

# Exportadores enfrentam dificuldades

LIANA VERDINI

BRASÍLIA — Enquanto o governo fala em incentivar as exportações como uma das medidas para equilibrar as contas do país, todo o sistema de comércio exterior brasileiro induz o empresário a importar cada vez mais. A falta de financiamento para produzir e vender ao exterior, o sistema tributário distorcido e, principalmente, o investimento mingüado em promoção comercial são as três principais dificuldades enfrentadas pelos exportadores. Em compensação, para importar há financiamento, de sobra e basta entrar com pedido no Sistema de Comércio Exterior (Siscomex) para comprar mercadorias de outro país.

“O governo, ao mudar as regras do jogo, o fez muito rapidamente. Saiu a superproteção, entrou a livre concorrência. O problema é que as condições para exportar permaneceram praticamente as mesmas”, analisa o presidente do Instituto de Estudos das Operações de Comércio Exterior (Icex), Waldir Berger. “O fato é que é muito mais fácil importar no Brasil do que exportar”, diz o presidente da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB), Marcus Vinícius Pratini de Moraes.

Esta facilidade custa caro. Um estudo feito pela AEB, e entregue ao governo há pelo menos dois anos, mostra que a perda do país com a falta de modernização dos portos é de US\$ 5 bilhões. O produto brasileiro perde muito de sua competitividade na hora de ser transferido de destino. “Contando todos os entraves às exportações, como as distorções tributárias e a falta de promoção comercial, por exemplo, a perda é de pelo menos o dobro ou US\$ 10 bilhões”, estima Pratini.

**Impostos** — Não é difícil perceber onde estão os fatores que pesam contra a balança comercial brasileira. Os impostos têm um papel de destaque neste processo. Todo exportador, por exemplo, tem direito a receber de volta o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) cobrado dos produtos vendidos a clientes de outros países. Seria um grande benefício, não fosse o fato de existir estados no Brasil que simplesmente não devolvem este dinheiro. O resultado é que o mecanismo, criado para incentivar a exportação, está servindo para ampliar as importações.

Difícil de entender? Nem tanto. As empresas, que ficavam com este crédito em suas contas por muito tempo, passaram a importar qualquer coisa. A conta de impostos cobrada pelos estados sobre estas importações passaram a ser pagas com o crédito de ICMS que tinham a receber. O caso mais conhecido, e que já virou folclore no Congresso Nacional, é de uma siderúrgica que importou cosmético para se livrar do ICMS a receber. O episódio foi relatado pelo presidente da AEB quando falou aos deputados da Comissão Parlamentar Especial da Alca em outubro.

O sistema de *draw back* (compra de insumos para a fabricação de produtos para exportação) também estimula as compras no exterior. Afinal, com o mercado aberto, os produtos brasileiros hoje têm cotação internacional. Se o preço é o mesmo e existe isenção para aqueles que vêm de fora, o caminho é lógico. “Hoje, qualquer exportador prefere importar matéria prima a comprar do vizinho ao lado”, afirma o diretor técnico da AEB, José Augusto de Castro.

A sugestão da AEB é a criação do *draw back* verde e amarelo. Com isso, toda matéria-prima usada na produção a ser exportada seria isenta de impostos. Mas há outras propostas na ponta da língua de quem lida com o comércio exterior. Para o ex-presidente da Comissão de Comércio Exterior da Câmara dos Deputados, deputado Cunha Lima (PPB-SP), o governo deveria pensar na criação do Ministério de Comércio Exterior. Ele defende também a criação de um câmbio específico para a exportação e mais financiamentos e facilidade de acesso a pequenos e médios exportadores.

**Pequenos e médios** — Atrair os pequenos e médios empresários, aliás, é uma das idéias do governo. O secretário de Comércio Exterior do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (MICT), Maurício Eduardo Cortes Costa, lembra que na Itália os pequenos exportadores têm um peso importante no comércio exterior. “O seguro de crédito à exportação já vai melhorar as condições para as pequenas e médias empresas exportarem. Afinal, com o seguro, não é preciso conhecer o cliente para ter certeza de que a venda será recebida”, avalia.

O secretário de Política Econômica, José Roberto Mendonça de Barros, afirma que os produtos brasileiros voltaram a ser competitivos. “Os números da balança estão melhorando e nosso esforço é para atrair um número ainda maior de exportadores”, diz. Mas a unanimidade é que sem uma boa promoção comercial os produtos brasileiros se perdem junto aos concorrentes. “Precisamos fazer propaganda do que o Brasil tem”, conclui o presidente da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex), Ricardo Markwald.