



Reuniões Preparatórias para o CONEX

Consolidação das Principais Falas

ESTRUTURA TARIFÁRIA

GRUPOS/ IDEIAS PRINCIPAIS

1. Entidades Representativas

- O Conex como um elo fundamental (esperança deste grupo institucional) para permitir o diálogo entre o setor público e privado;
- Foco em ações concretas para o desenvolvimento de tecnologias para produtos e serviços brasileiros em comparação com outros países;
- Criação de um projeto estratégico como ponto de partida para mais resultados na abertura comercial;
- Incentivo ao setor produtivo para produzir e diminuir os custos internos;
- Ampliação dos acordos e aceleração dos que estão em andamento (Mercosul/União Europeia);
- Isenção de impostos para alguns setores, como o de turismo;
- Aceleração da desburocratização e melhoria dos aspectos tributários; e
- Consenso de que o Brasil se alinhe às práticas da OCDE, no que diz respeito à agenda tarifária.

2. Empresários

- Problemas tributários diversos como impeditivos à competitividade brasileira e ampliadores do custo Brasil;
- Redução do custo Brasil e intenso trabalho na agenda dos acordos bilaterais definidos como prioridades;
- Ratificação do acordo Mercosul/EU e aceleração dos demais acordos comerciais em discussão;
- Atenção especial à taxa de importação para insumos do agronegócio, dada a importância desse setor nas exportações brasileiras;
- Bitributação como grande problema para o setor de jogos digitais;
- Jogos digitais prejudicados em mercados prioritários, como os EUA, em razão da elevada carga tributária;
- Subsídios/incentivos por parte do governo para reduzir os impactos na competitividade dos jogos digitais brasileiros;
- Taxa única como plano ideal;
- Tarifas muito elevadas na Europa para produtos do extrativismo, além da contratação de serviços para promover o produto.
- Abertura comercial essencial para a competitividade das empresas.
- Propriedade intelectual, exportação de serviços, e-commerce e B2B como temas a serem priorizados;
- Diferença entre o imposto de renda para o setor de serviço (34%) e a indústria (25%) como empecilho para expansão dos serviços de TI no mercado internacional e;
- O custo muito alto para importação de software, levando à perda de boas oportunidades em mercados-chave.

3. Acadêmicos

- Incorporação da reforma da Tarifa Externa Comum (TEC) e abertura transversal da economia brasileira como prioridades na agenda;
- Prioridades/ pendências: redução das tarifas de importação de bens de capital, de informática e de telecomunicações;
- Discussão integrada dos aspectos tarifários com os tributários;
- Dupla tributação de renda em intercompanhias nos grupos multinacionais (fragmentação de produção) como redutora da competitividade das empresas brasileiras; e
- Delineação de um plano nacional com visão estratégica para avançar na agenda comercial.

4. Defesa do consumidor

- Inserção da agenda de sustentabilidade nas exportações brasileiras;
- Capacitação de pequenas e médias empresas para as exigências internacionais, como a sustentabilidade;
- Revisão das alíquotas de NCMs na TEC e correção de distorções;
- Redução do imposto de importação para produtos não ofertados no Brasil;
- Estudo da redução tarifária temporária ou permanente, e;
- Alíquota mais favorável aos produtos que prestigem a sustentabilidade.

CONVERGÊNCIAS DE IDEIAS

- Abertura comercial por meio da negociação de acordos em mercados-chave, priorização da ratificação do Acordo Mercosul/UE;
- Alinhamento da agenda tarifária do Brasil às práticas da OCDE;
- Revisão da TEC;
- Redução das taxas;
- Priorização de produtos que impactam diretamente o consumidor final na revisão das taxas de importação;
- Alta carga tributária do setor de serviços;
- Inserção do tema sustentabilidade na agenda comercial brasileira; e
- Barreiras tarifárias elevadas, tanto para exportar como para importar, em alguns segmentos.

AGENDA REGULATÓRIA

GRUPOS/ IDEIAS PRINCIPAIS

1. Entidades Representativas

- Alta importância dos temas regulatórios para aprimorar o ambiente de negócios no Brasil, devendo ser uma pauta destacada nas reuniões do Conex;
- Adoção de um núcleo no âmbito da Camex, abrangendo ambiente regulatório e competitividade;
- PL para regulação de preços de transferência alinhada à OCDE;
- Aperfeiçoamento dos mecanismos aduaneiros;
- Simplificação e modernização do regime aduaneiro brasileiro, com vistas a agilizar os procedimentos/operações comerciais;
- Ampliação da digitalização do comércio exterior brasileiro;
- Elaboração de um plano estratégico para o alcance dos objetivos do comércio exterior; e
- Digitalização e agilização dos processos de certificação sanitária e fitossanitária.

2. Empresários

- Prazo para obtenção da certificação sanitária emitida pelo MAPA;
- Certificação sanitária digital;
- Facilitação de comércio – reconhecimento mútuo entre operadores econômicos autorizados, principalmente nos EUA;
- Desembarço antecipado;
- Importação de serviços técnicos especializados – tributação para remessa e pagamento no exterior;
- Implementação de regulamento específico para o consumo de jogos digitais *on line*; e
- Não aceitação da certificação sanitária por parte do mercado europeu, constituindo um problema para a entradas de produtos orgânicos.

3. Acadêmicos

- Aproximação do Brasil aos parâmetros internacionais;
- Revisão da TEC junto aos parceiros do Mercosul;
- Revisão das autorizações prévias para o incremento do comércio exterior brasileiro;
- Relação entre IED e segurança jurídica; e
- Estabelecimento de uma relação comercial do agronegócio com a Ásia sob a ótica do comércio e meio ambiente.

4. Defesa do consumidor

- Estudo de harmonização de processos regulatórios;
- Desenvolvimento de certificações/selos de conformidade para produtos e processos produtivos; e
- Adequação do Brasil à agenda internacional de sustentabilidade (Protocolo de Paris e Acordo de Kyoto).

CONVERGÊNCIAS DE IDEIAS

- Certificação sanitária e fitossanitária digital;
- Aprimoramento do ambiente regulatório no Brasil para exportações e atração de investimentos, devendo ser aproximado da realidade internacional; e
- Convergência das políticas comerciais do Brasil com a agenda de sustentabilidade de outros países, em razão da barreira verde, principalmente nos EUA e na Europa.

FINANCIAMENTO ÀS EXPORTAÇÕES

GRUPOS/ IDEIAS PRINCIPAIS

1. Entidades Representativas

- Adoção de medidas para modernizar, fortalecer e preservar o sistema público de financiamento às exportações e investimentos;
- Revisão das competências de formulação e operacionalização dos órgãos anuentes;
- Previsibilidade orçamentária nos mecanismos de apoio fiscal;
- Exclusão da ABGF do Plano Nacional de Desestatização, manutenção de sua competência de operador do Seguro de Crédito à Exportação; e
- Melhor aproveitamento de recursos para financiamento do turismo no Brasil.

2. Empresários

- Dificuldade das pequenas empresas em acessar o financiamento às exportações (ACC ou ACE);
- Atuação do Banco Central do Brasil para expandir o acesso ao crédito em instituições financeiras privadas;
- Expansão do Proex, de modo que mais empresas tenham acesso a crédito;
- Simplificação do processo de financiamento com redução no prazo de aprovação;
- Manutenção da dualidade participativa – financiamento juntamente com a garantia;
- Adesão às condições do ASO (taxas de juros, parcelas etc.);
- Equalização do orçamento do Proex;
- Avanço no financiamento de aeronaves de defesa;
- Atuação junto às empresas seguradoras de financiamento para operar com taxas mais atrativas, uma vez que o as pequenas empresas não conseguem acessar o crédito; e
- Acesso facilitado ao financiamento a taxas mais atrativas.

3. Acadêmicos

- Esclarecimento e divulgação das linhas de atuação do BNDES;
- Facilitação de acesso a mercados para o agronegócio, por meio de negociações internacionais, já que o setor não enfrenta problemas de financiamento;
- Necessidade de intervenção na carga tributária do financiamento; e
- Esforços por parte do governo (MAPA) para nichos de mercado, no caso do agronegócio.

