

Revista Brasileira de Comércio Exterior

RBCCE

Ano XXXVII

156

Julho, Agosto
e Setembro
de 2023

A revista da FUNCEX

HIDROGÊNIO VERDE DE EXPORTAÇÃO

Empreendedorismo
e Cultura Exportadora
e Empreendedora

Desafios Tributários e
de Sustentabilidade



FUNCEX



fundação
centro de estudos
do comércio
exterior

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

EDITORIAL**2 Desafios da Política de Comércio Exterior***Antonio Carlos da Silveira Pinheiro***ENTREVISTA****4 Paulo Câmara***Presidente do Banco do Nordeste do Brasil***COMENTÁRIO INTERNACIONAL****8 De Guttemberg à transformação digital***George Vidor***MOMENTO HISTÓRICO****10 Exportar ou morrer***Roberto Giannetti da Fonseca***16 O novo ministério do empreendedorismo e o fortalecimento da micro e pequena indústria no Brasil***Joseph Couri***18 Power-To-Floating Wind para hidrogênio verde de exportação***Miguel Lins e Evan Sponagle***DESAFIOS DA POLÍTICA COMERCIAL****24 As controvérsias da integração regional***Mauro Laviola***28 Cultura exportadora como política de estado***Renato Pitta***DESAFIOS TRIBUTÁRIOS****32 Exclusão de incentivo fiscal de ICMS da base de cálculo do IRPJ CSLL PIS e da COFINS***Luis Carlos Szymonowicz e Ricardo José Piccin Bertelli***36 Efeitos da reforma da tributação sobre o consumo no comércio exterior***Renato Agostinho da Silva e Marcelo Simões dos Reis***DESAFIOS DE SUSTENTABILIDADE****46 A medida europeia contra a “importação do desmatamento” e seu potencial viés discriminatório no comércio internacional***Yi Shin Tang e Vivian Rocha***54 A indústria de açúcar e etanol e seus ativos ambientais***Fernando Giachini Lopes***PRÁTICAS DE COMEX****60 Inovações em testes fitossanitários na exportação de carne bovina para a China***Felipe Vigoder***64 Análise e redução de custos aplicadas à logística internacional***Eduardo Correia Miguez*

Cultura exportadora como Política de Estado



Renato Pitta

Renato Pitta
é professor da Funcex e da Faetec, e
consultor de empresas de comércio exterior

No mês de julho deste ano, o atual governo editou o Decreto no 11.593 que instituiu, de acordo com seu art. 1o, “a Política Nacional de Cultura Exportadora [PNCE], com a finalidade de difundir a cultura exportadora e ampliar o número de exportadores brasileiros, especialmente entre as micro, pequenas e médias empresas” (Brasil, 2023).

Essa é uma política de promoção comercial às exportações, fruto de diagnósticos elaborados nos anos 1990. Naquela época, logo após o período de abertura comercial da economia brasileira, segundo Pinheiro (2022), verificou-se que em matéria de promoção comercial, a partir de “1990, todas as atividades da Cacex foram descontinuadas, enquanto as do MRE sofreram profundo processo de reorientação”. Ainda segundo Pinheiro (2022) “para enfrentar essa lacuna, a Funcex, com o apoio do então Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), realizou dois estudos, a saber: um sobre o universo exportador brasileiro e outro sobre programas de promoção comercial, em que se analisava a experiência internacional acerca das ações, atividades e fontes de *funding* utilizadas para promover as exportações”. O diagnóstico à época era preciso: tinha-se de reduzir a assimetria de informações comerciais sobre os negócios de exportação e aumentar a base das empresas exportadoras para incentivar a redução da concentração das exportações em poucas empresas.

