

# 'Jeitinho brasileiro' na hora de exportar

Empresários se queixam de tributos e falta de estrutura

ROBERTA SCRIVANO  
O GLOBO

**A** Presley & Mozart sobrevive há três décadas produzindo exclusivamente flautas doces. Na linha de produção, são 11 funcionários e três máquinas injetoras de plástico para fabricar dois milhões de unidades do instrumento por ano, 30% das quais exportadas principalmente para Bolívia, Argentina e Paraguai. Mas um fantasma vem ameaçando a sobrevivência da empresa. A fatia de venda ao exterior, que respondia por 53% do faturamento até 2004, está hoje em apenas 35%. Por trás dessa queda estão o aumento do custo de produção no Brasil e a invasão (às vezes desleal) de flautas chinesas.

— Nosso custo de produção é muito alto, e há muita burocracia e pouco incentivo para exportar — conta André Castro, filho do fundador da Presley & Mozart, há quase dez anos à frente dos negócios. — Se há problema para exportar, nós mesmos temos de resolver, não há interlocução (por parte do governo) com outros países para nos aproximar ou facilitar a venda dos produtos.

A dificuldade de Castro resume um pouco o calvário enfrentado por fábricas de todos os portes e setores do país. Relatório da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) mostra que, de 33 setores industriais, 21 reduziram, desde janeiro, a parcela da produção destinada à exportação. Segundo a entidade, embora a balança comercial tenha registrado superávit de US\$ 3,2 bilhões em agosto (maior saldo mensal no ano), o resultado é 17% menor que o do mesmo mês de 2011. E no acumulado do ano até agosto a queda é ainda mais expressiva frente ao mesmo período de 2011: 34%.

“Os números evidenciam que, em 2012, apesar das medidas anunciadas pelo governo (...), as exportações continuam caindo em um ritmo proporcionalmente maior do que as importa-

ções”, diz o relatório, assinado por Roberto Giannetti da Fonseca, diretor da Fiesp. O Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (Iedi) tem a mesma visão.

— As exportações caem cada vez mais. Mesmo com o câmbio a R\$ 2 ou R\$ 2,10, que é favorável às vendas para fora e é como ele está neste ano, as indústrias não querem exportar porque não vale a pena. Isso ocorre pelos graves problemas estruturais que temos, o que encarece muito a produção — explica Julio Gomes de Almeida, consultor do Iedi e professor da Unicamp.

Com a infraestrutura aquém do necessário, além da alta carga tributária e da excessiva burocracia, os empresários têm de usar o “jeitinho brasileiro” para conseguir manter as vendas ao exterior. A mãe de André Castro, por exemplo, era boliviana. O conhecimento da cultura local é uma vantagem na hora de negociar com os clientes. O empresário diz

“Há muita burocracia e pouco incentivo para exportar”

**André Castro**

Diretor da Presley & Mozart

contar com essa identidade cultural para manter os pedidos de flautas, além de programar visitas aos compradores — algo que os chineses ainda não fazem.

Indústrias de maior porte, como a Granol, que agrega valor à soja e faz produtos como óleo, farelo e biodiesel, também vêm lutando contra a queda nas exportações. Segundo a diretora financeira da empresa, Paula Cadette, o principal problema é a tributação nacional. Os produtos da Granol vão basicamente para União Europeia e China.

— Meu concorrente é o próprio agricultor brasileiro, que vende o grão da soja para outros países sem ser tributado. Eu, que agrego valor à *commodity*, pago 12% de ICMS na compra do grão. Chego ao porto com o meu produto já com essa carga de 12%, o que me tira a competitividade. Se pudesse, não exportaria — diz Paula. ●

ELIÁRIA ANDRADE



**Na luta.** O empresário André Castro valoriza a identidade cultural