

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 minguado 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 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 insu-

mos para a fabricação de produtos para ex-
portação) também estimula as compras no ex-
terior. Afinal, com o mercado aberto, os pro-
dutos brasileiros hoje têm cotação internacio-
nal. Se o preço é o mesmo e existe isenção
para aqueles que vêm de fora, o caminho é ló-
gico. "Hoje, qualquer exportador prefere im-
portar 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 Co-
mércio 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 peque-
nos e médios empresários, aliás, é uma das
idéias do governo. O secretário de Comércio
Exterior do Ministério da Indústria, do Co-
mércio e do Turismo (MICT), Maurício
Eduardo Cortes Costa, lembra que na Itália os
pequenos exportadores têm um peso impor-
tante no comércio exterior. "O seguro de cré-
dito à exportação já vai melhorar as condi-
ções para as pequenas e médias empresas ex-
portarem. 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 competiti-
vos. "Os números da balança estão melhora-
do e nosso esforço é para atrair um número
ainda maior de exportadores", diz. Mas a una-
nimidade é que sem uma boa promoção co-
mercial os produtos brasileiros se perdem jun-
to aos concorrentes. "Precisamos fazer propa-
ganda do que o Brasil tem", conclui o presi-
dente da Fundação Centro de Estudos do Co-
mércio Exterior (Funcex), Ricardo Markwald.