4. Defesa do consumidor

- Não se manifestou sobre o tema.

CONVERGÊNCIAS DE IDEIAS

- Expansão das linhas de crédito para facilitar o acesso das pequenas empresas;
- Foco em um sistema de financiamento e de garantia às exportações;
- Ampliação do Proex; e
- Taxas de financiamento mais atrativas.

PROMOÇÃO COMERCIAL

GRUPOS/ IDEIAS PRINCIPAIS

1. Entidades Representativas

- Necessidade de coordenação intergovernamental no tema promoção comercial;
- Trabalhos voltados à marca e reputação de produtos brasileiros no exterior (tema crítico);
- Resgate do protagonismo brasileiro na agenda de sustentabilidade;
- Atenção especial à promoção do setor de serviços;
- Instalação de mais escritórios de negócios no exterior; e
- Apoio no registro de marcas no exterior.

2. Empresários

- Reforço da agenda do agronegócio sustentável na Europa e nos EUA;
- Esforço de comunicação para mostrar os avanços em prol da sustentabilidade;
- Manutenção do Plano de Desenvolvimento Cadeia Aeronáutica (PDCA);
- Êxito das parcerias entre as Entidades Representativas e a Apex-Brasil;
- Busca de soluções digitais para ampliar a presença brasileira em mercados estratégicos;
- Necessidade a Apex-Brasil voltar a apoiar o setor de TI;
- Revisão do orçamento dos projetos da Apex-Brasil, já que os projetos são valorados em real e a execução é paga em dólar; e
- Elevados valores das feiras internacionais.

3. Acadêmicos

- Melhoria dos indicadores de resultados do trabalho de promoção comercial realizado pela Apex-Brasil;
- Atrrelamento das campanhas de divulgação do Brasil no exterior a ações concretas de sustentabilidade;
- Avaliação do papel da Apex-Brasil no incremento das exportações;
- Promoção da inserção do Brasil nas cadeias globais de valor;
- Foco na abertura de mercado por parte do governo brasileiro;
- Firme posicionamento na agenda ambiental, já que o agronegócio e Amazônia tornaram-se um grande risco; e
- Reforço do papel do Adido Agrícola em mercados estratégicos.

4. Defesa do consumidor

- Sustentabilidade como tema prioritário na promoção comercial;
- Capacitação de empresas em larga escala em preparação ao aumento de barreiras verdes em mercados-chaves para os produtos brasileiros;
- Harmonização dos processos regulatórios;
- Emissão de certificações/selos de conformidade para produtos e processos produtivos;
- Priorização de setores para o recebimento do selo verde;
- Intensificação de ações em comércio eletrônico;
- Campanha internacional para melhorar a imagem e reputação do Brasil; e
- Atuação ativa nas compras públicas sustentáveis.

CONVERGÊNCIAS DE IDEIAS

- Sustentabilidade como tema prioritário na agenda de promoção comercial do Brasil; e
- Resgate da imagem do Brasil por meio de campanha internacional priorizando a sustentabilidade.

Análise

Nota-se que houve uma discussão rica em torno dos quatro pilares estratégicos (Estrutura tarifária, Agenda Regulatória, Financiamento às Exportações e Promoção Comercial). Os destaques foram Estrutura Tarifária e a Promoção Comercial, alvos de mais comentários e sugestões. No material, percebe-se também uma recorrência nas falas sobre a agenda ambiental brasileira. Esse assunto foi mencionado nos quatro pilares pelos participantes, sendo considerado um problema emergencial a ser resolvido pelo governo brasileiro. Neste ponto, os grupos mencionaram a necessidade de reconstrução da imagem país, por meio de campanhas de divulgação internacional que exponham o compromisso e as ações de autoridades brasileiras no combate aos crimes relacionados ao meio ambiente.

Não foram identificadas divergências significativas nas falas que merecessem uma atenção especial da SE/Camex. As manifestações foram em torno de problemas/soluções que impactam cada setor em particular, principalmente, o tema Estrutura Tarifária, em que foram mencionadas as elevadas taxas praticadas pelo Brasil na importação, bem como as taxas enfrentadas pelos produtos brasileiros na de exportação. Observa-se que muitas ideias postas são complementares ou abordam a mesma temática, como a revisão da TEC e a aproximação do Brasil dos parâmetros internacionais em questões tarifárias e regulatórias.

Um ponto de atenção registrado na fala de alguns representantes, refere-se à credibilidade do Conex. Eles desejam que o debate produza, de fato, ações concretas que possam ser traduzidas no fechamento de mais acordos comerciais estratégicos, revisão de tarifas, negociações internacionais, acesso ao financiamento pelas pequenas e médias empresas, tudo isso a partir de um plano estratégico estruturado em metas.

Recomenda-se como encaminhamento o envio para os membros do Conex de um documento síntese dos principais pontos abordados e um cronograma de ações (curto, médio e longo prazos), a partir das sugestões postas, dando continuidade à agenda de comunicação do Conselho, uma vez que há uma grande expectativa dos participantes que as reuniões gerem frutos na direção de ampliar a competitividade brasileira, a partir de uma maior participação da economia brasileira no comércio internacional.

CONEX/INSTITUIÇÕES REPRESENTATIVAS

Data: 1º de fevereiro de 2021

Abertura: Ana Paula Repezza

ESTRUTURA TARIFÁRIA

Carlos Abijaodi/CNI

Salientou as dificuldades do setor industrial em direção à agenda de ampliação da internacionalização do país, em especial com perdas nos resultados de exportação na última década. Ponderou sobre o saldo comercial negativo do último ano, sobre estrutura tarifária, observou a agenda de revisão da TEC. Ressalvou, no entanto, que essa agenda não deve estar dissociada das políticas estruturais disponíveis para a competitividade da indústria. Manifestou a importância da concretização de acordos comerciais como o Mercosul e União Europeia, EFTA, América Central, EUA, Canadá, entre outros. Despertou, entretanto, preocupação com o entendimento do Conex sobre o paralelo traçado entre redução de tarifas com produtividade e as expectativas dos membros do Conex para avanços nessa área. A CNI espera mais clareza por parte do governo quanto à revisão de revisão da TEC, levando em consideração a questão do Custo Brasil. Também espera e recomenda a adoção de consultas públicas abrangentes e periódicas.

André Clark/ICC

lembra que o Brasil e o bloco econômico do qual faz parte vem perdendo espaço em relação a outros países, sobretudo diante da crise causada pela COVID-19, e dificilmente se tornará relevante.

O mercado brasileiro perdeu representatividade nos últimos tempos na atração de investimentos. É preciso foco no desenvolvimento de tecnologia para produtos e serviços brasileiros (cenário 4.0) em comparação a outros países. Destacou a necessidade de um “projeto estratégico” para abrir a economia, levantando perguntas como: em que segmentos e cadeias estamos focados? Qual modelo de indústria queremos? Como a Camex pretende lidar com as questões conjunturais? Há um plano traçado?

Luigi Nesse /CNS

Lembra que os “serviços” estão cada vez mais presentes na agricultura e indústria. É necessário incentivar esse setor a produzir e diminuir os custos internos. No setor de serviços, a questão tarifária é menos problemática. Os desafios se encontram nos serviços transfronteiriços, a exemplo das grandes empresas de internet que prestam serviços ao país e “não estamos recebendo nada das cadeias”. Outros setores, onde não há controle, merecem atenção: serviços financeiros, as áreas de medicina e consultoria. “Só há controle ou possível tributação nos meios de pagamentos.”

