



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR

SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR - SECEX

DEPARTAMENTO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO
DO COMÉRCIO EXTERIOR - DEPLA

Nº 6

JAN / DEZ - 2009

RELATÓRIO SISPROM

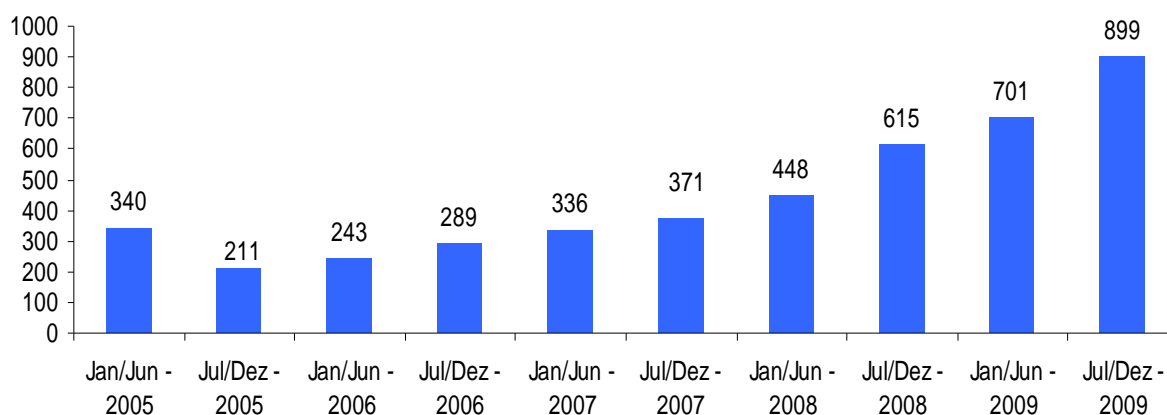
SISTEMA DE REGISTRO DE INFORMAÇÕES DE PROMOÇÃO

Brasília-DF

REDUÇÃO A ZERO DO IMPOSTO DE RENDA NO PAGAMENTO DE DESPEAS COM PROMOÇÃO DE PRODUTOS BRASILEIROS

REGISTROS EFETIVADOS E/OU AUTORIZAÇÕES DE REMESSA EMITIDAS									
Período / Ano	2009	Δ% 09/08	2008	Δ% 08/07	2007	Δ% 07/06	2006	Δ% 06/05	2005
Janeiro / Junho	701	56,5%	448	33,3%	336	38,3%	243	-28,5%	340
Julho / Dezembro	899	46,2%	615	65,8%	371	28,4%	289	37,0%	211
Janeiro / Dezembro	1600	50,5%	1063	50,4%	707	32,9%	532	-3,4%	551

