

QUEM SOMOS:

A Associação dos Analistas de Comércio Exterior – AACE é a entidade representativa da carreira governamental de Analista de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

aace@terra.com.br

PARTICIPE DA ELABORAÇÃO DO SITE DA AACE!

O que você gostaria de encontrar no site da AACE?

Envie sugestões para: site_aace@terra.com.br

NOVA DIRETORIA DA AACE:

Presidente: José Ricardo Ramos Sales
Vice-presidente: Marcelo Menezes Saraiva
Diretoria Administrativa: Daniel do Valle Corgozinho
Diretoria Financeira: Ana Cláudia Takatsu
Diretoria de Carreira: Euler Rodrigues de Souza
Diretoria de Comun. e Divulgação: Margarete Maria Gandini
Diretoria de Estudos e Pesquisas: Gustavo S. Fontenele e Silva
Diretoria Sócio-cultural e Esportiva: Luis Henrique B. da Silva

NOVO CONSELHO FISCAL DA AACE:

Rodrigo da Costa Serran
Clemens Soares dos Santos
Carlos Luis Tavares
Eduardo Carlos Weaver
Sérgio Luis de Moraes de Freitas

SOBRE O INFORMATIVO AACE:

O Informativo Aace é um espaço aberto à difusão de conhecimento técnico e informações atualizadas sobre temas relacionados ao Comércio Exterior, voltado tanto para os associados quanto ao público externo.

Para participar, basta enviar o seu artigo para o e-mail:
informativo_aace@terra.com.br

VEJA NESTA EDIÇÃO:

1. Alguns Aspectos da MP 66 – Daniel do Valle Corgozinho
2. Mudanças no Padrão de Organização da Atividade Produtiva – Margarete Maria Gandini
3. Investimento e Desenvolvimento – Ricardo Figueiredo de Oliveira
4. Marca Brasil: O Comércio Exterior no Lugar Certo – Gustavo Saboia Fontenele e Silva

EDITORIAL:

Caros Leitores,

Ano novo, Governo novo. Renovam-se as esperanças. Que as previsões pessimistas do mercado financeiro internacional não resistam à chegada de 2003 e, conseqüentemente, que os principais indicadores de risco retornem a patamares mais realistas. Que a produção industrial brasileira continue crescendo, assim como as exportações. Que os salários aumentem. Que a inflação não volte. E, principalmente, que o próximo governo consiga alcançar seu principal objetivo: erradicar a fome no Brasil.

Aproveitamos a oportunidade para desejarmos sucesso tanto à nova equipe do Governo Federal quanto a nossa nova Diretoria da AACE, que tomou posse em novembro.

Muito obrigada a todos que vêm contribuindo com artigos e sugestões para a confecção desse Informativo. A cada nova edição, buscamos consolidar a proposta de torná-lo um veículo eficaz, capaz de difundir o conhecimento técnico e informações atualizadas sobre temas relacionados ao Comércio Exterior.

Boas Festas e um Próspero Ano Novo.

Maria Cristina Milani
Editora do Informe AACE

maria.milani@desenvolvimento.gov.br

Cadastre-se e receba gratuitamente o informativo através do e-mail: informativo_aace@terra.com.br

ALGUNS ASPECTOS DA MP 66

A Medida Provisória 66, de 29 de agosto de 2002, em processo de votação pelo Congresso Nacional, apelidada de Mini-Reforma Tributária, introduz uma série de modificações no sistema tributário nacional, algumas com conseqüências diretas para o setor exportador.

A MP dá um importante passo para o aumento da competitividade das exportações nacionais, ao transformar o PIS/Pasep em imposto de natureza não cumulativa, incidindo somente sobre o valor agregado, a exemplo do IPI e do ICMS.

As receitas auferidas nas exportações de mercadorias já se encontravam isentas da Cofins e do PIS, por força do que estabelece a MP 1.858-6, de 29/06/1999, e reedições. No entanto, a incidência "em cascata" dessas contribuições inviabiliza sua retirada integral dos produtos exportados. Ou seja, parte das contribuições ainda é "exportada", mesmo quando se isenta a última etapa, referente à exportação propriamente dita. O efeito negativo das "exportações de contribuições" é tanto maior quanto maior for o número de etapas de produção.