Ainda segundo Pinheiro (2022), “graças a esse último estudo, o então dr. Benedicto Fonseca Moreira, presidente da Funcex e ex-diretor da Cacex, defendeu em todos os escalões em Brasília a importância de se ter um programa de promoção comercial às exportações com esse corte.” Hoje, pode-se dizer que há uma política de estado sobre esse tema, visto que com o descrito no decreto que institui a PNCE (Brasil, 2023, art 2o), busca-se:

I - o aprimoramento de políticas públicas destinadas ao comércio exterior; II - o desenvolvimento e o fortalecimento de programas, projetos e ações inclusivas para ampliar a inserção de empresas no comércio exterior brasileiro; III - a potencialização de iniciativas de fomento às exportações brasileiras, por meio do incentivo ao desenvolvimento de ações conjuntas, ao alinhamento e à efetiva coordenação entre órgãos e entidades públicas, paraestatais e privadas; e IV - o apoio ao ingresso e à permanência de empresas no comércio exterior, especialmente as micro, pequenas e médias empresas.

Ainda de acordo com o decreto:

Art. 3º As ações da Política Nacional de Cultura Exportadora serão dirigidas a todos os setores da economia,



especialmente àqueles com potencial exportador, e contemplarão as seguintes iniciativas: I - promoção das exportações e da disseminação da cultura exportadora; II - capacitação e treinamento para as empresas interessadas na atividade de exportação; III - compartilhamento de boas práticas de exportação de produtos; IV - fomento à participação em eventos de promoção comercial; V - aproximação entre empresas exportadoras e instituições ofertantes de serviços relacionados à exportação; e VI - identificação de oportunidades para fomento da cultura exportadora e para exportação de produtos e serviços.

Isso significa que se pode dizer que a PNCE, usando o dizer de Cordeiro e Santos (2023), é um exemplo de que

precisamos a partir de hoje expandir de forma perene nossa pauta de exportação de bens – agrícolas, semimanufaturados, manufaturados e de serviços – por via de uma Política de Comércio Exterior Forte com Base numa Parceria de Força Público-Privada – sugestão sempre preconizada pelo saudoso dr. Benedicto Moreira, ex-diretor da Cacex, AEB e Funcex. Uma política desse porte pode simultaneamente expandir a base de empresas brasileiras no comércio exterior, e depois internacionalizar essas empresas de modo a inseri-las nas cadeias globais de valor para ganhar *market-share* além do crescimento vegetativo e natural da expansão observada no mercado internacional.

Reza a lenda que durante o período em que exerceu a presidência da Funcex e da AEB, o dr. Benedicto Moreira sempre se preocupava com o desenho institucional para a execução de políticas públicas, no Brasil. Por isso, recomendava que a Camex fosse o nó central para que a ação governamental na área de comércio exterior fosse efetiva, eficiente e eficaz. Por isso, num primeiro momento, causa espanto e apreensão que uma política de Estado, composta por representantes do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços; do Ministério da Agricultura e Pecuária; do Ministério das Relações Exteriores; da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos; e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, venha a ser exercida e coordenada por um departamento de promoção das exportações, cultura exportadora e facilitação de comércio da Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços.

Em que pese a dedicação e o trabalho exemplar que vem sendo desenvolvido ao longo dos anos por esse departamento, os desafios a serem enfrentados hoje e no futuro para tornar essa ação de Estado efetiva será reduzir a falha de mercado, no Brasil, e da assimetria de informações comerciais para se executar a política de promoção comercial às exportações.

Cumprir destacar que há informações públicas e privadas que servem de base para a tomada de decisão por parte do gestor público e /ou do setor privado para entrar na atividade de exportação e, também, selecionar o mercado ou o país em busca da oportunidade de exportar e, sobretudo, identificar compradores estrangeiros para negociar e vender os produtos e serviços nacionais.

“

Para que a PNCE se torne de fato e de direito uma política do Estado é preciso apenas mudar a interpretação e a gestão da política de informações econômico-fiscais, inclusive até trazendo o IBGE e a legislação de dados atinentes a essa repartição federal para a discussão

”

Hoje, no Brasil, não se tem mais um cadastro de empresas exportadoras e, sobretudo, de quais empresas estão adentrando na exportação. Há fatos curiosos com relação à venda externa de bens: em plena pandemia da Covid, em 2021, 5.268 empresas entraram na exportação, sendo 2.504 oriundas do setor de comércio e 627, do de serviços (Santos e Pourchet, 2022). Logo, o que e como fazer, caso se tivesse de propor ações e atividades para aumentar a proporção das vendas externas dessas empresas?

