

Abertura comercial brasileira: o possível e desejável

Christian Lohbauer

A literatura de análise econômica sobre o livre comércio é extensa tanto no aspecto teórico quanto no empírico. E como se trata de análises contidas no universo capitalista, há de haver sempre vencedores e perdedores. No entanto, há um quase consenso entre os economistas de que o livre comércio é um grande criador de riquezas e contribui de forma inquestionável para o desenvolvimento das sociedades. Assim, a abertura do comércio mundial resulta em crescimento econômico e melhor padrão de vida.

O problema do livre comércio se apresenta quando se verifica que existe uma diferença significativa de produtividade entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento. A diferença de produtividade entre os próprios países desenvolvidos é menor do que entre países desenvolvidos e

em desenvolvimento. A evolução de novas tecnologias sempre colocou a maior parte das nações desenvolvidas à frente das nações em desenvolvimento. Durante boa parte do século XX o modelo de substituição de importações serviu de mecanismo para estimular as indústrias nascentes e proteger mercados internos que buscaram reduzir as diferenças de competitividade entre as nações. Mas o mundo mudou e tal modelo tem-se mostrado pouco eficiente diante da nova lógica das cadeias produtivas e da interdependência econômica.

O livre comércio supõe que os consumidores é que, em última instância, devem ser os maiores beneficiados e não os produtores. No entanto, o que ocorre em todos os países é que produtores domésticos procuram subsídios e tarifas para produtos importados enquanto combatem subsídios

Christian Lohbauer é doutor em Ciência Política pela USP e diretor de Assuntos Corporativos e Governamentais da Bayer. As opiniões contidas no artigo não refletem a opinião da empresa.

e tarifas nos mercados em que querem acessar.

Aqueles países que optaram pelo livre comércio colocaram o comércio exterior no topo de suas agendas. Trataram de estabelecer um ambiente estável nas suas economias domésticas para então focar em políticas públicas que garantissem competitividade. Todos agiram da mesma forma: priorizaram a modernização de seus serviços de fronteira; investiram sistemática e fortemente em infraestrutura logística para transportes e comunicação; transformaram seu ambiente de negócios desburocratizando-o e livrando-o de intervencionismos; e depois trabalharam para acessar mercados. Países como Cingapura, Holanda, Reino Unido, Estados Unidos (EUA), Alemanha, Emirados Árabes, países escandinavos e Austrália, são alguns exemplos.

O Brasil encontra-se, mais do que nunca, no momento de enfrentar esse desafio. A política de comércio exterior brasileira tem que partir para um movimento de preparação organizada para a abertura de seu mercado. Assim como no final dos anos 1980 o país teve de enfrentar o final do modelo de substituição de importações quando se esgotaram os instrumentos de política comercial enquanto o mundo entrava na globalização após a derrocada soviética, atualmente o Brasil está de novo largando atrasado. As principais áreas de pujança da economia mundial exigem do Brasil um reposicionamento. Considerando que o comércio exterior no seu sentido mais amplo, incorporado às relações externas do país,

será colocado nas prioridades das políticas públicas, são oito as ações possíveis e essenciais que podem levar o Brasil a uma posição desejável no comércio internacional.

ENTENDER E SE INSERIR NAS CADEIAS GLOBAIS DE VALOR

O Brasil faz parte daqueles países em que a liberalização comercial é uma obra inacabada. Nunca fez um exercício completo de liberalização de sua economia. Pior do que isso, de tempos em tempos o Estado realiza intervenções que provocam retrocessos à sua estrutura produtiva. A ilusão de que o mercado interno brasileiro é suficiente para garantir a competitividade e o crescimento da indústria brasileira tem que ser desfeita. Apesar de se posicionar entre as dez maiores economias do mundo, o Brasil representa pouco da demanda mundial e menos ainda das cadeias globais de valor. Como consequência, tem baixa produtividade, baixa inserção com produtos de alto valor em mercados maduros e baixo índice de inovação. Como a atividade industrial mudou completamente nas últimas duas décadas, passando a ter uma lógica global e não mais local, empresas e serviços especializaram-se na produção de partes de mercadorias ou dos processos industriais. O Brasil demonstra clara perda de oportunidade após insistir, na última década, em uma visão nacional-sindicalista que defende uma política industrial conservadora com orientações protecionistas. A criação de reservas de mercado, que incluem em alguns casos desde

