

Terça-feira, 24 de março de 2020, Jornal do Brasil

Coronavírus e o Comércio Exterior

Por Eduardo Machado, Diretor Geral da Funcex

Enquanto o coronavírus se alastra pelo país, a economia já começa a apresentar os primeiros sinais da contaminação. Um balanço das exportações e importações do país nas primeiras semanas de março — e os resultados não são nada animadores. Os resultados brasileiros denotam a piora do cenário global em relação à doença. Na cadeia de suprimentos, a logística é interrompida drasticamente com todos os modais impactados. A interrupção do ciclo comercial que era gradual, virou abrupta. Consequências para o comércio serão no nível operacional no curto-prazo, mas nos níveis tático e estratégico também.

Relações internacionais serão repensadas com a inserção da variável do ‘desastre’ e dos ‘aspectos humanitários’ associados ao tema. Exemplo numérico: com menos de 1 mês do vírus, a projeção do PIB brasileiro já apresenta variação oficial em torno de 2% para menos (2% para 0%, e para alguns economistas de quase 4% para menos (2% para -2%).

Falar que o mercado não pode parar e citar como estão as negociações nestes tempos: Telefone, e-mail, videoconferência e outras mídias; para os mercados mais desenvolvidos ferramentas como áudio e videoconferência já estavam ramificadas e voltadas para negócios. Em muitos mercados havia resistência para uso massivo da tecnologia para reuniões e negociações.

A interconexão (voz, dados, imagem) passa a ter protagonismo até para aqueles que resistiam ao uso. Utilizar áudio ou vídeo conferência é um processo, as primeiras reuniões apresentam problemas “comportamentais” basicamente pois os participantes não foram treinados/orientados. Por isso é importante insistir e acertar uma rotina e organizar muito bem as reuniões realizadas dessa maneira

De acordo com uma pesquisa* recente 74% dos colaboradores que usam recursos de vídeo e webcams nas reuniões gostam de poder ver como os colegas reagem às suas ideias, e cerca de 70% deles sentem que isso aumenta a conexão entre os participantes. (*Fonte: Wainhouse)

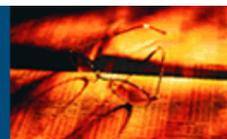
Pesquisa** com 333 executivos mostrou que 62% dos entrevistados concordam que, em comparação às teleconferências, as videoconferências melhoram significativamente a qualidade da comunicação, e esse número sobe para 73% dentre as empresas que crescem rapidamente. Além disso, 50% dos entrevistados acreditam que as videoconferências também melhoram o nível de compreensão. (**Fonte: Forbes)

O uso misto de vídeo com áudio conferência é muito salutar pois com múltiplos participantes nem sempre é possível que todos estejam em local com infraestrutura e banda de internet necessária para tal.

O coronavírus é um desastre e por isso associa o conceito original de logística com o da Logística Humanitária. O conceito original vem das forças armadas, onde logística é a arte prática de mover exércitos, compreendendo não apenas os problemas de transporte, mas também o trabalho geral do pessoal, medidas administrativas e até as atividades de reconhecimento e informação necessárias para o deslocamento e manutenção das forças militares organizadas.

Em logística humanitária o conceito de Logística é associado ao estudo de como o gerenciamento pode proporcionar um melhor nível de lucratividade nos serviços de distribuição para clientes e consumidores, por meio de planejamento, organização e controle eficazes para atividades de manuseio e armazenamento, visando facilitar o fluxo de produtos (Ballou, 2006).

O ciclo de um desastre é caracterizado em 4 etapas, sendo 2 delas antes e 2 depois do desastre: ANTES - (i) mitigação; (ii) preparação; DEPOIS: (iii) resposta; (iv) recomposição.



No caso do Corona vírus as etapas que antecedem ao desastre praticamente não existiram globalmente, e pelo que temos de indicadores até agora, quem respondeu mais rapidamente e energicamente conseguiu melhores resultados.

