



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA



INTERESSES DA INDÚSTRIA NA AMÉRICA DO SUL

COMÉRCIO

Brasília
2015

INTERESSES DA INDÚSTRIA NA AMÉRICA DO SUL

Comércio

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI

Robson Braga de Andrade

Presidente

Diretoria de Desenvolvimento Industrial

Carlos Eduardo Abijaodi

Diretor

Diretoria de Comunicação

Carlos Alberto Barreiros

Diretor

Diretoria de Educação e Tecnologia

Rafael Esmeraldo Lucchesi Ramacciotti

Diretor

Julio Sergio de Maya Pedrosa Moreira

Diretor-Adjunto

Diretoria de Políticas e Estratégia

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Diretoria de Relações Institucionais

Mônica Messenberg Guimarães

Diretora

Diretoria de Serviços Corporativos

Fernando Augusto Trivellato

Diretor

Diretoria Jurídica

Hélio José Ferreira Rocha

Diretor

Diretoria CNI/SP

Carlos Alberto Pires

Diretor



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA



INTERESSES DA INDÚSTRIA NA AMÉRICA DO SUL

COMÉRCIO

Brasília
2015

© 2015. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

CNI

Gerência-Executiva de Negociações Internacionais - NEGINT

FICHA CATALOGRÁFICA

C748i

Confederação Nacional da Indústria
Interesses da Indústria na América do Sul: Comércio / Confederação Nacional da
Indústria. - Brasília: CNI, 2015.
146 p. : il.

1. Comércio. 2. América do Sul. I. Título.

CDU: 330.322

CNI

*Confederação Nacional da Indústria
Setor Bancário Norte
Quadra 1 – Bloco C
Edifício Roberto Simonsen
70040-903 – Brasília (DF)
Tel.: (61) 3317- 9000
Fax: (61) 3317- 9994
<http://www.cni.org.br>*

*Serviço de Atendimento ao Cliente – SAC
Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992
sac@cni.org.br*



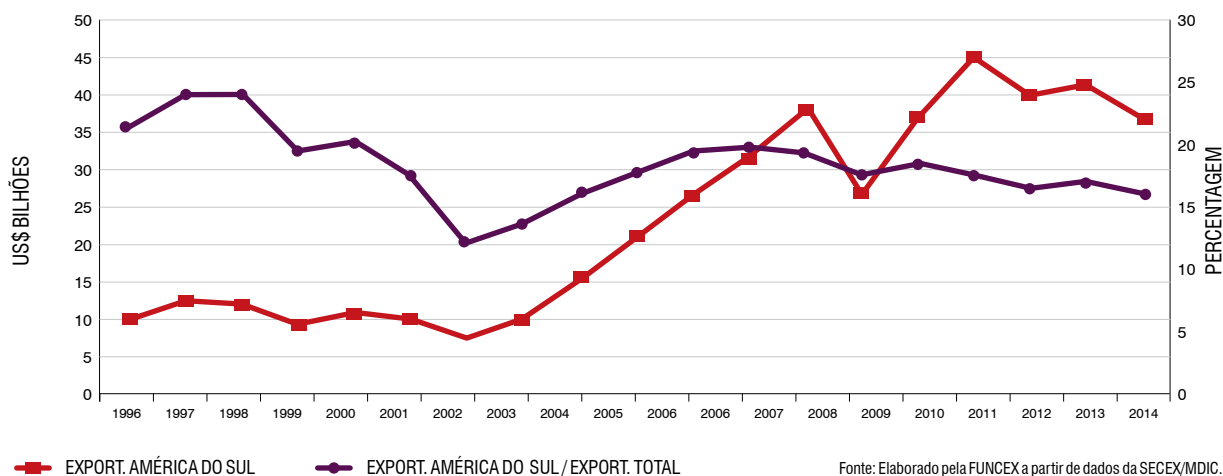
SUMÁRIO EXECUTIVO E RECOMENDAÇÕES

INTRODUÇÃO

- As exportações brasileiras para os países da América do Sul somaram US\$ 41 bilhões em 2013. Esse resultado reflete a recuperação desse fluxo de comércio após a queda experimentada em 2009, mas evidencia, também, a perda do dinamismo apresentado no período anterior à crise de 2008.
 - No período 2002/2008, essas exportações haviam crescido 31,3% a.a. Tal expansão, bem superior à das exportações brasileiras totais no mesmo período (21,9% a.a.), elevou a participação da região na pauta brasileira para 19,4%, em 2008.
 - A crise acarretou queda de 30% nas exportações para a região em 2009, seguida de forte recuperação em 2010 e 2011. A possível retomada do ritmo de crescimento experimentado antes da crise, que essa arrancada parecia sugerir, não se confirmou, no entanto, nos anos seguintes.
 - Em decorrência, as exportações para a América do Sul cresceram a uma taxa anual de apenas 1,5% entre 2008 e 2013.¹ Esse desempenho foi inferior ao das exportações brasileiras totais. Assim, a participação dos mercados sul-americanos no total das exportações do País declina de 19,4%, em 2008, para 17,6%, em 2009, e 16,3%, em 2014.

¹ As exportações brasileiras para a região declinaram 10,7%, em 2014, caindo para US\$ 36,8 bilhões, valor inferior ao registrado em 2008.

**GRÁFICO 1 – EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS
PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – 1996/2014**

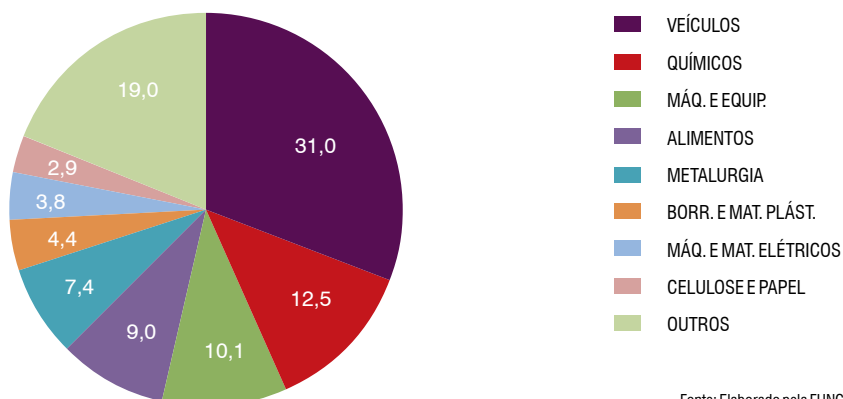


- A Argentina absorveu 46,2% das exportações brasileiras para a América do Sul no biênio 2012/2013. Entre os demais países, as exportações brasileiras apresentam baixa concentração: Venezuela (12,2%), Chile (11,2%), Paraguai (6,9%), Colômbia (6,8%), Peru (5,6%) e Uruguai (5,2%). Equador e Bolívia responderam, juntos, por 5,8%, e Guiana e Suriname por apenas 0,2% do total. As exportações para o MERCOSUL-4 correspondem a 58,3% do total.

1. PERFIL DAS EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS INDUSTRIAIS

- A pauta de exportações brasileiras para a América do Sul mostra-se bastante diversificada em termos de setores e produtos, revelando o predomínio absoluto de produtos manufaturados e semi-manufaturados, que representaram no biênio 2012/2013, respectivamente, 70% e 19% das vendas para a região. Entre esses se destacam os bens intensivos em economias de escala, os quais respondem por 40% das exportações totais para a região.
- As exportações de produtos industriais – entendidas como aquelas que têm como origem a indústria de transformação e correspondendo, basicamente, às exportações de manufaturados e semi-manufaturados – respondem, em geral, por mais de 90% das exportações brasileiras para os países da América do Sul. As exceções são, no biênio 2012/2013, o Chile (24% das exportações são de petróleo bruto), o Uruguai (10% de petróleo bruto) e a Venezuela (14% de produtos alimentícios não industrializados).
 - Em termos setoriais, 70% das exportações de produtos industriais para a região referem-se a cinco setores: veículos, químicos, máquinas e equipamentos, produtos alimentares e metalurgia. Os principais setores exportadores para cada um dos países da região são basicamente esses mesmos cinco setores. As singularidades são a importância das exportações de derivados de petróleo para o Uruguai, o Paraguai e a Bolívia, e de produtos minerais não metálicos para a Guiana.

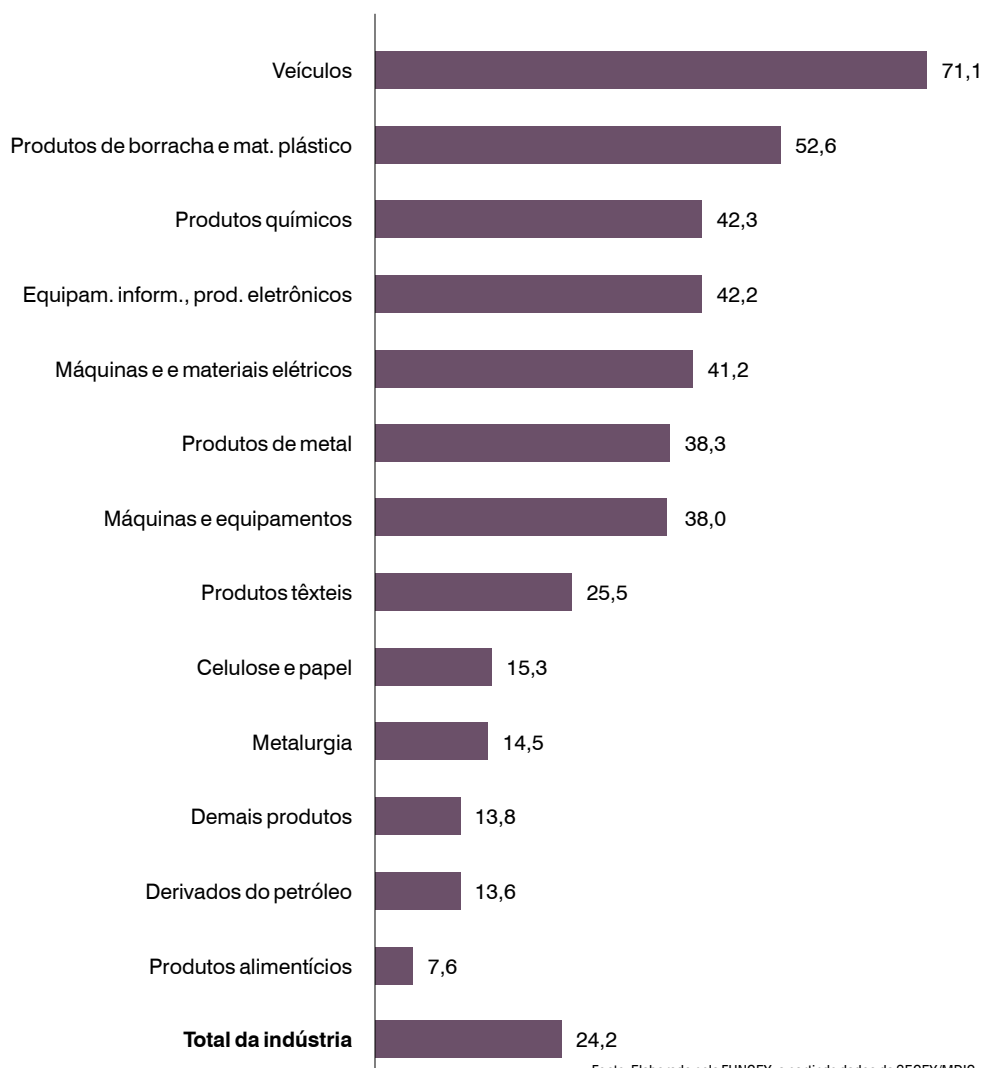
GRÁFICO 2 – COMPOSIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PRODUTOS INDUSTRIAIS PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO SETORES DA INDÚSTRIA – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013



Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da SECEX/MDIC.

- A América do Sul é um destino muito importante das exportações brasileiras de produtos industriais.

GRÁFICO 3 – PARTICIPAÇÃO DA AMÉRICA DO SUL NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PRODUTOS INDUSTRIAIS – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013



Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da SECEX/MDIC.

2. IDENTIFICAÇÃO DE INTERESSES COMERCIAIS

- O trabalho procura identificar, em relação a cada um dos produtos exportados pelo Brasil para a região, a natureza dos interesses comerciais da indústria brasileira no mercado importador de cada um dos países da América do Sul. Essa caracterização tem como referência, portanto, um mercado específico, vale dizer, um produto e um país específicos. Foram caracterizados quatro tipos distintos de interesses:
 - **Interesse consolidado:** refere-se a produtos cuja participação no mercado de importação do país sul-americano já atingiu certo grau de maturidade, com exportações brasileiras de montantes relativamente elevados e *market shares* significativos nas importações desse país;
 - **Interesse ameaçado:** refere-se a produtos que possuíam uma posição relativamente sólida na importação do país sul-americano em um passado recente, com montantes relativamente elevados de exportação brasileira para esse mercado e *market shares* significativos, mas que viram essa posição se deteriorar nos últimos anos, com queda expressiva dos valores exportados e, na maioria dos casos, também dos *market shares*; são, portanto, produtos que poderiam ser classificados como interesses consolidados no passado, mas que, hoje, enfrentam o desafio de recuperar o espaço perdido;
 - **Interesse potencial:** diz respeito a produtos nos quais o Brasil possui uma sólida experiência exportadora, com elevados montantes exportados para o resto do mundo, mas cujas vendas para o vizinho sul-americano são pouco significativas, embora esse país seja grande importador desses bens;
 - **Interesse emergente:** refere-se a produtos que tinham peso insignificante nas exportações brasileiras para o país sul-americano há alguns anos, mas cujas vendas cresceram de forma bastante rápida desde então, alcançando valores mais significativos nos últimos anos; nesse caso, o Brasil tem interesse em preservar as condições que permitiram que os produtos dessem esse “salto” exportador e prover as condições para que esse crescimento se sustente nos próximos anos, de modo a alcançar um *market share* mais elevado nas importações do país, deslocando outros concorrentes.
- O estudo identificou 2.459 produtos, dentre o universo de 4.500 definidos pelo Sistema Harmonizado (SH) a seis dígitos, como enquadrados em pelo menos um desses quatro interesses comerciais em algum dos nove países sul-americanos analisados (não estão incluídos a Guiana e o Suriname).
 - Foram identificados 1.558 casos de produtos com interesses consolidados em algum país da América do Sul, 1.359 casos de interesses ameaçados, 673 de interesses potenciais e 1.086 de interesses emergentes;
 - Os produtos selecionados correspondem a 93% das exportações brasileiras para a América do Sul.
 - **Os resultados relativos a cada um dos produtos em cada um dos nove países da América do Sul estão apresentados em anexo eletrônico do trabalho.**
- O trabalho apresenta, ainda, análise da concorrência enfrentada pelo Brasil nos mercados desses produtos nos diversos países sul-americanos, identificando os três principais fornecedores em cada um desses mercados e seus respectivos *market shares*.

2.1 INTERESSES CONSOLIDADOS

QUADRO 1 – INTERESSES CONSOLIDADOS – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Número de produtos identificados	1.568
Exportações brasileiras para mercados da América do Sul	US\$ 21 bilhões
Participação nas exportações brasileiras para a região	55%
Importações totais desses produtos por parte dos nove países	US\$ 54 bilhões
Participação do Brasil nas importações dos nove países	39%

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU.

- Em todos os nove países, os produtos classificados como interesses consolidados têm uma participação elevada na pauta de exportações brasileiras, com percentuais que variam de um mínimo de 39%, na Venezuela, a um máximo de 70%, no Paraguai.
- O Brasil também possui, de forma geral, um *market share* relativamente elevado nas importações destes produtos em todos os países, variando de um mínimo em torno de 25%, no Peru e no Equador, a um máximo de 47%, na Argentina.
- A consideração conjunta desses dois indicadores – a participação das exportações de produtos classificados como interesses consolidados no total das exportações brasileiras e o *market share* do Brasil nas importações desses mesmos produtos em cada país – permite identificar dois grupos de países do ponto de vista do nível de consolidação do comércio, distribuição que reflete, em grande parte, a diferente abrangência e o grau de profundidade alcançado nos acordos comerciais subscritos pelo Brasil com os países da América do Sul:
 - o primeiro grupo, que apresenta percentuais mais elevados em relação aos dois indicadores, compreende os países do MERCOSUL e a Bolívia, que é membro associado do MERCOSUL e no qual o Brasil já detém 100% de preferência comercial, praticamente, na totalidade dos produtos;
 - o segundo grupo reúne:
 - * o Chile, que também é membro associado do MERCOSUL e no qual o Brasil já goza de 100% de margem de preferência, praticamente, na totalidade dos produtos, mas que é um mercado mais competitivo e de penetração mais difícil para as vendas brasileiras, provavelmente pelo fato de que este país possui acordos de livre comércio com grande número de países, inclusive desenvolvidos, e porque suas tarifas aplicadas já são bastante baixas; e
 - * a Venezuela, o Peru, a Colômbia e o Equador, países com os quais o Brasil possui acordos de preferências comerciais bastante abrangentes, mas com cronogramas de liberalização ainda em estágio intermediário de implementação.
- Os resultados aqui obtidos, quando comparados com os divulgados em relatório elaborado em 2007, indicam que o número de produtos considerados como consolidados cai na maioria dos países – as exceções são Paraguai, Bolívia e Uruguai – e que, embora o valor das exportações de tais produtos para esses países cresça 21%, sua participação de 55% na pauta de exportação brasileira para a região é significativamente menor do que a observada no relatório anterior (70%).

Da mesma forma, o *market share* dos produtos brasileiros nos mercados sul-americanos desses produtos declina de 41% para 39%.

- No tocante aos setores industriais, destaca-se a indústria química não apenas por responder pelo maior número de produtos com interesses consolidados no agregado dos nove mercados sul-americanos considerados (17%), mas, também, por ser o setor que conta com maior número de produtos com posição consolidada na maioria desses mercados (19 produtos com tais características em sete ou mais países da América do Sul). Além da indústria química, os setores que contam com maior número de produtos com interesses consolidados nos mercados sul-americanos são as indústrias de máquinas e equipamentos, metalúrgica e de produtos de metal. Os quatro setores respondem em conjunto por 50% dos produtos com interesses consolidados.

CONCORRÊNCIA NOS MERCADOS COM INTERESSES CONSOLIDADOS

- Foram identificados os principais fornecedores desses mercados.
 - Nos países do MERCOSUL e da ALBA-TCP, o Brasil é um dos três principais fornecedores em relação a mais de 93% desses produtos em todos os países; o percentual de produtos em relação aos quais aparece como principal fornecedor varia entre 39% (Equador) e 73% (Paraguai).
 - No tocante aos países da Aliança do Pacífico, o percentual de produtos em relação aos quais o Brasil aparece como um dos três principais fornecedores varia entre 89% (Colômbia) e 94% (Chile); os percentuais de produtos em relação aos quais é o principal produtor são 36% (Peru) e 41% (Chile e Colômbia).
 - Os Estados Unidos e a China aparecem como os dois principais concorrentes dos produtos brasileiros em todos os países, exceto no Uruguai e no Paraguai, onde a Argentina substitui um desses países nas duas primeiras posições. A Alemanha aparece como um forte concorrente em sete dos nove países e a Itália em dois países.
 - Dentre os países da América Latina, aqueles que detêm uma posição entre os quatro principais concorrentes do Brasil são: a Argentina, no caso do Chile, além do Paraguai e do Uruguai, já citados; o México em relação aos três países mais ao norte da América do Sul (Venezuela, Colômbia e Equador); e a Colômbia, no tocante aos seus três países vizinhos.

QUADRO 2 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL NOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Paraguai	Brasil	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
Uruguai	Brasil	Argentina	China	Estados Unidos	Alemanha
Aliança do Pacífico					
Chile	Brasil	Estados Unidos	China	Argentina	Alemanha
Peru	Brasil	Estados Unidos	China	Colômbia	Alemanha
Colômbia	Brasil	Estados Unidos	China	México	Alemanha
ALBA - TCP					
Venezuela	Brasil	Estados Unidos	China	Colômbia	México
Bolívia	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Equador	Brasil	China	Estados Unidos	Colômbia	México

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.

2.2 INTERESSES AMEAÇADOS

QUADRO 3 – INTERESSES AMEAÇADOS – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Número de produtos identificados	2012/2013	1.359
Participação nas exportações brasileiras para a América do Sul	2007/2008	55%
	2012/2013	30%
Exportações brasileiras para mercados da América do Sul	2007/2008	US\$ 14,0 bilhões
	2012/2013	US\$ 10,5 bilhões
Importações totais desses produtos pelos nove países	2012/2013	US\$ 49 bilhões
Participação do Brasil nas importações dos nove países	2007/2008	41%
	2012/2013	21,5%

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU.

- As exportações brasileiras desses produtos caíram 25% entre 2007/2008 e 2012/2013 e sua participação nas importações dos nove países da América do Sul declinou 19,5 p.p.
 - A queda das exportações brasileiras dos produtos classificados como interesses ameaçados foi comum a todos os países, à exceção do Paraguai, que apresentou crescimento próximo a zero. Por outro lado, as importações desses produtos aumentam em todos os países, à exceção da Venezuela.
 - A perda de *market share* é relativamente uniforme no mercado de importação de todos os países, variando entre 25 p.p., no caso do Paraguai, e 18 p.p., no do Peru. Trata-se, assim, de produtos nos quais o país vem efetivamente perdendo espaço nos mercados da América do Sul.
 - A participação desses produtos na pauta da exportação brasileira para os nove países sul-americanos no biênio 2007/2008 era particularmente elevada nos casos do Peru, do Chile e do

Uruguai (entre 49% e 57%) e mais reduzida na Venezuela, no Paraguai, no Equador e na Bolívia (entre 36% e 28%). Colômbia e Argentina ocupavam posição intermediária, próxima do valor médio dos nove países (43,5%).

- No tocante aos setores industriais, os produtos classificados como interesses ameaçados não apresentam concentração elevada: 32% desses produtos correspondem às indústrias de máquinas e equipamentos e de produtos químicos, seguidos pelas indústrias metalúrgica e têxtil (17%).

CONCORRÊNCIA NOS MERCADOS COM INTERESSES AMEAÇADOS

- O exame da posição do Brasil entre os principais fornecedores nos mercados em que os interesses das empresas exportadoras brasileiras podem ser considerados como ameaçados apresenta resultados bastante distintos daqueles observados no caso dos mercados com interesses consolidados:
 - De fato, o Brasil só se destaca como um dos três principais fornecedores nos mercados do MERCOSUL e na Bolívia, e como o principal fornecedor na Argentina e no Paraguai (no Uruguai e na Bolívia cede essa posição para a China).
 - Os principais concorrentes dos exportadores brasileiros – China e Estados Unidos –, os mesmos identificados nos mercados com interesses consolidados, têm, neste caso, posição de mais destaque, ocupando uma das duas primeiras posições em nove e cinco países, respectivamente. A Alemanha, por sua vez, aparece em seis países entre os cinco principais fornecedores.
 - Dentre os países da América Latina, a Argentina aparece como concorrente em quatro países (Uruguai, Paraguai, Chile e Peru), a Colômbia nos seus três países vizinhos e o México nos dois países mais ao norte da América do Sul (Venezuela e Colômbia).

QUADRO 4 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL NOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Paraguai	Brasil	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
Uruguai	China	Brasil	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
Aliança do Pacífico					
Chile	China	Estados Unidos	Brasil	Argentina	Alemanha
Peru	Estados Unidos	China	Brasil	México	Alemanha
Colômbia	China	Estados Unidos	Brasil	Alemanha	Colômbia
ALBA - TCP					
Venezuela	Estados Unidos	China	Colômbia	Brasil	México
Bolívia	China	Brasil	Estados Unidos	Argentina	Peru
Equador	China	Estados Unidos	Colômbia	Brasil	Itália

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.

2.3 INTERESSES POTENCIAIS

QUADRO 5 – INTERESSES POTENCIAIS – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Número de produtos identificados	673
Exportações brasileiras para mercados da América do Sul	US\$ 1,1 bilhão
Importações totais desses produtos por parte dos nove países	US\$ 45,8 bilhões
Participação do Brasil nas importações dos nove países	2,4%
Exportações totais desses produtos pelo Brasil	US\$ 131,7 bilhões

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU.

- Os maiores interesses potenciais concentram-se nos países da Aliança do Pacífico, observando a sequência Colômbia, Chile e Peru.
 - As importações dos produtos identificados como de interesse potencial nos três países somam o montante elevado de US\$ 28,4 bilhões na média do biênio 2012/2013, das quais apenas 2,4% (US\$ 675 milhões) provêm do Brasil; no entanto, o valor total das exportações brasileiras desses produtos para o mundo alcança US\$ 71,6 bilhões.
 - Os setores de veículos automotores, produtos químicos e máquinas e equipamentos respondem, em conjunto, por entre 60% e 70% das importações dos produtos identificados como de interesse potencial nesses três países. Tais resultados refletem a forte concorrência de terceiros países, especialmente no Chile e no Peru, que possuem níveis tarifários mais baixos.
- Equador, Bolívia e Venezuela ocupam uma posição intermediária. As importações dos produtos identificados como de interesse potencial nos três países somam US\$ 10,0 bilhões na média do biênio 2012/2013, das quais apenas 2,6% (US\$ 262 milhões) provêm do Brasil; no entanto, o valor total das exportações brasileiras desses produtos para o mundo alcança US\$ 38,6 bilhões.
- Quanto aos países do MERCOSUL, os interesses potenciais identificados não são significativos: nos casos do Uruguai e do Paraguai, porque as importações desses produtos pelos dois países são pouco expressivas; no caso da Argentina, porque esses produtos têm pequena participação na pauta de exportação brasileira.

CONCORRÊNCIA NOS MERCADOS COM INTERESSES POTENCIAIS

- Os resultados relativos aos principais fornecedores dos produtos nos quais os interesses das empresas exportadoras brasileiras são considerados potenciais revelam que as empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação a esses produtos em todos os países.
 - A China e os Estados Unidos são os dois principais fornecedores em todos os países, com a Argentina deslocando os Estados Unidos dessa posição no Uruguai e no Paraguai. Têm presença significativa também Alemanha e Itália, ambas entre os cinco primeiros fornecedores em seis países.
 - Dentre os países da América Latina, a Argentina destaca-se em quatro países (Uruguai, Paraguai, Bolívia e Peru) a Colômbia em três (Venezuela, Equador e Chile) e o México também em três (Venezuela, Colômbia e Equador).

**QUADRO 6 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS
CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL NOS
PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013**

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	Estados Unidos	China	Alemanha	México	Itália
Paraguai	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Argentina
Uruguai	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Colômbia
Aliança do Pacífico					
Chile	Estados Unidos	China	Colômbia	Alemanha	México
Peru	Estados Unidos	China	Colômbia	México	Itália
Colômbia	China	Estados Unidos	Argentina	Peru	Itália
ALBA - TCP					
Venezuela	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Índia
Bolívia	China	Argentina	Brasil	Estados Unidos	Alemanha
Equador	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha	Brasil

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.

2.4 INTERESSES EMERGENTES

QUADRO 8 – INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Número de produtos identificados	1.086
Exportações brasileiras para mercados da América do Sul	US\$ 1,3 bilhão
Taxa anual de crescimento dessas exportações 2007/2008 a 2012/2013	19,5%
Importações totais desses produtos por parte dos nove países	US\$ 23,8 bilhões
Participação do Brasil nas importações dos nove países	5,2%

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU.

- As oportunidades oferecidas pelos produtos com interesses emergentes são diferenciadas segundo países.
 - As maiores oportunidades para a expansão das exportações brasileiras aparecem na Venezuela, no Chile e na Colômbia, que importam volumes mais significativos dos produtos classificados como interesses emergentes (entre US\$ 7,5 e US\$ 3,4 bilhões).
 - As importações da Argentina, do Equador e do Peru situam-se em patamar mais reduzido (em torno de US\$ 1,5 bilhão) e as relativas à Bolívia, ao Paraguai e ao Uruguai são pouco expressivas (em torno de US\$ 250 milhões).
 - Nos três países apontados como de maior potencial, destacam-se, dentre os produtos classificados como interesses emergentes: os produtos farmacêuticos (Venezuela), as máquinas e equipamentos (Venezuela e Chile) e os equipamentos de informática (Colômbia).

CONCORRÊNCIA NOS MERCADOS COM INTERESSES EMERGENTES

- Os resultados relativos aos principais fornecedores dos produtos nos quais os interesses das empresas exportadoras brasileiras são considerados emergentes indicam que o Brasil aparece entre os cinco principais fornecedores somente em quatro países (Argentina, Uruguai, Paraguai e Bolívia).
 - A China é seu principal concorrente, sendo o fornecedor mais importante em sete dos nove países (as exceções são Venezuela e Equador). Destacam-se, ainda, como concorrentes importantes em todos os países, os Estados Unidos e a Alemanha.
 - Dentre os países latino-americanos, a Argentina aparece entre os cinco principais fornecedores em quatro países (Uruguai, Paraguai, Chile e Bolívia), o Chile em três (Colômbia, Peru e Equador), a Colômbia e o México em dois (respectivamente, Equador e Venezuela; Venezuela e Colômbia) e o Peru em um (Bolívia).

QUADRO VIII – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL NOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	China	Brasil	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Paraguai	Brasil	China	Estados Unidos	Argentina	Alemanha
Uruguai	China	Argentina	Estados Unidos	Brasil	Espanha
Aliança do Pacífico					
Chile	China	Estados Unidos	Argentina	Espanha	Alemanha
Peru	China	Estados Unidos	México	Chile	Alemanha
Colômbia	China	Estados Unidos	Chile	Alemanha	Itália
ALBA - TCP					
Venezuela	Estados Unidos	China	Colômbia	México	Alemanha
Bolívia	China	Brasil	Estados Unidos	Argentina	Peru
Equador	Estados Unidos	China	Colômbia	Chile	Alemanha

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.

