

#DIPLOMACIA

Diplomacia Comercial: O Caminho do Brasil para o Mercado Africano

Por que buscar o mercado africano?

As condições estruturais que dão à África destaque no mercado internacional, como sua enorme e jovem população, com 1.4 bilhão de pessoas e idade média de 20 anos, são evidentes. Os elementos que aproximam o Brasil do continente africano, histórica, geográfica e culturalmente, na mesma linha, são chavões na política externa brasileira. Por que o Brasil e a África mantêm-se tão longe na prática, e por que a aproximação pode ser mutuamente proveitosa?

No contexto global, com a Belt and Road Initiative (BRI), promovida pela China como forma de conectar os mercados europeus, africanos e asiáticos em uma única rede infraestrutural por terra, mar e ar, é imperativo que o Brasil veja infraestrutura como vetor de aproximação. Com o deslocamento do eixo econômico do Atlântico para o Pacífico, tendência que se verifica há quase duas décadas, o Brasil corre o risco de ficar secundado no comércio internacional. Indiretamente, contudo, a BRI traz benefícios para o comércio brasileiro, visto que o Brasil pode aproveitar os novos portos, estradas e corredores de infraestrutura para escoar com mais rapidez e menor custo seus produtos pelo mercado africano na Costa Índica, onde a presença brasileira é menos sentida. Projetos infraestruturais no Quênia,

na Tanzânia e em Moçambique, como a Ferrovia Nairobi-Mombasa, podem expandir as exportações da África Oriental em US\$192 milhões por ano, se aproveitados integralmente¹.

No Brasil, a nível doméstico, pouco se fala na conclusão do Acordo de Livre Comércio Continental Africano (AfCFTA), que engloba os 54 países do continente e forma um mercado único de US\$2.5 trilhões. Estima-se que o AfCFTA, que desagrava 90% dos produtos intercambiados e prevê avançar para temas não-tarifários e para a facilitação de investimentos no futuro próximo, impulse o volume de consumo no continente a US\$6.7 trilhões até 2030². Esse arranjo dará ainda mais combustível para o crescimento econômico de países como Ruanda, Etiópia, Benin, Gana e Costa do Marfim, cujas economias expandiram-se acima de 6% em 2019 (o triplo da média mundial, de 2.3%)³ e têm, paulatinamente, se tornado mais complexas e sofisticadas, desbravando setores de biotecnologia, semicondutores, microchips, robótica e eletro-eletrônica, dentre outros.

1. Mukwaya e Mold, 2018. "Modelling the economic impact of the China Belt and Road Initiative on East Africa" GTAP 21st Annual Conference on Global Economic Analysis.

2. Brown e Boateng, 2020. The politics of market integration in Africa: Trade agreements, protocols, and the 'crisis of implementation'. African Center for Economic Transformation.

3. World Bank, 2020.

Menos se fala, ainda, em como o Brasil e a África têm economias similares, e em como as cadeias de valor brasileiras e africanas têm potencial para serem integradas. O AfCFTA dá acesso a insumos e serviços mais baratos e impulsionará o moderno agronegócio e a industrialização no continente africano: as importações de produtos de maior valor agregado, como máquinas e seus componentes para a agroindústria e para as manufaturas - em que o Brasil tem vantagem competitiva - devem seguir a tendência de crescimento generalizado. Na África, alguns dos mercados de mais destaque em valor de importação, e que mostram ao empresariado brasileiro oportunidades latentes para inserção como fornecedores e investidores, são os de máquinas (US\$64 bilhões), eletrônicos (US\$45 bilhões), veículos (US\$44 bilhões), plásticos (US\$21 bilhões) e cereais (US\$22 bilhões)⁴.

Em retrospectiva, o empresariado nacional, puxado por políticas externas desenvolvimentistas e autonomistas, foi gradualmente apresentado ao imenso mercado africano, primeiro pela CPLP e pelos grandes players como África do Sul, Nigéria e Egito, a partir da década de 1980, e, mais recentemente, avançando em direção aos pequenos mercados anglófonos e francófonos, a partir da década de 2000. O resultado foi a conclusão de acordos comerciais com o Egito e a União Aduaneira da África Austral, o desenho de uma integração infraestrutural com cabos submarinos no Atlântico Sul, a criação de rotas aéreas e marítimas de alto fluxo, a instalação de escritórios e unidades de multinacionais brasileiras, como Petrobras, Vale, Embrapa, Marcopolo e Odebrecht, e um comércio bilateral que alcançou a alta histórica de US\$28.5 bilhões em 2013.

