



Revista Brasileira de Comércio Exterior

A revista da FUNCEX

Ano XXXIV

142

Janeiro,  
Fevereiro e  
Março  
de 2020

# Mudanças para Alavancar o Comércio Exterior Brasileiro

Os ajustes na economia em 2019 e  
a aposta na agenda fiscal

O crescimento do Brasil em três atos:  
Apogeu, Declínio e Retomada

Proposta para Eliminar a  
Principal Desvantagem  
Competitiva das Exportações  
Brasileiras

O comportamento do Comércio  
Internacional no Século XXI:  
do Capitalismo industrial  
ao Capitalismo 4.0

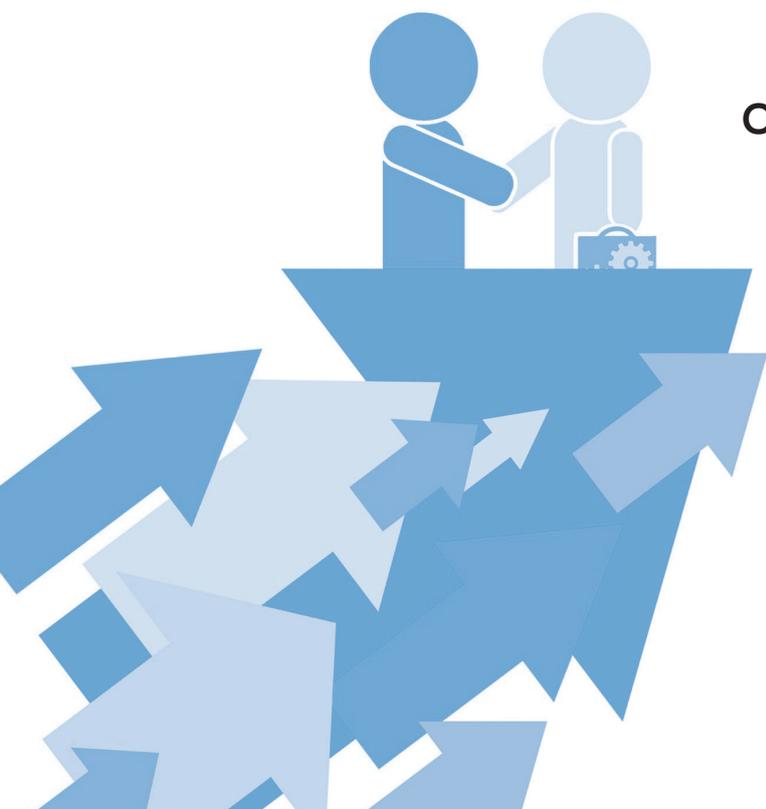
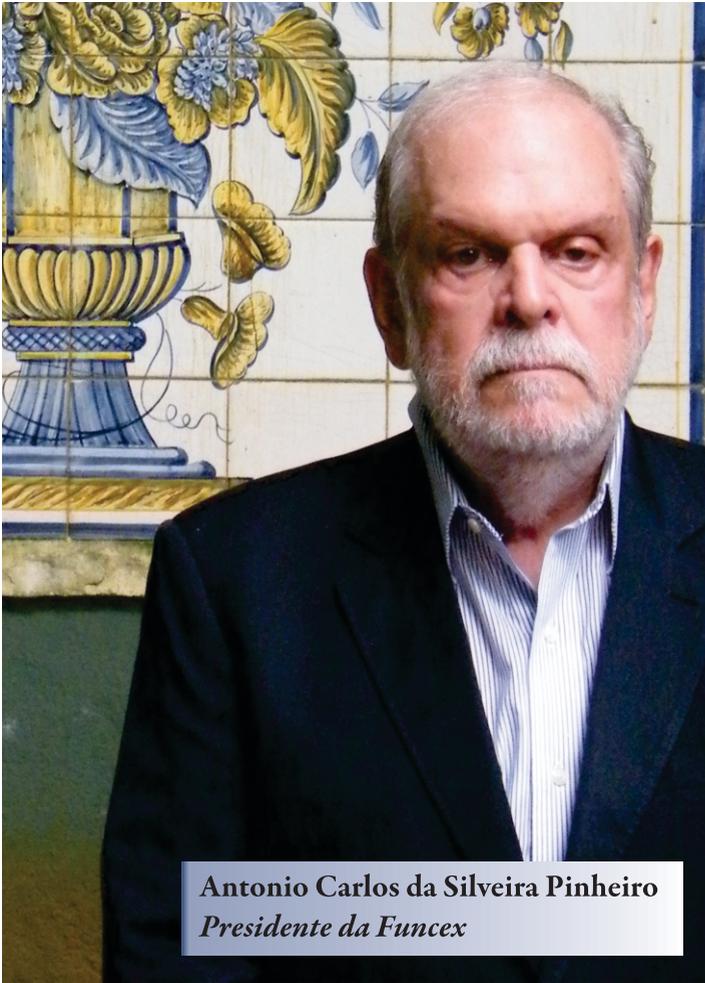


