

OS DESPACHANTES OFICIAIS E AS RELAÇÕES COMERCIAIS INTERNACIONAIS

José Pedro Teixeira Fernandes

**Comunicação a Apresentar no V Encontro Nacional
dos Despachantes Oficiais**

Figueira da Foz

5/Novembro/2005

Índice

Parte I – As relações comerciais internacionais na era da globalização

1. A evolução do comércio internacional do GATT à OMC
2. A OMC e a globalização das relações económicas internacionais
3. A (re)emergência da Ásia na economia global
4. A integração europeia e as relações comerciais externas da UE

Parte II – A actividade dos despachantes no novo contexto do comércio internacional

5. A continuidade da importância do comércio internacional
6. O papel das alfândegas no novo contexto internacional
7. Os desafios e as oportunidades que se perspectivam à actividade

PARTE I

As relações comerciais internacionais na era da globalização

1. A evolução do comércio internacional do GATT à OMC

A importância do comércio internacional como factor de prosperidade e de bem-estar foi bem compreendida no final da II Guerra Mundial. Paralelamente à instituição do FMI e do Banco Mundial foi prevista a criação de uma Organização Internacional do Comércio (OIC). Por contingências históricas – o abandono dos EUA do projecto – foi o **Acordo Geral sobre Pautas Aduaneiras e Comércio** (GATT), celebrado em Genebra, e inicialmente previsto como transitório, que funcionou a partir de 1947. Quais as características principais desse Acordo?

- i) âmbito restrito às **tarifas aduaneiras**;
- ii) **número de países reduzido** (inicialmente apenas 23);
- iii) **multilateralização** da “cláusula da nação mais favorecida”, ou seja, estabelecimento de um regime comercial multilateral;
- iv) **rondas (*rounds*) negociais periódicas** para reduzir ou eliminar restrições ao comércio.

Ao longo das décadas seguintes o GATT registou uma importante evolução, principalmente em dois aspectos:

- i) O **número de membros aumentou** significativamente (123 no *Uruguay Round* de 1986-1994);
- ii) As **negociações comerciais alargaram-se** muito para além das tarifas aduaneiras (medidas “anti-dumping”, entraves não aduaneiros, propriedade intelectual, agricultura, têxteis, etc.)
- iii) Nestas rondas foram decididas questões comerciais cada vez mais importantes para as economias nacionais (por exemplo, **o fim, em 10 anos, do Acordo Multifibras**, foi decidido no *Uruguay Round*).

Face a esta evolução, a ideia da **criação de uma Organização Mundial do Comércio (OMC)**, surgiu como uma necessidade para superar as limitações do GATT, que não tinha sido concebido para um conjunto de tarefas tão vasto, nem para funcionar com número de membros tão alargado.

2. A OMC e a globalização das relações económicas internacionais

A criação da OMC foi decidida no âmbito do *Uruguay Round* (iniciado em Punta del Este em 1986 e terminado em Maraquexe, em 1994). A sua entrada em funções deu-se em 1 de Janeiro de 1995. O que é que esta organização trouxe essencialmente de novo?

- i) **âmbito mais alargado de competências** a todos áreas potencialmente relevantes para o comércio (agricultura, serviços, aspectos da propriedade intelectual ligados ao comércio, questões ambientais relacionadas com o comércio, etc);
- ii) **compromissos comerciais de carácter permanente** e de pleno direito;
- iii) **Órgão de Resolução de Diferendos** com competências para regular os conflitos comerciais entre os membros da OMC, que evita que estes sejam protelados quase indefinidamente por alguns países, como acontecia durante o GATT.

Qual o seu programa actual de negociações comerciais?

Após o **lançamento fracassado da ronda do milénio**, em Seattle, em 1999 (que deu alguns momentos de glória mediática aos manifestantes anti-globalização), a OMC acordou, em 2001, em Doha, na capital do Qatar, um amplo programa negocial (**a agenda de Doha**).

Esta ronda negocial está a mostrar-se uma negociação bastante morosa e difícil, facto ao qual não é estranho o **elevado número de dossiês em discussão**, nem os interesses não invulgarmente díspares dos **quase 150 países** e blocos comerciais que nestas participam.

Importa lembrar que a OMC entrou em funções numa altura em que **a globalização** das relações económicas internacionais é **cada vez mais uma realidade** perceptível para todos (mas também objecto de **contestação**).