Lígia Dutra/CNA

Lamenta que o setor olhe para a Ásia e perceba a carência de acordos de preferência estratégicos com a região: “é vergonhosa a ausência de acordos comerciais com o bloco asiático, considerando ser o principal destino de nossas exportações”. A falta de preferências tarifárias no mercado asiático limita também a entrada de bens de alto valor agregado. Reconhece a escassez de representantes do governo para a realização de acordos comerciais efetivos e, conseqüentemente, destaca a necessidade de priorização de setores que comprovadamente trazem mais resultados ao Brasil. A participação do agro no comércio exterior está limitada, pois necessita de ampliação de acordos comerciais e se restringe aos *commodities*, o que dificulta crescimento para o próprio setor e os demais vinculados (serviço e indústria). Falta competição efetiva no segmento do agro. Acordos como Mercosul e União Europeia estão próximos da concretização, mas é necessária uma aceleração do processo, pois já se passa da metade do governo que se posicionou favorável à implementação da iniciativa.

AGENDA REGULATÓRIA

Carlos Abijaodi/CNI

A CNI foi direta ao apontar práticas específicas a serem discutidas no ambiente do Conex. Os temas regulatórios e de competitividade de comércio exterior são os de maior relevância para aprimorar o ambiente de negócios no país.

A Camex/CONEX deve ter um efeito transformador nessa agenda para melhoria do ambiente de negócio. Dentre suas recomendações à Camex destacam-se:

- Adotar a coordenação de um núcleo que abranja “ambiente regulatório e de competitividade” – temas completamente relacionados.
- Encaminhar ao Congresso um PL que regule os preços de transferência alinhado à OCDE.
- Aperfeiçoar os regimes aduaneiros especiais Drawback, Recof e Recof Sped, além de criar medidas para desonerar completamente as importações de serviço, já que os impostos dificultam a inovação.
- Modernizar as regras contra subsídios e intensificar o combate ao *dumping*.
- Concluir o Portal Único de Comércio Exterior, integrando todos os órgãos anuentes.
- Modernizar o gerenciamento de riscos para o controle aduaneiro.

É necessário um olhar mais amplo para as políticas de comércio exterior e investimentos, além de um olhar atento a temas relevantes como desburocratização e aspectos tributários. Acrescenta as seguintes sugestões: evitar práticas como dupla tributação e focar na proximidade com a OCDE, de forma a alinhar-se com países relevantes, firmando novos ADT's com países como Alemanha, Colômbia, EUA, Paraguai e Reino Unido. Simplificar o procedimento por parte dos órgãos anuentes para operações de admissão e exportação temporária no âmbito da ATA Carnet, imposta pela Receita Federal, “na contramão dos demais países”.

André Clark/ICC

Recomenda ao comitê refletir sobre a necessidade de medir o nível de maturidade de digitalização dos processos de comércio exterior: chegamos aonde queremos ou ainda falta? Estamos próximos? Apoiando todos os pontos levantados pela CNI, destacou o foco do instituto e, portanto, recomendou a inserção dos temas de desburocratização e

digitalização dos processos de importação e exportação. Com a COVID, torna-se urgente a aceleração da aplicação de tecnologia e inteligência artificial nos processos, visando o ganho de agilidade e redução de corrupção de todo o sistema.

Luigi Nesse/CNS

Menciona setores que sofreram durante a pandemia, a exemplo dos parques temáticos, feiras e turismo entre outros, e que, para acelerar o seu desenvolvimento, precisam de isenção de impostos na importação de produtos. Ao contrário da maioria dos setores, o de serviços está totalmente conceituado no processo de digitalização e de informatização das empresas. O grande marco é que durante a pandemia, o setor cresceu mais de 12%. O Brasil está pronto para o processo.

Lígia Dutra/CNA

A questão dos certificados digitais fitossanitários merece atenção para avançar nesse fórum, pois teria impacto positivo e imediato. Concorde com a necessidade de digitalização e agilização dos processos de certificação. Especificamente no setor agro, o foco de preocupação é a regulação de aspectos sanitários e fitossanitários, entre outras regulações por parte da Anvisa.

Ana Paula Repezza/SE-Camex

Em resposta à Lígia Dutra da CNA, na dúvida quanto ao que pode ser debatido para o agro sobre agenda regulatória, enfatizou que o Conselho pode auxiliar na formulação de proposições e questionamentos a serem endereçados ao MAPA e à Anvisa para o estímulo do comércio exterior. A solução dos problemas deverá vir por parte de cada órgão, mas o Conex pode fomentar a discussão do tema junto às respectivas competências.

FINANCIAMENTO ÀS EXPORTAÇÕES

Carlos Abijaodi/CNI

Salienta que os sistemas de crédito oficial às exportações e de investimentos no exterior são muito praticados em outros países. Recomenda que esse fórum debata medidas para modernizar, fortalecer e preservar o sistema público de financiamento às exportações e investimentos, alinhando o Brasil às práticas da OCDE. Dentre as reformas necessárias nesse setor, destaca: revisão das competências de formulação e operacionalização dos órgãos anuentes; previsibilidade orçamentária nos mecanismos de apoio fiscal; exclusão da ABGF do Plano Nacional de Desestatização e manutenção da sua competência de operador do Seguro de Crédito à Exportação; apoio da Camex para a criação do seguro contra riscos políticos para investimentos. “São práticas já adotadas mundialmente. Não há novidades”.

André Clark/ICC

Reconhece a importância da Camex, no âmbito do Conex para o debate dessa agenda. Destacou que o sistema de financiamento às exportações e investimentos do Brasil no exterior deixou de existir, possivelmente por questões de *compliance* do passado. Julga necessário manter ao menos o que já existe, por meio da recriação/reconstrução do sistema de financiamento e garantia às exportações, prática inclusive já adotada por todos os países: “sem esse sistema de financiamento do comércio exterior, não haverá avanços efetivos. É preciso estabelecer quem faz o quê. Os empresários brasileiros já nem mais perguntam sobre a agenda”. Cita EUA, Reino Unido e Alemanha como países referências na construção desses sistemas, destacando a timidez do Brasil. Recomenda identificar em que nível de maturidade está o Brasil nesse campo, em relação aos principais concorrentes.

Luigi Nesse /CNS

Propõe privilegiar o debate para fomentar o investimento "interno" para melhorar a infraestrutura do setor de turismo, tecnologia, saneamento básico etc. e atrair competitividade. Destacou o alto volume de dinheiro e também o “aspecto político” emprestado pelo BNDES às empreiteiras. Reforçou a necessidade de investimento interno no setor de turismo, tão importante quanto o olhar para fora. Há um grande déficit na balança comercial no tocante a serviços, na casa de 35 bilhões/ano, além da

questão do gasto com a locação de equipamentos (25 bilhões em 2020 pagos a financiadores externos). Espera que este fórum debata mais aproveitamento de recursos para financiamento e melhorar o déficit no setor. Em termos de financiamento, seria especificamente subsídio e fundo de aval para os investimentos no Brasil para conceituação do turismo (equipamentos e infraestrutura).

Lígia Dutra/CNA

Não apresentou recomendações nessa agenda específica. Comentou que o faria, oportunamente.

PROMOÇÃO COMERCIAL

Carlos Abijaodi/CNI

Comenta o papel fundamental da Camex/Conex para articular no âmbito do governo as competências necessárias para incrementar as políticas comerciais. Chama a atenção para a valorização da pauta, afirmando que a promoção comercial deve ter a valorização do comércio exterior como objetivo. Segundo ele, entretanto, há falta de coordenação intergovernamental e total dispersão. É necessário estabelecer um ponto focal que coordene as iniciativas do governo voltadas para essa agenda, como o Copcom.

André Clark/ICC

Questiona qual a atual posição do Brasil no *ranking* de promoção comercial de produtos e serviços no exterior e como o país pode evoluir, afinal, marca e reputação são fundamentais. Sem contar o momento crítico de imagem em que o país se encontra. Os principais parceiros do Brasil, como China, EUA e Europa possuem estratégias para uma agenda verde. É preciso pensar o Brasil como protagonista, detentor de grande *soft power* de uma potência verde. Destaca a necessidade de resgate do protagonismo em sustentabilidade, especialmente em um momento de recuperação econômica global, em que essa oportunidade está sendo subvalorizada. Complementa que a OCDE exigirá um posicionamento do Brasil a respeito dessa agenda.

