839	10,204	6,804	7,644	-9,683	-3,637	-5,587	242	1,823	-562	46	12,164
2009	-4,440	-4,443	4,821	2,722	5,398	3,284	4,280	228	1,278	4,410	104	-341	7,885
jan-ago/2010	-5,164	-4,819	2,285	3,251	3,545	200	4,432	-2,019	1,355	3,480	-791	-497	6,040

Fonte: Elaborado pela Funcex a partir de dados da Secex/Mdic



Para aumentar as vendas ao exterior, Brasil precisa investir em infraestrutura e tecnologia