A fim de reduzir as "exportações de contribuições" editou-se a Lei 9.363, de 13/12/1996, concedendo, ao exportador, crédito presumido de IPI a título de ressarcimento dos valores pagos de PIS e Cofins sobre insumos adquiridos no mercado interno e utilizados em bens exportados, calculado conforme a sistemática seguinte:

$VCP = RBE/ROB \% \times (VMP + VPI + VME - PNA) \times 5,37\%$, onde:

VCP = Valor do Crédito Presumido
 RBE = Receita Bruta de Exportação
 ROB = Receita Operacional Bruta
 VMP = Valor de aquisição de matérias-primas
 VPI = Valor de aquisição dos produtos intermediários
 VME = Valor de aquisição dos materiais de embalagem
 PNA = Valor dos insumos utilizados em produtos não-acabados e dos produtos acabados, mas não vendidos.

O percentual fixo de 5,37% decorre de duas incidências de PIS (alíquota de 0,65%) e de Cofins (a alíquota era de 2% quando da publicação da Lei 9.363/96). Portanto, na impossibilidade de conciliar a generalidade da lei com a diversidade de produtos e processos de produção, o governo optou por devolver o PIS e a Cofins incidentes sobre duas etapas de produção, na forma de um crédito presumido. Esse crédito pode ser compensado com débitos de IPI ou de outros tributos ou contribuições administrados pela Secretaria da Receita Federal ou, na impossibilidade de compensação, pode ser solicitado seu ressarcimento em espécie.

Na realidade, com o aumento da alíquota da Cofins de 2% para 3% (Lei 9.718, de 27/11/98, cuja redação foi alterada pela Lei 9.990, de 21/07/2000), a devolução das contribuições não chega a alcançar duas etapas inteiras, pois, para tanto, o percentual fixo deveria ter sido majorado para 7,43%.

De qualquer forma, a Lei 9.363/96 contribuiu para melhorar a competitividade das exportações nacionais. No entanto, as "exportações de contribuições" persistem, pois grande parte dos processos produtivos compreende mais de duas etapas, as quais não são alcançadas pelo mecanismo da Lei 9.363/96. Acresça-se a isso a questão discutida no parágrafo anterior.

Nesse ponto, voltamos a MP 66. Ela acaba com a "exportação de PIS", à medida que põe termo ao efeito cascata dessa contribuição. Como o PIS passa a ter natureza não cumulativa, a MP 66 trata de corrigir o índice fixo da Lei 9.363/96, alterando-o para 4,04% (artigo 6º). De fato, agora não faz mais sentido conceder crédito presumido referente à parcela do PIS.

Persiste, no entanto, a "exportação da Cofins". A MP 66 traz no seu bojo a expectativa de solução do problema, ao prever, no artigo 11, que o Poder Executivo submeterá ao Congresso Nacional, até 31 de dezembro de 2003, projeto de lei tornando não cumulativa a cobrança da Cofins.

A MP 66 prevê, no artigo 2º, o aumento da alíquota do PIS para 1,65%. Ocorre que a MP tem como premissa a manutenção da carga tributária, como forma de preservação do ajuste fiscal. A majoração da alíquota surge como contrapartida da redução da base de cálculo. Além disso, manter inalterada a carga tributária implica redistribuí-la entre setores. Ou seja, embora benéfica para o setor exportador, a carga tributária aumentará para outros setores, a exemplo dos setores de telefonia e energia.

Outro aspecto interessante é que a experiência advinda com as modificações no PIS/Pasep será de grande valia quando chegar a vez de mexer na Cofins. Modifica-se, primeiramente, o PIS/Pasep, tributo de menor expressão arrecadatória se comparado à Cofins, avalia-se as implicações da mudança e promove-se os ajustes eventualmente necessários ao longo de 2003. Como diz o ditado, prudência e canja de galinha não fazem mal a ninguém.

O artigo 5º da MP 66 isenta do PIS/Pasep as exportações de mercadorias e serviços e as vendas a empresa comercial exportadora com o fim específico de exportação, o que não constitui novidade em relação à sistemática anterior.

Novidade é a criação do conceito da pessoa jurídica preponderantemente exportadora (artigo 31). Trata-se de empresa cuja receita bruta decorrente de exportação supera 80% da receita bruta total. Quando tais empresas adquirirem matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem para fabricação dos produtos mencionados na MP, as saídas ocorrerão com suspensão do IPI. Objetiva-se com isso evitar a acumulação de créditos, atribuindo melhores condições operacionais e de fluxo financeiro à empresa.