Imagem de: Pictogram, Marcelo Luchiani, Adobe Stock



**FUNCEX**  **fundação  
centro de estudos  
do comércio  
exterior**

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras



**Antonio Carlos da Silveira Pinheiro**  
*Presidente da Funcex*

## Novos caminhos: Mudanças para Alavancar o Comércio Exterior

A proximidade do primeiro cinquentenário da FUNDAÇÃO CENTRO DE ESTUDOS DO COMÉRCIO EXTERIOR (FUNCEx), entidade de pesquisas aplicadas ao comércio exterior do Brasil, nos remete a reflexão e revisão de tudo que se passou no entorno desse ingente esforço coletivo de tantas pessoas bem preparadas, que por aqui passaram, totalmente dedicadas à expansão dos negócios do país com o resto do mundo. Em 2020, a Funcex comemora 44 anos. O que motivou sua constituição foi incentivar a produção de estudos, projetos e propostas de política de comércio exterior no Brasil, de forma perene, para a expansão do comércio exterior, a transformação da composição e da estrutura das exportações e importações e a redução da vulnerabilidade externa do balanço de pagamentos.

Sua história foi construída por meio de um canal de diálogo franco e aberto entre o setor privado e o governo Federal, visando ao alinhamento de ideias e posições. A produção, análise e difusão de dados e índices de comércio exterior – preços e quantidades – é uma missão permanente da Funcex. Outra missão fundamental sempre foi o incentivo à capacitação de talentos humanos para a área de comércio exterior. Há mais de trinta anos ajudamos a formar operadores de comércio exterior, que adquiriram conhecimentos e se inseriram nas empresas de comércio exterior, e galgaram níveis de direção. A Funcex orgulha-se em fazer uma consistente defesa dos interesses empresariais, bem como auxiliar e incentivar tomadas de decisão baseadas em estratégias diferenciadas de internacionalização de empresas.

A partir de 2019, com a adoção de uma nova política de comércio exterior estaremos juntos atravessando, sobretudo nos próximos anos, um processo de aprofundamento da abertura comercial que será capaz de alterar o regime de comércio brasileiro. Essa mudança provocará uma alteração da relação entre incentivos às exportações e a estrutura das tarifas aduaneiras incidentes na importação. E isso provocará mudanças na composição e na estrutura da pauta de comércio exterior brasileiro. Mas essa mudança só será potencializada se operadores, gestores, dirigentes de empresas já atuantes no comércio exterior identificarem e capturarem os GANHOS DE COMÉRCIO EM REGIME DE ABERTURA ECONÔMICA, decorrentes desse momento que estamos atravessando. Esses ganhos, inclusive, podem ser obtidos por aquelas empresas não atuantes como exportadoras, e que serão levadas agora a se inserir no comércio exterior em resposta à nova estrutura de incentivos econômicos.

