



CNI: EUA devem ser prioridade para um acordo de livre comércio, dizem exportadores

Os Estados Unidos são o mercado prioritário para a negociação de um acordo de livre comércio, na avaliação das empresas exportadoras. Pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostra que o país aparece em primeiro lugar como o mercado mais atrativo para o estabelecimento de acordos comerciais, sendo citado por 22,4% dos exportadores. Em seguida, destacam-se México (8,4%), China (6%) e Colômbia (3%). Em termos de bloco, 15,9% dos empresários dizem que a União Europeia é o mercado prioritário para se fechar acordos, seguida da América do Norte (5%) e da América do Sul (4,3%).

Os Estados Unidos também são o principal país com o qual as empresas exportadoras brasileiras pretendem estreitar relações. Ao todo, 21,6% dos exportadores apontam os Estados Unidos como um mercado no qual elas já atuam e gostariam de ampliar sua inserção. Depois dos Estados Unidos, o maior interesse das empresas brasileiras é em ampliar relações com mercados da América do Sul. Ao todo, 10,9% querem expandir suas exportações para a Argentina; 6,8% para a Colômbia; 6,8% para o Chile; 6,3% para o Paraguai; e 5,2% para o Peru.

Os dados constam na pesquisa Desafios à Competitividade das Exportações Brasileiras de 2018, elaborada pela CNI em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV). O estudo ouviu 589 empresas entre outubro

de 2017 e março de 2018 e, com os resultados, busca direcionar a atuação do sistema indústria na redução dos entraves ao comércio exterior.

Negociação

Na avaliação da CNI, o início do novo governo é uma oportunidade para aprofundar as relações econômicas e comerciais com os Estados Unidos. O diretor de Desenvolvimento Industrial da CNI, Carlos Eduardo Abijaodi, defende duas frentes de negociação com os americanos. “Há uma série de acordos pendentes que podem ser concluídos no curto prazo, em áreas como espacial, defesa, propriedade intelectual, facilitação de comércio e viagens a negócios. Mas precisamos, também, buscar uma agenda ambiciosa por meio do lançamento de negociações para um acordo de livre comércio entre os dois países”, afirma Abijaodi.

Hoje, os Estados Unidos e os países da América do Sul já são os principais destinos das exportações brasileiras. Cerca de 15% dos exportadores consideram Estados Unidos e Argentina seu maior mercado consumidor. Paraguai, Chile, Bolívia, Uruguai e Peru também são importantes mercados consumidores das exportações nacionais. Fora da América do Sul, os principais destinos das exportações brasileiras são Alemanha, China e México. Para a indústria, devem ser priorizados acordos de livre comércio, de dupla tributação e de investimentos com os Estados Unidos.

Novos mercados

Os Estados Unidos também são o principal país para o qual as empresas brasileiras pesquisadas não exportam ainda e gostariam de exportar, com 12% das respostas. A Argentina ficou em segundo lugar nessa categoria, com 8,3%. Os dois países são apontados como os principais parceiros comerciais do Brasil no que diz respeito às exportações, e essa situação tende a perdurar no curto prazo. Há também o interesse dos exportadores em atuar em outros países latino-americanos, como Colômbia, México, Chile e Peru.

Exportadores das regiões Centro-Oeste e Norte demonstram interesse de ampliar relações comerciais com a China. Mais de 20% das empresas localizadas nessas regiões querem ampliar o volume de vendas atual ou estabelecer novas relações comerciais no país asiático.

Centro-Oeste e Norte

A pesquisa destaca os recortes das regiões Centro-Oeste e Norte, uma vez que empresários dessas regiões demonstraram maior interesse em ampliar relações comerciais com a China na comparação com a média nacional. Mais de 20% das empresas localizadas nessas regiões querem ampliar o volume de vendas atual (contra uma média nacional de 5,1%) ou estabelecer novas relações comerciais nesse país (contra uma média nacional de 4,5%).

Diversificação

Mais da metade das empresas exportadoras brasileiras (52,8%) vende bens e serviços para até cinco mercados de destino. Os números mostram que, em média, 24,2% dessas empresas atuam em seis a 10 mercados. Outras 18,5% exportam para entre 11 e 30 países. Apenas 4,6% vendem para mais de 30 países. No caso das empresas de grande porte, o estudo mostra que elas tendem a trabalhar com clientes em um maior número de países. O percentual de empresas de grande porte que atua em 11 países ou mais é de 44,9%, contra a média de 23,1% de todos os portes.

Abijaodi afirma que as empresas exportadoras se mantêm em mercados tradicionais, que incluem América do Norte, do Sul e Europa Ocidental. O desafio, diz ele, é diversificar os mercados e avançar sobre mercados não tradicionais. Entre eles estão África, Oriente Médio, Leste Europeu e Leste da Ásia.

“Os exportadores ainda apresentam aversão a risco. Eles precisam consolidar os mercados em que atuam e partir para mercados não tradicionais. É preciso, por exemplo, explorar novas oportunidades em destinos como a Ásia, que cresce cada vez mais e já é o pólo mais dinâmico do comércio internacional”, afirma o diretor.

Fonte: Agência CNI de Notícias