a matéria-prima até o produto final, fazem a produção brasileira atingir custos muito altos que inviabilizam sua competitividade. Deixa de ter a qualidade necessária para enfrentar os mercados mais exigentes.

É preciso ter coragem política para iniciar a redução de tarifas a fim de que a indústria possa adquirir produtos intermediários importados que deverão ser reexportados. Em 27º lugar nas cadeias globais de valor segundo o último relatório da Organização Mundial do Comércio (OMC), o Brasil não pode esperar muito de sua estrutura produtiva se não liberalizar a entrada de insumos mais baratos e com melhor qualidade. O fraco crescimento das exportações manufaturadas nos últimos anos é consequência não apenas do câmbio valorizado como também dos problemas crônicos de custo tributário, logístico e burocrático que colocaram o Brasil fora dos ambientes atraentes para integrar as cadeias globais. As cadeias globais estão se formando em torno de ambientes onde os custos de logística e energia são mais baixos, os custos do trabalho são mais baixos, o acesso à tecnologia é mais fácil, e os serviços possam ser conectados às cadeias de produção.

AGRONEGÓCIO COMO CARRO CHEFE DO DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL E DA EXPORTAÇÃO

Felizmente, a ideia de que um país produtor e exportador agrícola representa um atraso da matriz produtiva não encontra mais eco junto àqueles que conhecem o comércio exterior. O desempenho do agronegócio brasileiro das

O Brasil demonstra clara perda de oportunidade após insistir, na última década, em uma visão nacional-sindicalista que defende uma política industrial conservadora com orientações protecionistas

últimas duas décadas garantiu superávits comerciais e trouxe agregação de valor a produtos exportados. A agricultura brasileira contemporânea funciona dentro de ambiente cercado de tecnologia, busca contínua de inovação e ganhos de produtividade. A dicotomia da indústria manufatureira confrontando o agronegócio deveria ser tema ultrapassado. No jogo da integração das cadeias produtivas o setor agrícola competente e em crescimento garante o desenvolvimento da indústria de máquinas, equipamentos, insumos, química, plásticos, vidro, sementes, borracha, produtos de saúde animal, entre outros. Muitos deles ganham a escala e a qualidade no mercado que lhes permite iniciar empreitadas de exportação, movimento que desempenhou, por exemplo, um grupo de empresas de implementos agrícolas nos últimos anos.

A oportunidade de suprir cerca de 40% da demanda mundial de produtos agrícolas em 2050, condição que relatório recente das Nações Unidas vislumbra para o Brasil, não pode ser perdida. Apesar da abundância de terra, água, gente trabalhadora, empresas com experiência na produção de alimentos, tecnologia no campo e na biotecnologia, ainda falta uma medida essencial para que essas vantagens do setor agrícola sejam aproveitadas ao máximo no esforço exportador: a conclusão de obras de infraestrutura. A produção que se deslocou para o Oeste do país e vai se ampliando para o Norte tem um desafio logístico crônico: estradas e portos que não são concluídos. O investimento do setor público em infraestrutura do Brasil está ao redor de 1% do PIB, muito aquém do necessário

para suprir a demanda crescente de produção e exportação. A prioridade de infraestrutura portuária, hidroviária, ferroviária e rodoviária vinculada às regiões produtoras de grãos e proteína animal, é necessária para manter a competitividade do agronegócio e garantir que o setor permaneça sendo o carro chefe da economia e da exportação do país.