Focar as ações em grupos de empresas para selecionar produtos e mercados para serem objeto de prospecção e promoção comercial será difícil. Se de um lado tem-se alvos de bens e mercados fruto de acesso a informações obtidas em diretórios internacionais e coletados pelas instituições multilaterais, de outro, essas informações estratégicas não poderão ser direcionadas ou vinculadas para as potenciais usuárias, visto que não se tem alvos de empresas exportadoras ou não exportadoras a se trabalhar.

Ainda que na ocasião do lançamento da PNCE, que contou com a presença do ministro do MDIC e do vice-presidente Geraldo Alckmim e, na ocasião, fossem firmados acordos de adesão de entidades civis para incentivar a execução da PNCE, há questões a serem consideradas em face da não existência de dados tais como: a) propor projetos; b) como aprová-los; c) como se fazer análise *ex ante* e *ex post* do projeto para efeitos do TCU; e d) como obter recursos públicos e privados para executar as ações da PNCE.

Em outras palavras, como não se sabe qual o universo exportador de empresas de bens e serviços que atualmente exportam, como propor uma política pública com base em evidências estatísticas – algo recomendado pelo TCU – e avaliar a eficácia, efetividade e eficiência na execução dessa política de Estado? No passado, essa informação era pública e aberta à sociedade civil, mas hoje, ela não é divulgada pelo governo federal em razão de a Secretaria da Receita Federal interpretar o *disclosure* e a disponibilização dessa informação como violação do sigilo fiscal.

Em termos históricos, na época da ditadura todos os dados e informações sobre as empresas exportadoras eram públicos, enquanto hoje, em pleno regime democrático, não se tem acesso à informação para formular uma proposta de política de cultura exportadora com base em evidências estatísticas. Então, fica difícil ter uma política de estado em que um órgão do próprio Estado não disponibiliza informação para a sociedade.

Inclusive, se a instituição do terceiro setor ou um pesquisador quisessem exercer o seu direito constitucional de acesso a informações públicas de acordo com a Lei nº 12.527/2011, mesmo expondo os motivos de que os dados seriam usados para formular ou avaliar uma política pública, esse pedido seria negado em função da nova tese da Receita Federal de que dispor de informação sobre empresa exportadora viola o sigilo fiscal.

Vale lembrar que a incidência de imposto de exportação sobre produtos e serviços – apesar de prevista na Constituição Federal – na prática, hoje incide sobre poucos produtos. Assim, se a interpretação da norma legal se restringisse à exportação, pelo menos ter-se-ia um conjunto de dados fidedignos para operar a PNCE. Considerando que isso possa não vir a ocorrer, faz-se necessária uma mobilização dos atores e *stakeholders* da PNCE para solicitar a revisão das competências da Receita Federal no que tange à sua interpretação e gestão da política de informações econômico-fiscais.

Do exposto, para que a PNCE se torne de fato e de direito uma política do Estado é preciso apenas mudar a interpretação e a gestão da política de informações econômico-fiscais, inclusive até trazendo o IBGE e a legislação de dados atinentes a essa repartição federal para a discussão. Procedendo dessa forma, teremos a **CULTURA EXPORTADORA COMO POLÍTICA DE ESTADO**.

BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial para Assuntos Jurídicos. *Decreto n. 11.593, de 10 de julho de 2023*. Brasília, 2003.

CORDEIRO, Mario; SANTOS, Daiane. Internacionalizar o real é preciso, e possível. *Negócios Internacionais em Foco*, n. 1, Funcex, 2023.

SANTOS, Daiane; POURCHET, Henry. Base das empresas exportadoras no Brasil – 1997-2021. *Revista Brasileira do Comércio Exterior*, n. 151, abr./ maio/jun. 2022.

PINHEIRO, George. *Desafios da promoção comercial no Brasil no século XXI*. Agência de notícias. Funcex. 2022. Disponível em: <https://funcex.org.br/info/rbce-151/desafios-da-promocao-comercial-as-exportacoes-no-brasil-no-seculo-xxi>.