3. ACESSO DO BRASIL AOS MERCADOS DA AMÉRICA DO SUL

- O Brasil possui acordos comerciais com quase todos os países da América do Sul, o que permite o acesso a esses mercados com redução ou isenção de tarifas em grande número de produtos.
 - **MERCOSUL:** quase todo o comércio bilateral dá-se com tarifa zero. As duas únicas exceções dizem respeito ao comércio açucareiro e ao setor automotivo. Nesse último caso, há forte resistência por parte da indústria argentina – e, em menor medida, também da uruguaia – em liberalizar completamente o comércio no setor.
 - **Chile e Bolívia:** a desgravação é praticamente total.
 - **Venezuela:** com sua adesão ao MERCOSUL, as exportações brasileiras têm livre acesso ao mercado venezuelano a partir de 1/1/2014, com exceção de 777 códigos NALADI, que alcançarão o

livre comércio em 1/1/2018. No que tange às exportações do setor automotivo, enquanto não for definido um tratamento específico, elas receberão os benefícios concedidos pelo ACE nº 59. No tocante aos produtos considerados de interesse comercial para o Brasil, a exceção ao livre acesso atinge 236 itens da NALADI e o enquadramento no ACE nº 59 envolve 79 produtos.

- **Peru, Equador e Colômbia:** os respectivos cronogramas de desgravação avançaram significativamente em 2014 e 2015, tendo os percentuais de produtos classificados como interesses comerciais do Brasil com margem de 100% se elevado a percentuais da ordem de 80%. No caso do Peru, ao final do cronograma em 2019, praticamente todos os produtos de interesse comercial do Brasil atingirão a margem de 100%. No caso da Colômbia e do Equador, a margem de 100% beneficiará, respectivamente, 87% e 94% dos produtos de interesse comercial do Brasil no final do cronograma em 2018 (essas percentagens, quando referidas à totalidade de produtos industriais são, respectivamente, 83% e 98%). No caso da Colômbia, as margens inferiores a 100% que subsistirão para produtos dos setores automotivo e têxtil decorrem de negociações pendentes relativas às regras de origem a serem observadas para esses produtos.

QUADRO 9 – DESGRAVAÇÃO TARIFÁRIA DOS PRODUTOS DE INTERESSE COMERCIAL DO BRASIL

	Colômbia	Equador	Peru
Em 2015: Percentagens dos produtos com margem 100%	85%	79%	84%
Em 2015: Itens com margem de preferência < 100%, passando a 100% em 2018 ou 2019	67 Tarifas: entre 80% e 100%	154 Alimentos, vestuário e calçados, e produtos químicos Tarifas: 65% ou 70%	175 (46 em 2016) Alimentos (2/3) e autopeças (1/3)
Fim do cronograma	2018	2018	2019
Margem 100% em 2018 ou 2019	87%	94%	100%
Itens com margem de preferência < 100% em 2018 ou 2019	185 Produtos do setor automotivo (64% ou 59%); Têxteis (23%); Metalúrgicos (predominante: 38%)	64 Autopeças	3 Açúcares

Fonte: FUNCEX com base nos Acordos de Complementação Econômica nºs 58 e 59.

4. PESQUISA DE CAMPO

- O trabalho envolveu também a realização de uma pesquisa de campo que procurou identificar os principais obstáculos que as empresas industriais brasileiras enfrentam para exportar para os países sul-americanos.
- Solicitadas a indicar os **três principais obstáculos que enfrentam para exportar (ou para aumentar suas exportações) para os países da América do Sul**, as 148 empresas entrevistadas destacaram:
 - A forte concorrência de países de fora do continente (citado por 68% das firmas);

- As barreiras tarifárias e não tarifárias à importação encontradas nos países de destino (60%); e
 - Os problemas de transporte e logística (35%).
- Em um patamar secundário de importância, foram citados a falta de financiamento nos mercados de destino (22%) e os problemas em relação ao despacho aduaneiro da mercadoria (20%).
 - Nota-se aqui uma modificação em relação aos resultados de pesquisa idêntica realizada em 2007: uma inversão das posições relativas às barreiras à importação (anteriormente em quarto lugar) e ao transporte e logística (em segundo), com crescimento significativo do percentual de citações das barreiras (48 p.p.) e queda também expressiva das citações relativas ao transporte e logística (15 p.p.). A concorrência de países de fora do continente, o obstáculo mais destacado também naquela pesquisa, recebeu, agora, maior percentual de citações (mais 12 p.p.).
 - As empresas foram também solicitadas a especificar quais os **principais problemas que enfrentam para exportar para cada um dos onze países da América do Sul**.
 - O principal problema apontado em relação aos diversos países foi o excesso de burocracia – as exceções foram Venezuela, onde a instabilidade de regras para importação superou ligeiramente o excesso de burocracia, e Guiana e Suriname, onde o principal problema é a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários;
 - No caso da Argentina, foram também destacadas a instabilidade de regras para importação (citada por 71% das empresas) e a existência de barreiras não tarifárias (58%);
 - De modo geral, os problemas mais citados após o excesso de burocracia foram a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários e a existência de barreiras não tarifárias.
 - No tocante aos três **principais obstáculos que as empresas enfrentam para exportar para os países da América do Sul**, as respostas ao questionário esclarecem a natureza desses obstáculos, como indicado a seguir.
 - O destaque à **forte concorrência de países de fora do continente** tem como referência quase que exclusivamente a China, apontada por 81% das empresas que enfatizaram esse problema; os Estados Unidos foram citados por 16% dessas empresas, e a Índia por 11%; dos demais 20 países apontados como concorrentes, nenhum mereceu mais de nove citações;
 - No tocante às **barreiras tarifárias**, em relação a seis países (os países da Aliança do Pacífico, mas, também, a Bolívia, o Uruguai e o Paraguai), a maior queixa não diz respeito ao nível da tarifa vigente, mas, sim, à redução tarifária concedida por esses países a países concorrentes do Brasil;
 - Esses resultados diferem significativamente daqueles obtidos na pesquisa de campo realizada em 2007. Naquela pesquisa, o nível das alíquotas tarifárias era o problema relativo às barreiras tarifárias apontado em todos os países – à exceção do Chile, onde as preferências tarifárias oferecidas a concorrentes do Brasil já era a principal preocupação;
 - As **barreiras não tarifárias** dos países da América do Sul só aparecem com algum destaque nas avaliações relativas à Argentina e ao Uruguai. Para nove países, as duas modalidades que geraram mais reações foram a inspeção sanitária e os requisitos técnicos; em relação à Argen-

tina e à Venezuela, as principais preocupações são a licença não automática e as regras de origem muito rigorosas;

- No tocante aos **problemas relacionados a transporte e logística**, as empresas pesquisadas destacaram os custos de transporte elevados (citados por 89% das empresas, sendo que 70% consideraram esse o principal problema nessa área) e a qualidade das estradas (59% das empresas). Em seguida, foram apontados, com pesos aproximadamente iguais, a demora do transporte e a baixa frequência dos navios (para 9,5% das empresas esse último é o principal problema nessa área).
- A pesquisa procurou, por fim, identificar as prioridades de uma política de estímulo às exportações para os países da América do Sul, pedindo às empresas que indicassem três áreas que o governo brasileiro deveria priorizar em sua atuação. Três questões sobressaem nas indicações das empresas:
 - A realização de investimentos em infraestrutura de transportes (indicado por 80% das empresas);
 - O aprimoramento dos acordos de preferências comerciais existentes, indicando temas como barreiras não tarifárias, serviços e investimentos (73%); e
 - A negociação de redução das barreiras não tarifárias nos sócios comerciais (62%).
- Tais indicações são as mesmas, e seguem o mesmo ordenamento das formuladas na pesquisa de 2007. Observam-se, no entanto, aumentos do percentual de indicações de 11 p.p no caso dos acordos de preferência e de 6 p.p. nos dois outros casos – o que evidencia maior consenso do setor exportador em relação ao rumo a ser seguido pela política comercial brasileira na região.
- Essas sugestões de política são consistentes com a avaliação predominante entre as empresas entrevistadas quanto aos principais obstáculos à expansão das exportações brasileiras para os países da América do Sul. De fato, como se viu, os principais problemas apontados foram a forte concorrência de países de fora do continente, acentuada pela redução tarifária concedida por alguns dos países sul-americanos a países concorrentes do Brasil; as barreiras tarifárias e não tarifárias à importação, e os problemas de transporte e logística.

5. RECOMENDAÇÕES

- Este trabalho analisou o fluxo de exportações brasileiras de produtos industriais para a América do Sul, destacando as especificidades relativas a produtos e países, bem como reuniu, a partir de pesquisa de campo com empresas exportadoras, indicações sobre os principais obstáculos que o exportador brasileiro enfrenta para exportar para os países sul-americanos.
- As recomendações de política apresentadas a seguir têm como referência os resultados desse trabalho e se concentram na proposição de iniciativas relativas a questões no âmbito do comércio de bens do Brasil com os países sul-americanos, passando ao largo de recomendações de natureza geral pertinentes a qualquer exportação brasileira, independentemente de sua destinação. Pela mesma razão, o trabalho se atém a proposições referidas ao comércio de bens e não inclui recomendações relativas a outros itens da agenda brasileira com os países sul-americanos, como investimentos, serviços, compras governamentais e instrumentos financeiros.

- As iniciativas propostas, a serem empreendidas por agências governamentais afetas ao comércio exterior, pela CNI e associações empresariais setoriais, concentram-se em três áreas de atuação:
 - Inteligência comercial;
 - Negociações comerciais visando à melhoria de acesso aos mercados sul-americanos; e
 - Melhoria da infraestrutura e logística.

5.1 INTELIGÊNCIA COMERCIAL

- O trabalho procura conhecer, em relação a cada um dos produtos industriais exportados pelo Brasil para a América do Sul, a situação atual e as perspectivas do exportador brasileiro em cada um dos países, identificando a natureza dos interesses comerciais da indústria brasileira nesses diversos mercados.
 - A classificação dos produtos em categorias segundo os interesses brasileiros nos diversos países da região – consolidados, ameaçados, potenciais e emergentes – mostrou-se útil para diferenciar a natureza dos desafios e oportunidades para expandir ou preservar a penetração dos produtos em cada mercado, bem como para definir prioridades e foco para a política de exportação;
 - Contudo, o caráter abrangente deste estudo não permite aprofundar essa diferenciação. Nesse sentido, caberia, a partir das indicações extraídas do estudo, identificar setores industriais e produtos a serem objeto de exame mais acurado, de modo a permitir a avaliação da viabilidade e o desenho de ações efetivas voltadas para a expansão ou a preservação do *market share* de produtos específicos;
 - Esse desdobramento, de natureza eminentemente setorial, depende, para sua realização, da participação do setor empresarial, imprescindível para a correta identificação dos problemas a serem superados e para a definição das ações a serem empreendidas em cada caso.
- De todo modo, os resultados do estudo sugerem que uma política de exportação voltada para a América do Sul deve conferir atenção prioritária aos produtos que foram identificados como interesses ameaçados e interesses potenciais em mercados sul-americanos.

- **Interesses ameaçados:** as exportações dos mais de 1.300 produtos assim classificados – que respondiam por 43% do total das exportações brasileiras para a região em 2007/2008 – experimentaram queda de US\$ 3,5 bilhões (25% em termos percentuais) nos cinco anos seguintes, apesar do crescimento das importações totais desses produtos por tais países no mesmo período (mais US\$ 15 bilhões, 43% em termos percentuais). O resultado é o declínio de 19,5 p.p do *market share* dos exportadores brasileiros no conjunto dos países (de 41% para 21,5%).

Cabe, assim, contemplar iniciativas para interromper esse processo e recuperar as parcelas de mercados perdidas.

- **Interesses potenciais:** as exportações para a América do Sul dos 673 produtos assim classificados somaram US\$ 1,1 bilhão em 2012/2013, o que corresponde a apenas 2,4% das importações desses bens pelos países sul-americanos (US\$ 46 bilhões). No entanto, o valor total das exportações brasileiras desses produtos para o mundo alcança US\$ 131 bilhões.

Cabe, aqui, portanto, contemplar iniciativas, de natureza proativa, para promover a expansão das exportações desses produtos nos mercados sul-americanos. Nesse caso, os resultados do estudo indicam ainda que as maiores possibilidades concentram-se nos países da Aliança do Pacífico (observando a sequência Colômbia, Chile e Peru) e, em seguida, no Equador, Bolívia e Venezuela. De outro lado, os interesses potenciais identificados nos países do MERCOSUL não são significativos.

- **Interesses emergentes:** os produtos assim classificados apresentam perspectivas de crescimento das exportações nos próximos anos e, portanto, merecem também atenção especial da política de exportação do país. No entanto, cumpre ter presente que o impacto dessa expansão é menos significativo do que a dos produtos enquadrados como interesses potenciais;
- **Interesses consolidados:** cabe monitorar a evolução das exportações desses produtos para a região, de modo a identificar rapidamente a eventual ocorrência de perdas significativas nas exportações. Vale lembrar que parcela significativa dos interesses identificados como ameaçados neste trabalho havia sido considerada como interesses consolidados no relatório de 2007 (no caso da Argentina, por exemplo, dos 458 produtos classificados como de interesses ameaçados, 296 apareciam como produtos de interesses consolidados naquele relatório).

5.2 NEGOCIAÇÕES COMERCIAIS

- Os resultados do trabalho apontam a necessidade de aprofundar as negociações comerciais com os países sul-americanos, tendo em vista não apenas a melhoria das condições de desgravação tarifária previstas nos acordos já existentes (ou a celebração de novo acordo, no caso do Suriname), mas, também a flexibilização das regras de origem, a identificação e a eliminação de barreiras não tarifárias e a promoção de iniciativas de facilitação do comércio. Os resultados do trabalho fornecem também elementos para a formulação de uma estratégia de negociação eficiente do ponto de vista do aumento das exportações.
- No tocante à **desgravação tarifária prevista nos acordos já existentes**, as negociações comerciais devem ser diferenciadas segundo setores/produtos e países.
 - O trabalho identificou com clareza os setores que têm maior peso no conjunto de produtos caracterizados como interesses consolidados, ameaçados, potenciais e emergentes. Dadas as características de cada um desses tipos de interesse, as negociações deveriam priorizar os produtos e setores que têm maiores interesses ameaçados e potenciais, pois são nesses que se encontram as maiores perspectivas de expansão das exportações ou os desafios de recuperação de fatias de mercado perdidas e nos quais há, provavelmente, maiores dificuldades de acesso das empresas brasileiras aos mercados sul-americanos;
 - No tocante a países, as negociações devem levar em consideração os acordos já existentes e os diferentes graus de profundidade de cada um, bem como a situação dos produtos de interesse comercial do Brasil em cada um destes acordos.
 - * **Argentina, Paraguai, Uruguai, Bolívia e Chile:** as negociações com estes países não têm grandes perspectivas de ganhos em termos de melhoria das condições de acesso, visto que quase todos os produtos já contam com margem de preferência de 100%. Vale destacar, porém, a grande relevância de se negociar um acordo automotivo definitivo dentro do MERCOSUL, para superar as limitações que ainda existem à expansão do comércio deste setor entre os membros do bloco;

- * **Venezuela:** não cabe a revisão do cronograma de convergência para o livre acesso inerente ao MERCOSUL que foi aprovada em 2012. Cabe, no entanto, na medida em que a situação política e econômica da Venezuela permitir, acelerar as negociações relativas ao regime de comércio para o setor automotivo entre os dois países, estabelecendo o universo de produtos amparados e a norma de origem;
- * **Peru:** o cronograma de desgravação avançou significativamente em 2014, tendo os percentuais de produtos com margem de 100% se elevado a 85%. Em 2019, restarão apenas três itens da NALADI gravados (açúcares). Dos cerca de 175 produtos ainda gravados em 2015, 129 terão suas alíquotas reduzidas a zero em 2016 – os 46 produtos ainda gravados entre 2016 e 2018 são produtos alimentares (dois terços) e partes e peças para veículos (um terço). Uma negociação para a antecipação dos prazos-limite para desgravação desses itens não parece justificada, exceto que as contrapartidas exigidas pelo Peru se mostrem aceitáveis e se vislumbrem possibilidades de uma negociação rápida.
- **Equador:** o cronograma de desgravação avançou significativamente em 2014 tendo os percentuais de produtos com margem de 100% se elevado a 79%. Embora 94% dos produtos alcancem o livre acesso em 2018, restarão 64 itens da NALADI com preferências inferiores a 100%, basicamente peças e componentes para a indústria automobilística. Por outro lado, existe a possibilidade de antecipação do cronograma de desgravação de 154 itens da NALADI (concentrados nas indústrias de alimento, vestuário e calçados e química), cujas margens são, em 2015, de 65% ou 70%;
- **Colômbia:** o cronograma de desgravação avançou significativamente em 2015, tendo os percentuais de produtos com margem de 100% se elevado a 84%. Mais 3% dos produtos alcançarão a margem de 100% em 2018, mas 185 itens da NALADI continuarão ainda gravados – basicamente produtos das indústrias automotiva, têxtil e metalúrgica, dos quais 112 caracterizados como interesses ameaçados e potenciais. No tocante à eventual antecipação do cronograma de desgravação de produtos, as possibilidades hoje existentes dizem respeito a 67 itens da NALADI cuja margem de preferência atual está no intervalo 80%-100%.
- Nesse contexto, as negociações voltadas para a desgravação tarifária devem contemplar basicamente a **Colômbia** e o **Equador**, envolvendo a revisão dos termos do ACE nº 59 no sentido de:
 - No caso da **Colômbia**, melhorar as condições finais de acesso para os produtos das indústrias automotiva, têxtil e metalúrgica, obtendo, se possível, um prazo razoável para que se alcancem margens de 100%;
 - No caso do **Equador**, melhorar as condições finais de acesso para autopeças, bem como para antecipar o cronograma de desgravação de produtos das indústrias de alimento, vestuário e calçados e química.
- Ao lado dessas iniciativas relativas aos Acordos de Complementação Econômica (ACE) vigentes, caberia ainda:
 - No caso da **Guiana**, negociar uma extensão do atual Acordo de Alcance Parcial, com o intuito de obter preferências comerciais também nos demais produtos classificados como interesses comerciais; dado o pequeno volume de comércio da Guiana, e visto que os interesses comerciais do Brasil são bastante concentrados, não parece haver justificativa para a negociação de um acordo mais amplo;

- Quanto ao **Suriname**, cabe avaliar os eventuais benefícios de se negociar um Acordo de Alcance Parcial (a exemplo do que existe com a Guiana) por meio do qual se conceda não somente redução das tarifas *ad valorem*, mas, também, e principalmente, a eliminação das tarifas específicas.
- É preciso alertar, contudo, que a antecipação de cronogramas de desgravação tarifária, assim como a ampliação de acordos (Guiana e Suriname) envolverá, necessariamente, a concessão de contrapartidas, cujo foco estará, muito provavelmente, na eliminação de barreiras não tarifárias impostas pelo Brasil às exportações de seus parceiros sul-americanos. Reclamações nesse sentido, com foco em diversas agências e órgãos anuentes, são conhecidas. Ampliação de acordos e renegociações sem o atendimento parcial ou total dessas reivindicações não é uma hipótese realista.
- As considerações anteriores sugerem – e a modéstia das recomendações apresentadas reflete – o esgotamento das negociações de acordos bilaterais com foco na desgravação tarifária como instrumento de promoção da expansão do comércio de bens com os países da América do Sul.
- Assim, a prioridade e a ênfase da estratégia de negociações comerciais com os países sul-americanos devem ser a **segunda linha de negociações comerciais** apontada acima que contempla a flexibilização das regras de origem, a identificação e a eliminação de barreiras não tarifárias, a adoção de iniciativas de facilitação do comércio e as compras governamentais.
 - Nessa perspectiva, cabe, antes de tudo, em complementação às iniciativas referentes às desgravações tarifárias propostas, retomar negociações relativas à flexibilização das regras de origem que vêm sendo observadas nas transações comerciais com os países da América do Sul. De um lado, porque a flexibilização das regras vigentes é condição necessária para avançar em relação às desgravações concedidas pela Colômbia no ACE nº 59 nos casos dos setores automotivo e têxtil. De outro, porque a flexibilização das regras de origem pode contribuir para ampliar o comércio com outros países sul-americanos, notadamente com aquelas economias que buscam maior participação em cadeias globais de valor. Nesse sentido, cabe contemplar, inclusive, esforço diplomático na direção de convergência das regras de origem da região;
 - A possibilidade de acordos relativos a compras governamentais deve também ser contemplada na medida em que representa a abertura de novos mercados para as exportações brasileiras nos países da América do Sul;
 - No tocante às barreiras não tarifárias e aos entraves burocráticos, apontadas na pesquisa de campo como um dos principais obstáculos à exportação para os mercados da América do Sul, as negociações com vistas à sua eliminação esbarram nas dificuldades de identificar as barreiras e entraves relevantes em cada país. Nesse sentido, é necessário preliminarmente conhecer com mais precisão os obstáculos a serem incluídos na pauta de futuras negociações. Cabe às associações empresariais, em parceria com as agências governamentais pertinentes, promover o mapeamento dessas barreiras e entraves;
 - No caso da facilitação do comércio, o Acordo de Facilitação de Comércio, recentemente aprovado no âmbito da Organização Mundial do Comércio, pode servir de base para a atuação do governo brasileiro voltada para a remoção dos entraves burocráticos e regulatórios ao comércio do país com seus vizinhos sul-americanos. Nesse sentido, o Brasil deveria contemplar um papel de coordenação da implementação do Acordo na região, tendo em vista garantir a convergência entre as respostas dos países da América do Sul e ainda a inclusão de iniciativas de facilitação não abrangidas por aquele documento.

- Por fim, transpondo o escopo desse trabalho, o comércio de bens, cabe ter presente que esse comércio constitui apenas uma dimensão dos interesses empresariais brasileiros na região. A plena realização desses interesses requer, também, um processo de integração econômica mais amplo com os demais países sul-americanos, a ser alcançado a partir da negociação de acordos de serviços e de investimentos e, eventualmente, de um arcabouço institucional mais abrangente, de natureza regional.

5.3 MELHORIA DA INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

- A pesquisa de campo realizada apontou os problemas relacionados a transporte e logística como um dos três principais obstáculos à exportação para os países da América do Sul, destacando, em particular, o custo dos transportes e a qualidade das estradas, seguidos da demora do transporte e da baixa frequência dos navios.
- Estudos realizados pelo BID sobre o comércio do Brasil com outros países sul-americanos destacam o elevado custo de transporte, mostrando que eles superam largamente o imposto de importação incidente sobre os produtos. No caso do Peru e da Colômbia, simulações realizadas nos estudos estimaram que a maior parte (cerca de 2/3) dos ganhos de comércio da eliminação das barreiras comerciais existentes (discriminadas em tarifas, facilitação de comércio, barreiras não tarifárias e custos de transporte) concentra-se na redução dos custos de transporte.
- O elevado custo de transporte é, na verdade, um problema enfatizado em relação às exportações brasileiras em geral. Contudo, a política de investimento voltada para essa questão – a construção de corredores de exportação orientados para os principais portos do país – não responde adequadamente às necessidades do comércio do Brasil com os países vizinhos.
- Aqui se requer também a expansão das ligações terrestres com esses países e a melhoria das ligações existentes, além da exploração mais intensiva do transporte aéreo, que pode se constituir na solução de menor custo para o intercâmbio comercial de um vasto leque de produtos industriais.
 - Nesse sentido, cabe examinar a possibilidade de revitalizar e expandir a Iniciativa para Integração da Infraestrutura Regional Sul-americana (IIRSA) – programa de obras de infraestrutura lançado pelos países da América do Sul em 2000, cujo principal objetivo é promover o desenvolvimento da infraestrutura de transportes, energia e comunicações nos países sul-americanos, visando à integração física entre eles;
 - Cabe também às associações empresariais promover a identificação dos projetos de logísticas prioritários para a expansão do comércio dos diversos setores industriais.
- Por outro lado, é necessário remover os fatores que restringem a concorrência nos serviços de transporte, aumentando o custo do frete e impedindo a expansão da oferta, por meio de:
 - Revisão do marco regulatório bilateral dos serviços de transporte, negociando novos acordos de transporte terrestre, marítimo e aéreo que promovam a concorrência;
 - Em particular, no caso do transporte aéreo, a negociação de acordos de céus abertos com os países sul-americanos, tendo em vista induzir aumento do número de rotas e frequências e melhoria do serviço de transporte de carga e de passageiros.



SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO E RECOMENDAÇÕES	3
INTRODUÇÃO	3
1. PERFIL DAS EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS INDUSTRIAIS	4
2. IDENTIFICAÇÃO DE INTERESSES COMERCIAIS	6
2.1 Interesses consolidados	7
2.2 Interesses ameaçados	9
2.3 Interesses potenciais	11
2.4 Interesses emergentes	12
3. ACESSO DO BRASIL AOS MERCADOS DA AMÉRICA DO SUL	13
4. PESQUISA DE CAMPO	14
5. RECOMENDAÇÕES	16
5.1 Inteligência comercial	17
5.2 Negociações comerciais	18
5.3 Melhoria da infraestrutura e logística	21

INTERESSES DA INDÚSTRIA NA AMÉRICA DO SUL: COMÉRCIO

INTRODUÇÃO	27
1. PERFIL DAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL: PRODUTOS E SETORES	29
1.1 Visão geral	29
1.2. Exportação de produtos industriais	35
1.2.1 Argentina	38
1.2.2 Bolívia	39
1.2.3 Chile	40
1.2.4 Colômbia	41
1.2.5 Equador	42
1.2.6 Guiana	43
1.2.7 Paraguai	44
1.2.8 Peru	45
1.2.9 Suriname	46
1.2.10 Uruguai	47
1.2.11 Venezuela	48
2. INTERESSES COMERCIAIS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA	51
2.1 Metodologia de identificação de produtos	52
2.1.1 Interesses consolidados	52
2.1.2 Interesses ameaçados	53
2.1.3 Interesses potenciais	53
2.1.4 Interesses emergentes	54
2.2 Interesses consolidados	56
2.2.1 Países do MERCOSUL	59
2.2.2 Países da Aliança do Pacífico	63
2.2.3 Países da ALBA-TCP	67

2.2.4 Principais concorrentes do Brasil	71
2.3. Interesses ameaçados	71
2.3.1. PAÍSES DO MERCOSUL	75
2.3.2 Países da aliança do Pacífico	79
2.3.3 Países da ALBA-TCP	82
2.3.4 Principais concorrentes do Brasil	86
2.4 Interesses potenciais	87
2.4.1 Países da Aliança do Pacífico	87
2.4.2 Países da ALBA-TCP	91
2.4.3 Países do MERCOSUL	94
2.4.4 Principais concorrentes do Brasil	97
2.5 Interesses emergentes	98
2.5.1 Países do MERCOSUL	99
2.5.2 Países da Aliança do Pacífico	102
2.5.3 Países da ALBA-TCP	105
2.5.4 Principais concorrentes do Brasil	108
3. ACESSO DO BRASIL AOS MERCADOS DA AMÉRICA DO SUL	109
3.1 MERCOSUL	110
3.2 Bolívia	110
3.3 Chile	111
3.4 Colômbia	112
3.5 Equador	115
3.6 Peru	117
3.7 Venezuela	119
3.8 Guiana	121
3.9 Suriname	121

4. OBSTÁCULOS ÀS EXPORTAÇÕES PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL: PESQUISA DE CAMPO COM EMPRESAS INDUSTRIAIS EXPORTADORAS	123
4.1 Perfil da amostra	123
4.2 Obstáculos para exportar para a América do Sul	126
4.3 Obstáculos às exportações: um resumo por país	132
4.4 Prioridades para a política de estímulo às exportações para a América do Sul	134
APÊNDICE A – Critérios de classificação dos produtos exportados em determinado tipo de interesse	136
APÊNDICE B – Serviços associados ao processo de exportação para os países da América do Sul	138
APÊNDICE C – Questionário da pesquisa de campo	140

As referências no texto aos “Anexos I, II e III” dizem respeito a tabelas detalhadas por países e produtos, disponíveis no *link* <http://goo.gl/evdsXI>.



INTRODUÇÃO

Em 2007, a FUNCEX elaborou, para a Confederação Nacional da Indústria, um mapeamento dos interesses comerciais da indústria brasileira na América do Sul. Esse estudo teve por objetivo prover subsídios para o debate sobre os reais interesses que a indústria brasileira tem com relação aos mercados sul-americanos e permitir uma melhor definição de prioridades e de estratégias de atuação, com vistas não apenas à promoção das exportações para a região, mas, também, para alcançar um maior nível de integração da indústria brasileira com os mercados desses países.

O estudo refletia o reconhecimento da importância crescente da América do Sul para as exportações brasileiras, notadamente para a indústria de transformação que responde pela maior parcela das vendas do país para a região. Esse desempenho da indústria brasileira nos mercados vizinhos resulta das vantagens de acesso a esses mercados propiciados não apenas pela proximidade geográfica, mas, também, pelos acordos preferenciais no âmbito da ALADI. Por outro lado, o estudo refletia também uma avaliação de que as iniciativas governamentais, no âmbito das negociações comerciais, assim como da integração da infraestrutura da região, poderiam se beneficiar de uma percepção mais clara do governo e do próprio setor empresarial das prioridades e interesses comerciais da indústria brasileira na América do Sul.

Sete anos depois da divulgação daquele estudo, a CNI considerou oportuno rever os resultados então obtidos, diante das transformações ocorridas na região e na economia mundial nesse período. Nesse sentido, o presente estudo retoma a estrutura e a metodologia do anterior introduzindo modificações pontuais. Os resultados obtidos têm 2013 como último ano de referência. Esses resultados são pontualmente comparados com os do estudo de 2007.

O **Capítulo 1** apresenta diversas informações sobre as exportações brasileiras para cada um dos países da região, permitindo uma visualização mais clara de sua estrutura e de seu perfil.