O período que estamos atravessando atualmente é pautado por desafios. Afinal, em 2022, o Brasil estará comemorando: a) 522 anos de sua abertura inicial ao comércio mundial graças ao seu descobrimento; b) 216 anos da abertura de seus portos às nações amigas; c) 200 anos de sua independência política de Portugal; d) 133 anos de instauração da República; e) 34 anos da Constituição Federal de 1988, acompanhado do início de uma redução das tarifas de importações; f) 32 anos de um aprofundamento unilateral de abertura e integração ao mercado internacional mediante uma mudança assimétrica do regime de comércio brasileiro, em que se estabeleceu um viés pró-exportador para as atividades econômicas ligadas ao agronegócio, e um viés antiexportador, fruto da elevada carga tributária incidente nas exportações das atividades associadas às indústrias de transformação.

Sem dúvida, INCENTIVAR GANHOS DE COMÉRCIO EM REGIME DE ABERTURA ECONÔMICA é chave para nossa nova direção da Funcex, eleita em novembro de 2019. Nosso time está comprometido com performance e produtividade sustentáveis, cujos detalhes podem ser encontrados no site [www.funcex.org.br](http://www.funcex.org.br). Reconhecemos a importância e a correção dos dirigentes que nos precederam, e agradecemos a condução dada à instituição ao longo dessas décadas. Mas, para fazer face aos desafios presentes, decidimos acelerar a modernização da Funcex, alterando os estatutos e os instrumentos legais, conforme clamado pelos instituidores e órgãos de controle governamentais.

Buscamos, agora, integrar-nos em grupos de estudos e organizações nacionais e internacionais cujo objetivo seja o desenvolvimento sustentável do comércio exterior. Estamos buscando criar, estabelecer ou regulamentar modelos de certificações para pessoas e empresas que contribuam para dar saltos na produtividade, na performance, competitividade e na transição para um modelo de maior e mais transparente sustentabilidade do comércio exterior brasileiro. Estamos querendo, também, em breve, incentivar, orientar e apoiar os operadores do comércio exterior em questões como (i) mediação e arbitragem; (ii) acesso a financiamento; (iii) acesso a financiamento e a garantias; (iv) em inovações de produtos e processos voltados ao comércio exterior; e (v), sobretudo, na questão de produtividade, internacionalização das empresas e da necessária mudança de cultura exportadora.

Nesse sentido, já estabelecemos convênio com a Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis (Fenaccon) e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas e com a União de Exportadores da Comunidade dos Países da Língua Portuguesa (UE-CPLP), cujo depoimento, nesta edição da RBCE, do presidente Fernando Mário Garcês Borges Costa mostra as razões da contraparte de firmar essa parceria com a Funcex. Nesse breve período de gestão estabelecemos contato direto com todos os instituidores, e estamos estendendo essa diretriz para organismos do governo Federal e estadual, bem como para as associações empresariais, e para nossos atuais mantenedores com o intuito de mostrar serviços e produtos apropriados para atuar nessa nova fase de globalização de mercados, fruto da digitalização dos negócios internacionais, mantendo nosso *network* de apoio empresarial, e atraindo também novas empresas para o nosso quadro de mantenedores.

Ressaltamos ainda, nesse editorial, que a decisão de solicitar um ensaio ao economista e professor Paulo Rabello de Castro e a seu coautor Manuel Jeremias Leite Caldas, versando sobre os grandes porquês desse período no qual a Funcex tem pontuado, teve duplo propósito: primeiro, marcar o relançamento da revista, inclusive na versão eletrônica, com o vigor que a atividade de publicação acadêmica de pesquisas inéditas e seminais precisa ter no país e, sobretudo, propiciar ao leitor e à própria direção da Casa um mergulho introspectivo na história que emoldurou nossa existência e nossos negócios nos últimos 50 anos. Sim, a maioria de nós foi testemunha e, inclusive, parte da grande peça de “O Crescimento do Brasil em Três Atos” debulhada por Rabello e Caldas no seu robusto ensaio.