SISTEMA TRIBUTÁRIO A FAVOR DO EXPORTADOR

Se há um tema que já ultrapassou todos os limites da racionalidade quando se trata de recuperar a competitividade da economia e do ambiente exportador, esse tema é o sistema tributário. Assim como a inflação chegou a custar de um a dois por cento de perdas para o crescimento econômico nos anos 1980 e nos anos 1990 até a adoção do Plano Real, atualmente o sistema tributário tem o mesmo efeito. O tempo e os custos da administração tributária transformaram-se em um dos maiores obstáculos às exportações. Abaladas com uma crônica baixa eficiência as empresas brasileiras têm gastos desproporcionais com pessoal e tempo quando se trata de cumprir exigências da burocracia tributária. Exportações simplesmente não deveriam ser tributadas. Um modelo sério e corajoso que coloque o comércio exterior na agenda de prioridades do governo deveria isentar as exportações de tributos. Na impossibilidade de fazê-lo, um novo sistema deveria ser concebido considerando pelo menos que deve haver concentração em tributos diretos e não indiretos. Tributos não acumulativos e com redução de sua incidência sobre a produção e o consumo de mercadorias.

Uma solução tem que ser encontrada para solucionar o caos gerado pela guerra fiscal entre os estados da federação, conhecida a inconstitucionalidade de leis e decretos que dispõem sobre incentivos fiscais de ICMS concedidos por alguns estados sem autorização do Confaz. Quando se trata especificamente do comércio exterior a complexidade no ressarcimento de créditos acumulados na cadeia produtiva traz enorme ineficiência às empresas e os atrasos na devolução de ICMS geram custo desnecessário. O não cumprimento do direito constitucional de receber de volta tributos pagos ao longo da cadeia retira do exportador brasileiro a isonomia competitiva em relação aos concorrentes externos. A permanente adoção de regimes especiais, como, por exemplo, o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra), acaba tendo resultados frustrantes porque adotados sob período determinado de tempo e com mudanças no percentual a ser restituído. Renúncias fiscais como esta acabam sendo feitas de forma descoordenada e tem como resultado os dois lados insatisfeitos: o próprio governo, que sofre com o efeito da renúncia fiscal, e o exportador, que tem que lidar com a insegurança de um ambiente de regras mutantes e de pouca previsibilidade. O caso brasileiro ainda é de um Estado cuja administração tributária não considera o contribuinte como cliente mas como um inimigo, e não concebe que tem que prestar serviços, ser transparente e servir de auxílio ao contribuinte.

Nações que já atingiram a maturidade na administração

tributária concentram impostos que incidem sobre bens e serviços em impostos-base sobre o consumo. O Imposto sobre o Valor Agregado (*Value Added Tax*) é, de longe, o melhor exemplo de como evitar interferência na eficiência econômica, já que tem incidência homogênea e sem efeito sobre os preços relativos. Aquilo que aqui se sugere para simplificar o sistema tributário em relação ao ICMS também deveria ser atribuído ao PIS/Confins, tributos que deveriam ter finalidade social, mas também ter efeito direto na competitividade porque cumulativos e incidentes em toda a cadeia.

Outro empecilho tributário que afeta diretamente a competitividade das empresas exportadoras é a ausência de acordos de bitributação entre o Brasil e alguns países. Tais acordos evitam dupla imposição de tributos e podem fazer a diferença para a realização de uma operação externa viável ou não. Infelizmente, há décadas, as autoridades fiscais brasileiras não dão ao tema a relevância que deveriam dar. O furor arrecadatório e a cultura do controle da contravenção impedem que o Brasil dinamize seu comércio promulgando tais convenções que, valendo como lei interna, prevalecem sobre a lei ordinária e dão ao exportador vantagem competitiva. Embora tenham 31 tratados que evitam a dupla tributação e evasão fiscal, países como EUA, Alemanha, Reino Unido, Chile e Cingapura, países de alta relevância para comércio exterior e ao investimento no Brasil, não dispõem de acordo de bitributação. O último foi celebrado em 2009 com o Peru.

