|  |
| --- |
| **Quem protege o consumidor?** |
|  | | | |
| |  | | --- | | IVAN, RAMALHO, ECONOMISTA, PRESIDENTE DA ABECE, , FOI SECRETÁRIO EXECUTIVO DO MDIC, IVAN, RAMALHO, ECONOMISTA, PRESIDENTE DA ABECE, , FOI SECRETÁRIO EXECUTIVO DO MDIC - O Estado de S.Paulo  O forte crescimento do comércio exterior nos últimos anos tem motivado diversas iniciativas protecionistas de setores da indústria brasileira. Esses segmentos, em geral, ignoram os interesses dos consumidores. É consenso entre os analistas que as medidas de proteção aplicadas pelo governo na importação provocam aumento do preço do produto nacional. E quem acaba pagando é o consumidor brasileiro, especialmente o de baixa renda.  Essa foi a principal razão que levou a Associação Brasileira de Empresas de Comércio Exterior (Abece) a sugerir ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) a inclusão obrigatória e permanente, na atual revisão do decreto de defesa comercial, de entidades que respondam pelos interesses dos consumidores.  Uma adequada proteção da produção nacional já existe por meio do Imposto de Importação, que para determinados setores chega até ao máximo permitido em acordos internacionais: 35%. Isso significa que o produto importado paga um imposto que estabelece margem de proteção elevada já na entrada do produto. Como os demais impostos incidem em "cascata", serão sempre maiores sobre o produto importado. Com o frete internacional e os altos custos portuários brasileiros, a proteção tarifária existente no País implica, na prática, encarecimento de cerca de 50% ou mais do produto importado em relação ao nacional.  Isso não parece ser suficiente, na opinião de alguns segmentos, que pedem a adoção de outras medidas para dificultar ainda mais a importação. As sugestões vão de controles burocráticos até o encarecimento tributário das importações, como a licença não automática, controle de preços, alteração da forma da cobrança de impostos e adoção de barreiras técnicas. Um dos objetivos não declarados dessas iniciativas é o de degradar o ambiente de negócios. As dificuldades passam a ser tantas que o importador acaba por abandonar operações contratadas com fornecedores de outros países.  São medidas que contrariam acordos internacionais dos quais o Brasil é signatário. Contrariam, inclusive, os tratados do Mercosul, que já têm sido afetados em razão de medidas protecionistas. E prejudicam a imagem do Brasil no exterior. Não é fácil se livrar do viés protecionista, que tem profundas raízes históricas, decorrentes de décadas do esforço de substituição de importações - programa que, como se sabe, produziu excelentes frutos, mas esgotou-se a partir da crise dos anos 80 e da inserção competitiva da economia brasileira no mercado mundial.  O exemplo mais recente do estágio protecionista é a possível modificação na forma de cobrança do Imposto de Importação do vestuário. No governo Lula foi feito grande esforço para convencer os parceiros do Mercosul a aprovar a elevação da alíquota desse imposto para 35%. A alíquota protege produtos de menor e de maior valor unitário. Os consumidores das diferentes faixas de renda estão sujeitos ao mesmo tratamento.  A Associação Brasileira do Varejo Têxtil (Abvtex), que representa as grandes redes do varejo têxtil e vestuário nacionais, demonstrou recentemente que, caso seja adotado o sistema ad rem (valor fixo por quilo do vestuário), o principal prejudicado será o consumidor de baixa renda. Ao comprar um vestuário importado, esse consumidor passará a pagar um imposto proporcionalmente bem mais alto do que o consumidor que adquire uma roupa de grife. O consumidor de maior poder aquisitivo passará a pagar um imposto menor. Haverá estímulo à importação de vestuário de grife, destinado a classes de maior poder aquisitivo.  A indústria brasileira não necessita de processos tão contundentes de proteção adicional, especialmente setores que já contam com elevado Imposto de Importação. A ampliação das medidas protecionistas pode acentuar um processo de acomodação, tornando dispensável o desafio de novos investimentos na inovação e na busca de maior eficiência. |   <http://m.estadao.com.br/noticias/impresso,quem-protege-o-consumidor,827860.htm> |  |  |  |