O **Capítulo 2** destina-se a identificar os produtos nos quais a indústria brasileira tem maiores interesses relacionados à exportação para cada um dos países da América do Sul. Como o conceito de **interesses** está, obviamente, sujeito a diferentes interpretações, foi utilizada metodologia que permite separar estes

interesses em quatro tipos: consolidados, ameaçados, potenciais e emergentes. São selecionados, para cada um dos países sul-americanos, os produtos que se enquadram em cada um destes tipos. Esse capítulo foi ampliado em relação ao estudo anterior para incluir uma análise dos principais concorrentes do Brasil nos mercados desses produtos nos diversos países sul-americanos.

O **Capítulo 3** analisa o tratamento tarifário concedido por cada um dos países sul-americanos aos produtos de interesse comercial do Brasil, apresentando as tarifas de importação aplicadas e as preferências outorgadas aos produtos brasileiros nos acordos comerciais existentes.

O **Capítulo 4** apresenta os resultados de uma pesquisa de campo realizada junto a 148 empresas industriais exportadoras brasileiras, com o intuito de levantar informações qualitativas que permitam identificar os principais obstáculos que as firmas enfrentam para exportar para os países sul-americanos.



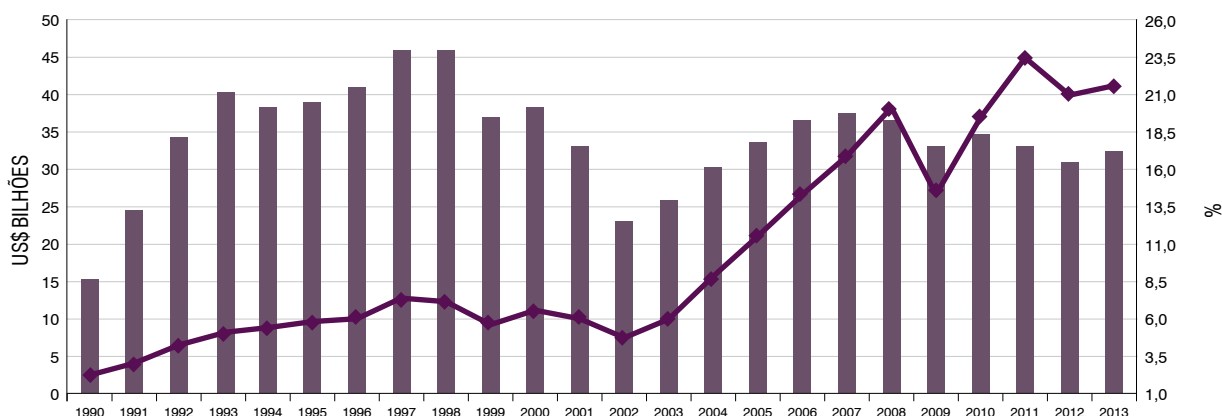
1. PERFIL DAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL: PRODUTOS E SETORES

1.1 VISÃO GERAL

As exportações brasileiras para os países da América do Sul somaram US\$ 41,1 bilhões em 2013, o que corresponde a 17,1% do total das vendas externas do país. Esse resultado confirma a recuperação desse fluxo de comércio após a queda experimentada em 2009, mas não caracteriza ainda a retomada do ritmo de crescimento que vinha sendo apresentado até a crise de 2008.

As exportações brasileiras para a América do Sul experimentaram, entre o início da década de 1990 e 2002, um ciclo de crescimento acelerado até 1997 (a uma taxa anual de 24,8%), seguido de declínio também expressivo até 2002 (com queda acumulada de 40%, que reduziu à metade a participação da região nas exportações brasileiras). As exportações para a América do Sul voltaram a registrar desempenho excepcional a partir desse último ano, com crescimento (31,3% a.a.) bem superior ao das exportações brasileiras totais no mesmo período (21,9%), alcançando o montante de US\$ 38,4 bilhões em 2008 e elevando a participação da região na pauta brasileira para 19,4%.

GRÁFICO 1 – EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA A AMÉRICA DO SUL
VALOR E PARTICIPAÇÃO NA PAUTA TOTAL



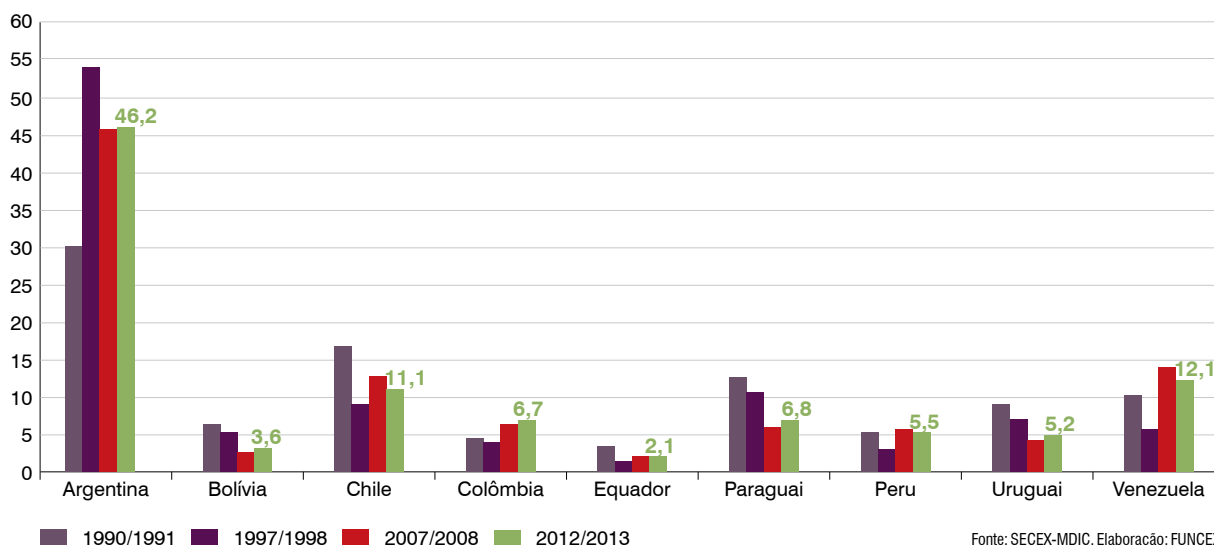
Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração: FUNCEX.

A crise de 2008 acarretou uma queda de 30% nas exportações para a América do Sul, em 2009, que foi, no entanto, seguida de forte recuperação em 2010 e 2011, de modo a alcançar o montante de US\$ 45,3 bilhões nesse último ano, valor 18% maior do que o registrado em 2008. A possível retomada do ritmo de crescimento experimentado antes da crise, que a arrancada em 2010 e 2011 parecia sugerir, no entanto, não se confirmou. As exportações brasileiras para a região caem para US\$ 40,2 bilhões em 2012 (menos 11,2%) e tem aumento pouco expressivo de 2,8% em 2013. A variação do valor das exportações entre 2008 e 2013 corresponde a uma taxa anual de crescimento de 1,5%.

O impacto da crise de 2008 sobre as exportações brasileiras para a América do Sul foi mais forte do que em relação ao total das exportações do país; por outro lado, a recuperação foi menos intensa. Assim, a participação dos mercados sul-americanos no total das exportações brasileiras declina de 19,4%, em 2008, para 17,6%, em 2009, e 17,1%, em 2013.

O **Gráfico 2** apresenta a distribuição das exportações brasileiras para a América do Sul segundo países. Observa-se que, no biênio 2012/2013, a Argentina absorveu 46,2% dessas vendas. Entre os demais países, as exportações brasileiras apresentam baixa concentração: Venezuela (12,2%), Chile (11,2%), Paraguai (6,9%), Colômbia (6,8%), Peru (5,6%) e Uruguai (5,2%). Equador e Bolívia responderam, juntos, por 5,8% e Guiana e Suriname por apenas 0,2% do total. As exportações para o MERCOSUL-4 correspondem a 58,3% do total.

GRÁFICO 2 – DISTRIBUIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA A AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO PAÍSES, EM PERÍODOS SELECIONADOS (EM %)



Essa distribuição apresentou importantes alterações desde o início dos anos 1990, notadamente no caso da Argentina, que aumentou sua participação em cerca de 23 pontos percentuais entre os biênios 1990/1991 e 1997/1998, para reduzir em seguida em 8,3 p.p até 2007/2008. No entanto, em período mais recente essa distribuição apresenta relativa estabilidade. De fato, a comparação dos resultados relativos ao biênio imediatamente anterior à crise (2007/2008) e ao último biênio (2012/2013) evidencia que as participações de apenas dois países apresenta variação superior a 1 p.p. – Venezuela que perde 1,9 p.p. e o Chile que declina 1,7 p.p. O MERCOSUL-4 aumenta sua participação em 2,6 p.p. (dos quais 0,6 p.p corresponde à Argentina) e a Bolívia em 0,9 p.p.

A **Tabela 1** mostra que a desaceleração do ritmo de crescimento das exportações brasileiras para a América do Sul no último quinquênio foi comum a todos os países. Em alguns casos, registra-se declínio

do volume das exportações em relação aos níveis anteriores à crise: é o caso da Venezuela, Chile, Peru e Equador (taxas anuais pouco superiores a 1%). As taxas de crescimento mais elevadas foram registradas em países com pequena participação nas exportações brasileiras (Bolívia, Suriname e Guiana). Nesse contexto, ressalta-se que as exportações para o Uruguai e o Paraguai cresceram no último quinquênio, em conjunto, à taxa (4,2%) bastante superior à média da região (1,5%).

TABELA 1 – EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA A AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO PAÍSES, EM PERÍODOS SELECIONADOS

Países	Valores US\$ milhões					Taxas de crescimento a.a. %			
	1997	2002	2008	2009	2013	2002/1997	2008/2002	2013/2008	2013/1997
Argentina	6.767,2	2.346,5	17.605,6	12.785,0	19.615,4	(19,1)	39,9	2,2	6,9
Bolívia	719,1	422,2	1.135,6	919,2	1.534,3	(10,1)	17,9	6,2	4,9
Chile	1.195,9	1.464,8	4.791,7	2.656,8	4.483,8	4,1	21,8	(1,3)	8,6
Colômbia	507,9	638,5	2.295,1	1.801,1	2.703,1	4,7	23,8	3,3	11,0
Equador	171,6	389,3	878,0	638,2	820,2	17,8	14,5	(1,4)	10,3
Guiana	8,2	8,8	20,8	18,5	30,0	1,2	15,5	7,6	8,4
Paraguai	1.406,5	559,6	2.487,6	1.683,9	2.996,6	(16,8)	28,2	3,8	4,8
Peru	361,8	438,7	2.298,7	1.489,1	2.147,2	3,9	31,8	(1,4)	11,8
Suriname	14,9	10,7	46,9	40,2	60,6	(6,5)	27,9	5,3	9,1
Uruguai	870,0	412,5	1.644,1	1.360,1	2.071,4	(13,9)	25,9	4,7	5,6
Venezuela	768,1	799,0	5.150,2	3.610,3	4.849,8	0,8	36,4	(1,2)	12,2
América do Sul (a)	12.791,3	7.490,6	38.354,2	27.002,3	41.312,5	(10,1)	31,3	1,5	7,6
Memo:									
Total brasileiro (b)	52.985,8	60.438,7	197.942,4	152.994,7	242.178,6	2,7	21,9	4,1	10,0
Part. (a/b) %	24,1	12,4	19,4	17,6	17,1	-	-	-	-

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração: FUNCEX.

A pauta de exportações brasileiras para a América do Sul mostra-se bastante diversificada em termos de setores e produtos. Observa-se, na **Tabela 2**, um domínio absoluto de produtos manufaturados, que representaram, no biênio 2012/2013, 70% das vendas para a região – essa participação foi de 30% no caso do total das exportações brasileiras; assim, a América do Sul absorve 39% das exportações brasileiras de manufaturados. Entre estes, o grande destaque fica com os bens intensivos em economias de escala, que responderam por 40% das exportações totais para a região.

Cabe registrar algumas modificações significativas nas participações de algumas categorias de produtos nos últimos cinco anos. De um lado, aumenta a participação dos produtos manufaturados intensivos em economias de escala (mais 3,2 p.p.) e dos produtos agrícolas primários e semimanufaturados (mais 3,9 p.p.); de outro, cai o volume das exportações e a participação dos produtos manufaturados intensivos em P&D (menos 4,5 p.p.) e dos produtos energéticos primários e semimanufaturados (menos 2,2 p.p.).

A análise a ser desenvolvida nas demais seções deste trabalho terá como foco as exportações de produtos industriais, entendida como aquela que tem como origem a indústria de transformação, como definida na Classificação Nacional das Atividades Econômicas, versão 2.0 (CNAE 2.0). A exportação de

produtos industriais, segundo essa definição, corresponde basicamente à exportação de manufaturados e semimanufaturados indicada na **Tabela 2** a seguir (os valores associados na tabela a essas duas classes de produtos e os valores das exportações de produtos industriais, apresentados a seguir, são bastante próximos – as divergências, inferiores a 2% do valor da exportação ao longo de toda a série, refletem diferenças pontuais entre as duas classificações).

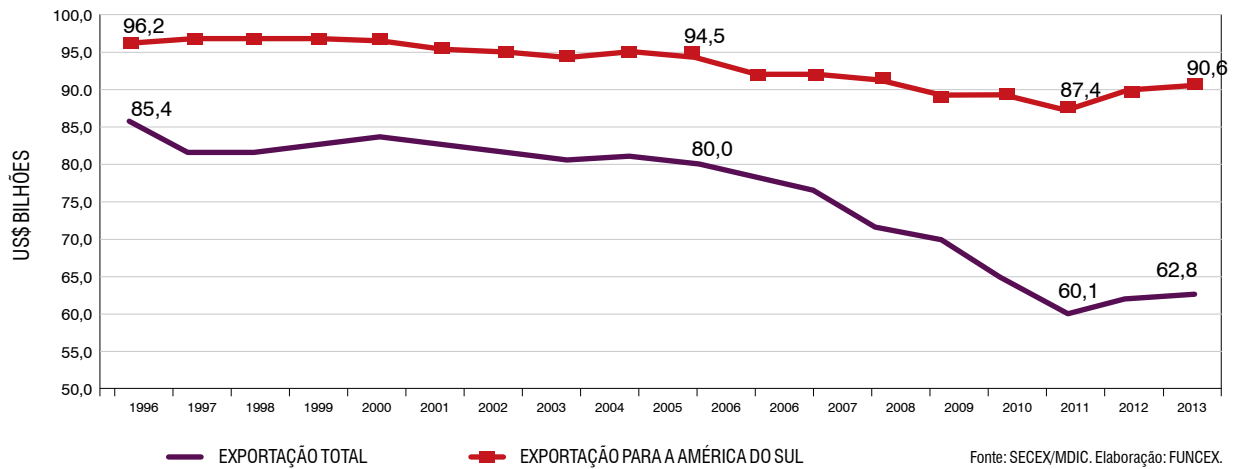
TABELA 2 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA TOTAL E COM DESTINO À AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO TIPOS DE PRODUTOS, EM PERÍODOS SELECIONADOS

Grupos de produtos	Destino América do Sul				Part. da América do Sul no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Produtos primários	3.451	9,8	4.370	10,7	7,0	4,6	4,8
Agrícolas	908	2,6	1.693	4,2	4,5	4,2	13,3
Minerais	760	2,2	1.148	2,8	4,3	3,1	8,6
Energéticos	1.783	5,1	1.529	3,8	15,8	9,1	(3,0)
Produtos semimanufaturados	6.290	17,9	7.597	18,6	11,7	11,0	3,8
Agrícolas / Mão de obra intensivos	2.149	6,1	3.165	7,8	8,0	9,9	8,1
Agrícolas / Capital intensivos	1.055	3,0	1.477	3,6	10,0	7,7	7,0
Minerais	1.914	5,4	1.988	4,9	16,4	15,7	0,8
Energéticos	1.172	3,3	967	2,4	25,1	18,6	(3,8)
Produtos manufaturados	25.346	72,2	28.536	70,0	35,2	38,9	2,4
Indústrias intensivas em trabalho	2.356	6,7	2.607	6,4	25,7	32,4	2,1
Indústrias intensivas em economias de escala	13.073	37,2	16.466	40,4	39,1	50,6	4,7
Fornecedores especializados	5.714	16,3	6.395	15,7	32,5	28,6	2,3
Indústrias intensivas em P & D	4.204	12,0	3.068	7,5	35,3	29,2	(6,1)
Demais produtos	38	0,1	240	0,6	1,0	4,5	44,5
Total	35.125	100,0	40.743	100,0	19,6	16,8	3,0

Nota: (-) Sem declaração de valor no período ou impossibilidade de cálculo. Fonte: Elaborado pela Funcex a partir de dados básicos da Secex/MDIC com metodologia baseada em OCDE [Pavitt (1984)].

O Gráfico 3 a seguir apresenta a participação dos produtos industriais na exportação brasileira total e nas exportações do país para a América do Sul, indicando que esses produtos têm maior participação nas vendas para o mercado sul-americano e, também, que o declínio nessa participação, observado notadamente a partir de 2005, foi mais suave no caso desse mercado (queda de 7 p.p. contra 20 p.p. da exportação brasileira total).

GRÁFICO 3 – PARTICIPAÇÃO DOS PRODUTOS INDUSTRIAIS NA EXPORTAÇÃO BRASILEIRA TOTAL E PARA A AMÉRICA DO SUL
EM %



A **Tabela 3** apresenta a participação dos produtos industriais nas exportações para a América do Sul, segundo países de destino, indicando que, de maneira geral, ela é superior a 90%. As exceções são, no biênio 2012/2013: (i) Chile, no qual os produtos industriais respondem por apenas 75% das exportações, cabendo 24% ao petróleo bruto; (ii) Uruguai, no qual os produtos industriais atingem 85%, cabendo 10% ao petróleo bruto; e (iii) Venezuela, na qual a parcela de 85% de produtos industriais está associada a 14% de produtos alimentícios. No biênio 2007/2008, as exportações de produtos industriais ficaram abaixo de 90% nos casos do Chile (67%) e Peru (82%), correspondendo as parcelas restantes basicamente à exportação de petróleo.

**TABELA 3 – PARTICIPAÇÃO DOS PRODUTOS INDUSTRIAIS NA EXPORTAÇÃO
BRASILEIRA PARA A AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO PAÍSES DE DESTINO**
EM %

Médias dos períodos	Argentina	Bolívia	Chile	Colômbia	Equador	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela	América do Sul
1997/1998	95,8	97,3	98,4	97,7	99,4	100,0	98,5	99,3	100,0	94,1	98,0	96,6
2007/2008	96,3	95,5	67,4	97,1	98,5	99,9	97,3	82,2	99,8	96,7	93,5	91,6
2012/2013	93,2	98,7	74,9	92,3	95,6	98,5	97,4	91,0	96,7	85,2	85,3	90,1

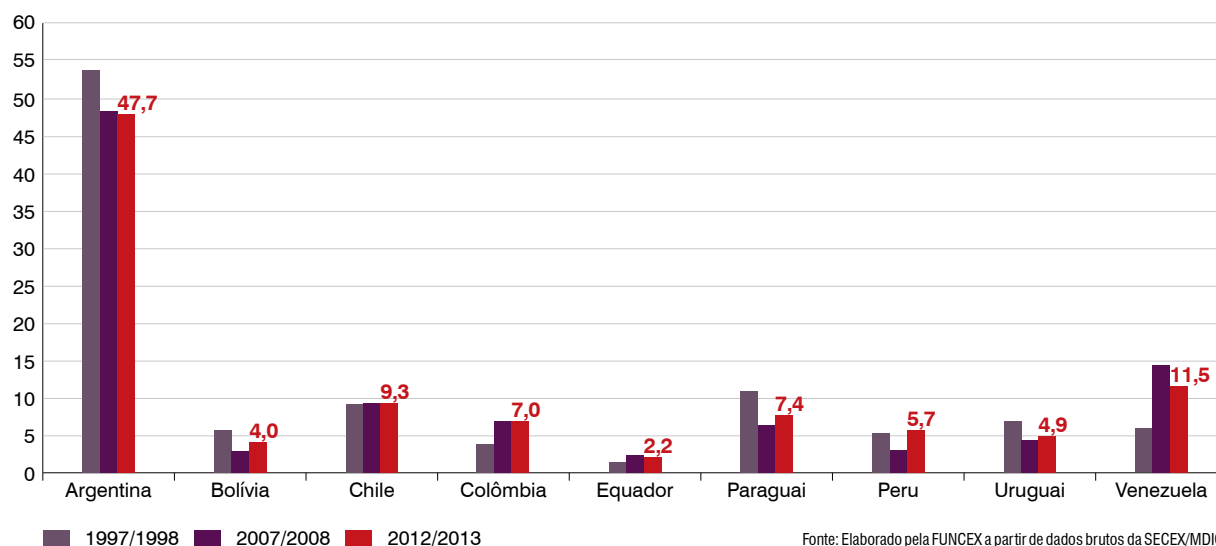
Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados básicos da SECEX/MDIC.

1.2. A EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS INDUSTRIAIS

O **Gráfico 4** e a **Tabela 4** reproduzem informações relativas à totalidade das exportações brasileiras para a América do Sul, apresentadas na seção anterior, agora referidas às exportações de produtos industriais para a mesma região.

O **Gráfico 4** apresenta a distribuição das exportações brasileiras de produtos industriais para a América do Sul, segundo países. Observa-se que, dado o peso desses produtos no total das exportações brasileiras para a região, essa distribuição é semelhante à apresentada anteriormente no **Gráfico 2**.

GRÁFICO 4 – DISTRIBUIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PRODUTOS INDUSTRIAIS PARA A AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO PAÍSES, EM PERÍODOS SELECIONADOS (EM %)



A **Tabela 4** mostra, em relação às exportações de produtos industriais, a mesma desaceleração do ritmo de crescimento da totalidade das exportações brasileiras para a América do Sul apontada anteriormente. Observam-se, no entanto, pequenas diferenças entre a evolução das exportações relativas a alguns países, notadamente na retomada das exportações após a crise de 2008. Destaque-se, em particular, que as exportações de produtos industriais para o Chile e o Peru, ao contrário do que ocorre com as exportações totais para esses países, supera o volume registrado em 2008.

TABELA 4 – EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PRODUTOS INDUSTRIAIS PARA A AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO PAÍSES, EM PERÍODOS SELECIONADOS

Países	Valores US\$ milhões					Taxas de crescimento a.a. %			
	1997	2002	2008	2009	2013	2002/1997	2008/2002	2013/2008	2013/1997
Argentina	6.482,7	2.160,3	16.873,0	11.416,1	18.470,6	(19,7)	40,9	1,8	6,8
Bolívia	704,7	381,4	1.097,7	900,6	1.513,4	(11,6)	19,3	6,6	4,9
Chile	1.177,0	1.364,5	3.252,4	2.099,3	3.310,9	3,0	15,6	0,4	6,7
Colômbia	496,6	627,0	2.194,7	1.644,7	2.471,6	4,8	23,2	2,4	10,6
Equador	170,8	387,0	861,6	613,7	785,6	17,8	14,3	(1,8)	10,0
Guiana	8,2	8,8	20,8	18,5	29,1	1,2	15,5	7,0	8,2
Paraguai	1.390,4	544,5	2.420,2	1.640,8	2.921,0	(17,1)	28,2	3,8	4,7
Peru	359,6	436,0	1.902,5	1.208,0	2.005,0	3,9	27,8	1,1	11,3
Suriname	14,9	10,7	46,8	39,9	57,2	(6,5)	27,9	4,1	8,7
Uruguai	808,9	396,0	1.572,1	1.289,4	1.742,0	(13,3)	25,8	2,1	4,9
Venezuela	753,5	781,5	4.749,9	3.123,2	4.127,7	0,7	35,1	(2,8)	11,2
América do Sul (a)	12.367,4	7.097,6	34.991,5	23.994,2	37.434,1	(10,5)	30,5	1,4	7,2
Memo:									
Total brasileiro (b)	43.246,5	49.118,3	141.483,6	106.539,9	152.084,6	2,6	19,3	1,5	8,2
Part. (a/b) %	28,6	14,5	24,7	22,5	24,6	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

A **Tabela 5** detalha a composição das vendas brasileiras de produtos industriais na América do Sul, agrupando os produtos exportados segundo setores produtivos – divisões (2-dígitos) da CNAE 2.0.²

² As informações apresentadas neste capítulo estão detalhadas no *Link* – Anexo I.

**TABELA 5 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO À AMÉRICA DO SUL, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS (DIVISÕES DA CNAE 2.0)**

Divisões industriais da CNAE 2.0	Destino: América do Sul				Part. da América do Sul no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Veículos automotores, reboques e carrocerias	8.366	26,0	11.395	31,0	51,4	71,1	6,4
Produtos químicos	3.795	11,8	4.587	12,5	43,2	42,3	3,9
Máquinas e equipamentos	3.207	10,0	3.701	10,1	35,1	38,0	2,9
Produtos alimentícios	2.158	6,7	3.294	9,0	7,2	7,6	8,8
Metalurgia	3.089	9,6	2.713	7,4	16,2	14,5	(2,6)
Produtos de borracha e de material plástico	1.257	3,9	1.602	4,4	46,3	52,6	5,0
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	1.340	4,2	1.399	3,8	36,6	41,2	0,9
Celulose, papel e produtos de papel	923	2,9	1.063	2,9	17,5	15,3	2,9
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	798	2,5	991	2,7	36,6	38,3	4,4
Derivados do petróleo, biocombustíveis e coque	1.175	3,7	984	2,7	18,0	13,6	(3,5)
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	2.452	7,6	835	2,3	65,9	42,2	(19,4)
Produtos têxteis	730	2,3	645	1,8	37,4	25,5	(2,4)
Produtos farmoquímicos e farmacêuticos	448	1,4	622	1,7	47,6	38,8	6,8
Produtos de minerais não metálicos	505	1,6	570	1,6	23,0	29,6	2,5
Outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	498	1,5	519	1,4	6,8	4,8	0,8
Couros, artefatos de couro, artigos para viagem e calçados	456	1,4	505	1,4	10,9	14,0	2,1
Bebidas	178	0,6	342	0,9	67,0	83,8	13,9
Móveis	227	0,7	314	0,9	23,5	45,7	6,7
Produtos do fumo	80	0,2	148	0,4	3,2	4,6	13,2
Produtos de madeira	124	0,4	129	0,4	4,1	6,6	0,7
Confecção de artigos do vestuário e acessórios	99	0,3	84	0,2	33,6	43,0	(3,3)
Impressão e reprodução de gravações	18	0,1	22	0,1	22,1	39,5	4,6
Indústrias diversas	238	0,7	260	0,7	24,1	23,7	1,8
Total	32.158	100,0	36.723	100,0	24,4	24,2	57,0

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados básicos da SECEX/MDIC.

A tabela indica que a indústria de veículos é o principal exportador para a região, respondendo por 31% do total exportado. Suas exportações cresceram 5,3% entre o biênio anterior à crise e o último biênio, o que aumentou seu peso nas exportações regionais em 5 p.p. Registre-se, por outro lado, que a América do Sul é o principal mercado para as exportações brasileiras de veículos e suas peças; a importância desse mercado para o desempenho exportador da indústria automobilística aumentou, aliás, desde a crise, tendo sua participação nas exportações do setor crescido de 51% para 71%.

Seguem em importância a indústria química e a de máquinas e equipamentos, com participações de 12% e 10% nas exportações brasileiras para a região. Suas vendas cresceram a taxas moderadas entre 2007/2008 e 2012/2013 (entre 2% e 3% ao ano) e suas participações permaneceram estáveis. A quarta e a quinta posição cabem, respectivamente, à indústria de produtos alimentares e à metalúrgica. Aqui ocorreu uma inversão de posição desde 2008, refletindo o crescimento de 7,3% ao ano das exportações do setor de produtos alimentares e o declínio a uma taxa anual de -2,1% das vendas da indústria metalúrgica. Dentre os demais setores industriais, chama atenção a evolução do setor de equipamentos de informática e produtos eletrônicos cuja participação nas exportações para a América do Sul cai de 7,6% para 2,3% nos últimos cinco anos.

Cabe apontar que os países da América do Sul não são relevantes apenas para as exportações da indústria automotiva brasileira. Esse mercado é um destino importante também para as exportações das indústrias química (que destinou para a região 42% de suas exportações no último biênio), de máquinas e equipamentos (38%), de produtos de borracha e material plástico (53%, vindo de 46%, em 2008), máquinas e material elétrico (41%, vindo de 36%), produtos de metal (38%) e equipamentos de informática e produtos eletrônicos (42%, caindo de 66%, em 2008). Dentre os países com menores volumes de exportação para a região, destaquem-se os setores de bebidas (84% das exportações brasileiras vão para o mercado sul-americano), móveis (46%) e de vestuário (43%).

1.2.1 ARGENTINA

O perfil das exportações brasileiras de produtos industriais para a América do Sul é influenciado fortemente pelas exportações destinadas à Argentina, visto que este país representava 47,7% do total de produtos industriais exportado para a região no biênio 2012/2013. Consequentemente, o perfil das vendas para a Argentina é semelhante ao observado para a América do Sul.

O setor industrial de maior destaque nas exportações para a Argentina é a indústria automotiva, que respondeu por 50% da pauta em 2012/2013, percentual significativamente maior do que o de sua parcela nas exportações para a América do Sul (31%). A importância do mercado argentino para o desempenho exportador da indústria automobilística brasileira cresceu, aliás, desde 2008, tendo sua participação nas vendas externas dessa indústria, aumentado de 34%, em 2007/2008, para 55%, em 2012/2013.

O segundo setor em importância é a indústria química, cuja participação nas exportações para a Argentina é semelhante à relativa ao mercado sul-americano como um todo (da ordem de 11%-12%). Vale notar que o mercado argentino é importante para o desempenho exportador da indústria química brasileira, uma vez que absorve cerca de 20% das exportações totais desse setor para o mundo.