Luigi Nesse /CNS

Menciona dificuldades para obter apoio na promoção comercial desse setor. Também destacou falta de apoio por parte do Sebrae e da ABDI. Com exceção do campo audiovisual, o setor não tem tido apoio da Apex, por exemplo. É necessário melhorar a infraestrutura para promover serviços. Assinaram documento bilateral com a China para parceria estratégica.

Lígia Dutra/CNA

Informa que o tema da promoção comercial é tratado no âmbito da Confederação há pouco tempo. O foco tem sido trabalhar os pequenos produtores por meio de cooperativas. Dentre as questões a serem debatidas nesse fórum, cita a necessidade de capacitação do público-alvo e de apoio “na ponta”. Recomenda a instalação de mais escritórios de negócios no exterior, embora reconheça os esforços de Apex e Secom. Também destacou necessidades específicas como apoio a produtores no registro de marcas: “problemas concretos que escritórios possam resolver”, reforçou a porta-voz.

CONEX/EMPRESÁRIOS

Data: 2 de fevereiro de 2021

ESTRUTURA TARIFÁRIA

Ana Paula Repezza – Palavras iniciais

Cícero Marchini/AMCM

Lembra que, após ter ficado de fora de muitos acordos comerciais, agora há uma série de iniciativas em andamento como o acordo entre Mercosul e União Europeia. Há muitas taxas para entrada de produtos em diversos mercados e problemas tributários diversos que impedem a competitividade brasileira e que aumentam o custo Brasil. Contudo, é preciso aguardar a Reforma Tributária para aprofundar a discussão. Como prioridade, é preciso reduzir o custo Brasil e trabalhar intensamente na agenda dos acordos bilaterais.

Grazielle Parenti/BRF

Destaca a importância da ratificação do acordo com Mercosul e União Europeia, além da aceleração dos demais acordos comerciais (EUA, Coréia do Sul, Canadá, Arabia Saudita, Emirados, Reino Unido e Índia). Outro ponto que requer atenção é a taxa importação de insumos agropecuários (grãos).

Valter Pitol/Copacol

Informa que, nos últimos anos, o setor registrou grandes perdas competitivas por questões tarifárias como exemplo, no México e na África do Sul. Há uma guerra tarifária com Europa relacionada a tarifas e cotas e o setor tem sistematicamente perdido desempenho no mercado europeu em razão dessas barreiras.

Ronaldo Cruz/Oktagon

Cita a bitributação como um grande problema para o setor de jogos digitais. Pelo fato de o Brasil não dispor de acordos bilaterais, os jogos digitais ficam prejudicados em mercados prioritários como no caso dos EUA. Isso provoca um movimento nas produtoras que preferem ir para o setor serviços e não de produtos, onde as taxações são mais pesadas. A taxa de importação de *kits*, componentes e licenças acabam onerando o setor, deixando-o menos competitivo. Portanto, se houvesse subsídios/incentivos por parte do governo, isso contribuiria significativamente para as exportações do setor, uma vez que 90% do que é produzido é exportado. O setor depende muito do licenciamento de ferramentas e há inúmeras taxas. A taxa e a burocracia são os grandes entraves a serem enfrentados. Finaliza dizendo que o ideal seria ter uma taxa única.

Ricardo Bihl/Petruz

Apresenta a empresa como pioneira na exportação de açaí com vendas externas a 40 destinos. O mercado norte-americano é o principal comprador, oferecendo uma taxa "amigável". Já a Europa, para o mesmo produto e apesar de todas as certificações, o mercado o tem taxado a uma média de 20%. Países da América do Sul, que também são exportadores de frutas, são taxados em 9%. É preciso lutar por um tratamento melhor na Europa, por se tratar de um produto do extrativismo. Um problema adicional é a contratação de serviços para promover o produto naquele mercado (também taxados em 20%).

Francisco Gomes Neto/Embraer

Explica que o setor é completamente integrado à cadeia global de valor, portanto não sofre com a taxa do produto como em outros segmentos e, ao mesmo tempo, os compradores também não são taxados na aquisição de aeronaves. Neste sentido, o assunto em pauta se refere à concorrência.

Luiz Osvaldo Pastore/IBRAME

Afirma que o setor de cobre e alumínio tem pouco a contribuir nesta temática, uma vez que exporta muito pouco. O mais importante para o setor é abertura comercial. É necessário discutir sobre propriedade intelectual, exportação de serviços, e-commerce e B2B para tornar o Brasil mais competitivo.

Marco Antonio Stefanini/ Stefanini

Apresenta como grandes compradores dos serviços de TI, os EUA e Europa, sem problemas relacionados à taxação. O desafio das tarifas se resume à América Latina, onde há um sistema de impostos nos países que prejudica o avanço neste mercado. Cabe mencionar a tributação da empresa no exterior: o imposto de renda é de 34% para o setor de serviços e de 25% para indústria, diferença que acaba sendo um empecilho para expansão dos serviços de TI no mercado internacional. Outro ponto é o custo para importação de *software*.

AGENDA REGULATÓRIA

Cícero Marchini/AMCM

Afirma não ter dificuldades em obter Ex-Tarifários para importação de maquinário. O problema está na manutenção dessas máquinas, pois é preciso importar peças e o imposto é muito alto. Isso acaba prejudicando as empresas que necessitam desses elementos para sua produção, chegando de 50 a 60% do custo total. Outro problema é a dificuldade em se obter a certificação sanitária emitida pelo MAPA. Alguns países ainda exigem essa certificação para entrada do produto.

Grazielle Parenti/BRF

Cita as questões não tarifárias como de grande importância para o setor. Ao contrário do que foi mencionado por outro participante, neste setor, todos os países exigem a certificação sanitária. Com a pandemia, houve uma aceleração da digitalização dos processos. Uma Certificação sanitária digital representaria um ganho enorme para nosso setor, com redução de custo e mais agilidade e transparência nos processos. É fundamental, portanto, avançar nos processos de digitalização do setor agropecuário brasileiro (certificados sanitários e fitossanitários digitais).

Valter Pitol/Copacol

Menciona o imposto de importação de equipamentos como um problema para o setor. O Brasil não tem tecnologia para competir com os equipamentos de outros países. Portanto, as taxas de importação acabam por tirar a capacidade competitiva do país, onerando demasiadamente a produção. Algumas taxas chegam a 50%, como mencionado anteriormente. Outro ponto, precisamos que o país opere com CSI digital. As cargas ainda ficam paradas nos portos à espera da liberação do MAPA.

Francisco Gomes Neto/Embraer

Em primeiro lugar menciona a facilitação de comércio: reconhecimento mútuo entre operadores econômicos autorizados, principalmente nos EUA, possibilidade de desembaraço antecipado. Em seguida menciona a importação de serviços técnicos especializados, com tributação para remessa e pagamento no exterior. Os valores dos impostos são extremamente elevados (40 a 45%) e acabam sendo incorporados ao produto, deixando a Embraer menos competitiva.

Ronaldo Cruz/Oktagon

Destaca a inexistência de um regulamento específico para o consumo de jogos digitais *on line*. No caso específico no setor de jogos digitais, faltam regulamentações que possibilitem uma melhor condução das transações desse tipo de produto, gerando reclamações diversas em instituições de defesa do consumidor.

Ricardo Bihl/Petruz

Cita importância da digitalização de documentação para o mercado árabe. A tributação sobre serviços no exterior e o reconhecimento da certificação orgânica são problemas que precisam ser enfrentados. A certificação brasileira não é aceita na Europa, por exemplo, e o produto tem que passar novamente por todo o processo naquele mercado. Os outros países, como Argentina, têm suas certificações reconhecidas pelo mundo. Isso acaba sendo um entrave para o Brasil na abertura de novos mercados.

Marco Antonio Stefanini/ Stefanini

Cita a propriedade intelectual para *software* como uma das questões a ser resolvida pelo Brasil, seguida pelo imposto cruzado na América Latina. O mini acordo de aceleração do comércio com os EUA passa pelo processo de digitalização e agilização e o governo brasileiro precisa dar foco nisso.

