Comércio exterior é caminho para indústria alavancar o crescimento

Poder 360 - 04/11/2020

Após meses imersa em crise provocada pela pandemia de Covid-19, a indústria brasileira traça estratégias de recuperação e aposta em reforçar a internacionalização das empresas. Essa saída é importante no contexto de reestruturação das cadeias de suprimentos internacionais –afetadas pela pandemia– e exige que as empresas brasileiras estejam posicionadas para atender a demanda.

O reforço e o investimento no comércio exterior expandem a demanda pelo produto nacional e instigam a competitividade interna e externa da indústria. Esse processo é fundamental para aumentar a produtividade e acelerar o crescimento econômico.

Para ampliar a presença das empresas no comércio mundial, a indústria brasileira precisa de um aperfeiçoamento da governança da política comercial do país para tornar o processo decisório mais eficiente, eficaz e equilibrado nos resultados.

Entre as propostas elaboradas pela CNI (Confederação Nacional da Indústria) para a retomada da economia, está a necessidade de modernizar o financiamento público para as exportações e reduzir a burocracia e os custos do comercio exterior.

“Nas duas últimas crises econômicas (2008/2009 e 2014/2016), a exportação teve papel fundamental como alavanca para a retomada do crescimento. Na crise de 2020 não é diferente. Por essa razão, precisamos utilizar ao máximo o potencial da demanda externa para auxiliar a retomada da economia brasileira”, contextualiza o diretor de Desenvolvimento Industrial da CNI, Carlos Abijaodi.

Para Abijaodi, a indústria entende que o momento é delicado devido aos perversos efeitos da pandemia sobre os setores produtivos com reflexos na economia e na sociedade. “Precisamos lançar os princípios para recuperação do comércio exterior em paralelo ao combate à pandemia no Brasil. Essa doença provocou uma mudança de prioridades sobre um planejamento já elaborado“, explica.

A CNI também elaborou a Agenda Internacional da Indústria, produzidos a partir de ampla consulta ao setor privado brasileiro nos últimos meses de 2019, quando a crise da Argentina e a desaceleração do crescimento da China já impunham desafios ao comércio exterior brasileiro. A publicação reúne 109 ações, distribuídas em 4 eixos:

política comercial,

serviços de apoio à internacionalização,

ações em mercados estratégicos e

cooperação internacional.

“Ainda nos falta uma Estratégia Nacional de Comércio Exterior com metas e prazos bem definidos, considerando que as exportações serão um dos poucos motores de retomada do crescimento após o fim da pandemia“, alerta Abijaodi. Ele lembra que países como Alemanha, Estados Unidos e Reino Unido já têm esse instrumento. A Agenda traz ações importantes para 2020, mas que seguramente serão realocadas para 2021.

Desafios

Os danos causados pela pandemia ainda impõem alguns obstáculos para o desenvolvimento do comércio exterior. “Com a pandemia, os desafios para se posicionar no exterior são ainda maiores porque é uma crise global. Na prática, todos os mercados estão retraídos e o desafio de vender é maior. Então, as dificuldades de começar agora são maiores que no passado”, explica o presidente do Fórum das Empresas Transnacionais da CNI e CEO da empresa Stefanini, Marco Stefanini.

Um dos desafios do país é eliminar o resíduo tributário na exportação –com a reconstituição da alíquota do Reintegra– e assegurar a manutenção e pleno funcionamento dos instrumentos de financiamento e garantias.

No médio prazo, é importante que o Brasil continue avançando nas agendas de facilitação de comércio, com a modernização da aduana, e de acordos comerciais, com a abertura de novos mercados. Também é necessário reforçar a defesa comercial, pois a crise gera um aumento das práticas desleais de comércio.

Segundo Stefanini, é importante para as empresas definir metas de longo prazo. “Conquistar mercados internacionais demanda tempo, por isso é fundamental ter uma estratégia bem definida, além de investimento e perseverança”. Para ele, as empresas precisam desenvolver a marca em um país estrangeiro, desenvolver a cultura. Também é preciso conhecer o cliente na ponta, desenvolver maturidade de ponto de vista de pensar global e não local.