A perda de capacidade produtiva nacional e de competitividade, por causa dos problemas de abastecimento de peças, componentes, insumos entre outros; para se ter uma ideia da dimensão de desastres globalmente, de 2007 a 2016, a média anual para os seguintes indicadores foram: Número de desastres: 354 / Mortes: 68.302 / Afetados: 210 milhões / Danos: US\$ 153 bilhões. Fonte: CRED – Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (2018) da Universidade Católica de Louvain (Bélgica)

Tomemos por base o PIB 2019 do Brasil que foi de R\$ 7,3 trilhões. A projeção oficial para crescimento do PIB em 2020 antes do Corona vírus era de 2%, em 20/mar/2020 o governo revisou projeção para 0%. Portanto o Brasil nesse momento, baseado nas projeções oficiais, deixará de fazer aproximadamente R\$ 150 bilhões (aproximadamente US\$ 30 bilhões). Importante lembrar que o mundo perde em média US\$ 153 bilhões anuais com desastres. O Brasil tem um percentual em torno de 2,3% do PIB mundial. Já podemos projetar que o Corona vírus terá danos financeiros no mínimo 10 vezes superiores à média histórica anual de desastres.

Um pacote de incentivos ao comércio exterior seria anunciado em abril/20. Desburocratização certamente estaria nesse anúncio. E por que falo disso? Pois no Brasil estamos falando de entraves burocráticos muito maiores que da grande parte dos países exportadores.

Esse é o primeiro desafio do Brasil, descomplicar os processos para exportar. Questões relacionadas a infraestrutura e logística são problemas graves, solucionáveis com planejamentos e execuções de longo prazo. Será um processo de ultrapassar governos, em que melhorias contínuas com entregas que resolvam por exemplo o escoamento de mercadorias impactará positivamente na competitividade dos produtos brasileiros.

Não posso deixar de citar que inovação como meio de transformação tem que ser uma corrida sem linha de chegada. Associado à inovação o uso intensivo de tecnologias e o incentivo aos estudos e pesquisas, com maior integração entre academia e mercado. Ambos precisam e podem mais um com o outro. Esse é outro ponto chave.

E para finalizar, neste momento de crise, as empresas têm que reservar parte do seu tempo em home-office para fazer coisas importantes que na correria do dia a dia são postergadas. Essa mudança postural pode ter como consequência algo muito maior, com potencial para impactar a própria cultura negocial da empresa. É um grande desastre? Sem dúvida. Mas igualmente apresenta-se uma janela de oportunidade como jamais vivemos, e para isto temos a Funcex, Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior – que, desde 1976, é um canal permanente e independente de comunicação entre o setor privado e o setor público, importante para a elaboração de políticas de comércio exterior coerentes com os anseios e as capacidades do empresariado.

A Funcex está pronta para preparar as empresas para enfrentar neste grave momento e servir como uma grande consultoria para o mercado no Comércio Exterior. A Funcex pode ajudar as empresas através dos 4 pilares que a caracterizam:

Capacitação através de cursos, treinamentos, seminários (intensivo em on-line/EAD nesse momento crítico); Acesso a conteúdos qualificados através da Revista Brasileira do Comércio Exterior (on-line) e boletins emitidos; FuncexData: as empresas precisam mergulhar nos bancos de dados da Funcex para terem mais sucesso em suas escolhas e aumento da venda com exportações mais assertivas; Projetos especiais: podem ser customizados em estudos e pesquisas para empresas (análise de mercados, estratificação de produtos e linhas de exportação etc.), desenvolvimento de cursos regionais especiais com um MBA em Comércio Exterior, road-shows nacionais e internacionais qualificados, entre outros projetos.

(*) Diretor Geral da Funcex, Empresário/Empreendedor, Mestre em Metrologia, Pós-graduado em Marketing e Graduado em Administração pela PUC-Rio; MBA Executivo pela Coppead-UFRJ

Fonte: <https://www.jb.com.br/pais/artigo/2020/03/1022959-coronavirus-e-o-comercio-exterior.html>