As vendas de cinco dos dez principais setores exportadores para a Argentina declinaram entre 2007/2008 e 2012/2013 (os setores com piores desempenhos foram equipamentos de informática e produtos eletrônicos e derivados de petróleo); em três setores, as exportações apresentaram crescimento pouco expressivo (produtos químicos, celulose e papel e produtos alimentícios). Nesse sentido, foi o crescimento da indústria automobilística (8% ao ano) e do setor de produtos de borracha e

material plástico (4,4% a.a.) que garantiu uma taxa positiva (2,2% a.a.) às exportações brasileiras para esse país. Vale notar que o mercado argentino de produtos de borracha e de material plástico tem peso significativo nas exportações brasileiras desses produtos.

**TABELA 6 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO À ARGENTINA, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Argentina				Part. da Argentina no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Veículos automotores, reboques e carrocerias	5.531	35,9	8.795	50,2	34,0	54,9	8,0
Produtos químicos	1.928	12,5	1.964	11,2	22,0	18,1	0,3
Metalurgia	1.470	9,5	1.243	7,1	7,7	6,7	(2,8)
Máquinas e equipamentos	1.113	7,2	1.106	6,3	12,2	11,4	(0,1)
Produtos de borracha e de material plástico	553	3,6	716	4,1	20,4	23,5	4,4
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	571	3,7	461	2,6	15,6	13,6	(3,5)
Celulose, papel e produtos de papel	406	2,6	441	2,5	7,7	6,3	1,4
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	1.182	7,7	428	2,4	31,8	21,6	(15,6)
Produtos alimentícios	338	2,2	364	2,1	1,1	0,8	1,2
Derivados do petróleo, biocombustíveis e coque	663	4,3	361	2,1	10,1	5,0	(9,6)
Demais produtos	1.666	10,8	1.643	9,4	6,2	5,4	(0,2)
Total dos setores industriais	15.420	100,0	17.522	100,0	11,7	11,6	2,2
Memo:							
Total geral dos produtos	16.011	100,0	18.807	100,0	8,9	7,8	2,7
Part.(%) dos setores industriais no total geral	96,3	-	93,2	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC

1.2.2 BOLÍVIA

As exportações brasileiras de produtos industriais para a Bolívia não são muito volumosas, tendo representado 4% do total exportado pelo Brasil para a América do Sul no biênio 2012/2013. Esse mercado absorve apenas 1% das exportações brasileiras de produtos industriais.

Três setores destacam-se, com participações no total das exportações brasileiras para o país em torno de 15% no biênio 2012/2013: máquinas e equipamentos, produtos químicos e metalurgia. Em seguida, com participação entre 7% e 8%, estão derivados do petróleo, máquinas, aparelhos e materiais elétricos e produtos alimentícios. Os seis setores respondem por 66% das exportações para a Bolívia. As exportações de setores de máquinas, aparelhos e materiais elétricos e produtos de metal são os que têm maior peso nas exportações brasileiras (3,1%) para a Bolívia.

**TABELA 7 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO À BOLÍVIA, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Bolívia				Part. da Bolívia no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Máquinas e equipamentos	148	15,6	242	16,3	1,6	2,5	8,6
Produtos químicos	143	15,1	216	14,5	1,6	2,0	7,1
Metalurgia	165	17,4	206	13,9	0,9	1,1	3,8
Derivados do petróleo, biocombustíveis e coque	35	3,6	120	8,1	0,5	1,7	23,1
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	80	8,4	104	7,0	2,2	3,1	4,4
Produtos alimentícios	37	3,8	103	7,0	0,1	0,2	19,0
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	66	7,0	79	5,3	3,0	3,1	3,0
Veículos automotores, reboques e carrocerias	38	4,0	78	5,2	0,2	0,5	12,6
Demais produtos	237	25,0	336	22,6	0,7	0,8	6,0
Total dos setores industriais	949	100,0	1.484	100,0	0,7	1,0	7,7
Memo:							
Total geral dos produtos	993	100,0	1.504	100,0	0,6	0,6	7,2
Part. (%) dos setores industriais no total geral	95,5	-	98,7	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC

1.2.3 CHILE

A participação do Chile nas exportações brasileiras de produtos industriais na América do Sul atingiu seu valor máximo em 2002 (19,2%) e tem declinado desde então, reduzindo a 8,8% em 2013. O país foi o segundo principal destino das exportações brasileiras de produtos industriais na América do Sul até 2005, quando ainda absorvia 15,4% do total exportado pelo Brasil para a região, perdendo essa posição para Venezuela desde então, com exceção do ano de 2010. Por outro lado, cabe lembrar que, como já apontado, os produtos industriais respondem por apenas 75% das exportações brasileiras para o Chile no biênio 2012/2013, cabendo 24% ao petróleo bruto.

Quatro setores respondem por dois terços das exportações de produtos industriais para o Chile: veículos automotores (23%), produtos alimentícios (19,1%), produtos químicos (13,2%) e máquinas e equipamentos (11,1%).

TABELA 8 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS COM DESTINO AO CHILE, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Chile				Part. do Chile no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Veículos automotores, reboques e carrocerias	774	25,4	783	23,0	4,8	4,9	0,2
Produtos alimentícios	155	5,1	650	19,1	0,5	1,5	27,1
Produtos químicos	382	12,5	450	13,2	4,3	4,2	2,8
Máquinas e equipamentos	355	11,6	377	11,1	3,9	3,9	1,0
Metalurgia	369	12,1	194	5,7	1,9	1,0	(10,1)
Produtos de borracha e de material plástico	135	4,4	172	5,0	5,0	5,6	4,1
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	161	5,3	130	3,8	4,4	3,8	(3,4)
Celulose, papel e produtos de papel	112	3,7	129	3,8	2,1	1,8	2,4
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	178	5,9	120	3,5	4,8	6,1	(6,4)
Demais produtos	431	14,1	399	11,7	1,3	1,1	(1,3)
Total dos setores industriais	3.050	100,0	3.404	100,0	2,3	2,2	1,8
Memo:							
Total geral dos produtos	4.528	100,0	4.543	100,0	2,5	1,9	0,1
Part. (%) dos setores industriais no total geral	67,4	-	74,9	-	-	-	-

Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

A participação do Chile no total das exportações brasileiras de produtos industriais foi de 2,2% no biênio 2012/2013. Essa participação é mais elevada no caso de equipamentos de informática e produtos eletrônicos (6,1%) e produtos de borracha e de material plástico (5,6%), nos dois casos com uma participação crescente em relação a 2008, bem como em veículos (4,9%), máquinas e equipamentos (3,95) e máquinas e materiais elétricos (3,8%).

1.2.4 COLÔMBIA

As exportações de produtos industriais para a Colômbia vêm crescendo desde 2009, mas experimentaram uma queda de cerca de 6% em 2013. O país foi o destino de 7% das exportações de produtos industriais para a América do Sul no biênio 2012/2013, ocupando o quinto lugar no *ranking* de países de destino no período, após ocupar o quarto lugar do início da década passada até a crise de 2008. Os principais setores exportadores para a região foram produtos químicos (16,1%), metalurgia (14,7%), veículos automotores (13,5%) e máquinas e equipamentos (11,7%), que em conjunto respondem por 56% das exportações brasileiras.

**TABELA 9 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO À COLÔMBIA, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Colômbia				Part. da Colômbia no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Produtos químicos	218	9,7	414	16,2	2,5	3,8	11,3
Metalurgia	417	18,5	376	14,7	2,2	2,0	(1,7)
Veículos automotores, reboques e carrocerias	197	8,8	345	13,5	1,2	2,2	9,7
Máquinas e equipamentos	251	11,2	299	11,7	2,8	3,1	2,9
Produtos alimentícios	80	3,5	196	7,7	0,3	0,5	16,2
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	74	3,3	187	7,3	2,0	5,5	16,6
Produtos de borracha e de material plástico	107	4,8	142	5,6	4,0	4,7	4,8
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	229	10,2	75	2,9	6,1	3,8	(16,9)
Produtos farmoquímicos e farmacêuticos	63	2,8	74	2,9	6,7	4,6	2,7
Celulose, papel e produtos de papel	67	3,0	71	2,8	1,3	1,0	0,9
Demais produtos	546	24,3	376	14,7	1,7	1,0	(6,0)
Total dos setores industriais	2.251	100,0	2.555	100,0	1,7	1,7	2,1
Memo:							
Total geral dos produtos	2.317	100,0	2.769	100,0	1,3	1,1	3,0
Part. (%) dos setores industriais no total geral	97,1	-	92,3	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC

A Colômbia absorve uma parcela pequena das exportações brasileiras de produtos industriais (1,7%), apresentando participação um pouco mais significativa em relação às exportações de máquinas, aparelhos e materiais elétricos (5,5%), produtos de borracha e de material plástico (4,7%), produtos farmacêuticos (4,6%), equipamentos de informática e produtos eletrônicos (3,8%) e produtos químicos (3,8%).

1.2.5 EQUADOR

As exportações de produtos industriais para o Equador recuperaram-se do impacto da crise já em 2010, mas tem declinado desde então, sendo inferior, hoje, ao nível de 2008. O país foi o destino de 2,2% das exportações de produtos industriais para a América do Sul no biênio 2012/2013, participação superior apenas às do Suriname e da Guiana. Os setores que mais exportaram para o país foram produtos químicos (17,5%), máquinas e equipamentos (15,6%), veículos automotores (10,3%) e metalurgia (10,1%), que respondem em conjunto por 53,5% dessas exportações.

As exportações para o Equador correspondem a apenas 0,5% das exportações brasileiras de produtos industriais. As participações mais elevadas são as relativas aos produtos farmoquímicos e farmacêuticos (2,3% do total exportado pelo Brasil) e equipamentos de informática e produtos eletrônicos (2,2%).

**TABELA 10 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO AO EQUADOR, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Equador				Part. do Equador no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Produtos químicos	84	11,1	144	17,5	1,0	1,3	9,4
Máquinas e equipamentos	125	16,5	128	15,6	1,4	1,3	0,4
Veículos automotores, reboques e carrocerias	69	9,1	84	10,3	0,4	0,5	3,5
Metalurgia	99	13,0	83	10,1	0,5	0,4	(2,8)
Produtos alimentícios	20	2,7	57	7,0	0,1	0,1	18,8
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	36	4,7	52	6,4	1,0	1,5	6,5
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	76	10,0	44	5,3	2,0	2,2	(8,8)
Produtos farmoquímicos e farmacêuticos	23	3,0	37	4,5	2,4	2,3	8,2
Demais produtos	227	29,9	191	23,3	0,6	0,4	(2,8)
Total dos setores industriais	759	100,0	821	100,0	0,6	0,5	1,3
Memo:							
Total geral dos produtos	770	100,0	859	100,0	0,4	0,4	1,9
Part. (%) dos setores industriais no total geral	98,5	-	95,6	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC

1.2.6 GUIANA

A Guiana é um país com pouca representatividade nas exportações brasileiras, absorvendo apenas 0,02% (ou US\$ 31 milhões) das vendas para a América do Sul no biênio 2012/2013. Os principais setores exportadores para a Guiana foram as indústrias de máquinas e equipamentos (45,1% da pauta) e de produtos alimentícios (10,5%).

**TABELA 11 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO À GUIANA, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Guiana				Part. da Guiana no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Máquinas e equipamentos	8	39,7	14	45,1	0,1	0,1	10,6
Produtos alimentícios	2	9,7	3	10,5	0,0	0,0	9,8
Produtos de minerais não metálicos	2	9,8	3	8,4	0,1	0,1	5,6
Produtos de borracha e de material plástico	1	5,8	2	5,5	0,0	0,1	7,3
Outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	0	0,9	1	4,0	0,0	0,0	38,6
Demais produtos	7	34,1	8	26,5	0,0	0,0	3,9
Total dos setores industriais	19	100,0	31	100,0	0,0	0,0	8,3
Memo:							
Total geral dos produtos	19	100,0	32	100,0	0,0	0,0	8,6
Part. (%) dos setores industriais no total geral	99,9	-	98,5	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

1.2.7 PARAGUAI

As exportações brasileiras de produtos industriais para o Paraguai vêm crescendo desde 2010, superando em 2013 em 20% o valor observado em 2008. O país ocupa desde 2010 a quarta posição como destino das exportações brasileiras de produtos industriais na América do Sul, tendo superado naquele ano a Colômbia, e absorveu 7,4% das vendas brasileiras de produtos industriais na região em 2012/2013.

As exportações são pouco concentradas, com os quatro principais setores exportadores respondendo por apenas 50,5% das exportações brasileiras para o país no biênio 2012/2013: produtos químicos (21,8%), máquinas e equipamentos (15%), derivados do petróleo (7,7%) e produtos alimentícios (6%).

**TABELA 12 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO AO PARAGUAI, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Paraguai				Part. do Paraguai no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Produtos químicos	487	24,2	595	21,8	5,5	5,5	3,4
Máquinas e equipamentos	313	15,6	410	15,0	3,4	4,2	4,6
Derivados do petróleo, biocombustíveis e coque	236	11,8	212	7,7	3,6	2,9	(1,8)
Produtos alimentícios	103	5,1	163	6,0	0,3	0,4	7,9
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	117	5,8	162	5,9	3,2	4,8	5,6
Veículos automotores, reboques e carrocerias	139	6,9	158	5,8	0,9	1,0	2,2
Produtos de borracha e de material plástico	124	6,1	152	5,6	4,6	5,0	3,5
Metalurgia	77	3,8	135	4,9	0,4	0,7	9,7
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	56	2,8	130	4,8	2,6	5,0	15,1
Celulose, papel e produtos de papel	60	3,0	101	3,7	1,1	1,5	9,1
Demais produtos	299	14,9	516	18,9	1,1	1,7	9,5
Total dos setores industriais	2.011	100,0	2.734	100,0	1,5	1,8	5,2
Memo:							
Total geral dos produtos	2.068	100,0	2.807	100,0	1,2	1,2	5,2
Part. (%) dos setores industriais no total geral	97,3	-	97,4	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

A parcela das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas ao Paraguai é pouco expressiva (1,8% do total das exportações brasileiras para o mundo no biênio 2012/2013), mas alguns setores industriais vendem parcela um pouco mais significativa nesse mercado: produtos químicos (5,5%), produtos de metal (5%), produtos de borracha e de material plástico (5%), máquinas e materiais elétricos (4,8%) e máquinas, aparelhos e materiais elétricos (4,8%).

1.2.8 PERU

As exportações de produtos industriais para o Peru vêm crescendo desde 2009, mas experimentaram uma queda de 6,5% em 2013. Essas exportações representavam, no biênio 2012/2013, 5,7% da venda de produtos industriais na América do Sul, colocando o Peru na sexta posição entre os destinos das exportações na região

As exportações de produtos industriais para o Peru são relativamente concentradas, com os quatro principais setores exportadores respondendo por 68% do total: veículos automotores (24,8%), máquinas e equipamentos (19,7%), produtos químicos (13,5%) e metalurgia (9,8%).

A venda de produtos industriais no mercado peruano corresponde a parcela pouco significativa do total das exportações brasileiras desses produtos (1,4%); os setores com maior peso nas exportações brasileiros são máquinas e equipamentos (4,2%) e veículos automotores (3,2%).

TABELA 13 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS COM DESTINO AO PERU, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Peru				Part. do Peru no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Veículos automotores, reboques e carrocerias	393	24,2	514	24,8	2,4	3,2	4,6
Máquinas e equipamentos	283	17,4	410	19,7	3,1	4,2	6,4
Produtos químicos	163	10,0	281	13,5	1,9	2,6	9,5
Metalurgia	222	13,7	204	9,8	1,2	1,1	(1,4)
Produtos alimentícios	40	2,5	97	4,7	0,1	0,2	16,0
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	79	4,9	90	4,3	2,2	2,7	2,1
Celulose, papel e produtos de papel	58	3,6	82	3,9	1,1	1,2	5,8
Produtos de borracha e de material plástico	48	2,9	71	3,4	1,8	2,3	6,8
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	143	8,8	54	2,6	3,8	2,7	(14,9)
Demais produtos	194	12,0	273	13,2	0,6	0,7	5,8
Total dos setores industriais	1.623	100,0	2.076	100,0	1,2	1,4	4,2
Memo:							
Total geral dos produtos	1.974	100,0	2.281	100,0	1,1	0,9	2,4
Part. (%) dos setores industriais no total geral	82,2	-	91,0	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

1.2.9 SURINAME

O Suriname é um país com pouca representatividade nas exportações brasileiras de produtos industriais, absorvendo apenas 0,2% do total exportado para a América do Sul no biênio 2012/2013. A pauta de exportação é pouco diversificada; apenas dois setores respondem por mais da metade dessas exportações: produtos alimentícios (31%) e máquinas e equipamentos (23%). Por outro lado, as vendas ao Suriname têm peso próximo de zero no total das exportações brasileiras; o percentual mais elevado é o relativo às exportações de bebidas, da ordem de 0,8% do total exportado pelo Brasil.

**TABELA 14 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO AO SURINAME, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Suriname				Part. do Suriname no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Produtos alimentícios	15	36,4	18	31,2	0,1	0,0	3,2
Máquinas e equipamentos	6	14,9	13	22,9	0,1	0,1	13,7
Couros, artefatos de couro, artigos para viagem e calçados	4	8,6	4	6,5	0,1	0,1	1,2
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	2	5,4	3	5,6	0,1	0,1	6,8
Bebidas	2	3,9	3	5,5	0,6	0,8	12,4
Demais produtos	13	30,8	17	28,3	0,0	0,0	4,4
Total dos setores industriais	42	100,0	59	100,0	0,0	0,0	5,9
Memo:							
Total geral dos produtos	42	100,0	61	100,0	0,0	0,0	6,5
Part. (%) dos setores industriais no total geral	99,8	-	96,7	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

1.2.10. URUGUAI

As exportações de produtos industriais do Brasil para o Uruguai recuperaram-se rapidamente dos efeitos da crise da década passada, mas declinaram nos últimos anos. Mesmo assim, eram, no biênio 2012/2013, 28% maior do que no biênio 2007/2008. O país absorve 4,9% e ocupa a sétima posição entre os destinos das exportações brasileiras de produtos industriais para a América do Sul.

**TABELA 15 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS
COM DESTINO AO URUGUAI, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS**

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Uruguai				Part. do Uruguai no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/(2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Veículos automotores, reboques e carrocerias	232	16,4	297	16,4	1,4	1,9	4,2
Produtos alimentícios	149	10,5	293	16,1	0,5	0,7	11,9
Derivados do petróleo, biocombustíveis e coque	211	14,9	262	14,4	3,2	3,6	3,7
Produtos químicos	176	12,4	174	9,6	2,0	1,6	(0,2)
Máquinas e equipamentos	147	10,4	152	8,4	1,6	1,6	0,5
Produtos de borracha e de material plástico	62	4,3	87	4,8	2,3	2,9	6,0
Metalurgia	70	5,0	82	4,5	0,4	0,4	2,6
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	37	2,6	64	3,6	1,7	2,5	9,6
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	59	4,1	64	3,5	1,6	1,9	1,4
Demais produtos	274	19,3	338	18,7	0,8	0,9	3,6
Total dos setores industriais	1.417	100,0	1.813	100,0	1,1	1,2	4,2
Memo:							
Total geral dos produtos	1.466	100,0	2.128	100,0	0,8	0,9	6,4
Part. (%) dos setores industriais no total geral	96,7	-	85,2	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

A pauta exportadora é relativamente diversificada, com os quatro principais setores industriais exportadores respondendo por 57% do total das exportações para o país no biênio 2012/2013: veículos automotores (16,4%), produtos alimentícios (16,1%), derivados do petróleo (14,4%) e produtos químicos (9,6%). O setor de máquinas e equipamentos ocupa a quinta posição (com 8,4% das exportações).

A participação das exportações para o Uruguai no total das exportações de produtos industriais do Brasil é pouco expressivo (1,2%). Os setores em que essa participação é mais elevada são derivados do petróleo (3,6%), produtos de borracha e de material plástico (2,9%), produtos de metal (2,5%).

1.2.11. VENEZUELA

A Venezuela é o segundo principal destino das exportações brasileiras de produtos industriais na América do Sul desde 2006, ano em que deslocou o Chile dessa posição. No biênio 2012/2013, absorveu 11,5% das exportações brasileiras para a região.

As exportações brasileiras para a Venezuela recuperaram-se dos efeitos da crise de 2008, mas ainda não alcançaram o volume alcançado naquele ano (em 2013, correspondiam a 86% daquele volume).

A pauta de exportações é bastante diversificada. Os quatro principais setores industriais exportadores responderam por 61% do total das exportações para o país no biênio 2012/2013: produtos alimentícios (31,9%), máquinas e equipamentos (13%), produtos químicos (8,3%) e veículos automotores (8%). Observe-se que esses resultados refletem mudanças significativas em relação ao quadro anterior à crise. No biênio 2007/2008, o setor de veículos automotores respondia por 21,5%, participação próxima à de produtos alimentares (então 26,4%) e superior às dos setores de máquinas e equipamentos e produtos químicos (9,9% e 4,6%, respectivamente).

TABELA 16 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS INDUSTRIAIS COM DESTINO À VENEZUELA, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS

Divisões da CNAE 2.0	Destino: Venezuela				Part. da Venezuela no total brasileiro		Taxa de crescimento (2012/2013)/ (2007/2008) a.a. %
	Média 2007/2008		Média 2012/2013		2007/2008 %	2012/2013 %	
	Valor US\$ milhões	Part. %	Valor US\$ milhões	Part. %			
Produtos alimentícios	1.219	26,4	1.349	31,9	4,1	3,1	1,7
Máquinas e equipamentos	457	9,9	549	13,0	5,0	5,6	3,1
Produtos químicos	212	4,6	349	8,3	2,4	3,2	8,7
Veículos automotores, reboques e carrocerias	993	21,5	339	8,0	6,1	2,1	(16,4)
Outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	13	0,3	249	5,9	0,2	2,3	63,6
Produtos farmoquímicos e farmacêuticos	119	2,6	229	5,4	12,7	14,3	11,5
Metalurgia	200	4,3	189	4,5	1,0	1,0	(0,9)
Produtos de borracha e de material plástico	161	3,5	177	4,2	5,9	5,8	1,6
Bebidas	55	1,2	160	3,8	20,7	39,2	19,5
Demais produtos	1.188	25,7	634	15,0	3,2	1,7	(9,9)
Total dos setores industriais	4.617	100,0	4.224	100,0	3,5	2,8	(1,5)
Memo:							
Total geral dos produtos	4.937	100,0	4.953	100,0	2,8	2,0	0,1
Part. (%) dos setores industriais no total geral	93,5	-	85,3	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela FUNCEX a partir de dados brutos da SECEX/MDIC.

A participação de mercado venezuelano como destino das exportações brasileiras de produtos industriais não é expressiva, tendo sido 3,5%, no biênio 2007/2008, e 2,8%, em 2012/2013. No entanto, a Venezuela absorve uma parcela bastante significativa das exportações de dois setores industrial: bebidas (39,2%) e produtos farmacêuticos (14,3%). O mercado venezuelano tem, também, alguma relevância para as exportações brasileiras de produtos de borracha e de material plástico e máquinas e equipamentos, absorvendo, respectivamente, 5,8% e 5,6% das exportações desses setores.



2. INTERESSES COMERCIAIS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA

Este capítulo destina-se a identificar os produtos nos quais a indústria brasileira tem mais interesses relacionados à exportação para cada um dos países da América do Sul.³ O conceito de **interesses** está, obviamente, sujeito a diferentes interpretações. Pode-se considerar, por exemplo, que **produtos de interesse** são aqueles que as empresas brasileiras já exportam em volume significativo para os países da região ou, também, produtos nos quais os países da região detêm percentual relativamente elevado das exportações brasileiras desses mesmos produtos. Pode-se tratar, também, de produtos nos quais o *market share* do Brasil no país de destino é relativamente elevado. Ou pode referir-se, ainda, a produtos nos quais o Brasil tem grande potencial de exportação, mas que, por diversos motivos, não consegue exportar para um dos países da região. Sendo assim, é necessário trabalhar com conceitos diferentes do que sejam **interesses comerciais**, para dar conta das diversas possibilidades.

Uma análise prévia das diversas possibilidades de interesses, conjugada à análise dos dados estatísticos, levou à definição de quatro tipos distintos de interesses, aos quais se chamou de **consolidados**, **ameaçados**, **potenciais** e **emergente**. A caracterização da existência e da natureza do interesse comercial tem como referência um mercado específico, vale dizer, um produto e um país específicos. Assim, cabe identificar a natureza do interesse da indústria brasileira pelo mercado do produto X no país Y.

Em decorrência, procurou-se identificar, para cada um dos nove países sul-americanos, quais produtos exportados pelo Brasil se enquadrariam em cada um desses tipos de interesses. Como nas demais seções deste trabalho, essa análise focaliza apenas exportações de produtos industriais, entendidos como aqueles que têm como origem a indústria de transformação, como definida na CNAE 2.0, excluídas, portanto, as mercadorias provenientes das atividades agropecuária, extrativa mineral e de serviços.

A classificação de produtos adotada é a do Sistema Harmonizado (SH) a seis dígitos, classificação que uniformiza as nomenclaturas de produtos utilizadas em todos os países do mundo e que permite, dessa forma, comparação direta entre as estatísticas de comércio exterior do Brasil e as dos demais países. Foram utilizadas as estatísticas brasileiras de comércio exterior disponibilizadas pela Secretaria de Comércio

³ A análise desenvolvida nesta seção não abrange Guiana e Suriname.

Exterior (SECEX) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, com dados até o ano de 2013, e as estatísticas de comércio dos demais países consolidadas pelas Nações Unidas e disponibilizadas no sistema COMTRADE, com dados até 2013 para quase todos os países. A exceção relevante é a Venezuela, país para o qual as últimas informações disponíveis no COMTRADE referem-se a 2011. Assim, quando se utilizou apenas as informações sobre exportações brasileiras da SECEX, os dados relativos à Venezuela avançam até 2013. Quando se utilizou apenas as informações sobre importações do COMTRADE e mesmo quando se associou informações do COMTRADE às da SECEX, os dados referentes a esse país não vão além de 2011.

Cabe alertar ainda que o valor das exportações do Brasil para um país X, divulgado pela SECEX, nem sempre é igual ao valor das importações do país X provenientes do Brasil, informada pelo COMTRADE, como é de esperar. Há algumas razões para essa divergência, além de erros, omissões e problemas operacionais na geração das estatísticas dos diferentes países. Embora as informações sobre as exportações sejam quase sempre expressas em valores FOB, as estatísticas nacionais divergem na contabilização das importações, exprimindo-as em inúmeros casos em valores CIF. Por outro lado, as estatísticas de alguns países não são fornecidas às Nações Unidas segundo o Sistema Harmonizado, obrigando a conversão dos dados nacionais para o sistema adotado no COMTRADE, o que quase sempre exige decisões arbitrárias. A seção a seguir explica a lógica de cada um dos tipos de interesses comerciais e os critérios adotados para selecionar os produtos incluídos em cada tipo.

2.1 METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE PRODUTOS

2.1.1 INTERESSES CONSOLIDADOS

Constituem **interesses consolidados** os produtos que já possuem uma participação relevante tanto nas exportações totais do Brasil quanto nas exportações destinadas ao país sul-americano de referência – ou seja, o Brasil já exporta montantes relativamente elevados do produto tanto para o mercado externo como um todo, quanto para o país sul-americano em foco. Além disso, o produto brasileiro já possui uma posição significativa no montante total do produto que esse país importa – em outras palavras, o Brasil tem um *market share* relativamente elevado nas compras externas do país desse produto.⁴ Em resumo, estes produtos são qualificados como **interesses consolidados**, pois são produtos nos quais as exportações brasileiras para o vizinho sul-americano selecionado já possuem uma posição relativamente sólida.

Para ser incluído neste grupo, determinado produto SH-6 teve que cumprir simultaneamente os seguintes requisitos:

- i. Total das exportações brasileiras do produto (SH-6) maiores do que US\$ 1 milhão na média do biênio 2012/2013;
- ii. Exportações brasileiras do produto (SH-6) destinadas ao país sul-americano em foco, maiores do que US\$ 100 mil na média do biênio 2012/2013;
- iii. *Market share* do Brasil nas importações do produto (SH-6) de referência, no país sul-americano em foco, igual ou maior do que 10%, no período 2012/2013.

⁴ A expressão *market share* será usada nesse trabalho com um sentido particular: refere-se à participação de um país fornecedor no valor das importações do país de referência.

2.1.2 INTERESSES AMEAÇADOS

São classificados como **interesses ameaçados** os produtos nos quais o Brasil possuía, até alguns anos atrás, boa posição nas exportações destinadas ao país sul-americano em foco, com montante relativamente elevado e *market share* significativo nas importações do vizinho, mas cujo desempenho no período mais recente vem se mostrando negativo, implicando uma importante perda de espaço no mercado de referência. Esse mau desempenho pode ser atribuído a dois fatores: redução das importações totais do produto no país de destino (provavelmente porque as importações estão sendo substituídas por produção nacional) ou perda de competitividade do Brasil em relação a terceiros países que fornecem esse mesmo produto para o mercado vizinho, promovendo a redução do *market share* do Brasil nas importações do país sul-americano em foco. Eis as razões pelas quais esses produtos são qualificados como **interesses ameaçados**.

Neste sentido, foram adotados dois requisitos iniciais para selecionar os produtos (SH-6) que tinham boa posição inicial, tomando-se como base o biênio 2007/2008:

- i. O produto (SH-6) possuía um peso minimamente significativo na pauta total de importações do país sul-americano no biênio. Para isso, adotaram-se valores mínimos de importação do produto (SH-6) diferentes para cada país, de acordo com o tamanho relativo de suas importações totais: US\$ 1 milhão nos casos de Argentina, Chile e Colômbia; US\$ 500 mil para Equador e Peru; e US\$ 200 mil para Bolívia, Paraguai e Uruguai.
- ii. O *market share* do Brasil nas importações do país era igual ou maior do que 10% no biênio.