Mas, em concreto, o que é isto da globalização?

Várias definições têm sido propostas por diversos autores e em diferentes disciplinas académicas.

No campo que nos interessa mais directamente, a Economia, a **globalização** pode ser definida da seguinte maneira (Jagdish Bhagwati):

A crescente inserção das economias nacionais na economia internacional, feita através do comércio, do investimento directo estrangeiro, dos movimentos de capital de curto-prazo, dos fluxos internacionais de trabalhadores e dos fluxos de tecnologia.

Naturalmente que a crescente inserção das economias nacionais na economia internacional traz um **conjunto de situações novas** do ponto de vista **concorrencial**, quer para os **países**, quer para os **diferentes sectores de actividade**, quer para as **empresas** que os integram.

Mais à frente voltaremos a este assunto, analisando o caso específico dos Despachantes Oficiais e os desafios e oportunidades que enfrentam neste contexto económico.

3. A (re)emergência da Ásia na economia global

No imaginário popular, a globalização é muito conotada com os EUA e as empresas multinacionais, essencialmente as norte-americanas. Naturalmente que esta realidade existe, mas o principal facto novo a assinalar provavelmente é a **(re)emergência em força da Ásia na economia global**, especialmente da China e da Índia (às quais poderíamos juntar, numa outra escala, o Brasil, a Rússia e até a Indonésia). Importa recordar alguns dados:

- i) a **China** com mais de **1,3 mil milhões de habitantes** é o país mais populoso do mundo; se avaliarmos o seu PIB em Paridades de Poder de Compra, a China é já a segunda economia mundial, à frente do Japão; tem crescido nas últimas décadas a ritmos superiores a **8% do PIB**;
- ii) a **Índia** tem cerca de **1,1 milhões de habitantes** e as previsões das Nações Unidas apontam para venha a ultrapassar a China; o seu PIB avaliado em Paridades de Poder de Compra é já superior ao da Alemanha (o que significa que esta será a **4ª economia mundial**); tem crescido em média a ritmos na ordem dos **5% do PIB**.

4. A integração europeia e as relações comerciais externa das UE

Um outro dado a ter em conta na economia internacional da actualidade é o da importância dos acordos de integração económica. A NAFTA, o Mercosul, a ASEAN, são alguns dos exemplos mais conhecidos. Neste contexto, a UE é o **caso mais ambicioso de integração económica** (e política), que inclui uma **união aduaneira** – com a pauta aduaneira comum –, um **mercado comum** e uma **união económica e monetária** – cujo lado mais visível é a moeda única.

Apesar da integração económica favorecer quem está dentro da UE (o caso mais óbvio é o da agricultura), **a Europa não é um espaço económico fechado ao mundo exterior**. Pelo contrário, do chamado Mundo Triádico (Kenichi Ohmae) – UE, EUA, Japão –, é a área que mais participa no comércio mundial (cerca de **20% das exportações e importações** a nível mundial).

Alguns exemplos de **acordos comerciais da UE**: Sistema de Preferências Generalizadas (**SPG**); Acordos com os países da bacia mediterrânica, a **Rússia** e as antigas repúblicas da União Soviética; Acordos com os Países da África Caraíbas e Pacífico (**ACP**); Acordos comerciais e de Associação com o México e o Chile, na América Latina, etc.

PARTE II

A actividade dos despachantes no novo contexto do comércio internacional

5. A continuidade da importância do comércio internacional

Apesar das contestações dos movimentos anti-globalização, parece-nos difícil negar que comércio internacional continua a ser um **factor de riqueza e de bem-estar**, contribuindo significativamente para o crescimento do PIB mundial. No caso português, basta pensarmos também na quantidade de produtos de todo o tipo a que não teríamos acesso em Portugal, se esse não existisse, ou fosse drasticamente reduzido.

Naturalmente que a sua progressiva liberalização no plano internacional não está isenta de problemas para as economias nacionais e os diferentes sectores empresariais. Muito se tem falado, por exemplo, em questões como a da **deslocalização de empresas**, o “**dumping social**” e o “**dumping ambiental**”. Esses são problemas importantes e complexos e a sua análise vai além do que nos propomos nesta breve comunicação.

Vamos por isso analisar apenas as questões que mais directamente se reflectem na actividade sectorial dos despachantes.

