

YES, NÓS TEMOS AVIÃO E CELULAR

CRESCIMENTO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PRODUTOS DE ALTA TECNOLOGIA MOSTRA QUE A ECONOMIA DO PAÍS ESTÁ SE MODERNIZANDO

Ricardo Leopoldo
Da equipe do Correio

São Paulo — O desempenho da balança comercial brasileira continua fraco. Os dados apurados de janeiro a abril mostram que o país teve um superávit — exportações maiores do que as importações — de US\$ 209 milhões. Com isso, dificilmente o Brasil atingirá um superávit de US\$ 4 bilhões como o governo previu no início do ano. Mesmo assim, os dados da balança comercial revelam números alentadores. Nos primeiros quatro meses deste ano, as vendas externas de produtos industrializados, com maior valor no mercado internacional e que criam empregos mais qualificados, cresceram 20% em relação a igual período do ano passado e atingiram US\$ 9,85 bilhões. “Isso mostra que a economia nacional está se modernizando”, comenta Fernando Montero, secretário-adjunto de Política Econômica do Ministério da Fazenda.

Há poucos anos, o Brasil se destacava no cenário internacional pelas exportações de produtos agrícolas e semi-manufaturados, com baixo valor agregado e que não exige mão-de-obra especializada. O crescimento das exportações de manufaturados é resultado da desvalorização do real diante do dólar que reduziu o preço dos produtos brasileiros no mercado externo. Além disso, as vendas foram impulsionadas pelo bom desempenho da economia mundial no início deste ano.

O mais interessante é que entre os milhares de produtos que o Brasil tem a oferecer, os compradores internacionais estão especialmente interessados em itens cuja fabricação depende de alta especialização tecnológica. E há uma forte expansão das exportações de aviões, aparelhos de telecomunicações, como telefones celulares, e carros. No primeiro trimestre de 1998, as exportações desses itens com grande valor agregado somaram US\$ 830 milhões, o equivalente a 11,6% das exportações. No mesmo período de 2000, atingiram US\$ 1,42 bilhão e já representam 19,2% das vendas externas do país.

NOVOS MERCADOS

“A Embraer é a companhia brasileira que mais vende para outros países. Com seus jatos regionais, a empresa ultrapassou os negócios da Companhia Vale do Rio Doce, com minério de ferro”, lembra Giulio Lattes, diretor da Associação dos Exportadores do Brasil (AEB). Em 1997, as vendas externas da companhia aérea chegaram a US\$ 708 milhões. No ano passado, a entrega de 124 jatos geraram US\$ 3,06 bilhões, informa Antônio Luis Manso, vice-presidente da única indústria de aviões do país. As exportações de 1999 foram responsáveis por 90% do faturamento da empresa.

Outro setor que está conquistando o mercado internacional é o de equipamentos para telecomunicações. No primeiro trimestre deste ano, o segmento exportou US\$ 354

milhões, o dobro dos US\$ 157 milhões arrecadados em igual período de 1998. Esses números animam as gigantes mundiais que instalaram unidades de produção no Brasil. É o caso, por exemplo, da sueca Ericsson, uma das líderes do mercado de aparelhos celulares e estações de transmissão de voz, chamadas rádio-base. A fábrica da empresa em São José dos Campos (SP) exporta para Argentina, Chile e Estados Unidos. “Neste ano vamos dobrar nossas exportações, que chegaram a US\$ 128 milhões em 1999”, afirma Hans Vestberg, vice-presidente da Ericsson no Brasil.

Outra vedete da pauta de exportações de manufaturados brasileiros são os carros. Com a valorização do dólar diante do real, as exportações têm sido uma boa saída para garantir o faturamento das montadoras nesse período de baixo consumo interno. No primeiro trimestre de 1999, as vendas externas de carros somaram US\$ 156 milhões. No mesmo período deste ano, a receita praticamente dobrou e atingiu US\$ 296 milhões. “O veículo feito no Brasil não perde em nada para o automóvel fabricado nos principais países do mundo”, comenta José Carlos Pinheiro Neto, vice-presidente da General Motors (GM).

Para produzir carros em São Caetano do Sul e São José dos Campos (SP), a GM se especializou em serviços de engenharia, que, curiosamente, também se tornaram produtos de exportação. Junto ao Centro Internacional de Desenvolvimento Técnico da montadora em Rüsselsheim, Alemanha, especialistas brasileiros trabalharam na produção do novo Astra de três e quatro portas. As divisões Buick e Cadillac da matriz, nos Estados Unidos, firmaram contratos para a fabricação de equipamentos de ar-condicionado. Em 1999, todas essas atividades renderam à empresa US\$ 79 milhões, número que deverá saltar para US\$ 140 milhões neste ano.

O Ministério da Fazenda admite que uma das principais razões da retomada das exportações foi a desvalorização do real ocorrida do ano passado. Com a mudança na política cambial, alguns setores como os de autopeças, calçados e móveis voltaram a ter boas perspectivas de vendas externas depois de enfrentar sérias dificuldades entre 1994 e 1998. A Visteon, uma das maiores fabricantes de

componentes para carros do país, por exemplo, perdeu boa parte de sua receita com o real sobrevalorizado. O faturamento de US\$ 400 milhões em 1998 caiu para US\$ 360 milhões no ano passado. “Só agora estamos nos recuperando das dificuldades enfrentadas com a implementação do Plano Real em 1994”, comenta Luis Fernando Antônio, diretor de Assuntos Corporativos da Visteon.