As cooperativas, as empresas optantes pelo Simples, as pessoas jurídicas tributadas pelo imposto de renda com base no lucro presumido ou arbitrado e as tributadas em regime monofásico de substituição tributária permanecem sujeitas às normas do PIS/Pasep vigentes anteriormente à publicação da MP (artigo 8º).

Há outros artigos com implicações para o comércio exterior, como o 29, que introduz mecanismos facilitadores do combate às fraudes fiscais praticadas em operações de comércio exterior, e o 7º,

dirigido às comerciais exportadoras. Entretanto, a pedra de toque da MP é mesmo as modificações inseridas no âmbito do PIS/Pasep.

Esperemos, então, até abril de 2004, o mais tardar, para verificarmos se uma antiga reivindicação do setor exportador, "a não exportação de tributos", poderá, finalmente, concretizar-se. As bases foram lançadas com a MP 66.

Daniel do Valle Corgozinho
Analista de Comércio Exterior
daniel.corgozinho@desenvolvimento.gov.br

MUDANÇAS NO PADRÃO DE ORGANIZAÇÃO DA ATIVIDADE PRODUTIVA

Nas últimas décadas, alterações no cenário mundial, fruto de avanços no processo de globalização e da introdução de novos paradigmas tecnológicos, provocaram mudanças no padrão de organização da atividade produtiva e no perfil das indústrias em praticamente todos os setores. Testemunhou-se uma reestruturação da economia e do papel dos governos, das firmas, das regiões e dos indivíduos¹.

A década de 60, particularmente, representou um ponto de inflexão na possibilidade de contínua expansão dos mercados de bens padronizados de consumo, afetando globalmente o setor industrial que começou a sofrer mudanças. O encarecimento das matérias-primas, as pressões salariais e o acirramento da concorrência nos mercados internacionais agravaram este quadro.

Na seqüência deste processo, o modelo de desenvolvimento consolidado no pós-guerra - sistema fordista de acumulação - caracterizado pela presença dominante de grandes fábricas regidas por uma organização taylorista do trabalho, produção verticalizada - em massa, atuação dos governos nas políticas de estabilidade macroeconômica (keynesianismo) nos países centrais, e a relativa inserção dos trabalhadores nos ganhos derivados do modelo - *welfare state*, cedeu espaço ao conceito de acumulação flexível, centrado em firmas flexíveis e inovativas - formas mais descentralizadas de produção, instaladas em regiões ágeis e também inovativas, definidas como "espaços territoriais em que prevalece um ambiente favorável à atração de investimentos e ao desenvolvimento dos negócios"².

¹ GALVÃO, Olímpio J. de Arroxelas. Clusters e distritos industriais: estudos de casos em países selecionados e implicações de política. Planejamento e políticas públicas, n.21, jun-2000. IPEA: Brasília.

² COCCO, Giuseppe. GALVÃO, Alexander Patez. SILVA, Mirela Carvalho Pereira. Desenvolvimento local e espaço público na terceira Itália: questões para a realidade brasileira. In COCCO, Giuseppe. URANI, André. GALVÃO, Alexander Patez. Org. Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

Neste processo, em várias partes do mundo, as pequenas e médias empresas estão se aglomerando em limites locais ou regionais, e desenvolvendo relações sociais, baseadas na complementaridade, na interdependência e na cooperação - se organizando em redes ("*networks*") - e operacionalizando sistemas de integração onde predominam a cooperação, solidariedade e coesão, aliadas à valorização do esforço coletivo.

A concretização da eficiência coletiva, decorrente das externalidades geradas pela ação conjunta, propicia maior competitividade às empresas, em comparação com firmas que atuam isoladamente no mercado. As empresas relacionam-se, criando uma cadeia produtiva funcional com empresas especializadas nas diferentes etapas do processo de produção, fomentando um fluxo contínuo de informação interfirmas no aglomerado.

Nestas concentrações locais, o motor do sucesso não é mais a grande corporação verticalmente integrada, com abundância de recursos internos, economias de escala, e poder de mercado. A organização e liderança residem na pequena empresa ligada por uma divisão de trabalho que gera uma espécie de interdependência orgânica. Nesta simbiose, a coletividade de pequenas firmas habilita-se a alcançar as economias de escala, até então possíveis apenas para as grandes corporações, pela maximização da utilização, via compartilhamento/cooperação, dos recursos disponíveis, tornando o processo produtivo mais dinâmico, reduzindo custos e aumentando a produtividade³.