O estudo traz novidades que não anteciparemos para não prejudicar o gosto da leitura. Mas é curiosa a noção de declínio, condição em que estaríamos aprisionados desde 1979, segundo os autores. É um golpe no estômago pensar que tudo que evoluímos nas últimas décadas não teria nos livrado da condição de um país sem arrancada, com motor permanentemente afogado. Por que seria assim? Isso explicaria porque, entra governo, sai governo, a dificuldade de vencer a síndrome dos “voos de galinha” persiste. Mas não deixa de ser paradoxal que, nesse mesmo período pós-1979, em nosso fluxo de comércio externo desponta, em que o regime inadequado de câmbio fixo é vencido e em que o país vence a restrição externa de pagamentos para ter mais de 350 bilhões de dólares em reservas, nada disso parece ter sido suficiente para desatar o vigor do crescimento do PIB brasileiro. Que novas abordagens de políticas públicas de comércio exterior, então, seriam úteis para o Brasil retomar o impulso de crescer e empregar? Essa é a pauta na qual a Funcex, remodelada e motivada, quer dedicar o melhor do seu talento e conhecimentos nos próximos anos.

Em suma, aceitamos o desafio de presidir a Funcex entre 2019-2021 por acreditarmos que há uma jornada a ser feita pelos operadores de comércio exterior. Para nós, o momento é de que há ganhos de comércio a realizar, que podem ser obtidos mesmo num período de fraca demanda efetiva internacional, como apontam os organismos multilaterais como a OMC e o FMI. Ganhos de comércio podem ser obtidos quando há forte potencial de transformação econômica devido aos desafios impostos pela difusão da indústria 4.0, pelo *digital trade* – nacional e internacional – pelas finanças “verdes”, e pelas normas voluntárias de sustentabilidade (NVS), como apontaram, este ano, os líderes e os dirigentes do Fórum Mundial, em Davos. E ganhos de comércio podem e devem ser potencializados dada a abertura econômica em curso no Brasil, pois pode haver mudanças simultâneas na fronteira de produção e de trocas, e a captura desses ganhos depende dos operadores da iniciativa privada que atuam no comércio exterior brasileiro. A percepção da Direção da Funcex, no sentido apontado acima, é de que na nossa base intelectual partilhamos da visão econômica de John Stuart Mill, com a qual “a liberalização comercial pode propiciar aos países cujas possibilidades de produção eram mal exploradas a oportunidade de que se desencadeie alguma forma de revolução industrial”.<sup>1</sup>

Boa leitura!

**Antonio Carlos da Silveira Pinheiro**

Presidente da Funcex

.....  
<sup>1</sup> Tradução livre de *The opening of foreign trade...sometimes Works a sort of industrial revolution in a country whose resources were previously undeveloped* [apud Meier (1968, p. 1)]  
Meier, Gerald. 1968. *The international economics of development theory and policy*. New York: Harper & Row.

## 1 Editorial

Novos caminhos: mudanças para alavancar o comércio exterior

Antonio Carlos da Silveira Pinheiro

---

## 4 Parcerias Estratégicas

Entrevista

Fernando Mario Garcês Borges Costa

---

## 10 Agenda Fiscal no Brasil

Os ajustes na economia em 2019 e a aposta na agenda fiscal

Carlos Thadeu de Freitas Gomes e Izis Janote Ferreira

---

## 14 Capitalismo 4.0

O comportamento do Comércio Internacional no Século XXI:  
do Capitalismo Industrial ao Capitalismo 4.0

Luiz Carlos Barnabé

---

## 23 FuncexData

Comércio Exterior Brasileiro em 2019

Análise e compilação com base em informações geradas pelo FuncexData

---

## 30 Créditos Tributários de ICMS

Proposta para eliminar a principal desvantagem competitiva das exportações brasileiras:  
a cumulatividade de créditos tributários de ICMS na cadeia produtiva exportadora

Roberto Giannetti da Fonseca

---

## 38 Acordo Mercosul - União Europeia

O sonho nacionalista ainda importa hoje?  
O Brasil e o acordo entre Mercosul e União Europeia

Pedro de Souza Ferreira

---

## 42 Crescimento do Brasil

O crescimento do Brasil em três atos: Apogeu, Declínio e Retomada

Paulo Rabello de Castro e Manuel Jeremias

---



## A COMUNIDADE DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA (CPLP)

A CPLP é o fórum multilateral privilegiado para o aprofundamento da cooperação entre os seus membros. Compreende uma população superior a 230 milhões de habitantes e tem uma área total de 10.742.000 km<sup>2</sup>.

