

Brasil precisa enfrentar falta de competitividade de sua indústria e do comércio exterior, diz Secretaria de Comércio Exterior

Fonte: *Comex do Brasil (com informações do CEBC)*

Data: *08/02/2023*

O Brasil precisa enfrentar o problema de falta de competitividade de sua indústria para ampliar suas exportações de bens de maior valor agregado, disse nesta terça-feira, dia 07, a Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), Tatiana Prazeres, durante evento de lançamento do estudo “Exportações dos Estados Brasileiros para a China: Cenário Atual e Perspectivas para Diversificação” pelo Conselho Empresarial Brasil-China (CEBC).

Segundo ela, o problema não está em vender produtos básicos para a China, mas na dificuldade de incluir na pauta exportadora brasileira produtos que tenham maior valor agregado e conteúdo tecnológico, por conta da perda de competitividade da indústria no plano internacional.

“O fato de a China ser um grande importador de produtos brasileiros não é um problema e não deve ser visto como tal, isso é uma oportunidade. O alto grau de concentração das exportações é o que preocupa, além da perda de relevância do Brasil em mercados que tradicionalmente são destinos de exportação de produtos de maior valor agregado”, ponderou Prazeres.

Mas a Secretaria de Comércio Exterior defendeu uma visão realista e ressaltou que o comércio sino-brasileiro não mudará no curto prazo. Segundo ela, o que se pode fazer é investir de forma efetiva em nichos, setores e produtos que apresentam oportunidade de exportação para o gigante asiático apresentados pelo estudo do CEBC.

Escrito pelo especialista em comércio exterior, Fabrizio Panzini, traz uma lista de 216 bens com potencial de ampliação das vendas para a China nos próximos anos, o que aumentaria a diversificação das exportações. A variação dos embarques para a China até 2030 dos produtos identificados como oportunidades (216) seria de 76,2%, saindo de US\$ 58,9 bilhões, na média anual de 2017-2020, para US\$ 103,4 bilhões.

Ou seja, o país expandiria suas vendas em US\$ 44,5 bilhões ao país asiático apenas para o universo de produtos considerados como oportunidades mais evidentes. E todas as regiões e entes federativos do Brasil apresentam oportunidades de diversificação das exportações para a China.

Os debatedores concordaram que um dos caminhos para ampliar a diversificação das exportações para o país asiático é a maior participação das pequenas e médias empresas nos embarques para a China, inclusive por meio do e-commerce. Igor Isquierdo Celeste, Gerente de Inteligência de Mercado da ApexBrasil, revelou que a China é o segundo maior mercado em termos de valores exportados por micro e pequenas empresas brasileiras, atrás apenas dos Estados Unidos. Em 2021, esse segmento vendeu U\$316 milhões para o país asiático, o que correspondeu a 9,3% de suas exportações para o mundo.

A expansão do comércio eletrônico com a China não traz oportunidades apenas para pequenas e médias empresas. Mayra Minsoni, Gerente de Estratégia & Mercado da Klabin, afirmou que há um grande potencial de crescimento do setor de papel de embalagens, que envolvem os produtos exportados pelo e-commerce.

A Secretaria de Comércio Exterior do MIDIC afirmou que para além da agenda de competitividade da indústria brasileira e do comércio exterior do país, existe uma outra pauta que precisa ser trabalhada, focada em uma estratégia do Brasil para a China. Essa pauta envolve esforços do governo e do setor privado, que devem ser fluídos, fortes e sustentados no tempo. Essa ofensiva, segundo ela, deve envolver o monitoramento permanente e preventivo de novos obstáculos, negociações, questionamento de barreiras e abertura de mercados.

Defendido pelo Uruguai, um eventual Acordo de Livre Comércio entre o Mercosul e a China foi um dos tópicos analisados por participantes do evento do CEBC. Fernando Ribeiro, Técnico em Planejamento e Pesquisa do Ipea, afirmou que “em termos agregados, o impacto de um acordo entre China e Mercosul seria muito positivo para o comércio brasileiro e para diversos setores da economia, incluindo o industrial”.

Mas ele ressaltou que as perdas seriam muito concentradas em alguns setores intensivos em mão de obra, como o têxtil, o que tornaria a negociação politicamente complexa.

Autor de estudo que analisou oito Acordos de Livre Comércio assinados por diferentes países com a China, Renato Baumann, Coordenador de Estudos em Relações Econômicas Externas do Ipea, disse que uma das características dos documentos é a sua flexibilidade. Segundo ele, nos acordos mais recentes é notável uma diversificação da estrutura, que busca uma adaptação pragmática dos acordos aos interesses dos países envolvidos.

O especialista defendeu que antes de considerar uma negociação com a China, o Brasil deve pensar em determinadas políticas internas que possam favorecer tal acordo futuramente.

Fabrizio Panizi, autor do estudo, seguiu nessa linha. Segundo ele, a diferença de escala e competitividade é um dos principais obstáculos existentes em um possível acordo de livre comércio com a China. Por isso, “as decisões feitas pelos governos brasileiros em focar em temas não tarifários, como cooperação e sustentabilidade, são importantes para desviar de tais obstáculos”, apontou Panzini.

Ele sugeriu ainda que o Brasil deve investir em uma decisão de política industrial de adensamento de cadeias industriais que acompanhem as políticas internacionais, e os investimentos chineses no país podem favorecer essa possível política industrial brasileira.