FINANCIAMENTO ÀS EXPORTAÇÕES

Cícero Marchini/AMCM

Relata a dificuldade das pequenas empresas em acessar o financiamento às exportações (ACC ou ACE). É preciso ampliar as linhas de financiamento a longo prazo e o Banco Central tem papel essencial nisso, incluindo os bancos privados nessa oferta. Como exemplo, as empresas europeias obtêm crédito a juros a 1% ao ano, enquanto no Brasil é de 1% ao mês.

Grazielle Parenti/BRF

Destaca a importância do Plano Safra para o setor. O avanço em energias limpas no campo é essencial para ganhar novos mercados. E a expansão do Proex é necessária para que mais empresas tenham acesso ao crédito.

Valter Pitol/Copacol

Lamenta que o ACC não atende mais a sua empresa. O Banco Central deveria estudar uma linha de crédito que atenda às necessidades das empresas.

Francisco Gomes Neto/Embraer

Afirma que o financiamento é fundamental para o setor. Como sugestões, propõe:

- Simplificação do processo com redução no prazo de aprovação;
- Manutenção da dualidade participativa – financiamento juntamente com a garantia;
- Seguir as condições do ASO (taxas de juros, parcelas etc.);
- Equalização do orçamento do Proex; e
- Avanço no financiamento de aeronaves para o setor de defesa (Super Tucano).

Ronaldo Cruz/Oktagon

Informa sobre o programa denominado Brasil Games que funciona muito bem, permitindo que as empresas possam participar de quase todos os eventos internacionais do setor.

Ricardo Bihl/Petruz

Explica que o setor precisa de uma linha de médio prazo para as exportações. Somente as grandes empresas têm capacidade de acessar o ACC, por conta de suas peculiaridades. Já o Proex funciona com carta de crédito. Mas é inviável para pequenas, principalmente quando o produto a ser exportado é *commodity*. Já as empresas de seguro de financiamento no Brasil têm taxas 8x maiores que na Europa. Há uma carência muito grande de linhas de financiamento no Brasil.

Marco Antonio Stefanini/ Stefanini

Alega que o setor não precisa de incentivos, mas de taxas competitivas. Outro ponto importante é a simplicidade no acesso ao financiamento. Mais um ponto de destaque é a flutuação cambial, principalmente em contratos de longo prazo. O risco passa a ser muito forte. É essencial estudar mecanismos que possam minimizar os efeitos da flutuação cambial.

PROMOÇÃO COMERCIAL

Grazielle Parenti/BRF

Alega que o Brasil precisa reforçar a agenda do agronegócio sustentável na Europa e nos EUA, mostrando bons exemplos e contando que o país combate a ilegalidade. Ações de reputação relativas à contaminação de produtos pela COVID-19, especificamente para China, também são importantíssimas para o setor.

Valter Pitol/Copacol

Menciona o bom trabalho da Apex-Brasil juntamente com a ABPA. A imagem do Brasil relativa ao desmatamento no mercado internacional é um tema preocupante. O Brasil precisa mostrar tudo o que tem sido feito em prol da sustentabilidade, particularmente sobre o agronegócio, uma vez que as notícias negativas têm impacto nos negócios.

Francisco Gomes Neto/Embraer

Concorda que a questão ambiental é muito relevante e precisa ser feito algo. O governo tem o Plano de Desenvolvimento Cadeia Aeronáutica (PDCA), por meio da ABDI, que tem trazido resultados muito positivos para o setor. Iniciativas como essa precisam ser mantidas.

Ronaldo Cruz/Oktagon

Menciona o êxito do projeto de parceria entre Apex-Brasil e a Atragames, promovendo o desenvolvimento do setor. Com a pandemia, a demanda cresceu e, passada esta fase, esperam-se vendas ainda maiores. A manutenção de iniciativas como a da Apex-Brasil é essencial para garantir a competitividade do setor.

Ricardo Bihl/Petruz

Destaca o trabalho da Apex-Brasil como essencial para a Petruz, ajudando a projetá-la nos 40 mercados para os quais exporta. O problema da pandemia é hoje um grande empecilho para o avanço a partir de ações de promoção comercial. É urgente a necessidade de adaptação para o digital. A tendência é que as feiras internacionais não voltem à normalidade este ano. Portanto, é preciso buscar soluções digitais que ampliem nossa presença em mercados estratégicos. É preciso também que o governo dê um apoio local para o desenvolvimento das marcas brasileiras.

Marco Antonio Stefanini/ Stefanini

Sugere que a Apex-Brasil possa apoiar novamente mais intensamente o setor de TI não somente na parte de eventos, mas também com o trabalho de inteligência comercial.

Cícero Marchini/AMCM

Destaca a importância do trabalho da Apex-Brasil para o seu setor. Contudo, os projetos são todos orçados em real e, com aumento do dólar, as ações acabam comprometidas. A Apex-Brasil tem que olhar para este problema e verificar se é possível dolarizar os projetos. Outro ponto a ser considerado é o preço das feiras internacionais para o setor de couros. São eventos muito caros. Portanto, a sugestão é que o governo possa, por meio da Apex-Brasil, apoiar na remessa de recursos financeiros ao exterior para promoção nas feiras.

Ana Paula Repezza – Considerações finais e agradecimentos.

CONEX/DEFESA DOS CONSUMIDORES

Data: 3 de fevereiro de 2021

Representantes:

Abertura: Ana Paula Repezza

Henrique: Após a mediadora Giovanna explicar a dinâmica da reunião, observou que os eixos não estão tão “puros” e, em certa medida, se cruzam. Nesse sentido, talvez não seja possível falar isoladamente dos 4 temas.

Lilian Salgado/Instituto de Defesa Coletiva

Falou sobre ineditismo da participação do Instituto na reunião do Conex e sobre sua missão no Brasil. Mencionou também as distorções tarifárias que interferem no mercado interno, impactando os preços e a qualidade do que é ofertado. A respeito dos temas regulatório, financiamento e promoção comercial, o Instituto aponta para a necessidade da inserção da sustentabilidade nas exportações. O Brasil precisa investir na capacitação das empresas brasileiras para garantir que a sustentabilidade faça parte da estratégia de suas exportações. Com a ratificação do Acordo Mercosul/UE haverá uma pressão internacional sobre temas relacionados à preservação ambiental e, hoje, nossas empresas não estão prontas para assumir tal compromisso. O Conex tem o importante papel de fazer com que mais empresas se insiram no mercado exterior.

ESTRUTURA TARIFÁRIA

Augusto Oliveira/ Instituto de Defesa Coletiva

Afirma que o financiamento às exportações está distante da realidade. Contudo, a estrutura tarifária tem papel relevante. No passado, o imposto de importação tinha um caráter mais fiscal. Hoje, tem caráter extrafiscal – estimular ou desestimular a importação de determinados produtos pelo território aduaneiro brasileiro. O ME precisa rever as alíquotas de NCMs na Tarifa Externa Comum para correção das distorções e inserir o Brasil na economia mundial. No trabalho de revisão das alíquotas do II, por exemplo, precisa ser considerada a questão da sustentabilidade e do direito do consumidor. Outro ponto é a redução do imposto de importação para produtos que não são ofertados no Brasil, fundamental para que os consumidores acessem mais

produtos. Alguns produtos produzidos no Brasil não satisfazem, tem qualidade ruim, não dispõem de uma concorrência forte, preço incompatível o que acaba por prejudicar o consumidor. Ao balizar essas alíquotas, o ME precisa, portanto, levar estes fatores em consideração. O Brasil precisa estar atento às questões ambientais. Os produtos que prestigiam a sustentabilidade devem ter uma alíquota mais favorável, ao contrário dos que prejudicam o meio ambiente.