Para caracterizar, dentre estes produtos (SH-6) preliminarmente selecionados, quais vêm tendo mau desempenho no período recente, foi necessário que o produto preenchesse apenas um dos três seguintes requisitos:

- i. Queda do *market share* brasileiro igual ou maior do que 10 pontos percentuais entre os biênios 2007/2008 e 2012/2013;
- ii. *Market share* brasileiro no biênio 2012/2013 igual ou menor do que a metade do registrado no biênio 2007/2008;
- iii. Queda do valor das exportações brasileiras para o país igual ou maior do que 50% entre os dois biênios.

2.1.3 INTERESSES POTENCIAIS

O terceiro tipo de interesses diz respeito aos produtos nos quais se identifica bom potencial de exportações do Brasil para o país em foco, mas este potencial ainda não está devidamente realizado. Estes produtos são qualificados como **interesses potenciais**.

Os produtos (SH-6) com potencial devem preencher simultaneamente os seguintes critérios, baseados nos fluxos de comércio do biênio 2012/2013:

- i. Índice de vantagem comparativa revelada (IVCR)⁵ do Brasil igual ou maior do que 1;

⁵ Este índice é obtido dividindo-se participação que cada produto tem na pauta total de exportação do Brasil pela participação que este mesmo produto tem no total das exportações mundiais. Se o resultado for maior do que um, diz-se que o Brasil tem vantagem comparativa no respectivo produto.

- ii. Índice de desvantagem comparativa revelada (IDCR)⁶ do país sul-americano em foco igual ou maior do que 1;
- iii. O produto (SH-6) possuía um peso minimamente significativo na pauta total de importações do país sul-americano no biênio. Para isso, adotaram-se valores mínimos de importação do produto diferentes para cada país da região, de acordo com o tamanho relativo de sua importação total: US\$ 1 milhão nos casos de Argentina, Chile e Colômbia; US\$ 500 mil para Equador e Peru; e US\$ 200 mil para Bolívia, Paraguai e Uruguai.

Dentre os produtos que preenchem os requisitos acima, consideram-se apenas os que atendem a um dos demais requisitos abaixo:

- i. O *market share* do Brasil nas importações do produto (SH-6), no mercado de referência, é menor do que 10%, o que significa que nosso país ainda não explora devidamente o mercado do país sul-americano em foco;
- ii. O crescimento das importações do produto (SH-6), no país sul-americano em foco, é três vezes superior à taxa de crescimento das importações totais desse mesmo país entre os biênios 2007/2008 e 2012/2013, e o *market share* do Brasil, nesse produto, não é maior do que 25%.⁷

2.1.4 INTERESSES EMERGENTES

Por fim, há um quarto tipo de produtos que são qualificados como **interesses emergentes**. São produtos nos quais as exportações do Brasil para o país vizinho eram pouco significativas, ou mesmo iguais a zero, há alguns anos (mais uma vez, toma-se como base o biênio 2007/2008), mas que evoluíram de forma excepcionalmente boa nos últimos anos. Incluem-se nos interesses emergentes os produtos (SH-6) que preenchem **apenas um** dos dois seguintes requisitos:

- i. O Brasil exportava para o país menos de US\$ 10 mil em 2007/2008 e passou a exportar pelo menos US\$ 100 mil em 2012/2013;
- ii. A taxa de crescimento das exportações brasileiras do produto para o país sul-americano em foco foi pelo menos 10 vezes maior do que o crescimento do total exportado pelo Brasil ao país entre os biênios 2007/2008 e 2012/2013, desde que o montante do produto tenha sido maior do que US\$ 100 mil em 2012/2013.

A aplicação dos critérios acima descritos⁸ implica a geração de quatro listas de produtos de interesse para cada um dos países sul-americanos e, naturalmente, haverá produtos que estarão relacionados em mais de uma das quatro listas referentes a um país. Para eliminar essas duplicidades, é necessário determinar-se uma ordem de prioridade entre as listas, sendo que os produtos que forem encontrados em duas ou mais listas ficarão apenas naquela que estiver na frente na lista de prioridades.

⁶ Este índice é obtido dividindo-se participação que cada produto tem na pauta total de importação do país em foco pela participação que este mesmo produto tem no total das importações mundiais. Se o resultado for maior do que um, diz-se que o país tem desvantagem comparativa no respectivo produto.

⁷ Esse último critério busca identificar produtos em que, embora o Brasil já tenha um *market share* minimamente significativo (maior do que 10%, mas não maior do que 25%), as possibilidades de ganhos com a expansão das exportações são expressivas, visto que o mercado importador do país cresce a um ritmo relativamente rápido.

⁸ Os critérios de classificação dos produtos exportados em determinado tipo de interesse estão formalizados no quadro apresentado no Apêndice ao final do presente Capítulo.

A sequência de prioridades foi estabelecida da seguinte forma:

1. Ameaçados.
2. Consolidados.
3. Potenciais.
4. Emergentes.

A lógica desta priorização é a de que nenhum interesse pode ser considerado consolidado, potencial ou emergente se ele apresentar características de ameaçados. Analogamente, nenhum pode ser considerado potencial ou emergente se, na verdade, já se apresentar como consolidado. A escolha entre potenciais e emergentes foi arbitrária.

A **Tabela 17** resume os resultados da aplicação da metodologia proposta. As seções a seguir apresentam, para cada um dos tipos de interesses considerados, as informações básicas referentes a cada um dos países sul-americanos, como número de produtos SH-6 selecionados, valor das exportações brasileiras e das importações dos países, *market share* do Brasil etc.

**TABELA 17 – EXPORTAÇÃO BRASILEIRA PARA PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL
E IMPORTAÇÃO DESSES PAÍSES, SEGUNDO TIPO DE INTERESSES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013
US\$ BILHÕES**

Tipo de interesses	Número de itens SH-6 ⁽¹⁾	Exportações do Brasil para países da América do Sul		Importações dos países da América do Sul			
				Total		Oriundas do Brasil	
		Valor ⁽²⁾	%	Valor ⁽²⁾	%	Valor ⁽²⁾	%
Consolidados	1.558	20,3	55,5	53,8	17,0	20,8	58,7
Ameaçados	1.359	11,1	30,3	49,0	15,5	10,5	29,7
Potenciais	673	1,2	3,4	46,0	14,5	1,1	3,1
Emergentes	1.086	1,3	3,4	24,2	7,6	0,6	1,6
Selecionados	2.459	33,9	92,6	173,0	54,6	33,1	93,2
Demais produtos	2.041	2,7	7,4	143,8	45,4	2,4	6,8
Total	4.500	36,7	100,0	316,8	100,0	35,5	100,0

Fonte: Dados da SECEX/MDIC e do COMTRADE/ONU.

Notas: (1) O somatório das linhas é maior que o total de produtos selecionados uma vez que um mesmo item do SH-6 pode ter classificações diferentes em distintos países.

(2) Há discrepâncias entre o valor das exportações do Brasil para os países da América do Sul, calculados com base em dados da SECEX/MDIC, e as importações dos países da América do Sul oriundas do Brasil, calculados a partir de dados do COMTRADE-ONU, conforme explicitado no início da presente seção.

O **Link – Anexo II** apresenta as listas completas dos produtos para cada um dos países, com todos os dados e informações que foram utilizados para fazer a seleção dos produtos conforme os critérios descritos acima. Apresenta-se ainda uma breve análise destas listas. Para facilitar esta análise, os produtos são agrupados em grupos, conforme o setor produtivo a que eles pertencem.

A mesma metodologia foi utilizada em versão anterior desse relatório divulgada em 2007, tendo como referência as exportações brasileiras de 2004/2005. Os resultados relativos a 2012/2013 serão comparados pontualmente com os daquele relatório.

2.2 INTERESSES CONSOLIDADOS

Considera-se que um segmento industrial brasileiro tem um interesse consolidado em um país sul-americano quando a participação de seus produtos nesse mercado já atingiu certo grau de maturidade, com exportações de montantes relativamente elevados e *market share* significativo nas importações desse país. Constitui, portanto, um caso de sucesso do país nas exportações para a região, cuja evolução poderia ser tomada como exemplo e replicada para outros produtos. Os critérios previstos na metodologia adotada procuram identificar esses casos.

Os interesses consolidados que foram identificados nas exportações brasileiras para a América do Sul envolvem uma grande variedade de produtos, cujas exportações brasileiras para os nove países da região somaram US\$ 20,3 bilhões na média do biênio 2012/2013, ou nada menos que 55,5% de tudo o que o Brasil exportou para estes países (**Tabela 18**). As importações totais destes produtos por parte dos nove países somaram US\$ 53,8 bilhões no mesmo período, e o Brasil foi a origem de 39% dessas importações. Em todos os nove países, os produtos classificados como interesses consolidados têm uma participação elevada na pauta de exportações brasileiras, com percentuais que variam de um mínimo de 39% na Venezuela a um máximo de 70% no Paraguai. O Brasil também possui, de forma geral, um *market share* relativamente elevado nas importações destes produtos em todos os países, variando de um mínimo em torno de 25% no Peru e no Equador a um máximo um pouco superior a 47% na Argentina.

É possível analisar-se o grau de consolidação das exportações brasileiras para os diversos países (ou, de outra forma, o grau de integração comercial do Brasil com cada um dos países) por meio de um Índice de Consolidação de Comércio (ICC). Este índice é dado pela soma da participação das exportações de produtos classificados como interesses comerciais no total das exportações brasileiras com o *market share* do Brasil nas importações destes mesmos produtos em cada país.

Os resultados apresentados na **Tabela 18** permitem identificar dois grupos de países do ponto de vista do nível de consolidação do comércio: o primeiro, compreendendo os países do MERCOSUL e a Bolívia (na sequência, Paraguai, Bolívia, Argentina e Uruguai), com índices superiores a 98%; o segundo, reunindo os demais países (na sequência Venezuela, Chile, Peru, Colômbia e Equador), com índice inferior a 82%.

Não por acaso, esta distribuição reflete, em grande parte, a existência de acordos comerciais do Brasil com os países. Basta ver que os três sócios do MERCOSUL estão entre os de maior nível de consolidação, juntamente com a Bolívia, que é membro associado do MERCOSUL e no qual o Brasil já detém 100% de preferência comercial na grande maioria dos produtos (ver Capítulo 3).

**TABELA 18 – INTERESSES CONSOLIDADOS NAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL
PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL¹ – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013**

País	Número de SH-6	Exportação brasileira para o país ⁽²⁾			Importação do país ⁽³⁾			ICC
		Total (a)	Produtos selecionados (b)	Part. (b/a)	Produtos selecionados (c)	Com origem no Brasil (d)		
		US\$ milhões	US\$ milhões	Em %	US\$ milhões	US\$ milhões	Market share (d/c em %)	
Paraguai	815	2.734	1.916,6	70,1	4.987,0	2.060,3	41,3	111,4
Bolívia	650	1.484	1.013,0	68,3	2.463,3	1.018,7	41,4	109,6
Argentina	814	17.522	10.107,6	57,7	21.883,2	10.356,4	47,3	105,0
Uruguai	558	1.813	1.107,8	61,1	3.101,5	1.145,1	36,9	98,0
Venezuela	263	4.224	1.629,7	38,6	3.452,0	1.495,1	43,3	81,9
Chile	322	3.404	1.776,1	52,2	6.552,2	1.833,8	28,0	80,2
Peru	300	2.076	1.118,4	53,9	4.647,6	1.158,4	24,9	78,8
Colômbia	299	2.555	1.255,4	49,1	4.840,9	1.304,9	27,0	76,1
Equador	237	821	403,6	49,1	1.881,6	460,2	24,5	73,6
Total	1.558	36.633	20.328	55,5	53.809	20.833	38,7	

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração FUNCEX.

Notas: (1) Os países estão ordenados segundo valores decrescentes do ICC.

(2) Dados da SECEX/MDIC.

(3) Dados do COMTRADE/ONU.

O Chile, que também é membro associado e no qual o Brasil já goza de 100% de margem de preferência na maioria dos produtos, está em um nível intermediário de consolidação, provavelmente pelo fato de que este país possui acordos de livre comércio com grande número de outros países (de todas as partes do mundo) e porque suas tarifas aplicadas já são bastante baixas, o que o torna um mercado mais competitivo e de acesso mais difícil para as vendas brasileiras.

Quanto aos países com os quais o Brasil possui acordos de preferências comerciais bastante abrangentes, mas que ainda estão em estágio intermediário de implementação, seus índices de consolidação de comércio mostram-se bastante mais baixos.

Os resultados apresentados na **Tabela 18**, quando comparados com os obtidos em relatório de 2007, indicam que o número de produtos considerados como consolidados cai na maioria dos países⁹ – as exceções são Paraguai, Bolívia e Uruguai – e que, embora o valor das exportações desses produtos para esses países cresça 21%, seu peso na pauta de exportação brasileira para a região declina de 70% para 55,5%. Da mesma forma, o *market share* dos produtos brasileiros nos mercados sul-americanos desses produtos declina de 41% para 39%.

⁹ No caso da Argentina, dos 973 produtos identificados como de interesse consolidado no relatório de 2007, 502 não aparecem na lista correspondente de 2014 (desses, 292 aparecem, em 2014, classificados como de interesse ameaçado); aos 471 que continuam na nova lista vêm juntar-se 343 produtos não identificados como de interesse consolidado no relatório anterior.

TABELA 19 – DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIA DOS PRODUTOS COM INTERESSES CONSOLIDADOS, SEGUNDO SETORES INDUSTRIAIS E NÚMERO DE PAÍSES EM QUE SE IDENTIFICOU TAL INTERESSE – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Setor industrial	Total de produtos com interesses consolidados	Distribuição setorial (%)	Número produtos com interesses consolidados (percentagem)		
			Em 1 a 3 países	Em 4 a 6 países	Em 7 a 9 países
Produtos químicos	268	17,2	67	26	7
Máquinas e equipamentos	231	14,8	78	21	1
Metalurgia	157	10,1	83	17	1
Produtos de metal, exceto máq. e equip.	118	7,6	58	37	4
Produtos alimentícios	116	7,4	78	21	2
Produtos têxteis	96	6,2	70	26	4
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	81	5,2	79	19	2
Produtos de borracha e de material plástico	80	5,1	63	35	3
Produtos de minerais não metálicos	64	4,1	63	31	6
Produtos diversos	51	3,3	71	25	4
Veículos automotores	50	3,2	62	34	4
Equip. de informática, produtos eletrônicos	48	3,1	77	21	2
Celulose, papel e produtos de papel	43	2,8	67	33	-
Outros	155	9,9	81	18	1
Total	1.558	100,0	72	24	3

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

A **Tabela 19** focaliza dois aspectos dos interesses consolidados das exportações brasileiras. Em primeiro lugar, indica em que medida a consolidação de determinado produto é um fenômeno restrito a um dos mercados sul-americanos ou uma ocorrência recorrente em diversos países. Por outro lado, indica se os produtos com interesse consolidados estão concentrados em alguns setores industriais.

No tocante à simultaneidade da ocorrência nos diversos países, a tabela indica que, para a maioria dos produtos (72,5% do total), a consolidação da posição comercial das exportações brasileiras está restrita a uns poucos países: de fato, para 29% dos produtos a consolidação ocorre em um único país; para 25% dos produtos, em dois países, e para 19% dos produtos, em três países. Contudo, para um número não desprezível de produtos, a presença das exportações brasileiras aparece como um fenômeno disseminado na maioria dos mercados sul-americanos – é o caso de cinco produtos com interesses consolidados em todos os nove países e de 13 e 30 produtos com a mesma característica em oito e sete países, respectivamente, os quais, no entanto, em conjunto, correspondem a apenas 3% do total de produtos com interesses consolidados.¹⁰

¹⁰ Os cinco produtos que foram caracterizados como interesses consolidados em todos os nove mercados sul-americanos foram: Fios utilizados para limpar espaços interdentes (fio dental) [3306-20]; Outras preparações para higiene bucal ou dentária [3306-90]; Preparações químicas contraceptivas à base de hormônios, ou de espermicidas [3006-60]; Abrasivos naturais ou artificiais, em pó ou em grãos, aplicados sobre outras matérias [6805-30]; e Outros motores elétricos de corrente alternada, polifásicos, de potência > 750 W e <= 75 kW [8501-52].

No tocante aos setores industriais, destaca-se a indústria química não apenas por responder pelo maior número de produtos com interesses consolidados em algum dos nove mercados sul-americanos considerados (17%), mas, também, por ser o setor que conta com maior número de produtos com posição consolidada na maioria desses mercados (19 produtos com tais características em sete ou mais países da América do Sul).¹¹ Além da indústria química, os setores que contam com maior número de produtos com interesses consolidados nos mercados sul-americanos são as indústrias de máquinas e equipamentos, metalúrgica e de produtos de metal. Os quatro setores respondem em conjunto por 50% dos produtos com interesses consolidados.

2.2.1 PAÍSES DO MERCOSUL

ARGENTINA

O número de produtos com interesses consolidados declinou em relação ao registrado pelo Relatório de 2007 para o biênio 2005/2006, reduzindo-se de 973 para 814 itens SH-6, aos quais correspondem as exportações brasileiras para o país da ordem de US\$ 10,4 bilhões em 2012/2013 (uma queda de 12,5% em relação às exportações associadas a esses produtos no relatório anterior). Essa cifra corresponde a mais da metade (58%) das exportações brasileiras para a Argentina.

Na distribuição desses produtos, segundo setores, destacam-se, em ordem de importância, cinco setores: veículos automotores, produtos químicos, máquinas e equipamentos, metalurgia e produtos de borracha e plástico, como indicado a seguir.

TABELA 20 – MERCADOS DA ARGENTINA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para a Argentina US\$ milhões	Importação da Argentina		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Veículos automotores, reboques e carrocerias	37	4.418	7.483	4.456	59,5
Produtos químicos	163	1.167	3.009	1.227	40,8
Máquinas e equipamentos	104	910	3.275	949	29,0
Metalurgia	93	902	1.286	934	72,6
Produtos de borracha e de material plástico	49	612	1.542	615	39,9
Demais setores	368	2.099	5.288	2.177	41,2
Total	814	10.108	21.883	10.356	47,3

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

¹¹ Além dos dois produtos com interesses consolidados nos nove mercados sul-americanos indicados na nota anterior, a indústria química tem seis produtos com interesses consolidados em oito países: Extrato tanante de mimosa [3201-20]; Outras matérias corantes e preparações [3206-49]; Gelatinas e seus derivados; ictiocola e outras colas de origem animal, exceto cola de caseína [3503-00]; Outros agentes de apresto ou acabamento para a indústria do couro [3809-93]; Polipropileno, em forma primária [3902-10]; e Poliuretanos, em formas primárias [3909-50].

De outro lado, embora a participação brasileira nas importações argentinas dos produtos com interesses consolidados seja 47%, há setores com exportações menos expressivas do que os listados acima, em que essa participação é, contudo, bastante mais elevada: produtos do fumo (83%), metalurgia (73%), produtos alimentícios (67%), produtos têxteis (62%) e veículos automotores (60%) (ver **Link – Anexo II**).

Considerados os produtos com interesse consolidado, as exportações brasileiras correspondem a mais de 80% das importações argentinas no caso de 147 produtos (18% do total) e entre 60% e 80% no caso de 105 produtos (13%) (ver **Link – Anexo II**).

A indústria brasileira tem forte posição de liderança na maioria dos 814 produtos com interesses consolidados, aparecendo como o **principal** fornecedor externo em 62% desses produtos.

TABELA 21 – MERCADOS DA ARGENTINA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	China	EUA	Alemanha	Itália
o principal fornecedor	62,2	10,7	9,3	3,4	2,5
um dos três principais fornecedores	94,7	38,9	36,9	26,0	12,8

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

De resto, o Brasil é um dos três maiores fornecedores externos em 95% dos 814 produtos. Seus maiores concorrentes são a China, os Estados Unidos, a Alemanha e a Itália.

PARAGUAI

Constata-se aumento do número de produtos com interesses consolidados e do peso desses produtos nas exportações brasileiras para o país em relação aos resultados apresentados no Relatório de 2007. Foram identificados 815 produtos com interesses consolidados (contra 557 em 2005/2006), cujas exportações somam US\$ 1,9 bilhão, o equivalente a 70% de tudo o que o Brasil exportou para o país (contra 59,5% em 2005/2006) (ver **Tabela 18**).

A distribuição das exportações dos produtos com interesse consolidado segundo setores é menos concentrada do que a da Argentina, destacando-se produtos químicos, derivados do petróleo e máquinas e equipamentos, os quais correspondem a 43% do total das exportações brasileiras dos produtos com essa característica, seguidos de produtos de metal, de produtos de borracha e de material plástico e de produtos alimentícios (ver **Link – Anexo II**).

O *market share* brasileiro nas importações paraguaias desses produtos, porém, diminuiu de 68% em 2005/2006 para 41% em 2012/2013. Os cinco setores com exportações mais expressivas de produtos com interesses consolidados são indicados a seguir.

TABELA 22 – MERCADOS DO PARAGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para a Argentina US\$ milhões	Importação da Argentina		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Produtos químicos	122	434	750	458	61,0
Derivados do petróleo e coque	2	211	1.702	315	18,5
Máquinas e equipamentos	109	169	337	168	49,8
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	89	112	180	118	65,8
Produtos de borracha e de material plástico	59	110	268	109	40,5
Demais setores	434	881	1.750	893	51,0
Total	815	1.917	4.987	2.060	41,3

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

Em relação a alguns setores industriais, a participação das empresas brasileiras nas importações paraguaias dos produtos com interesses consolidados é bastante elevada: produtos de minerais não metálicos (82%), couros e calçados (72%), móveis (71%), produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos (66%), produtos alimentícios (64%), produtos de madeira (62%) e produtos químicos (61%) (ver **Link – Anexo II**).

As exportações brasileiras dos produtos com interesses consolidados correspondem a mais de 80% das importações paraguaias no caso de 212 produtos (26% do total) e entre 60% e 80% no caso de 145 produtos (18%) (ver **Link – Anexo II**).

A posição de liderança da indústria brasileira nos mercados dos 815 produtos com interesses consolidados no Paraguai é semelhante, mas, ainda mais acentuada do que na Argentina. As empresas brasileiras aparecem como o maior fornecedor externo em 73% desses produtos, respondendo por mais de 90% das importações em 16% deles. De resto, é um dos três maiores fornecedores externo em praticamente todos (98%) os 814 produtos.

TABELA 23 – MERCADOS DO PARAGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
o principal fornecedor	72,9	9,4	7,9	3,1	1,8
um dos três maiores fornecedores	98,2	53,0	44,8	24,8	13,5

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus maiores concorrentes são a China, a Argentina e os Estados Unidos, seguidos pela Alemanha.

URUGUAI

Os produtos classificados como interesses consolidados no Uruguai envolvem 558 itens do SH-6 com exportações de US\$ 1.108 milhões (contra 534 no valor de US\$ 600 milhões em 2005/2006, conforme o Relatório de 2007), o que corresponde a 61% das exportações brasileiras para o país (**Tabela 18**).

Em termos da distribuição setorial desses produtos, destacam-se os produtos alimentícios e derivados do petróleo, que respondem por quase 50% das exportações dos produtos com interesse consolidado.

TABELA 24 – MERCADOS DO URUGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para o Uruguai US\$ milhões	Importação do Uruguai		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Produtos alimentícios	61	257	438	275	62,7
Derivados do petróleo, biocombustíveis e coque	5	246	847	239	28,2
Produtos químicos	103	98	342	99	29,0
Veículos automotores, reboques e carrocerias	26	82	238	86	35,9
Máquinas e equipamentos	67	63	293	65	22,2
Demais setores	296	362	943	382	40,5
Total	558	1.108	3.102	1.145	36,9

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

O *market share* brasileiro nas importações uruguaias desses produtos era de 37% em 2012/2013. A participação das exportações brasileiras é muito expressiva em alguns setores: outros equipamentos de transporte (100%, vagões-tanques para vias férreas, mas de valor inexpressivo), produtos do fumo (79%), produtos alimentícios (63%), além de móveis, produtos têxteis e couros e calçados (todos com 54%) (ver **Link – Anexo II**).

As exportações brasileiras de produtos com interesses consolidados correspondem a mais de 80% das importações uruguaias no caso de 74 produtos (13% do total) e entre 60% e 80% no caso de 61 produtos (11%) (ver **Link – Anexo II**).

A posição de liderança da indústria brasileira nos mercados dos 558 produtos com interesses consolidados no Uruguai é semelhante à observada na Argentina e Paraguai, no entanto, menos acentuada, inclusive porque enfrenta aí a concorrência da Argentina. As empresas brasileiras aparecem como os maiores fornecedores externos em 53% desses produtos, respondendo por mais de 50% das importações de 32% dos produtos, e por mais de 90%, em 8,2% deles.

TABELA 25 – MERCADOS DO URUGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	Brasil	Argentina	China	Estados Unidos	Alemanha
o principal fornecedor	53,4	17,0	11,6	6,5	2,5
um dos três maiores fornecedores	94,8	53,6	41,0	26,0	12,4

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

De resto, é um dos três maiores fornecedores externos em 95% dos 558 produtos. Seus maiores concorrentes são a Argentina, a China, os Estados Unidos e a Alemanha.

2.2.2 PAÍSES DA ALIANÇA DO PACÍFICO

CHILE

O número de produtos com interesses consolidados caiu significativamente em relação ao registrado pelo Relatório de 2007 para o biênio 2005/2006, reduzindo-se de 605 para 322 itens do SH-6, aos quais correspondem exportações brasileiras para o país da ordem de US\$ 1.776 milhões em 2012/2013 (queda de 17% em relação às exportações associadas aos produtos com essa classificação no relatório anterior). Essa cifra corresponde a 52% das exportações brasileiras para o Chile (ver **Tabela 18**).

Dois setores respondem por metade dessas exportações – produtos químicos e produtos alimentícios – seguidos de veículos automotores e máquinas e equipamentos, como mostrado a seguir.

TABELA 26 – MERCADOS DO CHILE: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para o Chile US\$ milhões	Importação do Chile		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Produtos alimentícios	24	569	1.546	562	36,4
Produtos químicos	81	313	1.414	355	25,1
Veículos automotores, reboques e carrocerias	10	249	514	128	24,9
Máquinas e equipamentos	32	167	1.055	183	17,3
Celulose, papel e produtos de papel	8	106	203	106	52,0
Demais setores	167	372	1.820	501	27,5
Total	322	1.776	6.552	1.834	28,0

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

O *market share* brasileiro nas importações chilenas destes produtos é pequeno, alcançando apenas 28% em 2012/2013. Os setores em que as empresas brasileiras apresentam maior *market share* são: outros equipamentos de transporte (55%, basicamente partes e peças para veículos de vias férreas), celulose e papel (52%) e derivados do petróleo (51%) (ver **Link – Anexo II**).

É pequeno o número de produtos com interesses consolidados nos quais as exportações brasileiras respondem por parcela verdadeiramente significativa das importações chilenas: em apenas 18 casos (6%), o *market share* brasileiro é superior a 80%, e em apenas 25 casos (8%) situa-se entre 60% e 80% (ver **Link – Anexo II**).

As empresas brasileiras aparecem como os maiores fornecedores externos em 41% desses mercados e como um dos três maiores fornecedores externos em 93%.

TABELA 27 – MERCADOS DO CHILE: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013
EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	Estados Unidos	China	Argentina	Alemanha
o principal fornecedor	40,8	17,4	16,2	5,0	3,7
um dos três maiores fornecedores	93,5	44,2	37,7	18,1	16,2

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus maiores concorrentes são os Estados Unidos, a China, a Argentina e a Alemanha.

PERU

O número de produtos com interesses consolidados declinou em relação ao registrado pelo Relatório de 2007 para o biênio 2005/2006, reduzindo-se de 368 para 300 itens do SH-6; no entanto, o valor das exportações brasileiras dos produtos com essa classificação para o país aumentou 63%, alcançando US\$ 1.118 milhões em 2012/2013. Essas exportações correspondem a 54% do valor total das exportações brasileiras para o Peru (ver **Tabela 18**).

Três setores respondem por 65% do valor das exportações dos produtos com interesses consolidados – veículos automotores, máquinas e equipamentos e produtos químicos.

TABELA 28 – MERCADOS DO PERU: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para o Peru US\$ milhões	Importação do Peru		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Veículos automotores, reboques e carrocerias	10	271	624	228	36,6
Máquinas e equipamentos	44	242	1.017	259	25,4
Produtos químicos	70	209	1.082	222	20,5
Metalurgia	29	142	563	166	29,6
Produtos alimentícios	20	67	386	75	19,5
Demais setores	127	187	975	207	21,2
Total	300	1.118	4.648	1.158	24,9

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

O *market share* brasileiro nas importações peruanas desses produtos foi 25% em 2012/2013. As participações mais elevadas observadas correspondem aos setores outros equipamentos de transporte e bebidas, ambos com 50% (ver **Link – Anexo II**).

As exportações brasileiras dos produtos com interesses consolidados correspondem a mais de 80% das importações peruanas no caso de 18 produtos (6% do total) e entre 60% e 80%, no caso de 17 produtos (6%) (ver **Link – Anexo II**).

As empresas brasileiras aparecem como os maiores fornecedores externos em 36% desses produtos e como um dos três maiores fornecedores externos em 92%.

TABELA 29 – MERCADOS DO PERU: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	Brasil	Estados Unidos	China	Colômbia	Alemanha
o principal fornecedor	36,0	17,3	16,7	4,3	3,7
um dos três maiores fornecedores	91,7	45,0	40,3	14,0	17,3

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus maiores concorrentes são os Estados Unidos, a China, a Colômbia e a Alemanha.

COLÔMBIA

Como no caso do Peru, o número de produtos com interesses consolidados declinou 413 para 299 itens do SH-6, em relação ao registrado pelo Relatório de 2007; mas o valor das exportações brasileiras dos produtos com essa classificação para o país aumentou 45%, alcançando US\$ 1.255 milhões em 2012/2013. Essas exportações correspondem a 49% do valor total das exportações brasileiras para a Colômbia (ver **Tabela 18**).