QUANTIDADES DE REGISTROS NO SISPROM



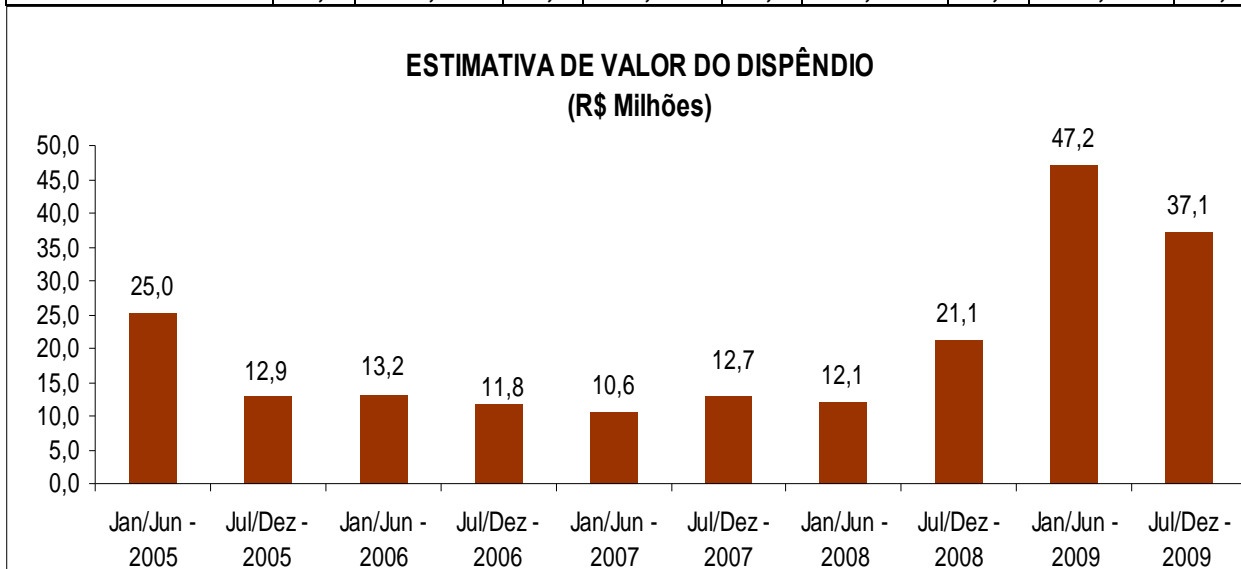
Fonte: DEPLA/SECEX/MDIC

Ao se analisar os dez últimos semestres no tocante à quantidade de operações de pagamento de despesas com promoção de produtos brasileiros no exterior com redução a zero da alíquota do Imposto de Renda, observa-se trajetória consistente de crescimento a partir do segundo período (+15,2%, +18,9%, +16,3%, +10,4%, 20,8%, 37,3%, 14% e 28,2% respectivamente), que culminou com aumento de 190% em quatro anos (de 2005 a 2009).

Esse aumento resultou da permanente simplificação das exigências legais e racionalização dos procedimentos (a título de exemplo, em 2009, com o advento do Decreto nº 6.761, as autorizações e comprovações de remessas deixaram de existir, substituídas por simples registro no SISPROM), aliada à maior divulgação da política de promoção comercial.

Com isso, incentivou-se não só a permanência de empresas e entidades em momentos de maior dificuldade competitiva no mercado externo como também a entrada de novos interessados, em função de exigências e custos menores para divulgação de seus produtos, medida fundamental para a realização das exportações e geração de divisas.

ESTIMATIVA DE VALOR DO DISPÊNDIO (R\$ Milhões)									
Período / Ano	2009	Δ% 09/08	2008	Δ% 08/07	2007	Δ% 07/06	2006	Δ% 06/05	2005
Janeiro / Junho	47,2	289,5%	12,1	14,5%	10,6	-19,9%	13,2	-47,3%	25,0
Julho / Dezembro	37,1	76,0%	21,1	65,8%	12,7	7,6%	11,8	-8,4%	12,9
Janeiro / Dezembro	84,3	153,9%	33,2	42,5%	23,3	-6,9%	25,0	-34,0%	37,9