Lilian Salgado/Instituto de Defesa Coletiva

O Instituto dispõe de um comitê de investimentos responsáveis e comitê dos direitos do contribuinte. Reforçando o que foi dito anteriormente, as elevadas taxas de importação acabam por comprometer o consumidor. Por exemplo, alíquota para a importação de uma bicicleta é muito alta e não há concorrência no país para esse produto. Além disso, a bicicleta favorece a saúde do consumidor, ajuda na questão de mobilidade, na sustentabilidade e tem um impacto social importante na questão da saúde. Nessa linha, há vários produtos que apresentam a mesma distorção. Sugere que se faça uma consulta pública para entender melhor a qualidade e a segurança de determinados produtos no mercado.

Augusto Oliveira/ Instituto de Defesa Coletiva

Pondera que, na revisão tarifária, deve-se levar esses dois pontos em consideração: sustentabilidade e direito do consumidor. Para identificar as distorções desses produtos, são necessárias mais informações, como consulta pública ou inserção de outras instituições que tenham mais dados para agregar na discussão. É essencial identificar os produtos e detalhar mais para que se possa avançar nesta agenda.

PROMOÇÃO COMERCIAL

Augusto Oliveira/ Instituto de Defesa Coletiva

Reforça a importância da sustentabilidade. A tendência daqui para frente é o aumento de barreiras e requisitos que impedirão os produtos brasileiros de atingirem o mercado interno de outros países, em razão da agenda ambiental. Os produtos deverão atender uma série de requisitos ligados à preservação ambiental. Como sugestão para o tema promoção comercial, propõe a capacitação de pequenas e médias empresas para

atender as exigências externas relacionadas ao meio ambiente. É preciso levantar os requisitos ambientais e o *benchmarking* elevado que os mercados exigem de seus importadores (o que estão em vigor e os que serão cobrados futuramente). O Acordo Mercosul/ UE elevará o nível de exigência nesse tema. A preocupação é extensiva a outros mercados. Portanto, torna-se necessário um programa que capacite as empresas em larga escala e crie um selo verde para os produtos brasileiros.

Lilian Salgado/Instituto de Defesa Coletiva

Perguntou se existe algum material no governo sobre o tema da sustentabilidade.

Ana Paula Repezza/ SE-Camex

Respondeu que há um material detalhado sobre os requisitos ambientais. A Apex-Brasil, que também capacita empresas, dispõe dessa e de outras informações que contribuem para a inserção internacional.

Gasser/MRE

Por ser da área de promoção de serviços, trouxe como ponto importante à discussão o comércio eletrônico. O MRE tem se dedicado no debate desse tema, com capacidade de contribuir no aprimoramento das posições do Brasil na OMC.

Fábio/Henrique/PROTESTE

Informam que o tema da sustentabilidade está na estratégia das organizações que compõem o grupo Euroconsumers. As iniciativas com foco na sustentabilidade agregam valor aos produtos brasileiros e cooperam para reduzir as barreiras tarifárias sobre os produtos nacionais. Assim, a organização propõe três frentes de atuação:

- Estudo de harmonização de processos regulatórios;
- Desenvolvimento de certificações/selos de conformidade para produtos e processos produtivos;
- Campanhas de informação (atributos do produto nacional).

Hoje, há uma visão negativa dos produtos brasileiros, relativa ao meio ambiente. Produtos como a soja vêm sendo associados ao desmatamento. Inclusive, o Acordo

Mercosul/UE depende da adequação do Brasil à pauta de sustentabilidade. O redesenho do processo produtivo já está dado pela ONU, pelo Protocolo de Paris e Acordo de Kyoto. A ideia é eleger quais setores seriam prioritários para começar com uma agenda sustentável, como a indústria têxtil, que tem sofrido fortemente com a concorrência. Um produto da indústria têxtil feito com responsabilidade social, ambiental e transparência, como o algodão orgânico, poderia recuperar espaço no mercado internacional com um selo sustentável. Quais setores serão trabalhos para receber os selos de sustentabilidade e balizados pelos acordos internacionais, sustentados por campanhas internacionais? Na frente tarifária, precisa-se trabalhar com os bens intensivos e essenciais. Há elevadas tarifas de importação para produtos de largo uso que são utilizados pelos consumidores, hoje, principalmente, os relacionados à saúde. Propõem um estudo da redução tarifária temporária ou permanente, de modo a aproximar o Brasil das principais práticas internacionais e dos parâmetros da OCDE. O país pratica tarifas acima da média mundial, como brinquedos e materiais esportivos, perdendo competitividade frente a outros mercados. Países que reduzem impostos de importação até exportam mais. É necessário levantar uma lista de produtos de relevância para os consumidores para serem analisados.

Lilian Salgado/Instituto de Defesa Coletiva

Posiciona-se de acordo com as propostas da PROTESTE para realizar um trabalho em conjunto. Além da sustentabilidade, acrescenta dois outros temas de igual importância: exportação virtual/comércio eletrônico e a LGPD. As pequenas e médias empresas não estão prontas para atender as exigências legais dessa legislação. O Instituto se dispõe a fazer um estudo sobre esse tema, em razão de sua larga experiência com marcos legais.

Augusto Oliveira/ Instituto de Defesa Coletiva

Posiciona-se de acordo com a exposição de Fábio e Henrique. Pergunta qual seria o objetivo deles: adequação à conformidade das empresas brasileiras em razão do levantamento dessas barreiras tarifária e não-tarifária? Ou diálogo para discutir esses níveis de exigências que estão se aproximando?

Fábio/Henrique/PROTESTE

Responderam que, em termos práticos, seria a ampliação da inserção comercial do Brasil, a qual depende da percepção do mercado europeu sobre os produtos brasileiros (ex.: soja, carne e etanol), fontes de desmatamento. Afirmaram um aumento das barreiras verde, com destaque para o mercado europeu. É preciso avaliar quais setores poderiam ter um redesenho do processo produtivo ou mapeamento adequando-os aos acordos internacionais (*compliance*). As campanhas de informação visam mudar a percepção dos países com relação ao Brasil. É preciso informar que o país tem compromissos concretos com a agenda do meio ambiente. Como citado anteriormente, a indústria têxtil pode ser um exemplo de respeito aos requisitos de responsabilidade social e ambiental. No caso de cumprimento de todos esses requisitos, o setor receberia uma certificação que o credenciaria para inserção no mercado europeu de maneira mais competitiva.

Lilian Salgado/Instituto de Defesa Coletiva

Alegou haver um preconceito em relação aos produtos brasileiros no mercado europeu. Além de capacitar as empresas, o Brasil necessita de uma campanha de comunicação eficiente que opere nas redes sociais e nas feiras. As informações devem chegar de forma mais precisa aos mercados internacionais.

Augusto Oliveira/ Instituto de Defesa Coletiva

Propôs pegar um dos três produtos de relevância para fazer uma campanha deste tipo no mercado internacional.

Fábio/Henrique/PROTESTE

Afirmaram ser um ponto muito importante, uma vez que as compras públicas sustentáveis estão avançando, como o acordo na OMC para oferta de compras públicas. Embora não haja, uma legislação específica para compras públicas sustentáveis, existe uma série de requisitos para a aquisição de produtos com esta característica. Há inúmeros produtos que ingressam no Brasil por meio desse processo, chegando com preços mais competitivos. Além dessa preocupação com o tema sustentabilidade e competitividade dos produtos brasileiros por meio de certificações, é preciso atentar às tarifas de importação, pois elas impactam

diretamente o consumidor brasileiro. O Conex pode contar com uma série de iniciativas que a PROTESTE tem na Europa.

Lilian Salgado/Instituto de Defesa Coletiva

Agradeceu a oportunidade, dizendo-se surpresa pelo convite feito pela Camex para participar das reuniões do Conex, pois a princípio não se associa o comércio internacional ao direito do consumidor. O Instituto se compromete a contribuir com o debate no Conselho, principalmente na questão tarifária, dada sua relevância para o consumidor.

Augusto Oliveira/ Instituto de Defesa Coletiva

Reiterou a importância de selecionar alguns produtos, em função de sua relevância, para a tomada de ações concretas.