A superioridade das pequenas empresas, nos aglomerados industriais, deve-se, em grande parte, à maneira como encaram mudanças e resolvem problemas no ambiente macroeconômico, cultivando, paralelamente, tradição e inovação. A organização alcançada possibilita a interação entre os pequenos empresários a fim de que se criem parcerias e processos produtivos integrados entre as diversas empresas do mesmo setor, valorizando, explorando e aprimorando as vantagens competitivas locais, através da cultura de inovação, e da capacidade de adaptação.

A experiência dos distritos industriais tem demonstrado que o problema chave para as pequenas empresas parece não ser o pequeno porte, mas o isolamento. A relevância transfere-se das características e recursos da firma pequena isolada para a estrutura industrial e ambiente no qual ela está inserida. A contribuição deste tipo de organização industrial para o crescimento da economia ajudou a ultrapassar a imagem tradicional das empresas de pequena dimensão. A organização em distritos lhes permite assumir dimensão econômica. A ênfase, assim, deveria ser dada para a criação de formas organizacionais nas quais a pequena firma pode combinar suas vantagens de flexibilidade com o suporte e estabilidade derivada das grandes redes.

As mudanças econômicas e institucionais que reforçaram o perfil de empresas de menor escala, paralelamente valorizaram as instituições locais e os mecanismos de cooperação como geradores de eficiência - a legitimação das estratégias de desenvolvimento econômico local e regional via crescimento endógeno. Contudo,

³ PYKE, F. BECATTINI, F. SENGENBERGER, W. Org. Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy. Genova: International Institute for Labour Studies, 1990.

esses novos espaços de desenvolvimento necessitam esquemas de colaboração entre as instituições públicas e privadas, oferecendo apoio e suporte aos agentes produtivos. Nesse contexto, as políticas industriais deveriam estar voltadas, prioritariamente, para as especializações regionais identificadas, gerando ambientes, especializados setorialmente, favoráveis à atração de investimentos, desenvolvimento e fortalecimento de instituições que propiciem integração e coesão espacial, dentro da região e entre as demais regiões do País.

Em síntese, a globalização, a reestruturação produtiva em curso e as novas exigências tecnológicas estão criando a necessidade de intervenções públicas renovadas, voltadas para a criação de ambientes regionais com fortalecimento econômico e institucional, que favoreçam a agilidade, flexibilidade e eficiência das firmas que lá operam, tornando-as competitivas globalmente, a partir do local.

É exigida a sintonia entre as ações do governo e as atividades desenvolvidas nas concentrações regionais, de forma a garantir sinergias coletivas, que propiciem o aumento da capacidade de inovação e de introdução de novas tecnologias.

Margarete Maria Gandini
Analista de Comércio Exterior
margarete.gandini@desenvolvimento.gov.br

INVESTIMENTO E DESENVOLVIMENTO

Antes de discorrer sobre o tema, faz-se necessário o estabelecimento da distinção entre o Investimento Direto Estrangeiro (IDE) e o investimento indireto (*Portfolio*). Atualmente o investimento internacional pode ser dividido em IDE, que compreende os investimentos que têm o objetivo de firmar uma relação econômica de longo prazo no país em que se estabelecer, e em *Portfolio* que são, em sua grande maioria, considerados de natureza especulativa e têm como meta principal o lucro.

O Fundo Monetário Internacional (FMI) define o IDE como sendo uma categoria internacional de investimento que reflete o objetivo de uma entidade residente em uma economia em obter um interesse duradouro em uma empresa residente em outra economia. Esse “interesse duradouro” implica na existência de um relacionamento de longo prazo entre o investidor direto e a empresa, com um significativo grau de influência pelo investidor na sua administração. O investimento direto compreende não só a transação inicial, em que se estabelece o relacionamento entre o investidor e a empresa, mas também todas as transações subsequentes entre eles e entre as suas empresas afiliadas.

O investimento em *Portfolio* inclui, além das participações em ações e debêntures, em forma de bônus e notas de débito, os instrumentos do mercado monetários e derivativos financeiros, tais como as opções. Estão excluídos

todos os instrumentos anteriormente mencionados que incluem as categorias de investimento direto e os ativos restritos. De maneira simples, podemos dizer que um investimento “transfronteiriço” em ações e demais valores mobiliários, com o intuito principal de obtenção do lucro, ao invés do controle administrativo das empresas, não pode ser considerado como um investimento direto.