Fonte: DEPLA/SECEX/MDIC

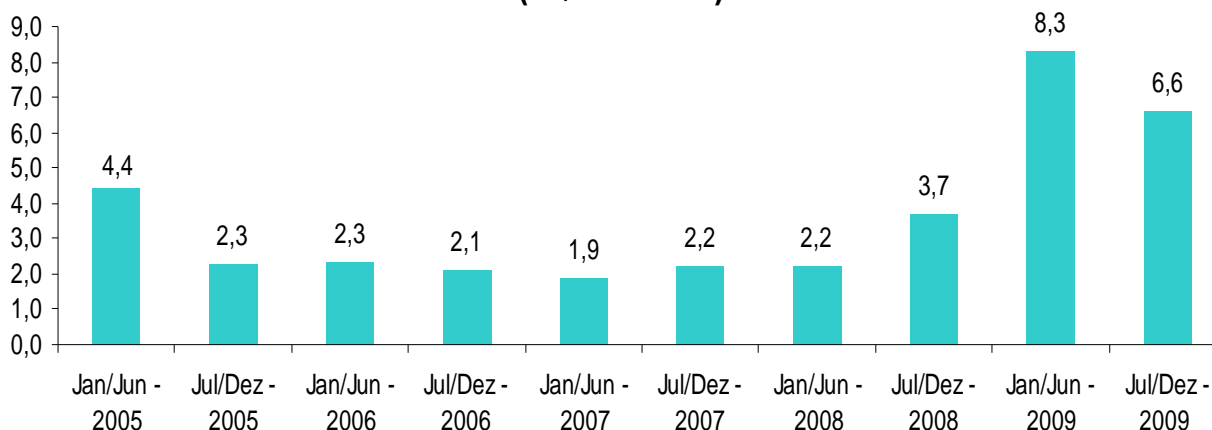
Desde o segundo semestre de 2005, a estimativa de valor semestral de despesas com promoção de produtos brasileiros ao exterior, com redução a zero da alíquota do IR, vinha se mantendo próxima aos R\$ 12 milhões. Porém, os três últimos semestres apurados apresentaram significativa evolução em relação aos anteriores.

Os valores maiores desses três últimos semestres refletem uma política mais agressiva de promoção de produtos brasileiros levada a termo por diversas associações de classe, empresas e, em sua maior parte, pela Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos – APEX-BRASIL, atuando de forma multissetorial, ou seja, sempre representando, em cada evento no exterior, vários setores produtivos da economia brasileira.

Os números dos últimos semestres retratam, portanto, o empenho dos atores e órgãos de promoção comercial do Governo Federal em conquistar novos mercados e buscar novas oportunidades de negócios, de forma a amenizar os efeitos da crise financeira que se abateu sobre a economia mundial a partir de setembro de 2008.

ESTIMATIVA DE RENÚNCIA FISCAL (R\$ Milhões)									
Período / Ano	2009	Δ% 09/08	2008	Δ% 08/07	2007	Δ% 07/06	2006	Δ% 06/05	2005
Janeiro / Junho	8,3	289,5%	2,2	17,8%	1,9	-19,9%	2,3	-47,3%	4,4
Julho / Dezembro	6,6	76,0%	3,7	65,8%	2,2	7,6%	2,1	-8,4%	2,3
Janeiro / Dezembro	14,9	153,9%	5,9	44,0%	4,1	-6,9%	4,4	-34,0%	6,7

ESTIMATIVA DE RENÚNCIA FISCAL (R\$Milhões)



Fonte: DEPLA/SECEX/MDIC

A renúncia fiscal com a desoneração decorrente da redução a zero da alíquota do Imposto de Renda no pagamento de despesas com promoção de produtos brasileiros no exterior representa uma proporção do valor remetido, especificamente 3/17 do valor da operação. Assim, as variações semestrais de ambos (valor despendido e estimativa da renúncia fiscal) são idênticas.

Adicionalmente, compete registrar que os R\$ 6,7 milhões de estimativa de renúncia fiscal apurados para 2005, representaram apenas 0,0023% do total das exportações brasileiras naquele ano (US\$ 118,5 bilhões). Essa participação caiu até o mínimo de 0,0013% em 2007, e em 2009, alcançou 0,0049%, com a renúncia fiscal totalizando R\$ 14,9 milhões (quase US\$ 7,5 milhões) e as exportações brasileiras, US\$ 153 bilhões.

Em 2009, parcela expressiva da renúncia refere-se a operações realizadas pela APEX-BRASIL, percentual que explica o crescimento verificado nesse ano e confirma o esforço promocional adicionalmente empreendido e liderado pelo órgão diretamente responsável pela promoção comercial brasileira.

