

# O ambiente de negócios

12 OUT 2005

*Brasil*

**ARTHUR D. VASCONCELLOS FILHO**

Os números da balança comercial (superávit de US\$ 904 milhões na primeira semana de agosto) e o aumento do valor estimativo dos investimentos estrangeiros diretos no País demonstram que a sociedade e as instituições brasileiras amadureceram para a prática da democracia. Embora as denúncias de corrupção, a necessidade de mobilizar o Parlamento nas CPIs e as trocas de acusações no universo político constranjam os cidadãos de bem e atropelem a agenda nacional, há todo um Brasil que continua trabalhando. Isso é positivo, pois a Nação tem imensos desafios a vencer e não pode continuar refém dos que desvirtuam em causa própria o nobre exercício da política.

Não se pode comprometer o objetivo de promover um melhor ambiente de negócios, que sintetiza as lições de casa a serem feitas no caminho da prosperidade. É preciso manter o foco nesta missão, trabalhando para o ingresso do Brasil num duradouro ciclo de crescimento, conforme preconiza a Câmara Americana de Comércio (Amcham). Urge promover ampla e crescente articulação de todo o sistema produtivo e o setor público, estabelecendo estratégias e esforços conjuntos em prol da competitividade.

As bases para essa conquista estão no aperfeiçoamento e respeito aos marcos regulatórios e ao direito de propriedade industrial, intelectual e de marcas, solução dos gargalos da infraestrutura, melhoria da qualidade do ensino, capacidade de inovação e aporte tecnológico, combate à pirataria, avanço da política comercial externa e sistema tributário indutor e não inibidor do nível de atividades. Quanto a este item, seria importante que, paralelamente às CPIs, o Congresso agilizasse o trâmite da reforma tributária, inclusive aperfeiçoando as propostas no sentido da desoneração dos setores produtivos.

Há muito trabalho a ser feito para promover o avanço do Brasil nos rankings de qualidade de vida, do comércio e dos investimentos internacionais. Os indicadores demonstram a preêmência das ações. Dentre os principais emergentes, o País ocupava, em 1998, o segundo lugar no Índice de Confiança para Investimento Direto Estrangeiro (A T. Kearney), à frente da China, Índia e Rússia. Hoje, está na 17ª posição, atrás dessas três nações, que se encontram, respectivamente, no primeiro, terceiro e 11º postos. Em 1985, o Brasil detinha 1,31% das exportações mundiais, respondendo atualmente por 1,082%. No mesmo período, a Rússia avançou de 1,37% para 2,03%; a Índia, de 0,47% para 0,82%; e a China, de 1,37% para 6,58%.

A inclusão social, principalmente por meio da multiplicação de empregos, é outra necessidade evidenciada nos indicadores. No Índice de Desenvolvimento Humano (IDH/Nações Unidas), o Brasil encontra-se no bloco dos países com média qualidade de vida. Um fator agravante: tal classificação é incompatível com o nível de arrecadação tributária, um dos mais altos do mundo. Ou seja, o Estado ainda devolve muito pouco à sociedade, em forma de benefício, o dinheiro dos impostos.

Relatório do World Watch Institute, de Washington, EUA, ilustra bem a exclusão social. Em primeiro lugar no ranking dos mercados consumidores estão os Estados Unidos, com 242,5 milhões de norte-americanos com capacidade de comprar (84% da população). A China está em segundo, com 239,8 milhões de pessoas (19%). A Índia ocupa o terceiro lugar, com 121,9 milhões de consumidores (12%); o Japão, que tem a maior parcela dos habitantes incluída na sociedade de consumo (95% ou 120,7 milhões de pessoas), é o quarto colocado, seguido da Alemanha (76,3 milhões de consumidores ou 92% da população). A Rússia é o sexto, com 61,3 milhões (43%). O Brasil é o sétimo. Aqui, apenas 33% dos habitantes, ou cerca de 59 milhões de pessoas, têm capacidade de consumir.

Os problemas a serem vencidos e a crise política exigem, mais do que nunca, o engajamento crescente de empresas, entidades de classe, organizações da sociedade civil e do setor público na causa do desenvolvimento. A nação vencedora e próspera que almejamos será exatamente aquela que conseguirmos forjar no estabelecimento de condições mais adequadas à expansão da economia.

**ARTHUR D. VASCONCELLOS FILHO** é diretor executivo da Câmara Americana de Comércio (Amcham).