ESFORÇO DOBRADO NA FACILITAÇÃO DE COMÉRCIO

Além da necessidade de se ampliar a malha logística do país, o excesso de trâmites burocráticos nos processos administrativos e de controle por parte dos órgãos do governo provoca atrasos excessivos e deixa mercadorias aguardando demasiado tempo para anuência ou liberação. A burocracia aduaneira está entre os principais entraves da atividade das empresas exportadoras. Em busca de eficiência e simplificação deve ser promovida a iniciativa do Portal Único de Comércio Exterior, união tecnológica de todos os órgãos governamentais e atores do processo para interação de operações de comércio exterior. O Portal garante maior controle administrativo de cargas, gestão de risco e detecção de eventuais irregularidades sem mais burocracia. Medidas como o "Porto Sem Papel", através da integração da Receita Federal com outros órgãos anuentes e a autoridade portuária, contribuem para a redução do tempo de desembarço. O ponto fundamental para se avaliar o sentido da burocracia aduaneira é a relação da eficiência e necessidade de controle de entrada e saída de mercadorias em relação à urgência de operação das empresas. Muitas vezes o descumprimento do prazo de entrega de um produto em mercado externo implica o rompimento do contrato de fornecimento por interromper processos de produção concatenados com outros insumos de outros mercados em determinado processo produtivo. Dezenas de empresas brasileiras são forçadas a retirar o produto do porto, por exemplo, para enviá-lo a custos altíssimos por via aérea

A formulação de políticas de comércio exterior precisa atingir a maturidade e desconectar-se da tradição desenvolvimentista de indústria nacional protegida dentro dos moldes do modelo de substituição de importações

para não perder um contrato de fornecimento em situações em que o atraso é causado por burocracia, paralisação de movimentação de cargas ou liberação de processos.

DEFESA COMERCIAL CONTRA PRÁTICAS DESLEAIS DE COMÉRCIO

Frequentemente confunde-se a defesa contra práticas desleais de comércio com protecionismo à indústria nacional. A defesa comercial é uma parte fundamental da política de comércio exterior, sem a qual não se pode garantir a isonomia competitiva. É realidade que práticas desleais de comércio são uma das causas da crise em que se encontra a indústria manufatureira brasileira. A solicitação de processos *antidumping* são necessidades manifestadas pelo setor privado e não dependem da decisão de um determinado governo de ser mais ou menos protecionista. Se as solicitações de processos de defesa comercial aumentam é porque há sinal de que está aumentando a prática desleal no mercado, considerando-se que direitos *antidumping* só devem ser aplicados quando comprovado o *dumping*, o dano à indústria doméstica e o nexo causal entre eles. A necessidade da indústria brasileira de se reposicionar no comércio exterior após a crise de 2008 não foi diferente das outras indústrias de outros países como EUA, União Europeia (UE), Índia, China, Austrália, Canadá ou África do Sul.

O que ocorreu no Brasil é que, embora ainda diversificada, sua indústria perdeu competitividade por razões internas, pelo aumento do custo de produção generalizado. E algumas políticas

públicas de auxílio ou subsídio setorial adotadas de forma *ad hoc* nos últimos anos, acabaram por contaminar o entendimento sobre o trabalho realizado pelas autoridades de defesa comercial. Por outro lado, também é verdade que alguns procedimentos de investigação adotados pelas autoridades do departamento de defesa comercial do Brasil mudaram ou ganharam novas interpretações e, mesmo que dentro de alguma possibilidade de subjetivismo, acabam gerando insegurança naquele que investe no país, como tem ocorrido em investigações do setor químico, por exemplo. Há preocupação com o crescente número de casos de aplicação de direitos *antidumping* para bens intermediários, em alguns casos de empresas que não atuam em ambiente concorrencial pleno, com poucos ou nenhum concorrente e que acabam gerando um aumento de custo àqueles que demandam seus produtos. No caso da defesa comercial deve ficar claro que por mais eficiente, transparente e equipada que seja a atividade e a equipe de defesa comercial, ela nunca será suficiente se não houver medidas que devolvam à indústria sua capacidade de competir, o que significa enfrentar o caos tributário, flexibilizar a legislação trabalhista e investir em infraestrutura.