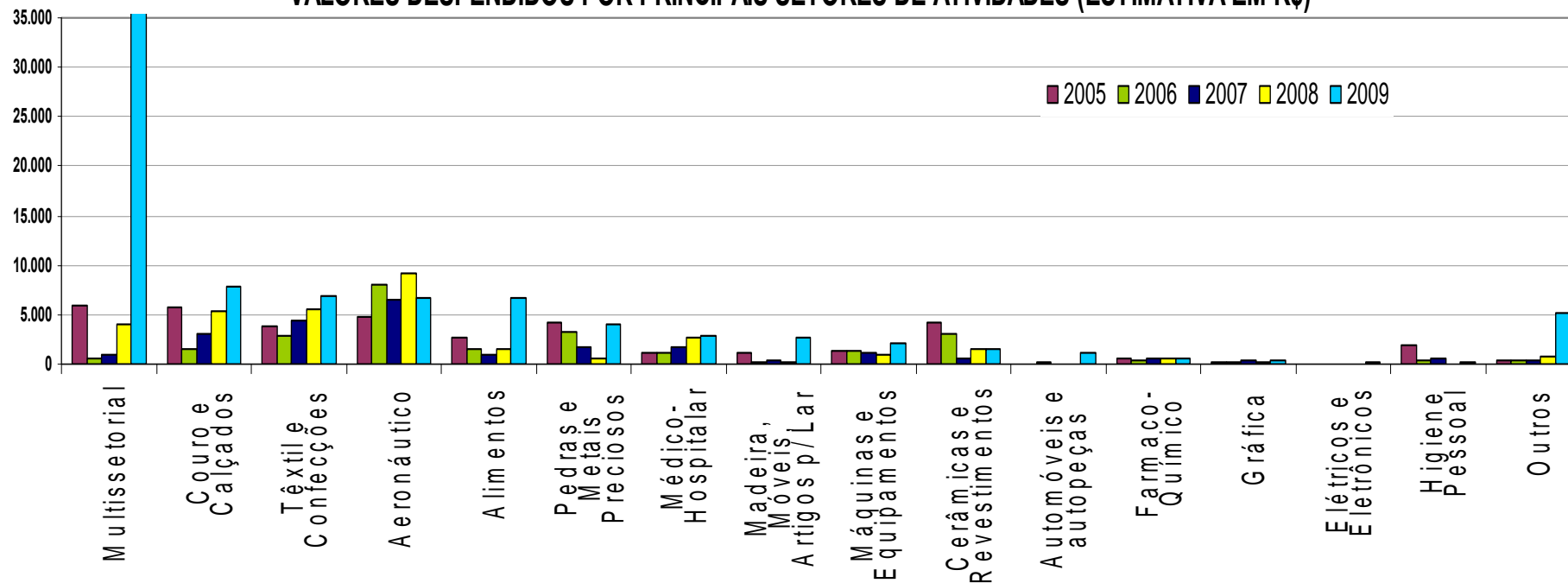
ESTIMATIVA DE VALOR DE DISPÊNDIO POR PRINCIPAIS SETORES DE ATIVIDADE

(R\$ Mil)