Dois setores respondem por 43% do valor das exportações dos produtos com interesses consolidados – produtos químicos e metalurgia – seguidos de produtos alimentícios e máquinas e equipamentos.

TABELA 30 – MERCADOS DA COLÔMBIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para a Colômbia US\$ milhões	Importação da Colômbia		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Produtos químicos	72	285	1.438	299	20,8
Metalurgia	42	255	722	266	36,8
Produtos alimentícios	15	154	374	167	44,7
Máquinas e equipamentos	41	133	519	135	26,1
Produtos de borracha e de material plástico	13	86	495	84	16,9
Demais setores	116	342	1.292	355	27,4
Total	299	1.255	4.841	1.305	27,0

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

O *market share* brasileiro nas importações da Colômbia desses produtos foi 27% em 2012/2013. Essa participação é, no entanto, bastante mais elevada em alguns setores – produtos do fumo (99,8%), outros equipamentos de transporte (75%, locomotivas e vagões de vias férreas e suas partes) e confecção de artigos do vestuário (66,2%) (ver **Link – Anexo II**).

As exportações brasileiras dos produtos com interesses consolidados correspondem a mais de 80% das importações colombianas no caso de 15 produtos (5% do total) e entre 60% e 80%, no caso de 20 produtos (7%) (ver **Link – Anexo II**).

As empresas brasileiras aparecem como os maiores fornecedores externos em 40% desses mercados e como um dos três maiores fornecedores externos em 89%.

TABELA 31 – MERCADOS DA COLÔMBIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	Estados Unidos	China	México	Alemanha
o principal fornecedor	40,5	22,4	12,7	5,4	2,0
um dos três maiores fornecedores	89,0	50,5	38,8	16,4	16,1

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus maiores concorrentes são os Estados Unidos, a China, o México e a Alemanha.

2.2.3 PAÍSES DA ALBA-TCP¹²

VENEZUELA

O número de produtos com interesses consolidados declinou em relação ao registrado pelo Relatório de 2007 para o biênio 2005/2006, reduzindo-se de 339 para 263 itens do SH-6; o valor das exportações brasileiras dos produtos com essa classificação para o país foi US\$ 1.629 milhões em 2012/2013 (uma queda de 17% em relação ao valor registrado no relatório anterior). Essas exportações correspondem a 39% do valor total das exportações brasileiras para a Venezuela (ver **Tabela 18**).

Dois setores respondem por 54% do valor das exportações dos produtos com interesses consolidados – produtos alimentícios e produtos químicos, seguidos de máquinas e equipamentos e veículos automotores, conforme mostrado a seguir.

TABELA 32 – MERCADOS DA VENEZUELA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para a Venezuela US\$ milhões	Importação à Venezuela		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Produtos alimentícios	19	634	509	394	77,4
Produtos químicos	63	242	810	316	39,0
Máquinas e equipamentos	31	157	390	156	40,1
Veículos automotores, reboques e carrocerias	13	131	247	32	12,9
Celulose, papel e produtos de papel	12	106	435	134	30,9
Demais setores	125	360	1.061	463	43,6
Total	263	1.630	3.452	1.495	43,3

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

¹² ALBA-TCP – Aliança Bolivariana para os Povos da Nossa América – Tratado de Comércio dos Povos.

O *market share* brasileiro nas importações da Venezuela desses produtos foi 43% em 2012/2013, mas alcançou participações mais elevadas em alguns setores: bebidas (81%), produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos (79%), produtos alimentícios (77%), produtos do fumo (71%) e produtos têxteis (66%) (ver **Link – Anexo II**).

As exportações brasileiras dos produtos com interesses consolidados correspondem a mais de 80% das importações venezuelanas no caso de 36 produtos (14% do total) e entre 60% e 80%, no caso de 33 produtos (13%) (ver **Link – Anexo II**).

As empresas brasileiras aparecem como os maiores fornecedores externos em 49% desses mercados e como um dos três maiores fornecedores externos em 93%.

TABELA 33 – MERCADOS DO VENEZUELA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	Estados Unidos	China	Colômbia	México
o principal fornecedor	48,7	24,0	6,1	6,1	2,3
um dos três maiores fornecedores	93,2	58,2	28,1	22,8	11,4

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus maiores concorrentes são os Estados Unidos, a China, a Colômbia, o México e a Alemanha.

BOLÍVIA

Constata-se aumento do número de produtos com interesses consolidados e do peso desses produtos nas exportações brasileiras para o país, relativamente aos resultados do biênio 2005/2006 apresentados no Relatório de 2007. Foram identificados 650 produtos com interesses consolidados (contra 488 em 2005/2006), cujas exportações brasileiras para o país somaram US\$ 1.013 milhões na média do biênio 2012/2013 (US\$ 450 milhões no relatório anterior), o equivalente a 68% do total das exportações brasileiras para o país (ver **Tabela 18**).

Três setores industriais respondem por cerca de 50% das exportações dos produtos com interesses consolidados – metalurgia, máquinas e equipamentos e produtos químicos, como mostrado a seguir.

TABELA 34 – MERCADOS DA BOLÍVIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para a Bolívia US\$ milhões	Importação à Bolívia		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Metalurgia	42	181	344	190	55,2
Máquinas e equipamentos	96	157	521	173	33,2
Produtos químicos	87	136	347	142	41,1
Produtos alimentícios	39	89	133	49	36,9
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	64	61	135	60	44,7
Demais setores	322	390	984	404	41,1
Total	650	1.014	2.463	1.019	41,4

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

O *market share* brasileiro nas importações bolivianas destes produtos alcançava 41%. Em alguns setores, o *market share* do Brasil é bastante elevado, embora os valores exportados não sejam tão significativos: derivados do petróleo (77%), móveis (66%), celulose e papel (66%) e metalurgia (55%) (ver **Link – Anexo II**).

As exportações brasileiras dos produtos com interesses consolidados correspondem a mais de 80% das importações da Bolívia, no caso de 92 produtos (14% do total), e entre 60% e 80%, no caso de 87 produtos (13%) (ver **Link – Anexo II**).

As empresas brasileiras aparecem como os maiores fornecedores externos em 56% desses mercados e como um dos três maiores fornecedores externos em 97%.

**TABELA 35 – MERCADOS DA BOLÍVIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013
EM % DO TOTAL DE PRODUTOS**

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
o principal fornecedor	56,3	14,8	7,8	1,7	0,5
um dos três maiores fornecedores	96,9	48,9	33,4	8,2	4,5

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus maiores concorrentes são a China, os Estados Unidos, a Alemanha e a Itália.

EQUADOR

O número de produtos com interesses consolidados envolve 237 itens do SH-6, com exportações de US\$ 403 milhões em 2012/2013. Essas exportações correspondem a 49% do valor total das exportações brasileiras para o Equador (ver **Tabela 18**).

Três setores respondem por 51% do valor das exportações dos produtos com interesses consolidados para o país: produtos químicos, metalurgia e máquinas e equipamentos, como mostrado abaixo.

TABELA 36 – MERCADOS DO EQUADOR: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES CONSOLIDADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SH-6	Exportação brasileira para o Equador US\$ milhões	Importação do Equador		
			Total US\$ milhões	Com origem no Brasil	
				US\$ milhões	Market share %
Produtos químicos	50	99	408	98	23,9
Metalurgia	11	66	266	71	26,7
Máquinas e equipamentos	45	42	196	58	29,5
Veículos automotores, reboques e carrocerias	8	33	191	47	24,4
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	8	31	207	44	21,3
Demais setores	115	133	614	143	23,3
Total	237	404	1.882	460	24,5

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras com destino ao país.

O *market share* brasileiro nas importações equatorianas desses produtos era de 25% em 2012/2013. A participação das exportações brasileiras nas importações do Equador só é mais expressiva no caso dos produtos de fumo (92%).

As empresas brasileiras aparecem como os maiores fornecedores externos em 39% desses mercados e como um dos três maiores fornecedores externos em 93%.

**TABELA 37 – MERCADOS DO EQUADOR: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013
EM % DO TOTAL DE PRODUTOS**

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	China	Estados Unidos	Colômbia	México
o principal fornecedor	39,2	19,4	16,0	8,0	2,5
um dos três maiores fornecedores	93,2	42,2	51,5	25,7	9,3

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus maiores concorrentes são a China, os Estados Unidos, a Colômbia e o México.

2.2.4 PRINCIPAIS CONCORRENTES DO BRASIL

A tabela a seguir consolida os resultados apresentados anteriormente relativos aos principais fornecedores dos produtos nos quais os interesses das empresas exportadoras brasileiras podem ser considerados como consolidados. A tabela explicita a posição de liderança das empresas brasileiras em relação à maioria desses produtos em todos os países da América do Sul. Estados Unidos e China aparecem como os dois principais concorrentes dos produtos brasileiros em todos os países, exceto no Uruguai e no Paraguai, onde a Argentina substitui um desses países nas duas primeiras posições. A Alemanha aparece como um forte concorrente em sete dos nove países e a Itália em dois países.

Dentre os países da América Latina, aqueles que detêm posição entre os quatro principais concorrentes do Brasil são os seguintes: a Argentina, no caso do Chile, além do Paraguai e do Uruguai, já citados; o México em relação aos três países mais ao norte da América do Sul, e a Colômbia, no tocante aos seus três países vizinhos.

TABELA 38 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL NOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Paraguai	Brasil	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
Uruguai	Brasil	Argentina	China	Estados Unidos	Alemanha
ALIANÇA DO PACÍFICO					
Chile	Brasil	Estados Unidos	China	Argentina	Alemanha
Peru	Brasil	Estados Unidos	China	Colômbia	Alemanha
Colômbia	Brasil	Estados Unidos	China	México	Alemanha
ALBA-TCP					
Venezuela	Brasil	Estados Unidos	China	Colômbia	México
Bolívia	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Equador	Brasil	China	Estados Unidos	Colômbia	México

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.

2.3. INTERESSES AMEAÇADOS

Os interesses ameaçados referem-se a produtos que possuíam uma posição relativamente sólida nos mercados sul-americanos em um passado recente (considera-se como referência o biênio 2007/2008), com montantes relativamente elevados de exportação e *market shares* significativos, mas que viram essa posição se deteriorar nos últimos anos (até o biênio 2012/2013), com queda expressiva dos valores exportados e, na maioria dos casos, também dos *market shares*. Tipicamente, são produtos que poderiam ser classificados como interesses consolidados no passado, mas que, hoje, enfrentam o desafio de recuperar o espaço perdido.¹³

¹³ No caso da Argentina, por exemplo, dos 458 produtos classificados como de interesses ameaçados, 296 apareciam como produtos de interesses consolidados no relatório de 2007, referente ao biênio 2005/2006. Esses 296 produtos respondem por 76% do valor das exportações dos 458 produtos classificados como de interesses ameaçados.

Os produtos identificados como de interesses ameaçados respondiam por 43% do total das exportações brasileiras para os nove países sul-americanos considerados no biênio 2007/2008. Em 2012/2013, as exportações brasileiras desses produtos, para esses mesmos países, somaram US\$ 10,5 bilhões, o que representou uma redução de US\$ 3,5 bilhões em relação ao montante exportado no biênio 2007/2008 (em termos percentuais, queda de 25%). Essa queda é mais significativa quando se considera que as importações totais desses mesmos produtos por parte dos nove países experimentou aumento expressivo de US\$ 14,8 bilhões no mesmo período – em termos percentuais, crescimento de 43%. O resultado é o declínio de 19,5 p.p do *market share* desses produtos no conjunto dos países, como mostrado a seguir.

TABELA 39 – INTERESSES AMEAÇADOS NAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL⁽¹⁾
MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

País	Número de SHs	Importações do país (US\$ milhões)									
		Total		Com origem no Brasil				Market share do Brasil (%)			
		Selecionados 2012/2013	Varição absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Varição absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Part. % no total da pauta para o país em 2007/2008	2007/2008	2012/2013	Varição entre 2007/2008 e 2012/2013 p.p		
Paraguai	435	2.179,1	962,9	715,9	8,8	35,2	58,1	32,9	-25,3		
Bolívia	278	1.104,4	551,5	263,7	-5,9	28,4	48,8	23,9	-24,9		
Uruguai	472	2.648,9	1.146,9	593,4	-105,4	49,3	46,5	22,4	-24,1		
Colômbia	185	5.274,1	1.737,5	376,8	-628,3	44,7	28,4	7,1	-21,3		
Equador	161	1.276,3	527,4	124,2	-99,9	29,5	29,9	9,7	-20,2		
Venezuela	201	5.875,9	-687,0	308,6	-1.353,8	36,0	25,3	5,3	-20,1		
Argentina	458	16.860,8	5.096,9	6.429,3	-413,7	44,4	58,2	38,1	-20,0		
Chile	288	8.202,4	3.177,6	1.079,3	-571,5	54,1	32,9	13,2	-19,7		
Peru	230	5.505,2	2.308,5	626,5	-299,5	57,1	29,0	11,4	-17,6		
Total	1.359	48.927	14.822	10.518	-3.469	43,5	41,0	21,5	-19,5		

Fonte: COMITRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Os países estão ordenados segundo a variação do market share entre 2007/2008 e 2012/2013.

A queda das exportações brasileiras desses produtos foi comum a todos os países, à exceção do Paraguai, que apresentou um crescimento próximo a zero. Por outro lado, as importações desses produtos aumentam em todos os países, à exceção da Venezuela. A perda de mercado é relativamente uniforme em todos os países, variando entre 25 p.p. no caso do Paraguai e 18 p.p. no do Peru. Trata-se, assim, de produtos nos quais o país vem efetivamente perdendo espaço nos mercados importadores da América do Sul.

A **Tabela 39** indica ainda a participação dos produtos classificados como de interesses ameaçados na pauta da exportação brasileira para os nove países sul-americanos no biênio 2007/2008. Essa participação era particularmente elevada nos casos do Peru, do Chile e do Uruguai e mais reduzida na Venezuela, no Paraguai, no Equador e na Bolívia. Colômbia e Argentina ocupam posição intermediária, próxima do valor médio dos nove países (43,5%).

A **Tabela 40** indica em que medida a situação de interesse ameaçado de um produto é um fenômeno específico de um país ou uma ocorrência recorrente em diversos países, bem como se os produtos com interesse ameaçados estão concentrados em alguns setores industriais.

**TABELA 40 – INTERESSES AMEAÇADOS NAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL
PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – 2012/2013
DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIA DOS PRODUTOS COM INTERESSE AMEAÇADO, SEGUNDO SETORES
INDUSTRIAIS E NÚMERO DE PAÍSES EM QUE SE IDENTIFICOU O INTERESSE AMEAÇADO**

Setor industrial	Total de produtos com interesses ameaçados	Distribuição setorial (%)	Número de produtos em que se identificou interesses ameaçados (percentagem)		
			Em 1 a 3 países	Em 4 a 6 países	Em 7 a 9 países
Máquinas e equipamentos	229	16,9	83	15	2
Produtos químicos	205	15,1	89	11	-
Metalurgia	134	9,9	86	14	-
Produtos têxteis	98	7,2	93	6	1
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	88	6,5	92	8	-
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	85	6,3	76	20	4
Produtos alimentícios	80	5,9	93	8	-
Produtos de minerais não metálicos	64	4,7	89	11	-
Produtos de borracha e de material plástico	60	4,4	88	10	2
Celulose, papel e produtos de papel	52	3,8	83	17	-
Indústrias diversas	49	3,6	94	6	-
Veículos automotores, reboques e carrocerias	44	3,2	84	16	-
Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	41	3,0	93	5	2
Outros	130	9,6	95	5	-
Total	1.359	100,0	88	11	1

Fontes: (1) SECEX/MDIC (2) COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

No tocante à simultaneidade da ocorrência nos diversos países, a tabela indica que para a maioria dos produtos, a caracterização da posição comercial das exportações brasileiras como de interesse ameaçado está restrita a uns poucos países (no caso de 48% dos produtos a um único país, no de 25% dos produtos a dois países e no de 15% a três países). No caso de apenas 11 produtos a ameaça ocorre simultaneamente em sete ou mais países, sendo que em dois casos está restrita a um país.¹⁴ No tocante aos setores industriais, destacam-se as indústrias de máquinas e equipamentos e de produtos químicos, às quais corresponde 32% dos produtos caracterizados como de interesses ameaçados.

2.3.1. PAÍSES DO MERCOSUL

ARGENTINA

Foram identificados 458 itens do SH-6 que podem ser classificados como interesses ameaçados. As exportações brasileiras desses produtos para a Argentina somaram US\$ 414 milhões na média do biênio 2012/2013, uma queda de 6% em relação às vendas registradas em 2007/2008, o que contrasta com o crescimento de 43% do valor total das importações desses produtos pelo país, resultando em um declínio de 20 p.p. do *market share* do Brasil nessas importações (ver **Tabela 39**).

Esse declínio é comum aos diversos setores industriais e em todos os casos, com uma exceção, está associado à redução do próprio valor das exportações brasileiras. A exceção é o setor de veículos automotores: as exportações brasileiras dos produtos do setor crescem 67% entre 2007/2008 e 2012/2013, taxa, no entanto, inferior, à das importações argentinas desse produto (107%) (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 41 – MERCADOS DA ARGENTINA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações da Argentina					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Equip. informática, produtos eletrônicos	15	2.362	378	119,5	-913	52,1	5,1
Produtos químicos	80	2.472	678	728	-299	57,3	29,5
Metalurgia	48	778	-23	336	-239	71,8	43,1
Máq., aparelhos e materiais elétricos	41	558	-113	132	-214	51,6	23,7
Máquinas e equipamentos	52	954	23	82	-139	23,7	8,6
Demais setores	222	9.736	4.154	5.031	1.390	65,2	51,7
Total	458	16.861	5.097	6.429	-414	58,2	38,1

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos.

¹⁴ Os produtos caracterizados como com interesses ameaçados em todos os nove países são serras de corrente, hidráulicas o de motor não elétrico, de uso manual (8467-81) e os congeladores (freezers) horizontais tipo arca, de capacidade <= 800 litros (8418-30); os com interesses ameaçados em oito países são as partes de transformadores, conversores elétricos estáticos e bobinas de reatância e autoindução (8504-90) e as perfuradoras de qualquer tipo, incluídas as rotativas, com motor elétrico, de uso manual (8508-10).

Nos vinte outros setores, o declínio das exportações brasileiras só está associado à queda das importações argentinas em cinco casos. As maiores reduções de *market share* estão associadas aos equipamentos de informática e produtos eletrônicos (47 p.p.), produtos alimentícios (37 p.p.) e produtos têxteis, móveis, confecção de artigos do vestuário e couros e calçados (todos com 30 p.p.) (ver **Link – Anexo II**).

Apesar dessa evolução desfavorável, o Brasil tem, ainda, posição dominante nos mercados dos 458 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados, sendo o principal fornecedor em 30% desses itens e um dos três maiores em 69%.

TABELA 42 – MERCADOS DA ARGENTINA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
o principal fornecedor	29,9	26,9	9,4	6,1	3,5
um dos três maiores fornecedores	68,6	53,3	30,8	21,2	14,4

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus principais concorrentes são a China e os Estados Unidos. Destacam-se também a Alemanha e a Itália.

PARAGUAI

Foram identificados 435 itens do SH-6 que podem ser classificados como interesses ameaçados. Apesar das exportações brasileiras desses itens para o país terem permanecido estáveis entre 2007/2008 e 2012/2013, o forte crescimento das importações do Paraguai (80%) acarretou uma redução do *market share* do Brasil nas importações desse produto de 25,3 p.p., a maior redução dentre os nove países sul-americanos (ver **Tabela 39**).

A estabilidade das exportações brasileiras dos produtos caracterizados como de interesses ameaçados para o país reflete o declínio das exportações de produtos provenientes de 13 setores industriais, compensado pelo crescimento das vendas dos outros oito setores, notadamente produtos químicos e máquinas e equipamentos (os quais, não obstante, apresentaram queda de cerca de 28 p.p. nos seus *market shares* das importações paraguaias). Em termos absolutos, as maiores quedas das exportações brasileiras estão associadas aos setores de veículos automotores e produtos de borracha e de material plástico (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 43 – MERCADOS DO PARAGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações do Paraguai					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Varição absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Varição absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Veículos automotores	14	457	214	56	-11,2	27,8	12,3
Produtos de borracha e de material plástico	14	126	37	40	-7,3	52,9	31,7
Celulose e papel	15	47	18	15	-5,1	67,9	31,2
Produtos de minerais não metálicos	22	102	59	21	-3,9	57,0	20,2
Metalurgia	31	86	36	36	-3,1	77,4	41,9
Demais setores	339	1.361	599	548	39,4	66,8	40,3
Total	435	2.179	963	716	8,8	58,1	32,9

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos.

A posição das empresas brasileiras em relação aos 435 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados no Paraguai é mais forte do que na Argentina. O Brasil permanece como um dos três principais fornecedores em 86% desses mercados e como o principal fornecedor em 46%.

TABELA 44 – MERCADOS DO PARAGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Brasil	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
o principal fornecedor	46,0	24,4	11,3	4,8	1,6
um dos três maiores fornecedores	86,0	58,2	40,9	26,9	14,9

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Seus concorrentes mais importantes são a China e a Argentina.

URUGUAI

Os interesses ameaçados no Uruguai envolvem 472 produtos, que respondiam por 49% do total das exportações brasileiras para os nove países sul-americanos considerado no biênio 2007/2008. As exportações brasileiras desses produtos de US\$ 593 milhões em 2012/2013 representam queda de 15% em relação a 2008/2009, a que se contrapõe o aumento de 43% do valor total das importações do país, resultando em declínio de 24 p.p. do *market share* do Brasil (ver **Tabela 39**).

As exportações brasileiras provenientes de 15 dos 21 setores industriais considerados declinam, apesar de os valores totais das importações uruguaias correspondentes terem crescido no período. As quedas mais significativas estão associadas aos equipamentos de informática e produtos eletrônicos, metalurgia, produtos químicos e máquinas e equipamentos (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 45 – MERCADOS DO URUGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações do Uruguai					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Equip. informática, prod. eletrônicos	10	167	30	6	-53	43,2	3,4
Metalurgia	34	77	8	17	-25	59,9	21,6
Produtos químicos	71	277	110	64	-20	50,2	23,0
Máquinas e equipamentos	85	351	139	76	-19	45,1	21,7
Celulose e papel	21	55	13	13	-12	60,4	24,1
Demais setores	251	1.722	847	418	24	24,3	45,0
Total	472	2.649	1.147	593	-105	46,5	22,4

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras no período.

A posição das empresas brasileiras em relação aos 472 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados no Uruguai, embora mais forte do que na Argentina, é mais fraca do que no Paraguai. O Brasil é um dos três principais fornecedores em 72% desses mercados e aparece como o principal fornecedor em 23%. É superado pela China, o principal fornecedor em 28% dos mercados e um dos três maiores em 57%, mas está ainda à frente da Argentina e dos Estados Unidos (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 46 – MERCADOS DO URUGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS AMEAÇADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Brasil	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
o principal fornecedor	28,4	23,3	20,1	8,5	2,1
um dos três maiores fornecedores	57,0	71,8	46,4	29,2	13,6

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.3.2 PAÍSES DA ALIANÇA DO PACÍFICO

CHILE

As exportações dos 288 itens do SH-6 caracterizados como de interesse ameaçado correspondiam a 54% do valor total das exportações brasileiras para o país em 2007/2008. As exportações brasileiras desses produtos caíram 35% entre os biênios 2007/2008 e 2012/2013, enquanto as importações chilenas desses mesmos produtos cresceram 63% no mesmo período. Em decorrência, o *market share* do Brasil reduziu-se de 33% para 13% (ver **Tabela 39**).

As exportações brasileiras de produtos provenientes de todos os setores industriais declinaram, à exceção das do setor de veículos automotores, que cresceram 11% – o que não impediu, no entanto, a queda de sua participação nas importações chilenas em 17 p.p. As quedas mais expressivas das exportações brasileiras estão associadas à metalurgia, equipamentos de informática e produtos eletrônicos e máquinas e equipamentos (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 47 – MERCADOS DO CHILE: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações do Chile					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Metalurgia	33	514	5	100	-153	49,7	19,5
Equip. informática e produtos eletrônicos	7	1.586	772	59	-115	21,4	3,7
Máquinas e equipamentos	36	830	292	57	-85	26,4	6,9
Produtos químicos	49	895	348	80	-64	26,2	8,9
Máq., aparelhos e materiais elétricos	22	573	247	36	-51	26,6	6,3
Demais setores	141	3.804	1.512	747	-105	37,2	19,6
Total	288	8.202	3.178	1.079	-572	32,9	13,2

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos.

A posição das empresas brasileiras em relação aos produtos identificados como interesses ameaçados é no Chile, como nos demais países da Aliança para o Pacífico, menos importante do que nos países do MERCOSUL. Embora o Brasil apareça entre os três primeiros fornecedores em 49% dos 288 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados, só é o principal fornecedor externo em 12% desses produtos. A liderança desses mercados é ocupada pela China (o principal fornecedor em 35% dos casos e um dos três maiores em 59%) e os Estados Unidos. Destacam-se também, embora com posição menos forte que o Brasil, a Argentina e a Alemanha (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 48 – MERCADOS DO CHILE: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Brasil	Argentina	Alemanha
o principal fornecedor	35,4	17,4	12,5	7,6	5,2
um dos três maiores fornecedores	58,7	41,7	48,6	20,8	18,8

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

COLÔMBIA

Os interesses ameaçados na Colômbia referem-se a 185 itens do SH-6 cujas exportações brasileiras sofreram queda de 62% entre os dois biênios considerados, enquanto as importações dos mesmos produtos pelo país cresceram 49%. O resultado foi uma queda do *market share* brasileiro de 28% para 7,1% (ver **Tabela 49**).

Os setores cujos produtos apresentam maior queda no valor das exportações foram os de outros equipamentos de transporte, metalurgia e equipamentos de informática e produtos eletrônicos, que respondem, em conjunto, por 87% do declínio das exportações brasileiras dos produtos com interesses ameaçados (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 49 – MERCADOS DA COLÔMBIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações da Colômbia					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	3	1.277	554	16	-209	31,1	1,3
Metalurgia	33	644	2	63	-188	39,0	9,8
Equip. informática e produtos eletrônicos	6	1.440	467	38	-148	19,1	2,6
Produtos químicos	27	281	47	28	-32	25,6	10,1
Máquinas e equipamentos	38	479	196	34	-31	23,0	7,0
Demais setores	78	1.153	471	198	-22	32,2	17,2
Total	185	5.274	1.737	377	-628	28,4	7,1

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos.

A posição das empresas brasileiras em relação aos 185 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados é um pouco mais frágil do que a observada no Chile. O Brasil é um dos três principais fornecedores em 39% desses mercados, mas o principal fornecedor em apenas 9,2% dos casos. É superado pelos Estados Unidos (o principal fornecedor em 26 dos mercados e um dos três maiores em 64%) e pela China, mas está em melhor posição do que o México e a Alemanha (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 50 – MERCADOS DA COLÔMBIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS AMEAÇADOS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Estados Unidos	China	Brasil	México	Alemanha
o principal fornecedor	26,5	26,5	9,2	9,2	5,4
um dos três maiores fornecedores	63,8	53,0	38,9	25,9	21,1

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

PERU

Os interesses ameaçados envolvem 230 itens do SH-6, cujas exportações para o país correspondiam a 57% do valor total das exportações brasileiras para o Peru em 2007/2008. Essas exportações declinaram 32% desde então, o que contrasta com o crescimento das importações peruanas desses produtos (ver **Tabela 39**). Em decorrência, o *market share* do Brasil declinou de 29% para 11,4%.

As quedas mais significativas das exportações brasileiras, em valor absoluto, foram as de produtos dos setores de metalurgia e equipamentos de informática e produtos eletrônicos (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 51 – MERCADOS DO PERU: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações do Peru					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Metalurgia	27	459	-7	42	-144	39,9	9,2
Equip. informática e produtos eletrônicos	7	813	148	37	-107	21,6	4,5
Máquinas e equipamentos	58	785	385	76	-36	28,2	9,7
Produtos químicos	28	255	101	24	-16	25,9	9,3
Prod. de metal, exceto máq. e equipamentos	13	110	54	3	-15	32,3	3,0
Demais setores	97	3.083	1.628	444	18	29,2	29,2
Total	230	5.505	2.308	626	-299	29,0	11,4

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos.

A posição das empresas brasileiras em relação aos 230 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados é semelhante à observada na Colômbia – aparece entre os três primeiros fornecedores em relação a 41% dos produtos, mas é o principal fornecedor externo em 10% deles. Da mesma forma, é superada pela China e pelos Estados Unidos, mas está à frente da Alemanha e da Colômbia.

TABELA 52 – MERCADOS DO PERU: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Brasil	Alemanha	Colômbia
o principal fornecedor	29,1%	20%	10,4%	6,5%	5,2%
um dos três maiores fornecedores	59,6%	47,8%	40,9%	20%	12,6%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.3.3 PAÍSES DA ALBA-TCP

VENEZUELA

Foram identificados 201 itens do SH-6 que podem ser classificados como interesses ameaçados. Neste caso, distintamente de todos os demais países sul-americanos, o valor do total das importações do país desses produtos cai entre 2007/2008 e 2012/2013 (menos 10,5%). A queda das exportações brasileiras desses mesmos produtos para a Venezuela é, no entanto, muito mais significativa (menos 81,4%), implicando redução do *market share* do Brasil nas importações do país de 25% para 5,3% (ver **Tabela 39**).

Cerca de 82% da queda das exportações brasileiras desses produtos provêm de quatro setores: veículos automotores, equipamentos de informática e produtos eletrônicos, máquinas e equipamentos e produtos alimentícios (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 53 – MERCADOS DA VENEZUELA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações da Colômbia					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Veículos automotores	13	305	-1.977	4	-536	23,7	1,3
Equip. de informática e produtos eletrônicos	4	945	-638	22	-354	23,8	2,4
Máquinas e equipamentos	44	1.533	862	73	-114	27,9	4,8
Produtos alimentícios	12	257	-143	57	-106	40,7	22,2
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	21	660	323	16	-61	22,9	2,5
Demais setores	107	2.175	886	136	-183	24,7	6,2
Total	201	5.876	-687	309	-1.354	25,3	5,3

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos.