Ana Paula Repezza/SE-Camex

Explicou que, diferentemente de gestões anteriores, agora reúnem-se empresários, entidades representativas, acadêmicos e instituições representativas do direito do consumidor. O objetivo dessa configuração é oxigenar o debate em torno da maior inserção do Brasil no comércio internacional. Solicita que, antes da consulta pública sobre TEC, informem os produtos mais sensíveis. Acrescenta que a carga tributária começa com a importação. A maioria dos consumidores não tem ideia do impacto que o imposto de importação tem no preço final do produto (celular, roupa, calçado etc.). É importante mostrar ao consumidor estrangeiro quais os atributos do produto brasileiro e mostrar ao consumidor brasileiro os benefícios da estrutura tarifária nos padrões internacionais.

Gasser/MRE

Classifica a discussão como densa e sofisticada. A competitividade do produto é muito vinculada às bases não tarifárias, como a sustentabilidade, a venda de imagem verdadeira para o mercado internacional.

CONEX/ACADÊMICOS

Data: 3 de fevereiro de 2021

Representantes:

Abertura – Carlos Pio – Considerações sobre a criação do Conex a partir da diversidade e não somente das Associações. Força contribuinte para oxigenar o debate.

ESTRUTURA TARIFÁRIA

Sandra Rios/Cindes

Expõe que, no Brasil, a reforma tarifária tem precedência sobre o investimento em acordos de preferências comerciais. A grande expectativa com relação à política comercial era a incorporação da reforma da TEC e de uma abertura transversal da economia brasileira. No início do governo, a Secex havia informado que estava em estudo no Mercosul a reforma da TEC para aproximar a estrutura tarifária brasileira da média de países. A Reforma tarifária deve ser a prioridade da política comercial, mesmo que seja um processo difícil e que exija entendimento com os países do Mercosul. Alega que dificilmente haverá uma reforma profunda neste governo, mas acha fundamental que se deixem preparadas formas de encaminhar a reforma. Resume que as propostas de reforma no meio acadêmico convergem para a necessidade de reduzir a tarifa média aplicada, alinhando-a aos padrões médios internacionais. Dentre as prioridades/ pendências, cita a redução das tarifas de importação de bens de capital, bens de informática e de telecomunicações, aprovada no último governo, mas pendente de implementação. Sugere que o governo dê prosseguimento a essas pendências.

Honório Kume/UERJ

Corroborar a importância da reforma. Já que a Secex tem estes parâmetros, sugere discutir o assunto e apresentar sugestões práticas, cabendo à Secex aceitar ou não.

Romero Tavares

Destaca que o governo precisa discutir de forma integrada o tarifário com o tributário. Segundo ele, todo esforço somente na TEC, não logrará êxito para os objetivos estratégicos da Câmara, porque faltarão alguns aspectos do sistema tributário, que são entraves críticos para essa integração, tanto das grandes como das pequenas e médias empresas nas cadeias globais de valor. Acrescenta outros temas de relevância: a tributação de serviços, já que o serviço é um insumo significativo na integração de cadeias globais de valor, e a dupla tributação da renda em operações intercompanhias nos grupos multinacionais (fragmentação de produção). O Brasil tem uma metodologia diferente do mundo. As discussões sobre aspectos tributários que inviabilizam a inserção comercial precisam ser incorporadas no debate tarifário para que os resultados sejam positivos, tanto para comércio internacional como para a atração de investimentos.

Marcos Jank/Insper

Concorda com Honório sobre "como" fazer. Da mesma forma que é preciso inserir o debate tributário na agenda tarifária, convém discutir também comércio de serviços e não só de bens. Afirma que o Brasil está mais protecionista do que nunca com a nova configuração no Congresso. Acha difícil avançar numa agenda de abertura econômica mais profunda que vá além dos Ex-Tarifários e de promessas de acordos bilaterais pulverizados. Diz enxergar o material encaminhado como uma "colcha de retalhos" sem estratégia. Alega que somente um plano de ação com visão estratégica poderá dar sentido ao que vem pela frente, como revisão da TEC, com ou sem os parceiros do Mercosul.

Roberto Rodrigues

Propõe falar sobre o entorno e não só sobre a tarifa, a exemplo do Carbono. Afirma a necessidade de se entender o cenário global, pois não dá para jogar sozinho.

Carlos Pio/SE-Camex

Concorda que a mudança da estrutura tarifária tem que ser feita à luz do que está acontecendo no mundo, com clareza sobre qual é o interesse nacional e qual será a estratégia do país. Propõe um plano estratégico/ de ação do que está acontecendo no

resto do mundo (risco e oportunidade), quais as questões dinâmicas e as vantagens competitivas do Brasil. Desta forma, o plano é elaborado a partir de uma leitura muito desafiadora de como o mundo está operando.

Marcos Jank/Insper

Questiona se há aderência do governo quanto ao assunto em pauta. Segundo ele, no começo, havia uma grande vontade de baixar unilateralmente as tarifas e entrar em intensas negociações internacionais para diminuir a pressão protecionista. Agora pergunta o quanto disso consegue passar até o final desse governo, pois não se veem ações concretas, como a revisão TEC.

Carlos Pio/ SE-Camex

Explica por que as coisas não avançam como o esperado: é difícil formar um governo de notáveis que contrariem todos os interesses estabelecidos sem uma apresentação muito clara de diagnóstico e alternativas de ação e referências de políticas públicas domésticas ou de outros países. Acrescenta também que Camex não está criando um *Think Tank* e que o debate não pode estar descolado de ações concretas. A reforma da TEC depende de uma ação com os argentinos e isso não significa que o governo não esteja fazendo. Todos terão a oportunidade de debater neste grupo e encaminhar as propostas a um grupo maior, com a clareza do que está acontecendo no mundo.

Romero Tavares

Defende que é preciso focar no que é propositivo e técnico para desmontar as resistências protecionistas que existem no Brasil. O grupo deve propor soluções técnicas que viabilizem uma maior abertura comercial, não devendo se restringir apenas à discussão sobre a TEC.

AGENDA REGULATÓRIA

Sandra Rios/Cindes

Pondera que o Brasil deve se aproximar do que é praticado em média no contexto internacional, ou seja, dos modelos da OCDE, sem inventar particularidades regulatórias, como medidas técnicas, normas e regulamentos, medidas sanitárias. alega que não há no mundo um movimento de aumento do protecionismo transversal, e sim questões pontuais como os produtos relacionados à saúde. O Brasil está muito distante do que o mundo pratica em estrutura tarifária e regulatória. Convém observar o que o mundo está fazendo e fazer os ajustes necessários. É preciso acertar com os parceiros do Mercosul como será a reforma da TEC. A pulverização de negociações comerciais não levará a nada. Agendas mais multilaterais e uma mudança na agenda ambiental do país ajudarão na ratificação do Acordo com a União Europeia. As agendas comercial e ambiental caminharão juntas.

Honório Kume/UERJ

Reforça a necessidade de aproximar o Brasil aos parâmetros internacionais. Propõe que as seguintes perguntas sejam respondidas para prosseguir o debate: O que pensa o setor privado? O que pensa o Mercosul? Restrições internacionais; e estrutura tributária. O governo terá que negociar com o setor privado e com o Mercosul. Não se sabe qual estrutura tributária será aprovada, portanto não há como esperar. Ou avança-se com esta tarifa ideal ou o propósito não será alcançado.

Romero Tavares

Cita a cultura cartorial brasileira como um tema transversal aos regulamentos. Nos padrões internacionais, não há autorizações prévias que travem o comércio e há muito mais rigor na fiscalização e cumprimento das obrigações. No Brasil, há muito mais intervenção estatal nos trâmites anteriores às transações comerciais ou de investimentos. Contrastando essa dinâmica com parâmetros internacionais, é possível averiguar como o aspecto regulatório brasileiro aparece como um entrave. Esclareceu que sua preocupação está nas transações internacionais e não nos tributos internos. Vislumbra incorporar na discussão a sensibilidade com relação à tributação do capital/renda nas transações comerciais.