6. O papel das Alfândegas no novo contexto internacional

Tradicionalmente a administração alfandegária dispõe de poderes de fiscalização e de controlo significativos sobre os fluxos de comércio, que lhe permitem, nomeadamente:

- **inspeccionar o frete** e a mercadoria à entrada e à saída de um país;
- **recusar a entrada de uma mercadoria** ou acelerá-la;
- exigir **informações** sobre as mercadorias.

Todavia, perspectivam-se **alterações significativas** nos seus procedimentos tradicionais.

A Organização Mundial das Alfândegas (OMA) – uma organização intergovernamental onde participam 166 administrações aduaneiras que representam 99% do comércio mundial –, elaborou recentemente um documento intitulado “*Quadro das normas que visam tornar mais seguro e facilitar o comércio mundial*” – que visa transformar-se numa convenção internacional vinculativa para os Estados aderentes – onde aponta para o

futuro papel das Alfândegas e dos procedimentos alfandegários internacionais.

Há aqui duas grandes novidades (os dois pilares do novo quadro) a referir:

- o **pilar Alfândega-Alfândega**: tradicionalmente, as autoridades aduaneiras inspeccionavam o frete à chegada aos portos nacionais; a modificação que se pretende implementar vai no sentido de permitirem **inspeccionar e verificar o conteúdo do frete antes da sua chegada**, e passa por uma gestão integrada da cadeia logística;

- o **pilar Alfândega-Empresas**: aqui a ideia é estabelecer parcerias com as principais empresas do sector privado ligadas ao comércio externo, que permitam **identificar e seleccionar empresas que oferecem garantias elevadas em termos de procedimentos de segurança**; estão terão alguns benefícios, entre os quais uma maior rapidez nos controles e formalidades alfandegárias.

7. Os desafios e as oportunidades que se perspectivam à actividade

Em face do novo ambiente do comércio internacional, com que desafios e que oportunidades se vão deparar aos Despachantes? Naturalmente que prever o futuro é uma tarefa difícil e sujeita a erros, mas, neste caso, existem pelo menos três tendências que se podem já antever como marcantes para o futuro do sector:

a) A necessidade de formação contínua

Por tudo o que até agora foi apontado, parece-nos premente uma aposta cada vez mais forte na formação contínua, dada a rapidez das **mudanças económicas** e **legislativas** que afectam a actividade. Só assim os Despachantes poderão não só manter-se actualizados como, de alguma maneira, antecipar tendências que se reflectirão nos seus negócios

b) A necessidade da modernização tecnológica

A necessidade de modernização tecnológica é também uma outra tendência muito evidente. Se algumas dúvidas existissem, bastaria pensar nas alterações previstas na já referida **convenção patrocinada pela OMA**, que

visa tornar mais seguro e facilitar o comércio mundial, e nas suas repercussões para a profissão.

c) O novo papel como consultor de comércio internacional

Segundo o **índice de globalização**¹ deito pela empresa de **consultadoria A.T. Kerney** e pela revista norte-americana *Foreign Policy*, **Portugal é a 15ª economia mais globalizada**, à frente, por exemplo, da Espanha (17ª), da República Checa (16ª) e da Nova Zelândia Zelândia (19ª). **O primeiro lugar do índice é ocupado pela Irlanda e os EUA são apenas a 12ª economia mais globalizada**. Isto aponta-nos também para oportunidades de negócio.

Portugal é uma pequena economia cada vez mais aberta ao comércio internacional. Por isso, há também uma oportunidade associada a estas novas tendências do comércio. A concretização desta oportunidade passa por abandonar a concepção tradicional do Despachante Oficial – de tipo burocrático e “**ligada a papéis**” – para passar a funcionar mais como uma espécie de **consultor de comércio internacional**, para o resto do tecido empresarial.

¹ Para além dos indicadores normais de comércio internacional (exportações e importações), tem em conta o número de utilizadores da NET e de servidores, a pertença a organizações internacionais, as viagens internacionais, o tráfico telefónico internacional, etc.

Esta é uma nota positiva que gostaria de deixar ficar aqui, pois parece-me que **os despachantes podem muito bem ser uma das actividades empresariais a tirar benefícios, neste novo contexto das relações económicas internacionais.**

E com isto termino agradecendo a vossa atenção.