RESGATAR A EFICIÊNCIA E AUTORIDADE DA CAMEX

A Câmara de Comércio Exterior (Camex) está prestes a completar 20 anos e desde sua criação procurou trazer coordenação e poder de decisão coletiva a temas estratégicos de comércio exterior. A instituição já viveu melhores momentos. Até meados dos anos 2000 logrou coordenar diferentes ministérios e agências em decisões

relacionadas ao comércio. Mas a resistência de órgãos burocráticos como a Receita Federal ou mesmo o Itamaraty em outras circunstâncias, acabaram reduzindo a capacidade de direção da Camex. A disposição política do presidente da República em dar a seu ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio a autoridade para dar a palavra final em decisões da câmara baseadas em um plano anteriormente definido pelo programa político do presidente, parece ser a melhor maneira de se resgatar a força de uma instituição que foi bem constituída mas tem sido mal aproveitada. Esse programa político deveria ser, de forma inédita, voltado para uma abertura planejada do comércio brasileiro acoplando-o às cadeias mundiais de valor, conforme comentamos acima. A formulação de políticas de comércio exterior precisa atingir a maturidade e desconectar-se da tradição desenvolvimentista de indústria nacional protegida dentro dos moldes do modelo de substituição de importações.

PROMOÇÃO COMERCIAL: AGÊNCIA INDEPENDENTE E FOCADA EM QUEM PRECISA

Há dois aspectos que devem ser claramente estabelecidos quando se trata de aperfeiçoar a capacidade institucional de realizar promoção comercial para as empresas brasileiras: a governança da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a prioridade no direcionamento dos recursos disponíveis.

Em relação à governança e à interação da Apex-Brasil com outros órgãos envolvidos com o comércio exterior, a primeira

medida a ser tomada é manter a autonomia da agência, evitando a possibilidade de reposicioná-la junto ao departamento de promoção comercial do Ministério das Relações Exteriores. A descoordenação e desperdício de recursos resultantes da disputa burocrática entre as duas entidades devem ser equacionadas definitivamente. A Apex-Brasil será mais eficiente se permanecer independente, atuando da forma como foi constituída: recursos provenientes do Sistema S com auditoria dos órgãos de controle TCU/CGU. Isso garante que haja menos interferência política nos projetos da Agência e permite que a parceria com o setor privado seja uma realidade, considerando que o recurso é majoritariamente privado.

Quando se trata de direcionar os recursos disponíveis os projetos devem, cada vez mais, levar em conta a modernização dos setores e a inclusão empresarial. E a cada ano deve ser realizada uma análise de novos setores a serem integrados no *portfólio* de projetos. São as pequenas e médias empresas que devem ser o alvo da agência. Através de suas entidades setoriais podem viabilizar acesso a todos os obstáculos, oportunidades, regulamentos, parceiros e feiras que possam lhes trazer negócios. Além do papel de auxiliar no acesso a mercados para empresas de menor porte a Apex-Brasil deve repensar o posicionamento de seus centros de distribuição e representação no exterior. Não parece lógico que recursos sejam alocados para mercados como Cuba, por exemplo.

Como mencionado no Mapa Estratégico da Indústria formulado pela CNI, prioridade deve ser dada a projetos que promovam a