**A CPLP é atualmente constituída por nove países de quatro continentes com a quinta língua mais falada do mundo, 650 milhões de consumidores e um PIB de 2,2 bilhões de dólares.**

Criada em 17 de julho de 1996, a CPLP goza de personalidade jurídica e é dotada de autonomia financeira.

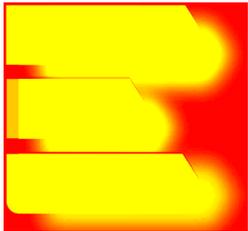
A organização tem como objetivos gerais:

- ▶ Concertação político-diplomática entre seus estados membros, nomeadamente para o reforço da sua presença no cenário internacional.
- ▶ A cooperação em todos os domínios, inclusive os da educação, saúde, ciência e tecnologia, defesa, agricultura, administração pública, comunicações, justiça, segurança pública, cultura, desporto e comunicação social.
- ▶ A materialização de projetos de promoção e difusão da língua portuguesa.

Inicialmente a CPLP reunia sete países: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal e São Tomé e Príncipe. Seis anos mais tarde, em 20 de maio de 2002, com a conquista de sua independência, Timor-Leste tornou-se o oitavo país membro da Comunidade. Em 2014, a Guiné Equatorial tornou-se o nono membro de pleno direito.

Há diversos países com o Estatuto de Observador Associado, nomeadamente a República da Guiné Equatorial (que se tornou membro de pleno direito), a República da Ilha Maurícia (desde 2006), o Senegal (2008) e, em 2014, na X Conferência de Chefes de Estado e de Governo foi atribuída a categoria de Observador Associado a Geórgia, República da Namíbia, República da Turquia e Japão.

No ato de criação da CPLP, foram estabelecidos como órgãos da Comunidade, a Conferência de Chefes de Estado e de Governo; o Conselho de Ministros; o Comitê de Concertação Permanente e o Secretariado Executivo. Posteriormente, os Estatutos revistos na IV Conferência de Chefes de Estado e de Governo (Brasília, 2002) estabeleceram como órgãos adicionais da CPLP as Reuniões Ministeriais Setoriais e a Reunião dos Pontos Focais da Cooperação. Em Luanda, o X Conselho de Ministros, em 2005, estabeleceu também como órgão adicional o Instituto Internacional de Língua Portuguesa (IILP) e no XII Conselho de Ministros, decorrido em Lisboa, em novembro de 2007, decidiu-se dar um cariz parlamentar à CPLP, estabelecendo a Assembleia Parlamentar.



## UNIÃO DE EXPORTADORES DA CPLP (UE-CPLP)

A UE-CECPLP é um órgão executivo da confederação empresarial da CPLP. Funciona como o seu braço empresarial e tem como objetivo promover negócios com segurança e qualidade entre as empresas do espaço da comunidade dos países de língua portuguesa e dos países da abrangência da CPLP. É uma organização pioneira ao nível da lusofonia. Com sede em Lisboa e com núcleos em todos os países membros, com mais de 70 colaboradores nestes núcleos, atualmente expande-se para todos os 86 países de abrangência da CPLP. Está já implementada no Senegal, Espanha, Itália, Holanda, Bélgica, Luxemburgo entre outros países, nos quais desenvolve negócios entre as diferentes organizações associadas, atestando um selo de qualidade e segurança a esses negócios.

Dispõe de apoio especializado à exportação e internacionalização; acesso à rede de clientes e importadores CPLP; e inclui programas de incentivo à exportação.

A UE já conta com mais de 400 associados entre empresas e associações e tem escritórios de representação em todos os países membros, observadores, e se estende para os países da abrangência da CPLP.

Em conjunto com a confederação empresarial da CPLP está desenvolvendo missões empresariais, mostras, conferências e reuniões de *networks*.