Diante do exposto, podemos claramente identificar que, das duas formas de investimento, o IDE é o que agrega valor, ou seja, promove o desenvolvimento de atividades produtivas para o país em que o admitir, sendo portanto o tipo de investimento que deve ser incentivado.

Na década de 90, principalmente após o início da privatização das estatais no Brasil, houve um aumento bastante significativo nos IDEs, sendo assim, durante este período não havia qualquer problema no fechamento das contas do Balanço de Pagamentos, pois esta rubrica supria os constantes déficits em Transações Correntes, que envolvem a Balança Comercial, de Serviços e Transferências. No entanto, com o passar do tempo, essas privatizações foram se esgotando, e com os sucessivos fatores externos, tais como o desaquecimento da economia global, principalmente na Alemanha, França e Japão e, mais recentemente, os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, nos EUA, essa situação já não é mais a mesma. Os investimentos, em âmbito mundial, tiveram uma redução drástica se compararmos com o volume de 2 anos atrás e com isso os investimentos para a América Latina também caíram, fazendo com que o Brasil descresse no ranking dos países em desenvolvimento que recebem mais investimentos estrangeiros.

Desta forma, os países que dependem fortemente de Investimentos para o fechamento de seu Balanço de Pagamentos encontram-se, atualmente, em uma situação difícil, haja visto a Argentina que por sua alta dependência de capital estrangeiro, em um momento de turbulência econômica, teve a migração quase que imediata destes capitais para outros países que oferecessem menor risco, agravando ainda mais a sua já combalida economia. Grande parte destes investimentos eram indiretos, ou seja, em *Portfolio* e portanto altamente voláteis, o que contribuiu para o agravamento da crise econômica.

A crise da Argentina afetou, mesmo que indiretamente, o Brasil, pois despertou uma crise de desconfiança nos países da América Latina, acumulada com a mudança de governo, pelo processo de eleição presidencial, de um governo considerado “neoliberal”, para um governo de um partido de oposição. Esta crise de desconfiança gerou um aumento do “Risco Brasil”, por parte das instituições financeiras internacionais, acarretando uma queda acentuada no mercado brasileiro de ações (*Portfolio*) e um aumento exagerado na cotação do dólar.

Essa desvalorização do Real frente ao Dólar trouxe algumas conseqüências para a economia brasileira, pois se de um lado permitiu que a balança comercial nos fosse favorável, gerando sucessivos superávits comerciais com a elevação do volume das exportações, por outro as importações sofreram drásticas reduções. Sendo o Brasil importador de produtos industrializados, principalmente os de alta tecnologia e de bens de capital, que estão diretamente ligados ao setor produtivo, essa redução na importação poderá representar uma redução futura na produção nacional, gerando também uma redução na oferta de empregos e no aumento dos preços de determinados produtos industrializados. Já pelo lado

das exportações, que em sua grande maioria é representada por “commodities” (bens agrícolas e minérios), essa desvalorização fez com que o produtor nacional preferisse exportar ao invés de vendê-los no mercado interno, fazendo que esses produtos também tivessem seus preços internos elevados. Como se isso não bastasse, a saída repentina do capital estrangeiro do mercado de ações, que representam saída de divisas, fez com que a taxa básica de juros (Selic) se elevasse para os atuais 22% ao ano, como um mecanismo de freio à evasão deste capital, dificultando ainda mais o financiamento ao produtor nacional.

Todos esses fatos vêm nos mostrar a exposição de nossa economia ao capital estrangeiro, principalmente ao especulativo (*Portfolio*), e que se o Brasil pretende tornar-se menos dependente deverá não somente aumentar o volume de suas exportações, mas também a qualidade de seus produtos, agregando mais valor a estes, bem como se desenvolver tecnologicamente, para que os produtos industrializados tenham maior peso na pauta de exportações.

Uma das soluções para o problema é o incentivo aos Investimentos Diretos Estrangeiros (IDE), que apesar de representar a entrada de capital estrangeiro, tem como objetivo a produção no país de bens e/ou serviços e, portanto, tem um caráter duradouro, além de poder proporcionar a transferência de tecnologia.