imagem do Brasil no exterior já que tal medida tem impacto transversal e abrange vários setores da economia de uma só vez. O projeto da marca-país (*Brasil Beyond*) merece ser reforçado e colocado em prática. Diversos países, como Reino Unido, Nova Zelândia, e até mesmo a Colômbia possuem iniciativas muito bem sucedidas neste sentido. Projetos como esse requerem a coordenação com o Itamaraty e com a Secretaria de Comunicação (Secom) da Presidência da República. A elaboração de um planejamento estratégico conjunto entre essas entidades se faz necessária, e deve ser baseada em inúmeros estudos já realizados por institutos nacionais e estrangeiros, disponíveis para serem utilizados imediatamente. Realizado o plano estratégico, as representações diplomáticas e embaixadas dariam a capilaridade que o projeto necessita, formatando o trabalho de imagem do país que ainda se encontra fragmentada, carregada de estereótipos e estigmas. Como em quase todas as áreas públicas brasileiras há uma enorme carência de gestão e liderança para construir esse plano estratégico. E quanto aos projetos setoriais da Apex-Brasil deve-se incentivar a inovação, o design e a internacionalização de empresas que ainda não estejam dentro das 300 mais importantes e que são responsáveis por quase 80% das exportações do país.

Outro aspecto relevante que cabe à agência é a atividade de *advocacy* e defesa de interesses comerciais do Brasil no exterior. Atividades de intercâmbio com *think tanks*, autoridades parlamentares e de organismos definidores de políticas comerciais dos EUA, UE, Japão, China, Canadá e México deveriam ser sistematizadas junto da atividade dos escritórios da Apex-Brasil fora do país.

O Brasil assistiu à perda de acesso a diversos mercados, pois perdeu tarifas preferenciais, quotas, barreiras técnicas e não tarifárias, e modelos regulatórios que outros países deram a parceiros concorrentes de produtos brasileiros. E o mundo não parou para esperar o Brasil e a OMC

NEGOCIAÇÕES COMERCIAIS: APÓS DEZ ANOS DE PARALISAÇÃO, MUDAR O FOCO

Se há uma área do comércio exterior brasileiro que apresentou a mais baixa performance na última década essa é, sem dúvida, a que lida com acordos de liberalização comercial. Em outubro de 2003 o então presidente Luis Inácio Lula da Silva decidiu, durante a cúpula de negociação da Área de Livre Comercio das Américas (Alca) em Miami, que a última palavra da política comercial brasileira seria dada pelo Ministério das Relações Exteriores. E foi em Puebla, México, em fevereiro de 2004, que o Brasil passou a adotar uma política anacrônica que se afastou do interesse comercial e empresarial genuíno, para priorizar interesses políticos tanto na sua condição regional, no Mercosul e na região sul-americana, quanto nas suas relações com o resto do mundo. Os resultados frustrantes de tal política são evidentes. A OMC não logrou avanços na liberalização comercial durante todo o mesmo período. E as nações concorrentes continuaram buscando riqueza, pujança e competitividade celebrando acordos de preferência comercial (APCs) que se proliferaram e mudaram a estrutura do comércio mundial.

O Brasil decidiu isolar-se. Não celebrou nenhum acordo de comércio relevante, limitando-se a Índia, Israel, África Austral, Egito e Palestina. Apenas os dois primeiros estão em vigor. E de forma cínica ainda festejou o crescimento do comércio internacional do país entre 2005 e 2011 alegando eficiência da

política comercial quando todos puderam assistir um comércio cada vez mais dependente de *commodities* agrícolas e minerais que atingiram patamares inéditos e contínuos de bons preços no mercado internacional. Finda a bonança da demanda por *commodities* impulsionada pela China continental, ficou explícito que o Brasil perdera oportunidades que outros países como Chile, México e Colômbia não deixaram passar. O país assistiu à perda de acesso a diversos mercados, pois perdeu tarifas preferenciais, quotas, barreiras técnicas e não tarifárias, e modelos regulatórios que outros países deram a parceiros concorrentes de produtos brasileiros. E o mundo não parou para esperar o Brasil e a OMC. Dois acordos de proporções inéditas foram lançados entre aqueles que, além de serem os maiores mercados do mundo, vêm de forma clara os benefícios do livre comércio. A Parceria Transatlântica para Comércio e Investimento (TTIP) entre EUA e UE, e a Parceria Transpacífica (TPP) estão lançadas para fazer aquilo que a OMC não fez porque Brasil, Índia e outros países hesitaram. O Brasil permanece distante da realidade insistindo em uma relação preferencial com a Argentina que rompe sistematicamente as regras estabelecidas no Mercosul. O Brasil precisa rever sua posição no Mercosul. O projeto, exitoso nos anos 1990, foi desfigurado. Está paralisado e condenado ao fracasso. Com a entrada da Venezuela no grupo de países membros, perdeu o que ainda tinha de orientação comercial para transformar-se em palco de um discurso anacrônico e sem vínculo com o universo empresarial. Questões como a burocracia aduaneira, operações comerciais