A posição das empresas brasileiras em relação aos 201 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados é a mais frágil na América do Sul. O Brasil é o principal fornecedor em apenas 4% dos casos e um dos três principais fornecedores em apenas 33% desses mercados (percentuais inferiores aos observados nos outros oito países sul-americanos focalizados). Os exportadores brasileiros são superados pelos Estados Unidos (o principal fornecedor em 33% dos mercados e um dos três maiores em 70%), pela China e pela Colômbia (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 54 – MERCADOS DA VENEZUELA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Estados Unidos	China	Colômbia	Brasil	México
o principal fornecedor	33,8	21,4	9,5	4,0	3,5
um dos três maiores fornecedores	70,1	50,7	20,9	33,3	13,9

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

BOLÍVIA

Os interesses ameaçados referem-se a 278 itens do SH-6 cujas exportações brasileiras para o país permaneceram praticamente estáveis (queda de 2%). A essa estabilidade se contrapõe o crescimento de 100% do valor total das importações bolivianas desses produtos, acarretando redução do *market share* do Brasil de 49% para 24% (ver **Tabela 55**).

A estabilidade das exportações brasileiras desses produtos reflete o balanço entre o declínio das exportações de produtos provenientes de 11 setores industriais e o crescimento das vendas dos outros seis setores (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 55 – MERCADOS DA BOLÍVIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações da Bolívia					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Metalurgia	39	123	33	21	-27	53,2	17,2
Celulose e papel	18	29	8	6	-6	59,7	22,6
Equip. de informática e produtos eletrônicos	7	48	30	1	-3	25,2	2,2
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	19	106	52	30	-2	60,2	28,8
Produtos farmacêuticos	3	13	3	0	-1	15,3	1,6
Demais setores	192	786	425	204	33	47,4	26,0
Total	278	1.104	552	264	-6	48,8	23,9

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos.

A posição das empresas brasileiras em relação aos 278 itens do SH-6 classificados como interesses ameaçados é mais favorável do que em todos os demais países que não integram o MERCOSUL. O Brasil é o principal fornecedor em 20% desses produtos e um dos três principais fornecedores em 61%. É superado somente pela China (o principal fornecedor também em 26% dos casos e um dos três maiores em 55%), estando em posição mais favorável do que Estados Unidos, Argentina e Peru (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 56 – MERCADOS DA BOLÍVIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Brasil	Estados Unidos	Argentina	Peru
o principal fornecedor	25,9	19,8	12,9	11,2	5,8
um dos três maiores fornecedores	54,7	61,5	33,8	32,7	14,7

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

EQUADOR

Os interesses ameaçados no Equador envolvem 161 itens do SH-6 com exportações brasileiras de US\$ 124 milhões em 2012/2013, uma queda de 45% em relação ao biênio de 2007/2008. As importações do Equador desses produtos no período cresceu 70%, acarretando queda do *market share* das exportações brasileiras de 30% para 9,7% (ver **Tabela 57**).

As quedas mais significativas nas exportações brasileiras ocorreram nos produtos do setor de metalurgia, máquinas e equipamentos e celulose e papel, que respondem em conjunto por 71% da redução observada na totalidade dos setores (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 57 – MERCADOS DO EQUADOR: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES AMEAÇADOS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores industriais	Número de SHs	Importações do Equador					
		Total (US\$ milhões)		Com origem no Brasil (US\$ milhões)		Market share do Brasil (%)	
		Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	Selecionados 2012/2013	Variação absoluta entre 2007/2008 e 2012/2013	2007/2008	2012/2013
Metalurgia	20	171,2	13,0	12,4	-30,5	27,1	7,2
Máquinas e equipamentos	40	302,4	122,0	37,6	-27,7	36,2	12,4
Celulose e papel	5	69,2	26,9	5,3	-13,2	43,8	7,7
Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	16	88,0	40,9	3,6	-7,3	23,0	4,1
Máq. aparelhos e materiais elétricos	11	145,6	106,2	3,0	-5,6	21,8	2,1
Demais setores	69	500	218	62	-16	27,7	12,5
Total	161	1.276	527	124	-100	29,9	9,7

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo a queda do valor das exportações brasileiras entre os períodos

O Brasil aparece entre os três primeiros fornecedores em 47% dos 161 itens do SH-6, mas só é o principal fornecedor externo em 8,1% desses produtos (o segundo menor percentual registrado entre os nove países sul-americanos, só superior ao relativo à Venezuela). É superado pela China e pelos Estados Unidos (sendo ambos, coincidentemente, o principal fornecedor em 29% dos casos e um dos três maiores fornecedores em 58% dos produtos). O Brasil é superado, ainda, pela Colômbia (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 58 – MERCADOS DO EQUADOR: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Colômbia	Brasil	Itália
o principal fornecedor	29,2%	29,2%	11,2%	8,1%	3,7%
um dos três maiores fornecedores	57,8%	58,4%	29,2%	46,6%	13%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.3.4 PRINCIPAIS CONCORRENTES DO BRASIL

A **Tabela 59** consolida os resultados apresentados anteriormente relativos aos principais fornecedores dos produtos nos quais os interesses das empresas exportadoras brasileiras podem ser considerados como ameaçados. O Brasil aparece em todos os países como um dos cinco principais fornecedores, mas apenas em quatro entre os dois mais importantes. Seus principais concorrentes, China e Estados Unidos, têm posição de mais destaque, ocupando uma das duas primeiras posições em nove e cinco países, respectivamente. A Alemanha, por sua vez, aparece em seis países entre os cinco principais fornecedores. Dentre os países da América Latina, a Argentina aparece em quatro países (Uruguai, Paraguai, Chile e Peru), a Colômbia nos seus três países vizinhos e o México nos dois países mais ao norte da América do Sul (Venezuela e Colômbia).

TABELA 59 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES AMEAÇADOS DO BRASIL NOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	Brasil	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Paraguai	Brasil	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
Uruguai	China	Brasil	Argentina	Estados Unidos	Alemanha
ALIANÇA DO PACÍFICO					
Chile	China	Estados Unidos	Brasil	Argentina	Alemanha
Peru	Estados Unidos	China	Brasil	México	Alemanha
Colômbia	China	Estados Unidos	Brasil	Alemanha	Colômbia
ALBA-TCP					
Venezuela	Estados Unidos	China	Colômbia	Brasil	México
Bolívia	China	Brasil	Estados Unidos	Argentina	Peru
Equador	China	Estados Unidos	Colômbia	Brasil	Itália

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.

2.4 INTERESSES POTENCIAIS

Os interesses potenciais dizem respeito a produtos nos quais o Brasil possui uma sólida experiência exportadora, com elevados montantes exportados, mas cujas vendas para os vizinhos sul-americanos são pouco significativas, embora estes países sejam grandes importadores desses bens. As exportações brasileiras para a América do Sul dos produtos classificados como interesses potenciais somaram US\$ 1.112,4 milhões na média do biênio 2012/2013, o que representou apenas 2,4% das importações desses bens pelos países sul-americanos (**Tabela 60**).

TABELA 60 – INTERESSES POTENCIAIS NAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL⁽¹⁾

País	Número de SHs	Exportações totais do Brasil ⁽²⁾ Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações do país ⁽³⁾ Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Colômbia	335	26.620,7	12.539,4	338,8	2,7
Chile	236	22.448,8	9.418,4	184,3	2,0
Peru	264	22.532,7	6.430,3	152,6	2,4
Argentina	197	6.057,4	6.077,5	133,3	2,2
Equador	243	23.752,4	4.482,3	114,9	2,6
Venezuela	165	6.874,6	4.119,0	100,6	2,4
Bolívia	132	8.005,7	1.369,3	46,7	3,4
Uruguai	123	14.088,6	781,1	17,2	2,2
Paraguai	75	1.289,2	600,6	19,0	3,2
Total	673	131.669,9	45.818,0	1.107,5	2,4

Fontes: (2) SECEX/MDIC; (3) COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Os países estão ordenados segundo o valor total das importações do país.

A **Tabela 60** deixa claro que os maiores interesses potenciais concentram-se nos países da Aliança do Pacífico, o que pode ser associado à necessidade de maior aprofundamento nos acordos comerciais do Brasil com estes países e também à forte concorrência de terceiros países, especialmente no Chile e no Peru, que possuem níveis tarifários mais baixos. Equador, Bolívia e Venezuela ocupam posição intermediária. Quanto aos países do MERCOSUL, os interesses potenciais identificados não são significativos: nos casos do Uruguai e do Paraguai, porque as importações desses produtos pelos dois países são pouco expressivas; no caso da Argentina, porque esses produtos têm pequena participação na pauta de exportação brasileira.

2.4.1 PAÍSES DA ALIANÇA DO PACÍFICO

COLÔMBIA

É país onde os interesses potenciais são mais expressivos, o que já se havia evidenciado no Relatório de 2007. Foram identificados 335 itens do SH-6 cujas importações do país somam o elevado montante de US\$ 12,5 bilhões na média do biênio 2012/2013; as exportações brasileiras representaram apenas 2,7%

deste total - embora o valor total das exportações brasileiras desses produtos para o mundo alcance US\$ 26,6 bilhões (ver **Tabela 60**).

Destacam-se, pelo volume das importações correspondentes, os produtos relacionados a três setores – veículos automotores, produtos químicos e máquinas e equipamentos – que respondem por 64% das importações dos produtos identificados como de interesse potencial (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 61 – MERCADOS DA COLÔMBIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações da Colômbia Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Veículos automotores	17	9.751	4.202	128	3,0
Produtos químicos	110	2.223	2.026	54	2,7
Máquinas e equipamentos	70	2.177	1.797	38	2,1
Produtos alimentícios	7	8.860	993	36	3,7
Produtos farmacêuticos	10	198	813	10	1,2
Demais setores	121	3.411	2.709	72	2,7
Total	335	26.621	12.539	339	2,7

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais na Colômbia. O Brasil aparece entre os três primeiros fornecedores em apenas 6,5% dos 335 itens do SH-6 e não é o principal fornecedor em nenhum desses produtos. Os principais fornecedores desses mercados são Estados Unidos (o principal fornecedor em 38% dos mercados e um dos três maiores em 64%) e a China, seguidos da Alemanha, do México e da Itália.

TABELA 62 – MERCADOS DA COLÔMBIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	Estados Unidos	China	Alemanha	México	Itália
o principal fornecedor	37,6	26,3	7,8	5,4	3,6
um dos três maiores fornecedores	64,5	63,0	33,1	20,0	14,6

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

CHILE

É o segundo país onde os interesses potenciais são mais expressivos. Foram identificados 236 itens SH-6 cujas importações pelo país somaram US\$ 9,4 bilhões em 2012/2013. Apenas 2% dessas importações provêm do Brasil, que, no entanto, realizou exportações totais para o mundo de tais produtos no valor de US\$ 22,4 bilhões nesse biênio (ver **Tabela 60**). Como o acordo comercial entre Brasil e Chile tem ampla cobertura e desgravação completa, ações de promoção comercial devem ser mais eficazes nesse caso.

Veículos automotores, máquinas e equipamentos e produtos químicos, os mesmos segmentos destacados no caso da Colômbia, respondem por 70% das importações chilenas dos produtos com interesses potenciais (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 63 – MERCADOS DO CHILE: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações do Chile Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Veículos automotores	4	5.068	3.067	62	2,0
Máquinas e equipamentos	71	1.792	2.246	50	2,2
Produtos químicos	50	629	1.238	17	1,3
Prod. borracha e de mat. plástico	15	407	726	28	3,8
Produtos alimentícios	11	12.237	634	4	0,6
Demais setores	85	2.315	1.508	24	1,6
Total	236	22.449	9.418	184	2,0

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais no Chile. Aparecem entre os três primeiros fornecedores em apenas 8,5% dos 236 itens SH-6 e não são o principal fornecedor em nenhum desses produtos. Os principais fornecedores desses mercados são China (o principal fornecedor em 35% dos mercados e um dos três maiores em 63%) e os Estados Unidos, seguidos da Alemanha, da Itália e da Argentina.

TABELA 64 – MERCADOS DO CHILE: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS POTENCIAIS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Argentina
o principal fornecedor	34,7	27,5	7,6	3,0	5,5
um dos três maiores fornecedores	63,1	58,5	35,6	15,7	11,4

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

PERU

É o terceiro país em ordem de importância onde os interesses potenciais são mais expressivos. Foram identificados 264 itens do SH-6 com tais características. As importações peruanas desses produtos somaram US\$ 6,4 bilhões em 2012/2013, dos quais apenas 2,4% provêm do Brasil, que, no entanto, exportou ao mundo US\$ 22,5 bilhões de tais produtos nesse biênio (ver **Tabela 60**). Como na Colômbia e no Chile, os produtos dos setores de veículos automotores, máquinas e equipamentos e produtos químicos se destacam, respondendo por 61% do valor das importações dos 264 itens do SH-6 (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 65 – MERCADOS DO PERU: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações do Peru Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Veículos automotores	8	3.577	1.459	28	1,9
Máquinas e equipamentos	69	1.567	1.304	47	3,6
Produtos químicos	63	1.564	1.155	27	2,4
Produtos alimentícios	8	8.382	965	10	1,1
Outros equip. de transporte, exceto veículos automotores	4	286	247	13	5,3
Demais setores	112	7.157	1.300	28	2,1
Total	264	22.533	6.430	153	2,4

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais no Peru. Elas aparecem entre os três primeiros fornecedores em apenas 9,8% dos 264 itens do SH-6 e o Brasil não é o principal fornecedor em nenhum desses produtos.

TABELA 66 – MERCADOS DO PERU: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Colômbia
o principal fornecedor	33,7	28,4	7,2	3,4	4,2
um dos três maiores fornecedores	65,5	54,5	23,9	15,2	13,6

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Como mostrado acima, os principais fornecedores desses mercados são a China (o principal fornecedor em 34% dos mercados e um dos três maiores em 65%) e os Estados Unidos, seguidos da Alemanha, da Itália e da Colômbia.

Cabe notar que, apesar da coincidência, nos três países da Aliança do Pacífico, da concentração dos produtos com interesse potencial nos mesmos três setores, existe relativa diversidade dos produtos associados aos diferentes países. De fato, dos 285 itens SH-6 caracterizados como de interesse potencial nos países da Aliança, apenas 44 são comuns aos três países; 90 aparecem em dois países e a maioria, 151 itens, é identificada em apenas um dos três. Essa distribuição é semelhante nos três setores destacados. Do valor total das importações desses produtos pelos três países (US\$ 18,5 bilhões), 23% corresponde a produtos que só aparecem em um dos países, 47% aos que estão apontados em dois países, e 30% aos comuns aos três países.

2.4.2 OS PAÍSES DA ALBA-TCP

EQUADOR

Foram selecionados 243 itens do SH-6 com importações de US\$ 4,5 bilhões em 2012/2013, dos quais apenas 3,5% são importados do Brasil. O valor total das exportações brasileiras desses produtos no biênio foi de US\$ 23,8 bilhões (ver **Tabela 60**). Os produtos identificados estão concentrados nos mesmos três setores destacados nos países da Aliança do Pacífico: veículos automotores, produtos químicos e máquinas e equipamentos, aos quais correspondem 61% das importações equatorianas dos produtos com interesse potencial (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 67 – MERCADOS DO EQUADOR: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações do Equador Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share
Veículos automotores	13	8.704	1.377	28	2,1
Produtos químicos	59	1.391	742	10	1,3
Máquinas e equipamentos	58	1.457	629	15	2,4
Produtos alimentícios	6	6.989	435	32	7,4
Metalurgia	14	1.188	316	1	0,2
Demais setores	93	4.023	984	29	2,9
Total	243	23.752	4.482	115	2,6

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais no Equador. O Brasil aparece entre os três primeiros fornecedores em apenas 5,3% dos 243 itens SH-6 e não é o principal fornecedor em nenhum desses produtos. Os principais fornecedores desses mercados são os Estados Unidos (o principal fornecedor em 32% dos mercados e um dos três maiores em 65%) e a China, seguidos da Colômbia, da Alemanha e do México.

TABELA 68 – MERCADOS DO EQUADOR: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS POTENCIAIS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Estados Unidos	China	Colômbia	Alemanha	México
o principal fornecedor	31,7	28,8	11,5	4,1	3,3
um dos três maiores fornecedores	64,6	65,8	32,5	18,5	13,2

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

VENEZUELA

Os interesses potenciais no país referem-se a 165 itens do SH-6, cujas importações alcançam US\$ 4,1 bilhões, dos quais 2,4% são importados do Brasil. Vale notar, no entanto, que o valor total das exportações brasileiras desses produtos ao mundo – que nos quatro casos anteriores é, no mínimo, duas vezes maior do que as importações daqueles países – é de apenas US\$ 6,9 bilhões (ver **Tabela 60**). Pouco mais da metade (52%) das importações desses produtos pela Venezuela está associada aos setores de máquinas e equipamentos e produtos químicos, seguidos de produtos farmacêuticos, metalurgia e máquinas e materiais elétricos (com cerca de 11% do total, cada um) (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 69 – MERCADOS DA VENEZUELA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações da Venezuela Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Máquinas e equipamentos	43	1.508	1.429	25	1,8
Produtos químicos	43	591	694	14	2,0
Produtos farmacêuticos	6	160	485	1	0,1
Metalurgia	11	1.504	470	24	5,0
Máq. , aparelhos e mat elétricos	13	269	442	14	3,1
Demais setores	49	2.842	599	24	3,9
Total	165	6.875	4.119	101	2,4

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais no Venezuela. O Brasil aparece entre os três primeiros fornecedores em apenas 16% dos 165 itens SH-6 e não é o principal fornecedor em nenhum desses produtos. Os principais fornecedores desses mercados são os Estados Unidos (o principal fornecedor em 46% dos mercados e um dos três maiores em 80%) e a China, seguidos da Colômbia, do México e da Itália.

TABELA 70 – MERCADOS DA VENEZUELA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	Estados Unidos	China	Colômbia	México	Itália
o principal fornecedor	46,1	13,9	7,9	5,5	3,6
um dos três maiores fornecedores	80,0	50,3	20,0	15,8	13,3

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

BOLÍVIA

Os interesses potenciais no país são inferiores aos casos anteriores, envolvendo 132 itens SH-6, com importações de US\$ 1,4 bilhões, das quais 3,4% provenientes do Brasil. O valor total das exportações brasileiras desses produtos foi US\$ 8,0 bilhões (ver **Tabela 71**).

De novo, destacam-se os setores de veículos automotores, produtos químicos e máquinas e equipamentos, dessa vez com maior grau de concentração do que nos casos anteriores (82%) (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 71 – MERCADOS DA BOLÍVIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações da Bolívia Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Veículos automotores	8	6.178	598	15	2,5
Produtos químicos	36	575	294	12	4,2
Máquinas e equipamentos	29	362	237	9	3,6
Metalurgia	8	385	61	4	6,6
Outros equip. de transporte, exceto veículos automotores	2	188	49	4	7,6
Demais setores	49	316	130	3	2,5
Total	132	8.006	1.369	47	3,4

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais na Bolívia. O Brasil aparece entre os três primeiros fornecedores em apenas 26,5% dos 132 itens SH-6 e não é o principal fornecedor em nenhum desses produtos. Os principais fornecedores desses mercados são a China (o principal fornecedor em 34,8% dos mercados e um dos três maiores em 58%) e os Estados Unidos, além da Argentina, do Peru e da Itália.

TABELA 72 – MERCADOS DA BOLÍVIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS POTENCIAIS COMO INTERESSES CONSOLIDADOS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Argentina	Peru	Itália
o principal fornecedor	34,8	14,4	8,3	7,6	4,5
um dos três maiores fornecedores	57,6	45,5	22,7	12,1	15,9

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.4.3 PAÍSES DO MERCOSUL

ARGENTINA

Foram selecionados 197 itens do SH-6 caracterizados como de interesse potencial, com importações de US\$ 6,1 bilhões em 2012/2013, dos quais apenas 2,2% provenientes do Brasil. O valor total das exportações brasileiras desses produtos no biênio foi de US\$ 6,1 bilhões (ver **Tabela 60**). Cabe notar, no entanto, que 54% desse valor total das exportações brasileiras correspondem a um único setor (outros equipamentos de transporte) ou, mais exatamente, a um único item SH-6 (aviões de mais de 15 toneladas). Por outro lado, a importação desse item corresponde a apenas 10% das importações argentinas de produtos identificados como de interesse potencial.

Os demais produtos caracterizados como de interesse potencial têm pequeno peso na pauta exportadora brasileira. Dentre esses, destacam-se os produtos químicos e máquinas e equipamentos, aos quais correspondem 54% das importações argentinas, seguidos de equipamentos de informática e produtos eletrônicos e produtos farmacêuticos (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 73 – MERCADOS DA ARGENTINA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações da Argentina Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Produtos químicos	78	593	2.176	31	1,4
Máquinas e equipamentos	64	584	1.088	43	4,0
Equip. informática, prod. eletrônicos	4	59	786	5	0,7
Produtos farmacêuticos	10	69	720	2	0,3
Outros equip. de transporte, exceto veículos automotores	4	3.255	651	37	5,8
Demais setores	37	1.496	658	14	2,2
Total	197	6.057	6.077	133	2,2

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais na Argentina. Os principais fornecedores desses mercados são a China (o principal fornecedor em 28% dos mercados e um dos três maiores em 61%) e os Estados Unidos, seguidos da Alemanha, da Itália e da Índia.

TABELA 74 – MERCADOS DA ARGENTINA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Índia
o principal fornecedor	27,9	22,8	13,2	10,7	4,1
um dos três maiores fornecedores	61,4	42,1	44,2	27,9	11,7

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

URUGUAI

Os interesses potenciais identificados no Uruguai não são significativos. Foram selecionados 123 itens SH-6, com importações de apenas US\$ 781 milhões em 2012/2013, dos quais apenas 2,2% são importados do Brasil. Neste caso, no entanto, o Brasil exportou valor total expressivo ao mundo, de US\$ 14,1 bilhões na média do biênio 2012/2013.

TABELA 75 – MERCADOS DO URUGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações do Uruguai Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Produtos químicos	38	586	418	6	1,4
Máquinas e equipamentos	25	216	92	4	4,0
Outros equip. de transporte, exceto veículos automotores	3	199	50	1	1,9
Produtos farmacêuticos	6	79	43	1	2,1
Produtos alimentícios	6	7.268	37	1	2,8
Demais setores	45	5.741	141	5	3,3
Total	123	14.089	781	17	2,2

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais no Uruguai. O Brasil é o principal fornecedor em relação a 7,3% dos 123 itens do SH-6 identificados e aparece entre os três primeiros fornecedores em 18,7% dos produtos. O país é superado pelas empresas da China (o principal fornecedor em 33% dos mercados e um dos três maiores em 61%) e da Argentina, dos Estados Unidos e da Alemanha.

TABELA 76 – MERCADOS DO URUGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha	Brasil
o principal fornecedor	33,3	17,9	9,8	7,3	7,3
um dos três maiores fornecedores	61,0	37,4	29,3	23,6	18,7

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

PARAGUAI

Os interesses potenciais identificados no Paraguai não são significativos. Foram selecionados 75 itens SH-6, com importações de apenas US\$ 601 milhões em 2012/2013, dos quais apenas 3,2% são importados do Brasil. No total, o Brasil exportou US\$ 1,3 bilhão no biênio 2012/2013 destes produtos selecionados.

TABELA 77 – MERCADOS DO PARAGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES POTENCIAIS E MARKET SHARE DO BRASIL NESSES SETORES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações totais do Brasil Média 2012/2013 (US\$ milhões)	Importações do Paraguai Média 2012/2013		
			Total	Com origem no Brasil	
			(US\$ milhões)	(US\$ milhões)	Market share do Brasil (%)
Produtos químicos	27	395	236	12	5,3
Equip. informática, produtos eletrônicos	2	56	80	0	0,1
Outros equip. de transporte, exceto veículos automotores	1	188	77	0	0,5
Metalurgia	3	191	54	2	2,8
Produtos têxteis	11	7	43	1	2,3
Demais setores	31	452	111	4	3,3
Total	75	1.289	601	19	3,2

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor importado pelo país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses potenciais no Paraguai. Não são o principal fornecedor em relação a nenhum dos 75 itens SH-6 identificados e aparecem entre os três primeiros fornecedores em 48% dos produtos. São superadas pelas empresas da China (o principal fornecedor em 51% dos mercados e um dos três maiores em 68%) e da Argentina, mas estão à frente das empresas dos Estados Unidos e da Alemanha.

TABELA 78 – MERCADOS DO PARAGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Argentina	Brasil	Estados Unidos	Alemanha
o principal fornecedor	50,7	14,7	0,0	6,7	4,0
um dos três maiores fornecedores	68,0	30,7	48,0	26,7	14,7

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.4.4 PRINCIPAIS CONCORRENTES DO BRASIL

A Tabela 79 a seguir consolida os resultados apresentados anteriormente relativos aos principais fornecedores dos produtos nos quais os interesses das empresas exportadoras brasileiras são considerados potenciais. As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação esses produtos em todos os países, aparecendo entre os cinco principais fornecedores apenas no Uruguai e no Paraguai.

A China e os Estados Unidos são os dois principais fornecedores em todos os países, com a Argentina deslocando os Estados Unidos dessa posição no Uruguai e Paraguai. Têm presença significativa também a Alemanha e a Itália, ambas entre os cinco primeiros fornecedores em seis países. Dentre os países da América Latina, a Argentina destaca-se em quatro países (Uruguai, Paraguai, Bolívia e

Peru) a Colômbia em três (Venezuela, Equador e Chile) e o México também em três (Venezuela, Colômbia e Equador).

TABELA 79 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES POTENCIAIS DO BRASIL NOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	Estados Unidos	China	Alemanha	México	Itália
Paraguai	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Argentina
Uruguai	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Colômbia
ALIANÇA DO PACÍFICO					
Chile	Estados Unidos	China	Colômbia	Alemanha	México
Peru	Estados Unidos	China	Colômbia	México	Itália
Colômbia	China	Estados Unidos	Argentina	Peru	Itália
ALBA-TCP					
Venezuela	China	Estados Unidos	Alemanha	Itália	Índia
Bolívia	China	Argentina	Brasil	Estados Unidos	Alemanha
Equador	China	Argentina	Estados Unidos	Alemanha	Brasil

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.

2.5 INTERESSES EMERGENTES

Os interesses emergentes referem-se a produtos que tinham peso insignificante nas exportações brasileiras para os países sul-americanos há alguns anos atrás - adota-se como referência o biênio 2007/2008 –, mas cujas vendas cresceram de forma bastante rápida desde então, alcançando valores significativos em 2012/2013 – maiores do que US\$ 100 mil. Nesses casos, o Brasil tem interesse em preservar as condições que permitiram que os produtos dessem esse **salto** exportador e prover as condições para que esse crescimento se sustente nos próximos anos, de modo a alcançar um *market share* mais elevado nas importações dos países.

As exportações brasileiras dos produtos classificados como interesses emergentes para os países sul-americanos alcançaram, na média do biênio 2012/2013, o valor de US\$ 1.253 milhões, o que representou um crescimento médio anual de 19,5% em relação ao biênio 2007/2008. Ainda assim, o Brasil responde por apenas 5,2% das importações desses produtos, um montante de US\$ 23,8 bilhões.

TABELA 80 – INTERESSES EMERGENTES NAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL

País	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino ao País ⁽¹⁾			Importações totais do país ⁽²⁾ 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Venezuela	398	451,5	763,6	11,1	7.520,8
Colômbia	173	19,0	209,4	61,7	3.396,0
Argentina	159	7,8	63,1	51,9	1.865,7
Chile	159	14,4	77,6	40,1	4.125,8
Equador	134	10,9	50,0	35,5	4.877,5
Paraguai	124	2,7	15,1	41,2	241,0
Peru	116	3,6	39,0	60,9	1.226,4
Bolívia	98	2,2	12,4	41,6	266,6
Uruguai	92	2,2	21,9	58,6	237,1
Total	1.086	514	1.252	19,5	23.756,9

Fontes: (1) SECEX/MDIC; (2) COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.5.1 PAÍSES DO MERCOSUL

ARGENTINA

Foram identificados 159 itens do SH-6 que podem ser classificados como interesses emergentes, cujas exportações brasileiras para o país cresceram a uma taxa anual de 51,9% entre 2007/2008 e 2012/2013, embora alcancem apenas o montante de US\$ 63 milhões no fim desse período (ver **Tabela 80**). As importações desses produtos pela Argentina foram da ordem de US\$ 1.866 milhões, destacando-se os equipamentos de informática e produtos eletrônicos com importações de US\$ 796 milhões (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 81 – MERCADOS DA ARGENTINA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino à Argentina			Importações da Argentina 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Equip. informática, prod. eletrônicos	16	0,8	16,8	82,5	796
Máq., aparelhos e materiais elétricos	8	0,8	7,7	58,7	218
Máquinas e equipamentos	17	1,2	7,1	41,4	146
Produtos têxteis	24	0,7	6,5	55,4	49
Produtos químicos	23	1,3	6,5	37,2	198
Demais setores	71	2,9	18,5	44,9	459
Total	159	7,8	63,1	51,9	1.866

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras já têm posição de destaque em relação aos produtos identificados como interesses emergentes, sendo o principal fornecedor em 15% dos 159 itens do SH-6 e aparecendo entre os três primeiros fornecedores em 38% dos casos. Essa posição só é superada pela da China. Dentre os outros concorrentes, destacam-se os Estados Unidos, seguido da Alemanha e da Itália.