Outro problema a ser resolvido é a questão dos requisitos de desempenho proibidos, que fazem parte do Acordo de TRIMs (Medidas de Investimentos Relacionadas ao Comércio) da OMC e que limitam os países, principalmente os em desenvolvimento e os de menor desenvolvimento relativo, de elaborarem políticas de desenvolvimento. Para se ter uma idéia, são incompatíveis com as TRIMs as medidas aplicáveis sob a lei e regulamento nacionais, cujo cumprimento é necessário para se obter uma vantagem e que estejam relacionados ao conteúdo local e/ou ao desempenho exportador.

Sendo assim, faz-se necessário que o Brasil consiga flexibilizar este Acordo, ou seja, suspender ou extinguir estes requisitos de desempenho proibidos, a fim de reduzir a disparidade existente entre os países desenvolvidos e os demais, dando a estes condições de desenvolvimento nacional e com isto promover a redução de sua dependência daqueles. Nesse sentido, o Brasil vem tentando na OMC, juntamente com outros países em desenvolvimento, principalmente a Índia, conseguir esta flexibilização, no entanto, vem encontrando forte resistência dos países desenvolvidos, principalmente EUA, CE, Japão e Canadá, pois alegam que quaisquer tentativas de reabrir o Acordo de TRIMs afetariam fundamentalmente o equilíbrio de direitos e obrigações existente, além de fragilizar as decisões de extensão de TRIMs concedidas a cerca de oito membros da OMC (México, Argentina, Malásia, Paquistão, Filipinas, Romênia, Colômbia e Tailândia).

Caso o Brasil consiga solucionar estes problemas estará dando um grande passo rumo ao desenvolvimento nacional e contribuindo para estabelecer uma economia mais sólida e menos dependente do jogo político-econômico dos países desenvolvidos.

Ricardo Figueiredo de Oliveira
Analista de Comércio Exterior
ricardo.oliveira@desenvolvimento.gov.br

MARCA BRASIL: O COMÉRCIO EXTERIOR NO LUGAR CERTO

O que mudou no comércio exterior brasileiro no último período do Governo Fernando Henrique Cardoso? Felizmente existem várias respostas para essa pergunta. No entanto, um dos aspectos que melhorou drasticamente não se pode auferir de imediato a partir dos registros monetários entre o país e o exterior. Trata-se da imagem do Brasil no exterior.

Historicamente o Brasil sempre teve uma imagem “de morte” para as relações comerciais que, na grande maioria das vezes, prejudicava a atuação de suas empresas no exterior. Pergunte a um estrangeiro quais as suas percepções sobre o Brasil: sexo, futebol, mulata, praias, carnaval, Amazônia, são os *top of mind*. Obviamente isso é o bastante para promover um parque de diversões continental. Contudo, o Brasil não vende só isso.

Afora *diversão* nenhum país brinca com a sua imagem. Quanto já não terá custado ao comércio exterior brasileiro as cenas veiculadas no estrangeiro de chacinas, de desastres ambientais, de corrupção e de impunidade? E os estigmas de incompetência, ignorância, baixa qualidade e competitividade sobre produtos e sobre o próprio povo brasileiro? Sem dúvida, esse é um número difícil de se encontrar, mas ele atrai a atenção sobre a relevância do tema. O propósito desse artigo é destacar de forma breve, primeiro, que a imagem de um país pode ser modificada através de uma marca capaz de imprimir percepções desejadas – Marca Brasil, e, segundo, que, a partir da compreensão da importância da imagem do Brasil no exterior, pode-se incrementar o comércio exterior brasileiro.

Ao que se refere, mais precisamente, o termo “Marca Brasil”? Marca Brasil pode ser vista como um veículo para a projeção da imagem do país internamente e no exterior. Trata-se de um tema de extrema relevância uma vez que a imagem do Brasil no exterior potencializa as oportunidades para a venda de bens e serviços na medida em que os produtos *Made in Brazil* são capazes de se diferenciar em relação aos seus concorrentes.

Adicionalmente ao efeito da Marca Brasil com o exterior, o benefício interno dessa imagem consiste na adequada orientação das empresas no Brasil para as exigências e necessidades dos mercados externos. Não vale absolutamente nada prometermos aquilo que não se pode entregar. Isto é, de nada adianta realizar grandes investimentos em *branding* que são inteiramente incompatíveis com as características do país, ou no qual as empresas não sejam capazes de corresponder à expectativa gerada.