Contudo, nas últimas três décadas, ausentaram-se pilares fundamentais para relações econômicas sustentáveis no longo prazo: (i) o estabelecimento

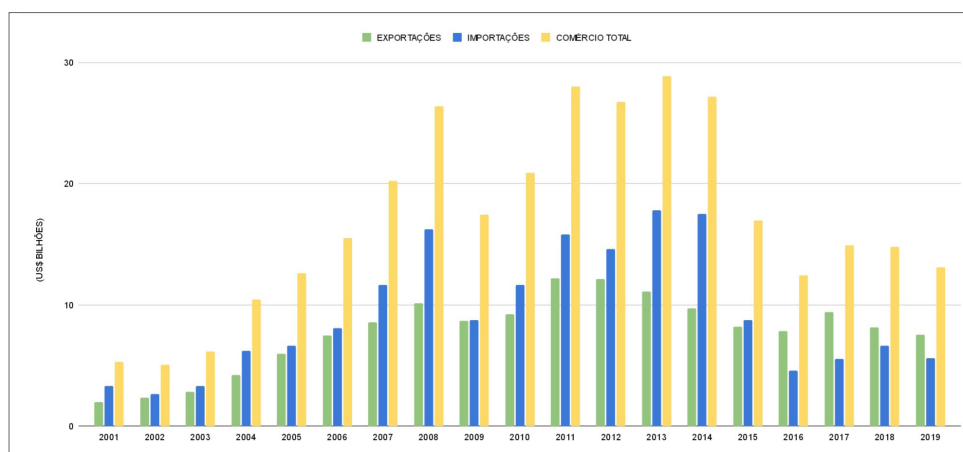
de acordos comerciais com parceiros emergentes no continente africano, a exemplo dos mencionados acima, para garantir o acesso a mercados-chave em todas as regiões; (ii) a criação, nas coalizões privadas, que tomam a forma de federações de indústrias e representações empresariais, em seus órgãos de apoio à internacionalização, de quadros especializados no continente africano; e (iii) a disseminação generalizada, nos círculos públicos e privados, de informação de qualidade sobre os mercados africanos.

O caminho da aproximação

A diplomacia comercial deve desenhar uma estratégia ampla para a abertura dos mercados africanos, abandonando o piloto automático que apenas dá suporte técnico e burocrático ao exportador brasileiro. Para isso, deve estar na linha de frente e solucionar os erros do passado, buscando parcerias estratégicas e facilidades, propondo a agenda e mitigando os riscos, e disseminando inteligência de mercado.

Primeiro, o Brasil precisa urgentemente reposicionar a África na política comercial, e dar um passo além, complementando a diplomacia comercial para a África como um todo com a aproximação com parceiros específicos, consoante as vocações individuais, de modo a atender as necessidades particulares de determinados setores. A partir da conclusão do Acordo de Associação Birregional Mercosul-União Europeia, o Brasil tem a oportunidade de formar um triângulo econômico para dar novo vigor às relações econômicas com a África como bloco: é urgente a aproximação Mercosul-AfCFTA, estabelecendo-se encontros periódicos de alto-nível e um grupo de coordenação inter-regionais.

4. International Trade Center, 2021.



A nível bilateral, o Brasil tem abordagens, diálogos e alianças com países europeus que dispõem de certo grau de independência perante a sua política para a União Europeia; por que a mesma lógica não pode ser aplicada ao continente africano? Deve-se buscar acordos comerciais e de facilitação de investimentos que marquem a presença do país no continente e sirvam de portas de entrada em todas as suas regiões, a começar por parceiros econômicos já consolidados, como Argélia, Nigéria, Angola e Quênia, sem negligenciar aqueles cujos laços econômicos são mais recentes e menos robustos, como Senegal, Gana, Togo e Serra Leoa.

Em segundo lugar, a diplomacia comercial deve expandir as atividades de promoção comercial, de modo a instigar o interesse pelo continente africano no empresariado brasileiro, expondo nas entidades privadas as oportunidades latentes que podem servir aos interesses da indústria nacional. A CAMEX e a APEX desempenham papéis importantes nesse sentido, mas assumem um caráter político-institucional que por vezes torna difícil e abrasivo o diálogo com o setor privado, não conseguindo mapear de forma célere as grandes prioridades do empresariado nacional. Além disso, a cobertura e amplitude de suas atividades acaba por privilegiar mercados tradicionais, como os Estados Unidos, a China e a Europa, em detrimento dos países africanos.