e regulamentos técnicos, tão caros a empresas de pequeno e médio porte que dependem do comércio regional, têm sido deixadas de lado por um debate sistemático de exceções à Tarifa Externa Comum (TEC). É preciso coragem para enfrentar uma situação que foi não desejada mas tornou-se realidade; a Argentina tem outra agenda política e comercial e o Brasil deve se conformar com isso e buscar outro caminho para sua inserção comercial.

Como se não fosse o suficiente o Brasil passou a considerar uma vantagem ter uma “dependência” menor do comércio externo com os EUA. Enquanto todos os países do mundo buscam acessar o maior e mais sofisticado mercado do planeta, o Brasil optou pelo caminho inverso: festeja a primeira colocação da China nos parceiros comerciais do país, com quem tem uma relação comercial de metrópole e colônia, enquanto a própria China faz esforços cada vez maiores para ocupar o mercado dos EUA. Com os Europeus, um diálogo de surdos continua em andamento e já completou 20 anos desde a assinatura do acordo de Madri em 1994. Uma negociação possível e desejável pelas duas partes seria a abertura de alguns setores industriais e de serviços brasileiros aos europeus em troca de quotas substanciais para proteína animal, açúcar e alguns outros produtos agrícolas. Mas as negociações se arrastam em um jogo de burocratas mais preocupados com as próximas eleições do que com a criação de riqueza mútua através do comércio livre.

A política comercial brasileira perseguida desde 2004, e

combinada com outra política pública que é a política externa, atingiu o ponto de exaustão. Assim como as políticas macroeconômicas, deverá passar por profundas mudanças se quiser buscar verdadeiros resultados. Insistir no Mercosul nos moldes atuais e no isolamento em relação a acordos de livre comércio é tornar-se irrelevante no jogo do comércio internacional.

CONCLUSÃO

A primeira condição para se modificar significativamente o atual impasse para retomada do desenvolvimento brasileiro é colocar o comércio exterior no topo da agenda governamental. Priorizamos oito ações para tornar possível uma inserção mais competitiva do Brasil no comércio internacional. Poderiam ser dezenas de ações mas são tantas as demandas que é preciso fazer escolhas. Uma agenda que priorize inserir o Brasil nas cadeias globais de valor; considerar o agronegócio o carro chefe do comércio; trabalhar para um sistema tributário que favoreça e isente o exportador; tomar medidas de facilitação para o comércio; lutar contra práticas desleais de comércio; resgatar a autoridade da Camex; garantir independência e foco nas pequenas e médias empresas para a promoção comercial; e reorientar as negociações internacionais para acordos de preferência comercial, é possível de ser implementada. E se assim for feito, o Brasil tem chance de se livrar de seu “viés antiexportador”, imprimir um esforço genuíno de liberalização de seu mercado e, em alguns anos, ocupar uma posição desejável e que lhe cabe no comércio mundial.

REFERÊNCIAS

- Confederação Nacional da Indústria. Comércio exterior: propostas de reformas institucionais. Propostas da Indústria - Eleições 2014. Brasília: CNI 2014.
- Pinheiro, A. C.; Markwald, R.; Pereira, L.V. 2002. **O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES.
- Rios, S. P.; Veiga, P. da M. 2014. Política comercial e produtividade no Brasil: evolução recente e recomendações de política. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, n. 120, jul./set. Ano XXVIII.