Tem como grandes projetos bandeira: a criação do portal económico e empresarial da CPLP – Connect CPLP, a implementação da marca CPLP, a criação de centro de arbitragem e mediação de conflitos e a produção de um programa de televisão “Negócios CPLP”.

Acrescentar valor à atividade dos associados, promover as exportações e contribuir para a criação de um mercado único CPLP são os principais objetivos da união de exportadores da CPLP.

Organização, confiança, competência, rigor, qualidade e formação são os nossos valores.





Fernando Mario Garcês Borges Costa

## ENTREVISTA COM DR. MÁRIO COSTA, PRESIDENTE DA UE-CECPLP

### Pode falar-nos um pouco sobre a União de Exportadores da CPLP?

A União de Exportadores da CECPLP é considerada um “braço econômico” da Confederação Empresarial da CPLP (CE-CPLP). Desta forma, somos um órgão executivo estratégico da confederação, tal como a União de Bancos da CPLP. A União de Exportadores da CECPLP é verdadeiramente a casa-comum das empresas, que fazem da lusofonia o seu espaço privilegiado de negócios.

### Em que âmbito surgiu este projeto?

A CPLP nasceu em 1996 como um instrumento diplomático e um projeto político, no qual a língua portuguesa se assumiu como elemento aglutinador. Ao longo

do tempo, surgiu a necessidade de se assumir uma dimensão mais econômica e empresarial, que permitisse os movimentos comerciais e de negócio no espaço da língua portuguesa. Assim, a Confederação Empresarial da CPLP, que funciona como um chapéu institucional para as empresas que integram a UE-CECPLP, recebeu um mandato dos Estados para dinamizar os negócios entre as empresas do espaço lusófono. Nesse sentido criou dois órgãos executivos – a União de Exportadores e a União dos Bancos da CPLP.

A União de Exportadores da CECPLP surge então para potenciar e dinamizar as trocas comerciais crescentes e as oportunidades emergentes no seio da lusofonia. No fundo, pretende-se que a UE-CECPLP seja um apoio para os empresários e as empresas, materialize vontades

e crie um espaço de valor acrescentado no mundo, onde o português é a sua principal forma de se comunicar.

Este projeto representa um verdadeiro impulso para dinamizar a dimensão empresarial da comunidade.

### Como encarou o desafio de liderar a União de Exportadores?

Aceitei este desafio com uma enorme responsabilidade e sentido de cumprir um dever público. Nas empresas, que é o mundo que conheço e de onde venho, cumprimos o nosso dever quando pagamos os salários e impostos. Mas este é um contexto diferente, em que o mais importante é ajudar as empresas a conquistarem novos mercados, num espaço que é património comum de muitos milhões de pessoas.

### De que forma pode o mercado da CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa) vir a ser uma potência econômica no panorama mundial, dominado pela China e os Estados Unidos?

Se olharmos para os espaços de integração regional em que estão inseridos os países que integram a CPLP, verificaremos que o mercado que abrangem representa um potencial de negócios e comércio que ultrapassa os 86 países. O espaço de influência da CPLP tem uma efetiva posição geoestratégica nos quatro cantos do mundo, tem um número populacional que atinge diretamente 30% da população mundial, tem recursos naturais e recursos humanos, empresários com *know-how* e tecnologia e outros com mercados virgens. Temos que olhar para além dos nove países e pensar global.

### Quais os países da CPLP com maior facilidade em ajudar a cumprir este propósito?

Todos os países são importantes e todos têm contributos únicos e diferenciados para dar. O mais importante é conseguirmos fazer as ligações certas, entre quem tem capital e tecnologia e quem tem recursos e mercados por desenvolver.

Precisamos juntar competências, agregar vontades, capacitar para os desafios do desenvolvimento e temos feito isso. Angola e Moçambique darão um salto tremendo no seu desenvolvimento com a diversificação da sua atividade económica. O Brasil tem uma dimensão geográfica que tem mantido os empresários ocupados com o seu mercado interno, mas a internacionalização das empresas brasileiras pode dar mais músculo à atividade económica da CPLP.