Organizações privadas de representação setorial, bem como os seus capítulos regionais, com o devido suporte do MRE, do ME e das SECOMs, devem olhar para a África com mais avidez, criando seus próprios órgãos e agências especializadas para explorarem as oportunidades e aberturas para o exportador nacional no mercado africano. Entre os 20 mercados prioritários e potenciais elencados pelas confederações nacionais de representação setorial para 2021, não há menção a qualquer país africano - Rússia, Suíça e Taiwan, mesmo com volumes de comércio inferiores, têm espaço de destaque, em detrimento de Egito, Argélia e África do Sul, parceiros africanos já consolidados.

Por último, sociedade civil e governo devem buscar sinergias com o setor privado na produção de conhecimento sobre o continente africano, visando a produção de inteligência de mercado, com o propósito simples, direto e claro de dar insumos de qualidade para a tomada de decisão do empresariado nacional. Deve ser permanente e frequente o diálogo sobre as oportunidades específicas do mercado africano, para explorar a fundo não só a África como continente, visto que o seu mercado imenso e complexo pode criar resistência no setor privado, mas também os países em suas individualidades, cada qual com características muito atraentes ao empresariado brasileiro.

O Brasil dispõe, ainda, de uma das maiores redes diplomáticas do mundo, com Embaixadas e Consulados em mais de 150 países, além de um corpo diplomático extremamente qualificado, habilitado para tratar questões políticas, econômicas e securitárias em diferentes realidades, e adidos comerciais, agrícolas e tributários/aduaneiros. Cabe a essa estrutura diplomática fomentar, ativamente, as relações econômicas entre o Brasil e o continente africano nas formas em que isso se mostra possível, produzindo informações, na forma de relatórios de mercado, análises dos marcos regulatórios, manuais de "doing business", que sirvam não só à tomada de decisão em nível estratégico, mas ao interesse geral do empresariado nacional.

Como resultado de uma década de desengajamento econômico no Atlântico Sul, o Brasil exportou apenas US\$7.5 bilhões para a África em 2019, sobretudo em produtos primários⁶. O Brasil esqueceu-se de seu papel estratégico junto ao Golfo da Guiné, bem como de sua avidez econômica que resultou em grandes projetos de investimento e infraestrutura em Angola, na Namíbia e em Moçambique. A África Oriental, por sua vez, sequer entrou na agenda brasileira, com um comércio bilateral em queda desde a máxima histórica de US\$362 milhões em 2011, atingindo apenas US\$80 milhões em 2019⁷. Assim, o Brasil perdeu espaço no mercado africano para

6. International Trade Center, 2021.

7. Ibid.

competidores internacionais, principalmente no fornecimento de produtos manufaturados: a China exportou um total de US\$113 bilhões para o continente no mesmo ano, ao passo que a Índia somou US\$29 bilhões, a Rússia US\$ 13 bilhões, a Turquia US\$15 bilhões e os EAU US\$22 bilhões em produtos vendidos⁸.

O Brasil precisa ter ciência dos desafios e das oportunidades para tomar as melhores decisões, e precisa ponderar o custo e o benefício de engajar-se com a África; como as informações

apresentadas indicam, os custos são diminutos perto dos benefícios gigantescos. Precisamos de mais indústrias pesadas fornecendo materiais de construção para as cidades africanas, mais fábricas de máquinas e implementos agrícolas participando da revolução verde nesses países, e mais empresas de tecnologia e comunicações contribuindo com a transição digital no continente. O cenário é negativo, mas não irreversível.

8. Ibid.

SOLUÇÕES

PASSO 1

Reposicionar a África na política comercial, complementando a diplomacia comercial para a África como um todo com a aproximação com parceiros específicos.

PASSO 2

Expandir as atividades de promoção comercial, de modo a instigar o interesse pelo continente africano no empresariado brasileiro e expor nas entidades privadas as oportunidades latentes.

PASSO 3

Buscar sinergias entre governo, sociedade civil e setor privado na produção de conhecimento sobre o continente africano, visando à produção de inteligência de mercado.