Marcos Jank/Insper

Reforça o pensamento de colocar o Brasil na média internacional: o que o mundo está fazendo e onde estamos? O que a OCDE recomenda? E qual a distância entre um e outro? Seria uma reflexão a ser fazer. Qual é o plano para TEC? A harmonização da TEC, sob nosso interesse, já seria um bom desafio. Isso vale para os acordos comerciais. Qual a relevância de cada um deles? Hoje, o agronegócio responde por 50% da exportação brasileira. Duas coisas precisam ser feitas: análise da relação com a Ásia sob à ótica do comércio e meio ambiente. A exportação para os emergentes cresceu 8% em média e caiu 4% para os países desenvolvidos. É notória a importância do Brasil para garantir segurança alimentar e isso se torna uma vantagem competitiva.

Roberto Rodrigues

Reforça que o Brasil deve se aproximar do padrão internacional em termos de investimentos, combatendo a ilegalidade em questões ambientais e trabalhistas de forma contundente. O IED precisa de segurança jurídica para que não haja fuga de capitais. No paralelo legislativo, as reformas fundamentais veem para garantir a segurança jurídica.

FINANCIAMENTO ÀS EXPORTAÇÕES

Sandra Rios/Cindes

Pondera que, em vista dos problemas na área de financiamento dos últimos anos, o governo atual adotou uma postura de cautela para financiamento de crédito subsidiado. Sua impressão é de que este é o caminho certo. Enquanto os novos mecanismos não estiverem operando, haverá impacto nas exportações em bens de capital pesados como avião, um setor que depende de financiamento público. O BNDES precisa deixar clara as linhas de atuação e torná-las públicas.

Honório Kume/UERJ

Diz não ser do seu conhecimento, mas, até onde saiba, está funcionando.

Marcos Jank/Insper

Diz não ser um tema de sua área, mas gostaria de introduzir outro ponto: onde está o tema acesso a mercados? Para o agronegócio o problema não é o financiamento às exportações, pois a safra já está vendida ano a ano. O acesso a mercados ajuda na harmonização das regulações com importantes compradores e não só negociações internacionais (regional, bilateral e multilateral). As carnes são altamente bloqueadas pelos sistemas de habilitação de plantas produtivas no mundo, seja por desarmonia sanitária ou por questões burocráticas, com destaque para este último. Não se expande o negócio de carnes e etanol da mesma maneira que soja. Então, é importante que este tema entre na pauta de discussão.

Romero Tavares

Concorda que o financiamento público direto deve ser restrito em razão das experiências passadas. Na questão tributária, há alguns instrumentos de financiamento às exportações, como no agronegócio, que reduzem o ônus financeiro por conta de uma diminuição do imposto de renda nos lucros. Pode-se examinar as formalidades e o aspecto regulatório com vistas a ampliar esse tipo de instrumento. Esta intervenção na carga tributária do financiamento é mais parâmetro do mercado internacional do que a própria injeção financeira em si. Finaliza com a pergunta: como fazer boas desonerações para mais formas de financiamento que beneficiem o comércio exterior?

Roberto Rodrigues

Volta a atenção para a necessidade de esforços para nichos de mercado no agronegócio. Diversos produtos com alta produtividade (frutas, pescados, orgânicos e leite) têm pouca representatividade no mercado internacional, o que, de alguma maneira, deveria ser inserido num programa em conjunto com o MAPA. Um olhar sobre esses nichos de produção ampliaria a perspectiva de negócios para o Brasil.

Carlos Pio/SE-Camex

Esclarece que o acesso a mercados estava fora do radar do Ministério, mas, agora, entra como pauta para discussão. A reforma do sistema de financiamento é necessária, até porque o sistema faliu. Como trazer o setor privado para financiamentos e garantias? Hoje, a União é o grande financiador das exportações brasileiras. O sistema precisa evoluir para um modelo sustentável que permita incluir o setor privado tanto para financiamento como para garantias.

Marcos Jank/Insper

Informa sobre o êxito do curso de 30 horas sobre agronegócio global destinado a diplomatas, ao MAPA e à Apex-Brasil, um trabalho voltado às pessoas que atuam na ponta em prol do comércio brasileiro. O resultado disso foi a edição do livro “O Brasil no Agronegócio Global”, o qual pode ser um importante instrumento para aprofundar essas discussões. Pode-se pensar numa apresentação desse estudo no Conex. Haverá mais uma turma de 40 alunos, dando continuidade. No total, 150 serão capacitados.

PROMOÇÃO COMERCIAL

Sandra Rios/Cindes

Diz não ter sido sua área de atuação. A Apex-Brasil estabeleceu mecanismos de avaliação e acompanhamento, desenvolvendo indicadores de desempenho. O importante é que as ações de promoção comercial estejam articuladas com os objetivos de política comercial de forma geral. Os indicadores devem focar em relevância econômica e não no número de cursos, número de missões realizadas ou número das exportações. A sofisticação nos indicadores é muito importante para monitorar o desempenho da promoção comercial brasileira. Um ponto a ser considerado novamente é a questão da preservação ambiental. Há um problema de orientação de política pública com foco na promoção do país no mercado internacional. Pouco adianta o governo investir em campanhas de promoção de imagem se isso não estiver atrelado a ações efetivas que combatam a ilegalidade e a criminalidade no meio ambiente. Por isso, a importância de agregar o Ministério do Meio Ambiente na Camex.

Honório Kume/UERJ

Sugere uma avaliação do papel da Apex-Brasil no desempenho das exportações: qual é o incremento das exportações com o trabalho da Apex-Brasil? Também questiona se a presença de adido agrícola aumenta as exportações brasileiras.

Romero Tavares

Esclarece que promoção comercial não é a mesma coisa de promoção das exportações. A inserção em cadeias globais de valor pressupõe que as importações são tão relevantes quanto as exportações. É preciso repensar a definição sobre política comercial: o exportador brasileiro não deveria ser penalizado com a cobrança de tributos sobre um bem importado a ser incorporado para beneficiar as exportações. À luz da abertura comercial, a promoção comercial deveria ser chamada de promoção da inserção do Brasil nas cadeias globais de valor.

Marcos Jank/Insper

Destaca a velha visão de que exportar é bom e importar é ruim para o Brasil, o que não é verdade. Reafirma que a inserção competitiva do Brasil nas cadeias globais de valor é um caminho mais assertivo. Defende a necessidade de selecionar setores e trabalhar ativamente com eles. A Apex-Brasil só fazia rodadas de negócio e feiras internacionais, o que não faz sentido para as *commodities* do agronegócio. Foco na abertura de mercado é o real problema a ser atacado. Na Ásia, um exemplo é o pé de frango. Há restrições em algumas plantas produtivas, poucas delas estão habilitadas. Assim, a Apex-Brasil tem que mudar completamente como opera com o agronegócio. Outro aspecto a se avaliar é a capacidade de entrega de alguns setores. Há setores que não conseguem. O meio ambiente é um tema de promoção comercial como um todo no Brasil. A agricultura e a Amazônia passaram a ser um tema de risco Brasil no exterior. Controlar o desmatamento é uma lição de casa. A agenda da mudança do clima é uma oportunidade para o Brasil. Com relação aos adidos agrícolas, explica que primeiro a estrutura do MAPA precisa funcionar. O papel do adido é proporcionar uma interlocução com o ministério de agricultura de cada país.

Roberto Rodrigues

Esclarece que o adido agrícola foi criado durante sua gestão no MAPA, justamente para cobrir o trabalho do Itamaraty, uma vez que o diplomata, no geral, não dispõe de conhecimento aprofundado sobre o agro, o que dificulta a abertura de mercado. O adido precisa conhecer a cultura local, portanto, precisa ficar mais tempo nos países. Outro ponto é que a pandemia mudou muita coisa no mundo, mas chamou a atenção para dois temas: segurança alimentar e sustentabilidade. Há países que sofreram com a falta de alimentos durante a pandemia. A sustentabilidade é um tema inequívoco

para que o país avance no comércio internacional. A juventude defende o meio ambiente e eles serão as lideranças futuras. O problema do meio ambiente é do Brasil. As ilegalidades no meio ambiente têm que acabar com mais rigor na fiscalização.

Carlos Pio – Encerramento.