Em primeiro lugar, deve-se definir o conteúdo a ser veiculado por essa marca nacional: criatividade, versatilidade, charme, aventura etc. Em seguida, precisa-se verificar se as empresas brasileiras e seus respectivos produtos, de fato, enquadram-se nesse perfil. Logo, as empresas brasileiras, além de atender aos requisitos e praxes comerciais estabelecidos, devem corresponder aos elementos expressos na imagem.

O Brasil contribui com uma ínfima participação no comércio exterior mundial. Segundo série histórica do Fundo Monetário Internacional – FMI, as exportações do Brasil representam menos de 1,00% das exportações mundiais (corresponderam a 0,96 % em 2001). No sentido de reverter essa situação a Marca Brasil é fundamental. Dado esse fato, pode-se supor que um dos fatores responsáveis por essa pequena participação no comércio mundial seja o desconhecimento do Brasil e de seus produtos nos mercados internacionais. Pode-se ainda supor que isso se deve até mesmo a imagem negativa do exterior em relação ao Brasil.

Vários países já possuem marcas fortes: *Made in USA*, *Made in UK*, *Made in France*, *Made in Germany* e *Made in Italy*, por exemplo. Agora isto nem sempre foi assim. Diversos países conseguiram reverter uma imagem negativa de marcas para seus países, a saber: Japão e Taiwan, por exemplo. No caso particular do Japão, Morita, Reingold e Shimomura (1993), no célebre livro *Made in Japan*, registraram a opinião do visionário Akio Morita, co-fundador e antigo *chairman* da Sony, sobre o comércio mundial na qual ele relatou a mudança do termo “*Made in Japan*”, “de produtos malfeitos e de cópias de originais para produtos excelentes”. Assim, as percepções sobre produtos e sobre países podem ser alteradas.

A imagem sobre um país pode-se reverter em negócios. Um exemplo claro desse fato é a recente conquista futebolística do Brasil. Ao vencer a Copa do Mundo pela quinta vez uma porção de jogadores não trouxe somente uma taça e ponto final. Attuch e Martins (julho/2002) redigiram a matéria da capa da Revista Isto é Dinheiro de julho de 2002 destacando “como a vitória na Copa do Mundo desencadeou uma onda de euforia, levantou a imagem do Brasil no exterior e abriu as portas para novos negócios e crescimento econômico”. Esses autores afirmam que R\$ 30 bilhões é o montante estimado do impacto econômico da vitória na Copa: ele se traduz em espaço publicitário, em investimentos que aproveitarão o momento de euforia e no aumento de vendas interno e externo de diversos produtos e serviços. Retornando a Attuch e Martins (julho/2002), lê-se o depoimento do publicitário Washington Olivetto sobre o impacto da conquista da Copa do Mundo: “nenhuma campanha publicitária, nem com todo o dinheiro do mundo, seria capaz de projetar uma imagem tão favorável”.

À medida que o Brasil for capaz de imprimir uma percepção diferenciada de seus produtos e serviços em relação aos demais países no exterior, as capacidades e as oportunidades para o país se ampliarão. A corrente de comércio entre países, importações acrescidas das exportações, é em grande medida o reflexo da imagem desses

países. Além da imagem, percepções positivas e negócios: compra e venda de bens e de serviços entre países. Nesse contexto, a marca Brasil é importante ferramenta capaz de impulsionar o comércio exterior brasileiro.

Sem dúvida existem diversos desafios pela frente. Alguns setores da economia brasileira serão beneficiados? Seria possível encontrar poucas características para formar uma imagem capaz de abranger toda a complexidade de um país como o Brasil? Independentemente das inúmeras perguntas que surjam, com certeza os benefícios de uma marca Brasil são maiores.

Rege a máxima: “a primeira impressão é a que fica”! No comércio internacional a vemos diferentemente: “a primeira impressão se modifica”. O Brasil é capaz disso. Esforços já estão sendo realizados. Não pense que o Governo carregará o piano sozinho. A imagem é do Brasil e, por conseguinte, dos brasileiros. Intrinsecamente à imagem está a atitude de empresas e de indivíduos. Lembre-se de jogar o papel na lata de lixo quando estiver no exterior.

Gustavo Saboia Fontenele e Silva
Analista de Comércio Exterior
gustavo.silva@desenvolvimento.gov.br