

“Agenda da sustentabilidade veio para ficar e é uma oportunidade”

De São Paulo

A seguir, os principais pontos defendidos por Tatiana Prazeres:

Sustentabilidade

Ficou para trás a visão de que sustentabilidade e comércio exterior não se relacionam. Essa é uma agenda que veio para ficar, trata-se de uma oportunidade, e não um ônus. Sustentabilidade e questões climáticas perpassam vários pontos defendidos como prioridade pela Fiesp para o próximo mandato. Por exemplo, vemos europeus avançando nas restrições de emissão de carbono, associadas a desmatamento. Ou seja, se a sustentabilidade não for tratada, podem surgir novas barreiras comerciais que se tornarão obstáculo às nossas exportações. Compromissos de sustentabilidade podem impedir a assinatura de um acordo. E em acordos já negociados, mesmo com o cumprimento de reduções tarifárias estabelecidas, o acesso aos mercados a produtos brasileiros pode ficar impedido por barreiras regulatórias de natureza ambiental, climática.

Sustentabilidade 2

A sustentabilidade pode ser ativo importante no posicionamento do produto brasileiro. O Brasil é carente de marcas e agregação de valor. A agenda da sustentabilidade pode reposicionar a imagem do país no mundo, contribuir na promoção comercial, com criação e fortalecimento de marcas.

Reforma tributária

A Fiesp defende a criação de um Imposto sobre Valor Agregado (IVA), mas com competitividade exportadora considerada no desenho de uma reforma tributária, fundamental para o país. O acúmulo de créditos tributários é um dos grandes problemas do sistema atual e hoje as exportadoras dependem de regimes como o drawback [que permite suspensão de pagamento de tributos na compra de insumos para produção de bens destinados ao exterior] para não exportar tributos, conforme comando constitucional da imunidade tributária das exportações. É preciso que o IVA inclua mecanismos horizontais já adotados internacionalmente, para que a empresa não precise tirar recursos do caixa no recolhimento de tributos para depois ser ressarcida.

Comércio regional

A América do Sul e o Mercosul são mercados prioritários. O comércio com o Mercosul não é fácil, mas é o mercado para onde a indústria vende. É preciso uma liderança ativa do Brasil para um projeto ambicioso de integração regional da América do Sul em diferentes dimensões, desde integração física até facilitação de comércio, reforma e fortalecimento da rede de acordos comerciais. Não é possível dar as costas à região que é o destino mais relevante para as exportações industriais, especialmente para empresas de pequeno porte. Se o Brasil quer ampliar base exportadora, não é possível “desistir da vizinhança” ou deixar a região em segundo plano.

Reconfiguração do mundo

Fala-se muito em reconfiguração de cadeias globais de valor, mas isso não é atalho, não significa



Tatiana Prazeres: país tem de fazer reformas para ampliar competitividade

que o Brasil possa abrir mão de fazer reformas necessárias, de se tornar mais atrativo a investimentos estrangeiros e de desenvolver cadeias de valor regionais. Intensificar o comércio intrarregional é tendência global. Vemos na Ásia, por exemplo. Se o comércio intrarregional puder ganhar espaço como proporção total do comércio é uma oportunidade para nós, mas ninguém sabe o tamanho dessa oportunidade, o quanto é discurso político ou narrativa que convém a quem a propõe. Ou quanto disso vai se traduzir em decisões empresariais. Vejo como oportunidade para o Brasil olhar para dentro, identificar obstáculos e dificuldades que impedem o país de se posicionar de forma mais relevante na atração de investimentos estrangeiros. Pode servir como catalisador do comércio intrarregional. Também é preciso lembrar que há países que competem com o Brasil nessa narrativa de mudanças das cadeias globais, como o México, inclusive mais bem posicionado para atrair investimentos relacionados ao movimento americano de trazer a produção de volta, ou para perto ou para aliados.

China, exportações

Não há problema que o Brasil venda muito para a China. O problema é deixar de vender ou diminuir vendas a outros destinos. Há de fato aumento da nossa exposição ao mercado chinês. A indústria brasileira precisa ser mais competitiva, é necessário facilitar o acesso a outros mercados. É preciso investir nisso e não focar no fato de que o Brasil vende muito para a China.

China, importações

A China ganha mercado no mundo inteiro. Não é uma realidade só brasileira. Nessa questão é preciso, primeiro, o combate à prática desleal e ilegal. A China é um país que com frequência é alvo de medidas desse tipo não só no Brasil, mas no mundo. Segundo, é preciso avançar na agenda de competitividade, para ampliar nossa capacidade de competir com o produto chinês. Isso não passa pela China, passa por fazer as reformas que são necessárias para permitir que o produto brasileiro seja mais competitivo aqui e fora do país. Quando se fala em China com frequência se fala na competitividade do agronegócio, mas é necessário

falar que a carga tributária da indústria é bem diferente da do agro. Ou seja, uma reforma tributária que nos ajude a ser mais competitivos se relaciona também com a agenda China, porque é para China que temos perdido espaço aqui e também em outros países.

China, um novo olhar

Há uma agenda de acesso que precisa ser melhor explorada, com oportunidades de cooperação na área regulatória. Com muita frequência isso ainda é muito focado em agronegócios, para reconhecimento mútuo e superação de barreiras sanitárias, para habilitação de frigoríficos. É preciso olhar cada vez mais a China como parceiro tecnológico. Isso pode se traduzir em exportações ao mercado chinês e tornar o produto brasileiro mais competitivo globalmente. A China precisa ser vista com outros olhos também no sentido de oportunidades associadas a parcerias na área tecnológica.

Defesa comercial

A Fiesp defende ajustes no sistema brasileiro de defesa comercial para que o usuário tenha maior previsibilidade e para reduzir a margem de discricionariedade das autoridades investigadoras no Brasil na condução de processos antidumping, por exemplo. Conceitos que baseiam a suspensão de direitos concedidos em processos de defesa comercial, como o do interesse público, devem ser fortalecidos mais bem definidos.

Mais diálogo com setor privado

É preciso maior diálogo do governo com o setor privado, algo que perpassa vários temas relacionados a comércio exterior. Uma das áreas em que essa demanda é maior é na negociações comerciais, para que as indústrias tenham maior engajamento na definição dos conteúdos, como nas regras de origem em acordos comerciais. O diálogo com o setor privado também é importante no debate da abertura comercial. Isso precisa ser negociado, feito com transparência para que o setor privado possa se planejar. As indústrias também precisam de instrumentos para enfrentar e superar barreiras comerciais no acesso a mercados com os quais não há acordo comercial, como os EUA. (MW)