Timor é um país que ainda não entrou na maioria, é muito recente, e onde está tudo por fazer. Temos que

olhar para a CPLP como um bloco económico e não como uma mera soma de países.

### O que espera alcançar enquanto presidente da União de Exportadores?

Muito sinceramente tenho a ambição de criar um mercado único da CPLP. Tenho a perfeita noção de que é um objetivo muito difícil de atingir no curto e, até, no médio prazo, mas é uma missão que me move e, também, a toda a equipa que trabalha neste projeto em todos os países de língua portuguesa. Quero contribuir para a afirmação de um espaço com livre circulação de pessoas, bens e serviços, ou seja, um espaço sem barreiras.

Acredito que a nossa presença no processo de construção e integração europeia poderá beneficiar muito se dermos mais atenção à CPLP enquanto espaço económico.

### Quantas empresas constituem a União de Exportadores?

Atualmente contamos já com mais de 400 organizações associadas, especialmente empresas e associações de empresas. Contudo, representamos ainda de forma indireta um número bastante superior de organizações. A nossa gênese está no associativismo e, como temos muitos protocolos com associações empresariais dos diversos países, representamos um universo maior de empresas em muitos setores diferentes.

É importante referir que estas 400 organizações, onde estão milhares de empresas, exportam com segurança no espaço lusófono, uma vez que a UE-CECPLP desenvolve um árduo trabalho para identificar os parceiros adequados, detetar as oportunidades certas, emparelhar empresas e estimular parcerias de sucesso. Há assim um trabalho de valor acrescentado que realizamos e que é reconhecido pelas empresas.

O nosso desafio é crescer em número de empresas associadas, mas também crescer na qualidade e densidade do serviço que prestamos.

### Dão prioridade a alguns setores específicos?

Na verdade, damos prioridade às boas oportunidades e em acrescentar valor às empresas, sendo a procura das empresas o que dita o nosso grau de envolvimento e prioridade. Contudo, é óbvio que quando se verificam determinadas oportunidades de negócios em setores específicos, damos primazia a esses setores. Em termos específicos, damos

muito apoio aos setores da agricultura, turismo, construção, energia e indústrias transformadoras no geral.

Temos uma rede de colaboradores que está se consolidando nos mercados e estamos atentos às oportunidades e focados em ajudar os empresários a ligarem negócios e a concretizarem investimentos.

**É possível construir uma verdadeira comunidade econômica e empresarial com a CPLP apenas baseada na língua, uma vez que os países da CPLP são geograficamente distantes e muito diferentes entre si?**

É possível e é isso que fazemos todos os dias quando densificamos as relações comerciais no espaço lusófono. A geografia não é um obstáculo e a língua não tudo. Estou convencido de que temos um potencial tremendo por explorar nas exportações, na internacionalização, na formação e na capacitação empresarial.

Seria excelente entrosarmos melhor as nossas economias que dão acesso mútuo a importantes espaços de integração econômica. Os mercados da CPLP, que representam cerca de 30% da população mundial, têm uma dimensão e um potencial tremendo: Portugal na União Europeia, Angola e Moçambique na SADC, Brasil no Mercosul e Timor na Asean.

**Foram realizados vários fóruns da União de Exportadores da CPLP. Qual o balanço em relação, por exemplo, a participações (empresas, empresários, associações etc.), uma vez que têm sido batidos recordes entre fóruns?**

O balanço foi positivo e a tendência é de adesão crescente e de afirmação deste projeto associativo e empresarial.

Estiveram presentes neste conjunto quase nove centenas de empresas e expositores, o que permitiu uma dinâmica muito expressiva, tendo sido envolvidos mais de vinte mil empresários que participaram em mais de novecentas reuniões bilaterais de negócios. Este é um modelo de Fórum que liga efetivamente negócios, que promove a parceria e que facilita contatos.