Desempenho da indústria no mundo

De acordo com dados do estudo Desempenho da Indústria no Mundo, feito pela CNI, a indústria brasileira é a 16ª em participação na produção mundial do setor. Até 2014, o Brasil estava entre os 10 maiores produtores no ranking mundial. Em trajetória de queda desde 2009, a participação do Brasil na produção industrial mundial caiu de 1,24%, em 2018, para 1,19%, em 2019. É o piso da série histórica iniciada em 1990.

A participação nacional nas exportações, que já havia recuado de 0,91% para 0,88%, de 2017 para 2018, manteve o viés negativo e ficou em 0,82%, em 2019, igualando o menor patamar da série histórica, registrado em 1999. O Brasil ocupava a 30ª colocação no ranking global no último dado disponível, de 2018.

O estudo aponta que, com a nova retração em 2019, a indústria nacional passa a ocupar a 16ª posição global. Desde 2015, foi superada pelas indústrias do México, da Indonésia, da Rússia, de Taiwan, da Turquia e da Espanha.

O desempenho das exportações da indústria de transformação brasileira retrata a perda de competitividade. “O cenário torna ainda mais urgente a aprovação de reformas e legislações que destravem a economia brasileira e aumentem a competitividade da indústria nacional. São os casos da reforma tributária, da nova lei do gás e do reforço em investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Essas são iniciativas essenciais para restabelecer condições para a indústria brasileira voltar a competir internacionalmente”, comentou o presidente da CNI, Robson Braga de Andrade.

A perda de participação da indústria brasileira na produção industrial mundial ocorre desde meados da década de 1990, mas os dados evidenciam que a crise econômica brasileira de 2014-2016 intensificou esse movimento. Nesse período, o PIB da indústria acumulou queda de 10,1%, enquanto a agropecuária recuou 2,1% e os serviços recuaram 4,9%. Diferentemente do Brasil, a produção industrial mundial manteve-se em crescimento, após queda em 2009, ano da crise financeira global.

Garantias de crédito

No atual cenário, a definição de políticas públicas de financiamento e garantias de crédito às exportações se torna ainda mais importante para a indústria.

Para que as empresas brasileiras possam competir em condições de igualdade com seus concorrentes no comércio internacional, elas precisam de um sistema público de financiamento e garantias às exportações que proporcione segurança para a realização dos investimentos.

“Empresas que usam esses instrumentos chegam a exportar quase 15% a mais. Além disso, ampliam até 70% seus mercados e aumentam seu número de funcionários em até 10%. Instrumentos desse tipo existem em mais de 90 países e têm ganhado cada vez mais relevância na política comercial das maiores economias do mundo”, destaca o diretor de Desenvolvimento Industrial da CNI, Carlos Abijaodi.

Para ele, os principais gargalos do sistema oficial de crédito no Brasil são: insegurança jurídica; falta de alinhamento da prática brasileira ao mínimo praticado pelos demais países da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico); e falta de previsibilidade, clareza e dificuldade de acesso aos mecanismos de apoio oficial.

Nessa linha, para melhorar o sistema oficial de crédito é preciso aprimorar a governança. “É necessário reduzir a confusão de competências de formulação e operacionalização da política de financiamento à exportação e multiplicidade de órgãos atuantes. Também é preciso assegurar previsibilidade, transparência e segurança orçamentária no acesso aos mecanismos de apoio oficial, e alinhar a ação brasileira ao praticado internacionalmente”, diz Abijaodi.

Financiamento para exportações

Para garantir subsídios de apoio às exportações, a indústria pediu ao governo federal para ampliar a previsão orçamentária para o Proex (Programa de Financiamento às Exportações) Equalização em 2021, dos atuais R$ 1 bilhão para R$ 1,6 bilhão. A CNI, em parceria com o Fórum de Competitividade das Exportações, a AEB (Associação de Comércio Exterior do Brasil) e a Abimaq (Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos), também pediu suplementação de pelo menos R$ 400 milhões para o programa ainda neste ano, dos atuais R$ 600 milhões para R$ 1 bilhão.

