

ABRIR MERCADOS

Roberto Rodrigues*

Falta menos de um mês para as eleições mais importantes da história brasileira contemporânea e a sociedade organizada tem acompanhado os debates televisivos entre os principais candidatos à Presidência da República e também aos governos estaduais, buscando garimpar, entre as acusações e agressões trocadas entre eles (ou elas), quais os programas realistas e factíveis que apresentam em benefício do país. Em outras palavras, busca-se um estadista que possa nos tirar desta crise persistente marcada pelo fantasma do desemprego, que tenha um projeto articulado impulsionador das reformas necessárias para equilibrar as contas públicas, que viabilize os investimentos geradores de empregos e que traga inovações científicas capazes de recuperar o atraso tecnológico no qual mergulhamos nos últimos anos.

E enquanto a sociedade perscruta as promessas feitas, os diferentes setores vão organizando suas próprias sugestões de ação governamental para o futuro que começa em janeiro de 2019.

Entre os temas que o agronegócio apresenta nesse cenário de expectativas, está o comércio internacional, até por causa da demanda reiterada pelo USDA de que o Brasil precisa aumentar sua oferta de alimentos em 41% nos próximos 10 anos, para que o aumento global ofertado seja de 20%, suficiente para eliminar a fome no mundo.

Não é simples, dadas as atuais mudanças no mercado, alimentadas por um neoprotecionismo (ou neonacionalismo) que vem ganhando força surpreendente e que está longe de abrir espaços aos produtos do agro brasileiro. Aliás, vale dizer que nosso país não é lá tão aberto a importações...

Mas, é essencial enfrentar esse desafio para ampliar a integração e a competitividade do nosso agro, para o que algumas propostas estão colocadas. Entre essas, está a visão da importância da Ásia como novo eixo de mercados agro, com ênfase para a China. No ano 2000, a China importou 2,7% de todas as exportações do nosso agro. No ano passado, essa porcentagem saltou para 22%. Portanto, temos que estabelecer acordo de Facilitação de Comércio com esse gigante global, para eliminar entraves burocráticos entre os países e evitar tarifas chinesas que inibam nossas exportações para lá.

Por outro lado, temos que melhorar muito nossas relações com os Estados Unidos, que é um de nossos maiores concorrentes no comércio agro, mas cuja experiência pode nos proporcionar acordos de cooperação em áreas tecnológicas e no estabelecimento de normas e regras para o comércio internacional, além, é claro, de aumentar as exportações para os norte-americanos.

Temos que incrementar as ações do Mercosul, seja na integração do Bloco com a Aliança do Pacífico (integrada por Chile, Colômbia, México e Peru) que trará complementariedades positivas, seja no avanço da encalhada negociação com a União Europeia, parada há quase 15 anos por falta de isonomia de ofertas entre nós mesmos.

Para isso acontecer, temos que reformar nossa estrutura regulatória, reestruturando a Camex e vinculando-a à Presidência da República, e temos que sistematizar as negociações de acordos sanitários.

E é preciso, principalmente, ampliar o acesso a mercados, hoje restrito em termos de acordos bilaterais de livre comércio. Nesse caminho, também é primordial promover a adição de valor aos produtos que exportamos, com diferenciação de marcas e melhoria da imagem no exterior. Temos uma imagem pior lá fora do que tem alguns concorrentes importantes como Austrália, Canadá e até Estados Unidos.

Há uma longa lista de temas a atacar...

*** Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, Embaixador Especial da FAO para as Cooperativas e Titular da Cátedra de Agronegócios da USP.**