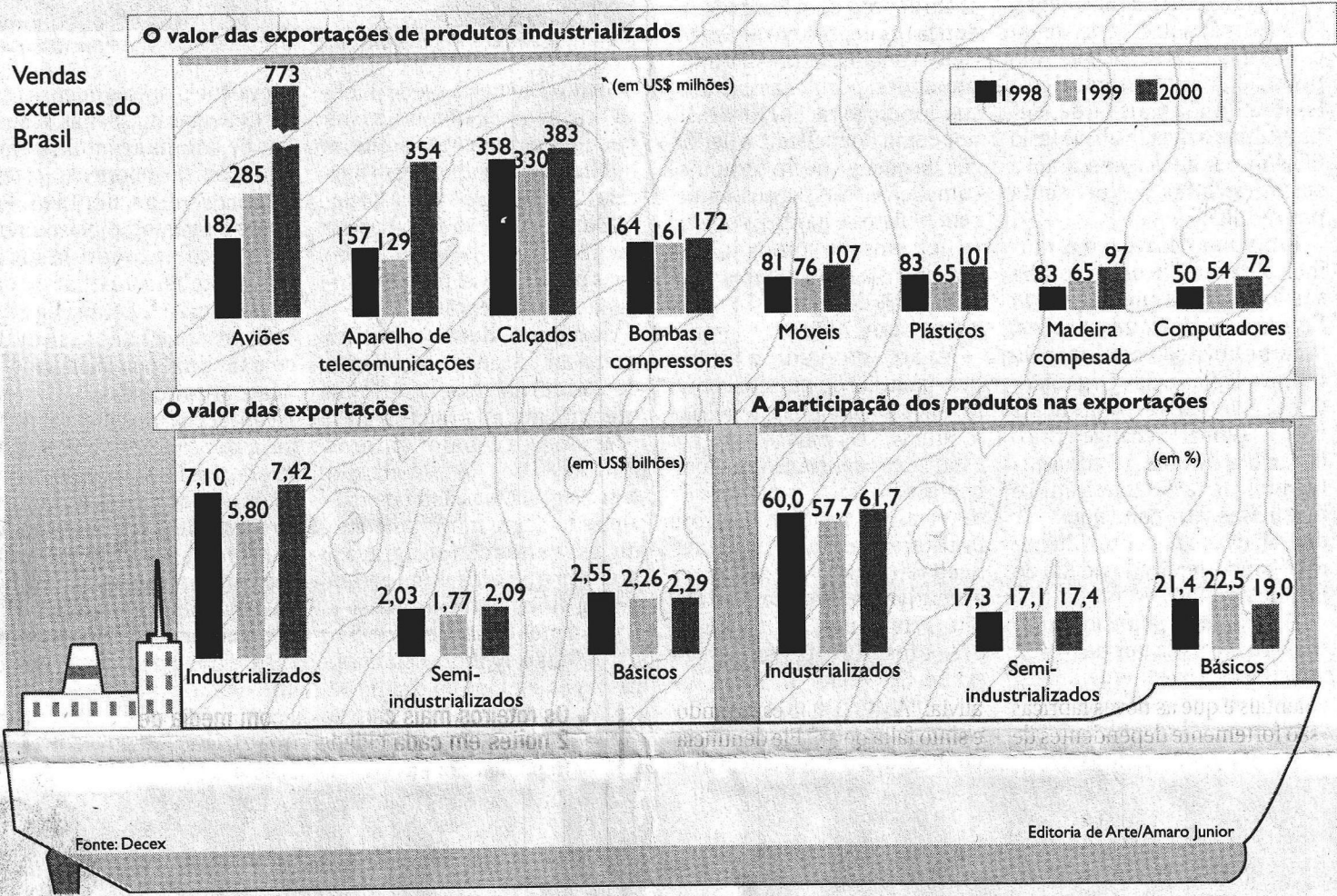
CONQUISTA DE CLIENTES

A empresa pretende retomar as vendas para Europa, que foram responsáveis por 40% das exportações em 1994. Com o real supervalorizado, a Visteon perdeu todos os clientes daquele continente. “Levaremos de três a cinco anos para reconquistarmos todos os clientes europeus”, afirma Antônio. Mas a perda de mercado na Europa está sendo compensada pelos pedidos que chegam dos Estados Unidos e dos países da América Latina. Com as vendas para os novos clientes, a receita da empresa deverá atingir US\$ 400 milhões neste ano.

Os calçadistas também estão

otimistas com a recuperação das exportações neste ano porque a desvalorização do real reduziu em até 10% o valor do par de sapatos brasileiros no mercado norte-americano, que consome 70% dos calçados brasileiros vendidos no exterior. No primeiro trimestre, as vendas externas do setor cresceram 16% em relação ao mesmo período de 1999, e a estimativa é de que atinjam US\$ 1,5 bilhão até o final do ano. Segundo Ricardo Wirth, diretor da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), a meta dos calçadistas é exportar US\$ 2,5 bilhões em 2003.

Um das vantagens das indústrias brasileiras de calçados sobre seus concorrentes internacionais é a alta concentração das fábricas numa mesma área geográfica, como ocorre no Vale do Sinos, no Rio Grande do Sul, e Franca, em São Paulo. “Muitas indústrias européias estão bem distantes de seus fornecedores. Mas nós conseguimos despachar o pedido feito por qualquer cliente norte-americano 30 dias antes das indústrias italianas.”



Fábrica da Embraer em São José dos Campos: exportações de aviões atingem US\$ 3,06 bilhões e já representam 90% do faturamento da empresa