O Proex Equalização é um programa do governo federal de apoio às exportações brasileiras de bens e serviços criado em 1979. Na modalidade Equalização, ele assume parte dos encargos financeiros do financiamento de exportações brasileiras, tornando-os equivalentes àqueles praticados no mercado internacional.

As entidades destacam que o programa é essencial por promover igualdade e isonomia entre as exportações do Brasil de alto valor agregado e as dos demais países. O custo de financiamento das exportações brasileiras é significativamente mais alto que o de exportações de países concorrentes. A título de exemplo, países como a Coreia do Sul, Espanha, Alemanha e Índia também fazem equalização de encargos financeiros das operações de crédito às exportações.

Certificado de Origem Digital

Um dos caminhos da indústria para facilitar o processo do comércio internacional e avançar com a digitalização e desburocratização do setor em tempos de pandemia é o COD (Certificado de Origem Digital). A ferramenta traz vantagens como benefício tarifário, redução de custos operacionais, além de diminuir o tempo de duração do trâmite comercial como um todo.

Em maio, a CNI lançou uma nova plataforma para a emissão do COD para exportadores brasileiros. O sistema é mais ágil e moderno permite que o empresário emita o documento de forma simples. Além do benefício econômico, no contexto da pandemia da Covid-19, o COD reduz a circulação de papéis e pessoas que podem se tornar vetores da doença.

“Hoje, a pandemia exige que as empresas reinventem o processo de internacionalização e busquem novas formas de fazer negócio, em especial, sem o contato presencial. Toda essa energia deve estar focada em buscar ferramentas que possam reduzir o tempo, trazer vantagens financeiras e reduzir o esforço da empresa na produção de documentos de comércio exterior”, destaca o coordenador de Serviços de Internacionalização da CNI, Felipe Spaniol.

A emissão do COD é feita pela Rede CIN, (Brasileira de Centros Internacionais de Negócios) coordenada pela CNI. Presente nas federações de indústrias dos Estados e do Distrito Federal, ela promove a internacionalização das empresas brasileiras por meio da oferta de um conjunto de serviços customizados a suas necessidades. Em casos específicos, a depender do acordo comercial entre os países, o COD pode garantir a isenção completa das tarifas alfandegárias.

“O COD impacta diretamente na competitividade das exportações brasileiras. Além disso, ele atesta que que o produto atende regras gerais de comércio. Ou seja, independente de ter o benefício fiscal, o COD garante legitimidade e reconhecimento daquele produto lá fora”, explica Spaniol.

No primeiro quadrimestre de 2020, a emissão de COD pela CNI mais que dobrou na comparação com o mesmo período de 2019. O salto foi de 116%.

Atualmente, é possível emitir certificado com a assinatura digital, que é um passo além da emissão eletrônica, para Argentina e Uruguai. “Com esses 2 países nós emitimos hoje exclusivamente certificado com assinatura digital. Então, além do documento ser feito em um sistema online, ele é assinado eletronicamente e enviado por arquivo digital direto para a aduana do país de destino”, esclarece Spaniol.

Em 2020, está em andamento o processo piloto de implementação do COD com o Paraguai, único integrante do Mercosul que ainda não aceita o documento com assinatura digital.

Para o presidente do Fórum das Empresas Transnacionais da Confederação Nacional das Indústrias (CNI) e CEO da empresa Stefanini, Marco Stefanini, o modelo digital ajuda a quebrar barreiras globais, o que considera fator importante para as empresas brasileiras expandirem os negócios.

“Esse ponto do digital é uma variável que já estava presente antes da pandemia, mas agora acelerou. Então, se tem um viés positivo com a pandemia é esse, existe uma pegada muito mais digital que favorece a internacionalização. Reduz tempo, burocracia, ajuda a entender o cliente, o mercado. As soluções digitais facilitam a vida, aumentam a eficiência”, diz.