Setor de Atividade	2005			2006			06/05 Δ%	2007			07/06 Δ%	2008			08/07 Δ%	2009			09/08 Δ%
	Qtde AR	R\$ mil	Part %	Qtde AR	R\$ mil	Part %		Qtde AR	R\$ mil	Part %		Qtde AR	R\$ mil	Part %		Qtde AR	R\$ mil	Part %	
Multissetorial	65	5.902	15,6	22	614	2,5	-89,6	36	918	3,1	15,8	66	3.934	11,9	453,1	150	35.496	42,1	802,3%
Couro e Calçados	65	5.668	14,9	51	1.530	6,1	-73	121	3.000	12,9	96,1	208	5.360	16,1	78,7	294	7.908	9,4	47,5%
Têxtil e Confecções	113	3.851	10,2	165	2.812	11,2	-27	262	4.461	19,1	58,6	419	5.560	16,7	24,6	452	6.863	8,1	23,4%
Aeronáutico	53	4.714	12,4	91	7.941	31,7	68,5	91	6.554	28,1	-17,5	183	9.136	27,5	39,4	112	6.734	8,0	-26,3%
Alimentos	37	2.673	7	24	1.489	6	-44,3	23	917	3,9	-38,4	34	1.435	4,3	56,5	111	6.621	7,9	361,4%
Outros	13	358	0,9	9	313	1,3	-12,6	27	289	2,1	58,4	10	833	2,5	68	147	5.095	6,0	511,6%
Pedras e Metais Preciosos	42	4.256	11,2	55	3.286	13,1	-22,8	25	1.808	7,8	-45	7	571	1,7	-68,4	47	4.078	4,8	614,2%
Médico-Hospitalar	9	1.231	3,2	5	1.053	4,2	-14,5	20	1.734	7,4	64,7	47	2.666	8	53,7	67	2.842	3,4	6,6%
Madeira, Móveis, Artigos p/ Lar	39	1.052	2,8	11	264	1,1	-74,9	13	357	1,5	35,4	5	147	0,4	-58,9	59	2.741	3,3	1764,6%
Máquinas e Equipamentos	37	1.380	3,6	35	1.341	5,4	-2,8	25	1.057	4,5	-21,2	27	1.019	3,1	-3,6	69	2.119	2,5	107,9%
Cerâmicas e Revestimentos	49	4.287	11,3	34	3.100	12,4	-27,7	16	628	2,7	-79,7	31	1.623	4,9	158,2	29	1.539	1,8	-5,2%
Automóveis e autopeças	3	75	0,2	11	280	1,1	273,3	2	21	0,1	-92,4	1	51	0,2	138,5	15	1.116	1,3	2088,2%
Farmaco-Químico	6	481	1,3	3	470	1,9	-2,3	15	559	2,4	19	13	578	1,7	3,3	9	535	0,6	-7,4%
Gráfica	2	98	0,3	11	146	0,6	49	22	442	1,9	202,5	8	269	0,8	-39,1	16	332	0,4	23,4%
Elétricos e Eletrônicos	9	22	0,1	4	67	0,3	204,5	1	9	0	-85,9	2	9	0	-4,7	21	147	0,2	1533,3%
Higiene Pessoal	9	1.887	5	1	317	1,3	-83,2	8	543	2,3	71,2	2	6	0	-98,9	2	134	0,2	2133,3%
Total	551	37.937	100	532	25.023	100	-34	707	23.299	100	-6,9	1063	33.198	100	42,5	1600	84.319	100	153,9%

Fonte: DEPLA/SECEX/MDIC

VALORES DESPENDIDOS POR PRINCIPAIS SETORES DE ATIVIDADES (ESTIMATIVA EM R\$)



Embora os níveis de paridade de nossa moeda tenham representado dificuldade para alguns setores em competir no mercado externo, refletindo queda dos valores em reais remetidos no âmbito do benefício, de 2005 até o 1º semestre de 2008, essa tendência de diminuição no montante de remessa foi compensada pela política de promoção de produtos brasileiros, especialmente no contexto administrativo, em que procedimentos mais céleres e racionais nas operações, a exemplo do SISPROM, permitiram o aumento do esforço promocional, em quantidade e valores de operações, apurados em moeda estrangeira, em vários dos setores apontados.

Em 2009, em função da crise deflagrada no ano anterior, sobressaiu o empenho da APEX-BRASIL, em âmbito multissetorial, em conduzir a promoção comercial brasileira no exterior. Registre-se ainda que mais da metade dos setores indicados no gráfico procuraram manter ou até expandiram seus gastos cientes dessa necessidade para continuar fechando negócios em momento de maior concorrência.

Verifica-se, portanto, neste gráfico a diversidade de setores que envidam esforços para a promoção comercial com o intuito de expandir as exportações brasileiras, em termos de variedade de produtos e diluição dos dispêndios, medida de grande eficácia em face do expressivo crescimento de nossas vendas externas de 2003 a 2008 e necessária agora para recuperação de espaços perdidos devido ao encolhimento das importações dos mercados mais atingidos pela crise financeira iniciada em 2008.