**Mas sobretudo, é possível fazer um balanço em relação a contatos entre empresários ou negócios concretizados ou em vias de se concretizarem?**

A dinâmica, como referi, é muito positiva e já vivenciamos que alguns dos projetos foram e outros venham a ser conhecidos e divulgados. Neste momento o que posso di-

zer é que “o segredo á a alma do negócio” e, nesse sentido, competirá às próprias empresas fazerem essa divulgação. Mas posso dizer que no domínio agroalimentar, serviços, turismo, energia, formação e máquinas e equipamentos há bastantes projetos de parceria em implementação.

**Com o objetivo de procurar pequenas e médias empresas (PME) de diferentes países da CPLP, qual o plano de ação da União dos Exportadores da CPLP para o ano de 2020?**

O plano de atividade para este ano é ambicioso e reflete a nossa visão de transformar a CPLP numa potência econômica global. E isso faz-se com contato permanente, com estímulos aos empresários para conquistarem novas geografias e abraçarem novos desafios. A União dos Exportadores acompanha os empresários nos seus processos de exportação e de internacionalização, num relacionamento próximo e constante, em todos os mercados. Destaco para além das missões, que são da maior importância, a realização dos Fóruns da União dos Exportadores. Estes fóruns são a casa comum dos empresários de língua portuguesa e quanto mais partilhados e participados forem mais forte será este projeto!

**A língua portuguesa, que liga cerca de 230 milhões de pessoas, pode ser um grande facilitador. O Brasil dada a sua dimensão salta à vista. De que modo pode este mercado contribuir para o mercado CPLP?**

O Brasil é de fato um mercado com uma dimensão muito grande e com uma classe média em crescimento e com poder de compra ascendente.

É também o único país de língua portuguesa no continente americano e que pode dar à CPLP acesso ao conjunto de países da América do Sul, Central e do Norte. É uma porta de acesso a mercados terceiros, portanto, e é um mercado muito interessante em si mesmo com um enorme potencial por explorar ainda. Tem também recursos, tecnologia e tradicionalmente, dada a sua dimensão de mercado interno, virado para dentro. No momento em que o Brasil abrir mais a sua economia, os países de língua portuguesa terão todos muito a ganhar.

**Mas quais são os principais obstáculos, além da difícil circulação de bens, serviços e pessoas que já encabeça a lista?**

Adicione-se a estes um protecionismo muito característico que constitui uma barreira adicional à exportação e à internacionalização.

Mas a UE-CECPLP tem feito o seu caminho e os núcleos estão cumprindo o seu trabalho.

É localmente que se detectam oportunidades, que se trabalham *leads* e que se fazem negócios. Prefiro olhar para as oportunidades do que estar focado nos obstáculos. As oportunidades, deve-se agarrá-las; os obstáculos tem que se trabalhar para os ultrapassar.

### **As diferentes culturas também são um obstáculo? De que modo?**

Respondo referindo a enorme vantagem de falarmos a mesma língua. Em português nos entendemos.

É na língua que partilhamos, que conseguimos conversar e estabelecer relações de confiança e de negócios. naturalmente que as culturas são diferentes, que devemos sempre procurar a melhor forma de nos relacionarmos e de interagirmos com os outros, mas temos esta vantagem incrível de nos fazermos entender nos quatro continentes e isto é um ativo que temos que valorizar e que nos traz uma enorme vantagem competitiva no quadro mais amplo do comércio global.

### **Mário Costa: Biografia**

É presidente da União de Exportadores da CPLP, “braço econômico” da Confederação Empresarial da CPLP, que tem como objetivo único promover negócios entre empresas, instituições especializadas e organizações de todos os países da CPLP (África, Ásia, América e Europa).

Na Confederação Empresarial da CPLP acumula os cargos de vice-presidente da Comissão Executiva e presidente das Comissões Especializadas para o Desporto-Futebol e Marca CPLP.

É CEO & Founder do Believe Group, empresa líder de projetos de reestruturação e recuperação de pequenas e médias empresas em nível nacional. Como consultor acompanha grandes grupos empresariais especializados nesta área. É presidente na Mesa da Assembleia Geral da Liga Portuguesa de Futebol Profissional (LPFP).

É membro do Conselho Superior da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex).

Iniciou a carreira profissional como professor na área de ciências económicas e empresariais.

