

Exportar, importar, crescer

Maurício Antônio Lopes
Presidente da Embrapa

Muitos críticos da globalização se opõem ao fato de os países darem tanta importância às exportações e às necessidades de consumidores estrangeiros, em vez de se concentrarem prioritariamente em atender às necessidades da sua população. Mas o normal é que, numa economia de mercado, os países recorram cada vez mais à especialização e à exportação. Buscam, assim, aprimorar sua capacidade de produção em um conjunto limitado de atividades, para as quais tenham vantagens comparativas ou competitivas.

Ao aumentarem sua capacidade de atender aos desejos e necessidades de consumidores estrangeiros, ganham em troca a possibilidade de acessar, via importação, determinados itens que não podem produzir. No fim das contas, o balanço entre exportar e importar é essencial para as economias abertas, que só vão progredir se tiverem maior capacidade de acessar mercados e de satisfazer o desejo dos seus clientes.

O desafio é que as vantagens comparativas e competitivas das nações têm se tornado cada vez mais tênues e incertas. Os países estão constantemente ameaçados pelo ritmo cada vez mais rápido da inovação tecnológica, que tem levado ao contínuo aparecimento de novos processos e produtos, e a rupturas tecnológicas que podem mudar os mercados de forma radical em curtíssimo espaço de tempo. Nos últimos dez anos, os smartphones mudaram os mercados de telefonia, de computadores e de mídias de som e vídeo. A revolução do petróleo de xisto nos EUA vem provocando enormes turbulências no mercado de energia. E a evolução da internet de banda larga está virando de ponta-cabeça os mercados financeiro e editorial. Ninguém mais compra enciclopédias. Hoje se busca informação no Google.

Num mundo tão dinâmico e mutável, é importante que os países estejam atentos às necessidades de infraestrutura e capital humano, criando um ambiente de negócios que habilite seus setores exportadores a promoverem ajustes e reconversões que os mantenham competitivos. Este é um enorme desafio para o Brasil, que continua sendo uma das economias mais fechadas do mundo, quando se avalia participação das exportações e importações no PIB. Num cenário de mercados dinâmicos e extremamente competitivos, maior abertura comercial poderia produzir ganhos de eficiência e ajudaria o país a enfrentar os desafios de produtividade e competitividade.

O agronegócio, que se tornou um dos pilares da economia brasileira, é um dos setores que merece mais atenção nesse particular. Uma parcela muito alta das exportações totais do agronegócio brasileiro é composta de conteúdo doméstico apenas. Isso se dá porque o Brasil concentra suas exportações na produção primária, enviando ao exterior matérias-primas, como grãos, ou produtos pouco elaborados, como carnes, de alto conteúdo doméstico.

Os países que estão mais integrados às cadeias de valor globais tendem a ter menor parcela do valor agregado doméstico nas suas exportações, que incluem componentes e bens intermediários importados de outros países. Isso é marcante entre os principais competidores do agronegócio brasileiro. As importações da China são compostas de 56% de produtos primários, enquanto 75% das suas exportações são de produtos processados, de maior valor agregado. A relação exportações/importações do agronegócio em 2016 (em US\$ bilhões) foi de 151/157 para a União Europeia, de 149/147 para os EUA e de 73/111 para a China. O Brasil, ao contrário, ficou em 71/11.

O grande superávit na balança comercial do agronegócio brasileiro reflete, na verdade, uma lógica excessivamente protecionista, de pouca abertura para a entrada de componentes, bens intermediários ou de produtos mais elaborados. Uma maior abertura para importações exerceria pressão saudável para que o modelo agroindustrial brasileiro desse um salto de qualidade e ganhasse competitividade e maior presença nos mercados mais sofisticados e rentáveis.

Nosso modelo industrial com alto nível de protecionismo, originado na lógica da substituição de importações, nos exclui dos processos de produção que evoluem ao longo de cadeias de valor transfronteiriças, parte muito importante da globalização. O café, um produto simbólico do Brasil, é exemplo clássico da nossa desconexão das cadeias de valor de grande sofisticação e rentabilidade, como os cafés gourmet e em cápsulas, que ganham o mundo com rótulos americanos, europeus e asiáticos. E basta uma breve passagem pelos grandes supermercados de Dubai ou de Hong Kong para perceber a total ausência de produtos manufaturados originados no Brasil.

Diversificar, especializar e agregar valor à produção agropecuária nacional é, mais que uma necessidade, um imperativo para o futuro. Esta agenda está se tornando crítica porque diferentes estudos indicam perspectivas de redução da demanda por produtos agropecuários pouco elaborados e de baixa elasticidade de renda, em particular pós-2030. Nesse horizonte, as previsões de expansão da classe média mundial, com maior renda per capita, sinalizam para a necessidade de novos produtos e novos processos, e grandes riscos para os exportadores excessivamente centrados na produção primária ou em produtos pouco elaborados.

É por isso que o ministro da Agricultura, Blairo Maggi, tem insistido na elevação da participação brasileira no comércio mundial de alimentos dos atuais 6,7% para 10% nos próximos cinco anos. Além de manter a força das commodities na pauta exportadora, será necessário especializar e diversificar nossa produção agropecuária e ampliar os destinos das exportações brasileiras. O Brasil precisará se abrir para a importação de produtos que possam favorecer processamento para exportação, elevar a competitividade de produtos com baixa participação de mercado, investir mais na negociação de acordos comerciais e na abertura de novos mercados, e atrair investimentos e empresas inovadoras para o Brasil. O agronegócio, pilar da economia brasileira, merece este salto para o futuro!

**Artigo publicado no jornal Correio Braziliense, Brasília, DF, 11 jul. 2017. Opinião.*