TABELA 82 – MERCADOS DA ARGENTINA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	China	Brasil	Estados Unidos	Alemanha	Itália
o principal fornecedor	28,9	15,1	14,5	8,8	4,4
um dos três maiores fornecedores	55,3	37,7	40,3	32,1	22,6

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

PARAGUAI

Foram identificados 124 itens do SH-6, cujas exportações brasileiras para o país cresceram a uma taxa anual de 41,2%. Contudo, as importações paraguaias desses produtos não são muito significativas (US\$ 241 milhões, como indicado na **Tabela 80**). O destaque cabe aos produtos do setor de equipamentos de informática e produtos eletrônicos, os quais geraram importações de US\$ 100 milhões em 2012/2013 (ver **Link – Anexo II**).

TABELA 83 – MERCADOS DO PARAGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino ao Paraguai			Importações do Paraguai 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Equip. informática, prod. eletrônicos	9	0,1	2,4	74,3	100,3
Confeção de artigos do vestuário	21	0,4	2,2	38,9	9,9
Máquinas e equipamentos	23	0,6	2,2	29,7	21,1
Produtos químicos	11	0,2	1,8	56,4	10,4
Máq., aparelhos e materiais elétricos	7	0,2	1,1	44,2	23,2
Demais setores	53	1,2	5,4	36,4	76,1
Total	124	2,7	15,1	41,2	241,0

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras já têm posição de destaque em relação aos produtos identificados como interesses emergentes no Paraguai, superior, aliás, à posição registrada na Argentina. Brasil é o principal fornecedor em 37% dos 124 itens do SH-6 e aparece entre os três primeiros fornecedores em 73% dos produtos. Seus principais concorrentes são a China e os Estados Unidos, seguidos da Argentina e da Alemanha.

TABELA 84 – MERCADOS DO PARAGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	Brasil	China	Estados Unidos	Argentina	Alemanha
o principal fornecedor	37,1%	29,8%	10,5%	10,5%	2,4%
um dos três maiores fornecedores	72,6%	67,7%	31,5%	41,1%	9,7%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

URUGUAI

Foram identificados 92 itens do SH-6, cujas exportações brasileiras para o país cresceram 58,6% a.a. O volume das importações uruguaias desses produtos não é, no entanto, muito significativo (US\$ 237 milhões), destacando-se os equipamentos de informática e produtos eletrônicos, com cerca de um terço desse total (**Tabela 85 e Link – Anexo II**).

TABELA 85 – MERCADOS DO URUGUAI: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino ao Uruguai			Importações do Uruguai 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Metalurgia	9	0,2	9,0	126,7	7,6
Equip. informática, prod. eletrônicos	8	0,2	1,9	49,9	84,3
Produtos têxteis	5	0,2	1,7	60,7	7,5
Produtos químicos	10	0,3	1,5	36,3	16,8
Confecção de artigos do vestuário	10	0,2	1,2	41,9	21,3
Demais setores	50	1,1	6,6	43,1	99,6
Total	92	2,2	21,9	58,6	237,1

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras são as principais fornecedoras de 10% dos 92 itens do SH-6 identificados como interesses emergentes no Uruguai e aparecem entre os três primeiros fornecedores em 35% dos produtos. Essa posição é superada pelas empresas da China, Argentina, e Estados Unidos.

TABELA 86 – MERCADOS DO URUGUAI: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Argentina	Estados Unidos	Brasil	Espanha
o principal fornecedor	39%	16%	14%	10%	3%
um dos três maiores fornecedores	62%	52%	40%	35%	12%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.5.2 PAÍSES DA ALIANÇA DO PACÍFICO

COLÔMBIA

Foram identificados 173 itens do SH-6 como interesses emergentes, os quais apresentaram a maior taxa de crescimento anual das exportações brasileiras de produtos com essa caracterização entre os países da América do Sul (61,7%). O volume das exportações brasileiras desses produtos para o país (US\$ 209 milhões) é mais significativo do que nos demais países, à exceção da Venezuela. O volume das importações colombianas de tais produtos alcançou o montante de US\$ 3.396 milhões em 2008/2013, destacando-se os equipamentos de informática e produtos eletrônicos; máquinas e materiais elétricos, produtos químicos e metalurgia (**Tabela 80 e Link – Anexo II**).

TABELA 87 – MERCADOS DA COLÔMBIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino à Colômbia			Importações da Colômbia 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Máq., aparelhos e materiais elétricos	18	5,9	104,7	77,6	524
Veículos automotores,	3	1,8	22,4	64,8	40
Metalurgia	8	2,0	18,4	55,2	396
Produtos químicos	27	3,3	17,3	39,2	407
Equip. informática, prod. eletrônicos	20	0,9	14,8	75,3	902
Demais setores	97	4,9	31,9	45,2	1.127
Total	173	19,0	209,4	61,7	3.396

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras têm, atualmente, posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses emergentes na Colômbia, como de resto nos dois outros países da Aliança do Pacífico. Elas aparecem entre os três primeiros fornecedores em apenas 11% dos 173 itens do SH-6 e o Brasil é o principal fornecedor em apenas 0,6% dos casos. Os principais fornecedores desses mercados são a China (o principal fornecedor em 35% dos mercados e um dos três maiores em 60%) e os Estados Unidos, seguidos do México, do Chile e da Alemanha.

TABELA 88 – MERCADOS DA COLÔMBIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	México	Chile	Alemanha
o principal fornecedor	35,3%	29,5%	9,2%	3,5%	2,9%
um dos três maiores fornecedores	59,5%	74%	25,4%	6,9%	24,3%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

CHILE

Foram identificados 159 itens do SH-6, cujas exportações brasileiras para o país cresceram 40,1% a.a. O volume das importações chilenas desses produtos alcançou o montante de US\$ 4.126 milhões, destacando-se os produtos do setor de máquinas e equipamentos. O valor das exportações brasileiras de produtos identificados como interesses emergentes para o Chile (US\$ 78 milhões) é, no entanto, significativamente menor do que o registrado para a Colômbia (**Tabela 80 e Link – Anexo II**).

TABELA 89 – MERCADOS DO CHILE: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino ao Chile			Importações do Chile 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Equip. informática, prod. eletrônicos	9	1,6	13,2	51,8	434
Produtos de metal, exceto máq. e equipamentos	8	1,5	9,5	45,4	63
Máquinas e equipamentos	19	2,3	9,4	32,7	1.122
Outros equip. de transporte, exceto veíc. automotores	4	1,1	8,2	49,2	117
Produtos químicos	21	1,7	8,1	36,0	404
Demais setores	98	6,2	29,4	36,6	1.984
Total	159	14,4	77,6	40,1	4.126

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses emergentes. Elas aparecem entre os três primeiros fornecedores em apenas 13% dos 159 itens do SH-6 e são o principal fornecedor apenas em 1,3% dos casos. Os principais fornecedores desses mercados são a China (o principal fornecedor em 39% dos mercados e um dos três maiores em 67%) e os Estados Unidos, seguidos da Argentina, da Espanha e da Alemanha.

TABELA 90 – MERCADOS DO CHILE: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Argentina	Espanha	Alemanha
o principal fornecedor	39%	24,5%	8,2%	5%	3,8%
um dos três maiores fornecedores	66,7%	57,9%	15,1%	16,4%	25,2%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

PERU

Foram identificados 116 itens do SH-6. As exportações brasileiras para o país experimentaram taxa anual de crescimento elevada (60,9%), embora o montante dessas exportações seja ainda pouco significativo (US\$ 39 milhões). As importações desses produtos pelo Peru foram US\$ 1.226 milhões, com destaque para os equipamentos de informática e produtos eletrônicos (**Tabela 91 e Link – Anexo II**).

TABELA 91 – MERCADOS DO PERU: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino ao Peru			Importações do Peru 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Equip. informática, prod. eletrônicos	11	0,6	12,4	81,6	396
Máquinas e equipamentos	13	0,4	6,8	75,4	83
Máq., aparelhos e materiais elétricos	8	0,5	5,3	61,7	109
Produtos de metal, exceto máq. e equipamentos	12	0,5	3,9	48,5	182
Produtos têxteis	8	0,2	2,0	65,0	51
Demais setores	64	1,4	8,6	43,9	404
Total	116	3,6	39,0	60,9	1.226

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses emergentes no Peru. O Brasil aparece entre os três primeiros fornecedores em apenas 18% dos 116 itens do SH-6 e não é o principal fornecedor de nenhum desses produtos. Os principais fornecedores desses mercados são a China (o principal fornecedor em 50% dos mercados e um dos três maiores em 68%) e os Estados Unidos, seguidos do Chile, da Alemanha e da Itália.

TABELA 92 – MERCADOS DO PERU: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Estados Unidos	Chile	Alemanha	Itália
o principal fornecedor	50%	25%	5%	3%	3%
um dos três maiores fornecedores	68%	56%	9%	23%	11%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.5.3 PAÍSES DA ALBA-TCP

VENEZUELA

Foram identificados 398 itens do SH-6 que podem ser classificados como interesses emergentes. As importações da Venezuela desses produtos são significativas (US\$ 7.521 milhões), destacando-se as de produtos farmacêuticos (US\$ 2.071 milhões) e máquinas e equipamentos (US\$ 1.455 milhões). As exportações brasileiras desses produtos para o país são expressivas (US\$ 764 milhões em 2012/2013), mas têm crescido à taxa relativamente moderada nos últimos anos (11,1% a.a.) (**Tabela 93 e Link – Anexo II**).

TABELA 93 – MERCADOS DA VENEZUELA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino à Venezuela			Importações da Venezuela 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Bebidas	3	55,9	159,6	23,4	219
Produtos farmacêuticos	9	75,4	151,6	15,0	2.071
Máquinas e equipamentos	86	90,0	149,8	10,7	1.455
Veículos automotores	11	42,0	49,6	3,4	128
Produtos de metal, exceto máq. e equipamentos	32	21,2	38,2	12,5	270
Demais setores	257	167,1	214,7	5,1	3.378
Total	398	451,5	763,6	11,1	7.521

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses emergentes na Venezuela, como também no Equador. Elas aparecem entre os três primeiros fornecedores em apenas 14% dos 398 itens do SH-6 e o Brasil é o principal fornecedor em apenas 1% dos casos. Os principais fornecedores desses mercados são os Estados Unidos (o principal fornecedor em 47% dos mercados e um dos três maiores em 76%) e a China, seguidos da Colômbia, do México e da Alemanha.

TABELA 94 – MERCADOS DA VENEZUELA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Percentagem dos mercados em que o país é	Estados Unidos	China	Colômbia	México	Alemanha
o principal fornecedor	47,5%	16,6%	9,5%	3%	2,3%
um dos três maiores fornecedores	76,4%	50,8%	22,1%	13,3%	18,1%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

EQUADOR

Foram identificados 134 itens do SH-6, cujas exportações brasileiras para o país cresceram a uma taxa anual de 50% de 2007/2008 a 2012/2013. As importações desses produtos pelo Equador são significativas (US\$ 4.878 milhões), destacando-se, no entanto, as importações de derivados de petróleo (as importações, subtraídas as de derivados de petróleo, caem para US\$ 1.732 milhões). As exportações brasileiras desses produtos para o país são muito pouco significativas (US\$ 50 milhões) (**Tabela 95 e Link – Anexo II**).

TABELA 95 – MERCADOS DO EQUADOR: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino ao Equador			Importações do Equador 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Equip. informática, prod. eletrônicos	11	1,1	13,6	64,3	466
Produtos químicos	19	1,6	6,0	30,7	177
Máquinas e equipamentos	23	2,0	5,6	23,2	208
Máq., aparelhos e materiais elétricos	14	1,2	4,7	31,0	174
Produtos farmacêuticos	4	1,1	3,3	24,1	156
Demais setores	63	3,9	16,9	33,9	3.696
Total	134	10,9	50,0	35,5	4.878

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

As empresas brasileiras têm posição pouco expressiva em relação aos produtos identificados como interesses emergentes no Equador. Elas aparecem entre os três primeiros fornecedores em apenas 7,5% dos 134 itens do SH-6 e são o principal fornecedor em apenas 0,7% dos casos. Os principais fornecedores desses mercados são os Estados Unidos (o principal fornecedor em 37% dos mercados e um dos três maiores em 81%) e a China, seguidos da Colômbia, do Chile e da Alemanha.

TABELA 96 – MERCADOS DO EQUADOR: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013 EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	Estados Unidos	China	Colômbia	Chile	Alemanha
o principal fornecedor	36,6%	32,1%	11,9%	3%	1,5%
um dos três maiores fornecedores	80,6%	61,2%	37,3%	9%	22,4%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

BOLÍVIA

Foram identificados 98 itens do SH-6, cujas exportações brasileiras para o país cresceram a uma taxa anual de 12,2% nos últimos anos. O volume dessas exportações não é expressivo (US\$ 12,4 milhões). As importações desses produtos pela Bolívia também não são significativas (US\$ 267 milhões) (**Tabela 97 e Link – Anexo II**).

TABELA 97 – MERCADOS DA BOLÍVIA: DISTRIBUIÇÃO SETORIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS COM INTERESSES EMERGENTES – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013⁽¹⁾

Setores Industriais	Número de SHs	Exportações do Brasil com destino à Bolívia			Importações da Bolívia 2012/2013 (US\$ milhões)
		2007/2008 (US\$ milhões)	2012/2013 (US\$ milhões)	Variação anual (%)	
Produtos alimentícios	13	0,1	2,9	92,8	89
Equip. informática, prod. eletrônicos	9	0,2	1,6	50,9	41
Máq., aparelhos e materiais elétricos	8	0,2	1,0	44,7	12
Produtos têxteis	10	0,3	0,9	28,8	2
Produtos químicos	9	0,2	0,9	36,9	8
Demais setores	49	1,3	5,1	32,1	115
Total	98	2,2	12,4	41,6	267

Fontes: SECEX/MDIC e COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

Nota: (1) Setores selecionados segundo o valor das exportações brasileiras para o país no último período.

A posição das empresas brasileiras em relação aos 98 itens do SH-6 classificados como interesses emergentes na Bolívia é mais favorável do que em todos os demais países, exceto os do MERCOSUL. O Brasil é o principal fornecedor de 16% desses produtos e um dos três principais fornecedores de 51%. É superado somente pela China (o principal fornecedor em 36% dos casos e um dos três maiores em 64%), estando em posição mais favorável do que os Estados Unidos, a Argentina e o Peru.

TABELA 98 – MERCADOS DA BOLÍVIA: PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013
EM % DO TOTAL DE PRODUTOS

Porcentagem dos mercados em que o país é	China	Brasil	Estados Unidos	Argentina	Peru
o principal fornecedor	35,7%	16,3%	15,3%	8,2%	7,1%
um dos três maiores fornecedores	64,3%	51%	46,9%	21,4%	18,4%

Fonte: COMTRADE/ONU. Elaboração: FUNCEX.

2.5.4 PRINCIPAIS CONCORRENTES DO BRASIL

A **Tabela 99** a seguir consolida os resultados apresentados anteriormente relativos aos principais fornecedores dos produtos nos quais os interesses das empresas exportadoras brasileiras são considerados emergentes. O Brasil aparece entre os cinco principais fornecedores em apenas quatro países (Argentina, Uruguai, Paraguai e Bolívia).

A China é seu principal concorrente, sendo o fornecedor mais importante de sete dos nove países (as exceções são Venezuela e Equador). Destacam-se ainda como concorrentes importantes em todos os países os Estados Unidos e a Alemanha. Dentre os países latino-americanos, a Argentina aparece entre os cinco principais fornecedores em quatro países (Uruguai, Paraguai, Chile e Bolívia) o Chile em três (Colômbia, Peru e Equador), a Colômbia e o México em dois (respectivamente, Equador e Venezuela e Venezuela e Colômbia) e o Peru em um (Bolívia).

TABELA 99 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PRODUTOS CLASSIFICADOS COMO INTERESSES EMERGENTES DO BRASIL NOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – MÉDIA DO BIÊNIO 2012/2013

Mercados	Fornecedores				
MERCOSUL					
Argentina	China	Brasil	Estados Unidos	Alemanha	Itália
Paraguai	Brasil	China	Estados Unidos	Argentina	Alemanha
Uruguai	China	Argentina	Estados Unidos	Brasil	Espanha
ALIANÇA DO PACÍFICO					
Chile	China	Estados Unidos	Argentina	Espanha	Alemanha
Peru	China	Estados Unidos	México	Chile	Alemanha
Colômbia	China	Estados Unidos	Chile	Alemanha	Itália
ALBA-TCP					
Venezuela	Estados Unidos	China	Colômbia	México	Alemanha
Bolívia	China	Brasil	Estados Unidos	Argentina	Peru
Equador	Estados Unidos	China	Colômbia	Chile	Alemanha

Fonte: Elaborado pela FUNCEX, a partir de dados da COMTRADE/ONU.



3. ACESSO DO BRASIL AOS MERCADOS DA AMÉRICA DO SUL

O Brasil possui acordos comerciais com quase todos os países da América do Sul, o que permite o acesso com redução ou isenção de tarifas em grande número de produtos. No caso dos países do MERCOSUL, quase todo o comércio bilateral se dá com tarifa zero, com exceção do comércio açucareiro e do intercâmbio comercial dos produtos do setor automotivo, sujeitos a comércio administrado. Também nos casos de Chile e Bolívia os acordos são abrangentes, tendo sido basicamente assegurada a desgravação total das exportações brasileiras para esses países. Com a adesão da Venezuela ao MERCOSUL, as exportações brasileiras têm livre acesso a esse mercado a partir de 2014, com exceção de um conjunto de produtos submetidos a um cronograma de transição. Já no caso de Colômbia, Equador e Peru, os respectivos cronogramas de desgravação avançaram significativamente em 2014 e 2015, tendo os percentuais de produtos classificados como interesses comerciais do Brasil com margem de 100% se elevado substancialmente no período mais recente. No caso da Guiana há um acordo de preferências com o Brasil; com o Suriname não há acordo assinado, identificando-se como maior problema a incidência de tarifas específicas.

Este capítulo analisa o tratamento tarifário concedido por cada um dos países sul-americanos aos produtos de interesse comercial do Brasil. As informações relativas às tarifas e margens de preferência referentes a cada produto e país utilizadas nessa análise são apresentadas no **Link – Anexo III**.

As tabelas apresentadas a seguir, relativas a cada um dos países da América do Sul resumem as informações desse **Link – Anexo III**, apresentando a amplitude e a alíquota média das tarifas NMF dos produtos agrupados segundo as quatro categorias de interesse comerciais previamente identificadas, bem como a distribuição das margens de preferência outorgadas ao Brasil pelo país.

O levantamento das tarifas NMF e das preferências concedidas por cada país sul-americano a seus fornecedores externos teve como base a classificação mais desagregada adotada pelo país (linhas nacionais, de 8 ou 10 dígitos). A partir daí, foram calculadas as tarifas NMF médias relativas a cada um dos itens da SH a seis dígitos. No caso das margens de preferência, a distribuição de frequência tem como referência os itens tarifários definidos pela NALADI SH-96.

3.1 MERCOSUL

Além do comércio açucareiro, a única grande exceção ao livre-comércio dentro do bloco, em termos de aplicação de tarifas, é a Indústria automotiva, havendo forte resistência por parte da indústria argentina – e, em menor medida, também da uruguaia – em liberalizar completamente o comércio no setor. O 31º Protocolo Adicional ao ACE nº 14 (firmado entre Brasil e Argentina) previa que, ao final de 2005, deveria ser eliminado o regime especial para os produtos deste setor.

Este prazo foi prorrogado até 30 de junho de 2006 e, nesse meio tempo, foi assinado o 35º Protocolo Adicional ao ACE nº 14, o qual estabeleceu as condições para o comércio no setor automotivo entre Brasil e Argentina para o período de 1º de julho de 2006 a 30 de junho de 2008. Já o acordo bilateral sobre o setor automotivo entre Brasil e Uruguai (condições estabelecidas em protocolo adicional ao ACE nº 02) foi renegociado em março de 2007 e com prazo até junho de 2008.

O principal elemento do 35º protocolo é o coeficiente de desvio anual das exportações, conhecido como *flex*, que define limites para o comércio bilateral sem o pagamento de imposto de importação, ou seja, com margem de preferência de 100%. Até 30 de junho de 2006, o coeficiente, válido nos fluxos comerciais entre os dois países, foi de US\$ 2,6 de importação para cada US\$ 1 de exportação. A partir de 1º de julho, o coeficiente passou a ser de US\$ 1,95. A penalidade para as importações que excederem o limite é a cobrança de 75% da alíquota da TEC para as autopeças e 70% para os automóveis. Os produtos incluídos no novo acordo são automóveis e veículos utilitários leves, ônibus, caminhões, tratores, chassis com motor e autopeças.

Em junho de 2008, foi assinado o 38º Protocolo Adicional ao ACE nº 14 da ALADI que estendeu o regime *flex* para uso até junho de 2013, mantendo a proporção de 1 dólar exportado pela Argentina contra 1,95 por parte do Brasil com preferências de 100% no caso de comércio deficitário para Argentina; se o país deficitário fosse o Brasil, o coeficiente seria 2,5 (essa assimetria não teve efeito, uma vez que a Argentina apresentou déficit no comércio bilateral entre os dois países). No Protocolo nº 38, os países se comprometeram também a avaliar, no prazo de sua vigência, o funcionamento desse instrumento, estabelecendo-se que, na ausência de um novo acordo, as condições de livre comércio bilateral seriam adiantadas.

Decorrido esse prazo, no segundo semestre de 2013, o governo argentino assinou acordos diretos com as empresas fixando um regime de *flex* que perseguiu o equilíbrio do intercâmbio comercial no setor.

Em junho de 2014, o 38º Protocolo foi prorrogado até 30 de junho de 2015 pelo 40º Protocolo Adicional ao ACE nº 14, que reduziu o *flex* para o Brasil de 1,95 para 1,5. Adicionalmente, o Protocolo incorpora, pela primeira vez, um acordo entre os setores privados da cadeia automotiva dos dois países, no qual se prevê uma participação mínima de 11% de veículos argentinos no mercado brasileiro e de 44,3% de veículos brasileiros no mercado argentino, sem estabelecer, no entanto, um mecanismo expresso para o controle de cumprimento ou sanções no caso de não cumprimento. Além disso, o Protocolo compromete as partes a negociar até março de 2015, as bases de um novo marco regulatório para o setor automotivo, que teria vigência de 1 de julho de 2015 a 2020.

3.2 BOLÍVIA

As preferências comerciais negociadas entre o Brasil e a Bolívia foram consolidadas no Acordo de Complementação Econômica nº 36 (ACE nº 36), firmado em dezembro de 1996 e que envolve os quatro países do MERCOSUL e a Bolívia. Este Acordo teve como objetivo a conformação de uma Área de Livre

Comércio entre as partes em um prazo máximo de 10 anos, ao final do qual uma parte substancial dos fluxos de comércio entre eles deveria dar-se sem qualquer tipo de gravame. As tarifas bolivianas aplicadas a produtos classificados como interesses comerciais do Brasil aumentaram nos últimos anos, não só quanto ao seu valor médio que passou de 8,4%, em 2005, para cerca de 10,4%, em 2013, mas, também, quanto à sua amplitude que cresceu de 10% para 40% no mesmo período (as tarifas de 40% incidem basicamente sobre artigos de vestuário e móveis). O referido aumento incide, contudo, sobre terceiros fornecedores, haja vista que a totalidade desses produtos, considerados como interesses comerciais do Brasil, gozam de margem de preferência de 100% em 2014.

Em suma, a elevação do valor médio das tarifas associada à conclusão do processo de desgravação das exportações brasileiras tem favorecido a competitividade do país no mercado boliviano.

TABELA 100 – BOLÍVIA: TARIFAS APLICADAS E PREFERÊNCIAS OUTORGADAS PARA O BRASIL, SEGUNDO TIPOS DE PRODUTOS

"Categorias de interesses comerciais"	Tarifas aplicadas em 2013 ⁽¹⁾			Preferências outorgadas para o Brasil ^{(2), (b)}			
	Nº de SH	NMF ^(a)		Nº de itens	Faixas de margens (%)	Percentual de produtos (%)	
		Amplitude da tarifa	Tarifa média			2013	2014
Interesses consolidados	650	00-40	11,9	862	100	99,9	100,0
					80 - 100	0,1	0,0
Interesses ameaçados	278	00-40	8,1	336	100	100,0	100,0
Interesses potenciais	132	00-40	7,0	187	100	100,0	100,0
Interesses emergentes	98	00-40	12,2	129	100	100,0	100,0
Total de produtos selecionados	1.158	00-40	10,4	1.514	100	99,9	100,0
					80 - 100	0,1	0,0

Fonte: (1)Trains/Wits (2) SECEX/MDIC. Elaboração: FUNCEX.

Notas: (a) NMF = Nação mais favorecida.

(b) Preferências relativas a NALADI/SH-96.

3.3 CHILE

O Acordo de Complementação Econômica nº 35 (ACE nº 35), firmado entre os países do MERCOSUL e o Chile, em junho de 1996, tem entre seus objetivos o estabelecimento de uma área de livre comércio, mediante um programa de desgravações progressivas.

TABELA 101 – CHILE: TARIFAS APLICADAS E PREFERÊNCIAS OUTORGADAS PARA O BRASIL, SEGUNDO TIPOS DE PRODUTOS

"Categorias de interesses comerciais"	Tarifas aplicadas em 2012 ⁽¹⁾			Preferências outorgadas para o Brasil ^{(2), (b)}		
	Nº de SH	NMF ^(a)		Nº de itens	Faixas de margens (%)	Percentual de produtos (%) 2012
		Amplitude da tarifa	Tarifa média			
Interesses consolidados	322	0,0-6,0	4,5	482	100	100,0
Interesses ameaçados	288	0,0-6,0	3,5	362	100	100,0
Interesses potenciais	225	6,0-6,0	6,0	310	100	100,0
Interesses emergentes	159	0,0-6,0	5,2	232	100	100,0
Total de produtos selecionados	994	0,0-6,0	4,7	1.386	100	100,0

Fonte: (1)Trains/Wits (2) ALADI em http://consultawebv2.aladi.org/sicoexv2/jsf/preferencias_consolidadas_entrada.seam?cid=18613. Elaboração: FUNCEX.

Notas: (a) NMF = Nação mais favorecida.

(b) Preferências relativas a NALADI/SH-96.

As tarifas chilenas aplicadas a produtos classificados como interesses comerciais do Brasil apresentaram ligeiro declínio nos últimos anos, passando de uma média de 6% em 2005 para cerca de 4,7% em 2013. A amplitude das alíquotas não se alterou, exceto em relação aos produtos identificados como de interesse potencial em relação aos quais todas as alíquotas se encontram no limite superior do faixa tarifária (6%).

Por outro lado, a totalidade desses produtos considerados como interesses comerciais do Brasil gozavam de margem de preferência de 100% em 2014.

3.4 COLÔMBIA

O comércio do Brasil com este país é regulado pelo Acordo de Complementação Econômica nº 59 (ACE nº 59), firmado por MERCOSUL, Colômbia, Equador e Venezuela, em dezembro de 2003.

As tarifas aplicadas a produtos classificados como interesses comerciais do Brasil declinaram nos últimos anos, passando de uma média de 12%, em 2005, para cerca de 5%, em 2013, podendo, no entanto, alcançar, ainda, a alíquotas bastante elevadas (35%, no caso de automóveis de passageiros; 30%; no de motocicletas; e 25%; no caso de veículos comerciais e chassis).

A **Tabela 102** mostra que o percentual de produtos brasileiros que gozam de margem de preferência de 100% aumentou de 62%; em 2014; para 83%; em 2015. Ao final do cronograma de desgravação; em 2018, mais de 87% desses produtos estarão com margem de 100%.

Restará, no entanto, um razoável número de produtos (correspondentes a 185 itens da NALADI) com preferências inferiores a 100%, que se concentram basicamente em três setores: a indústria automotiva, em que as margens máximas alcançadas são, na maioria dos casos, de 54% ou 69%; a têxtil, onde as margens limitam-se, na maioria dos casos, a 23%; e a metalúrgica, com predominância de margens de 38%.

No tocante à eventual antecipação do cronograma de desgravação, as possibilidades hoje existentes dizem respeito a 67 itens da NALADI cuja margem de preferência atual está no intervalo 80%-100% e que devem ser elevadas para 100% em 2018. Tais itens distribuem-se de forma relativamente uniforme entre os quatro interesses comerciais considerados.

Tais resultados sugerem que o Brasil teria a ganhar do ponto de vista de seus interesses comerciais com uma renegociação dos termos do ACE nº 59 voltada para melhorar as condições finais de acesso para os produtos das indústrias automotiva, têxtil e metalúrgica, obtendo, se possível, um prazo razoável para que se alcancem margens de 100%.

TABELA 102 – COLÔMBIA: TARIFAS APLICADAS E PREFERÊNCIAS OUTORGADAS PARA O BRASIL, SEGUNDO TIPOS DE PRODUTOS

"Categorias de interesses comerciais"	Tarifas aplicadas em 2013 ⁽¹⁾			Preferências outorgadas para o Brasil ^{(2),(b)}							
	Nº de SH	NMF ^(a)		Nº de itens	Faixas de margens (%)	Percentual de produtos segundo anos (%)					
		Amplitude da tarifa	Tarifa média			2013	2014	2015	2016	2017	2018
Interesses consolidados	299	0,0-24,1	5,6	429	100	63,2	63,2	86,2	86,2	86,5	90,7
					80 -100	24,0	24,0	5,1	5,1	4,9	0,7
					60 -80	6,3	6,3	2,1	2,1	2,1	2,1
					40 -60	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
					20 -40	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7
					0 -20	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Interesses ameaçados	185	0,0-15,0	4,8	262	100	56,5	56,5	76,3	76,3	76,3	82,1
					80 -100	20,6	20,6	6,5	6,5	6,5	0,8
					60 -80	7,6	7,6	1,9	1,9	1,9	1,9
					40 -60	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
					20 -40	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6
					0 -20	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Interesses potenciais	335	0,0-47,5	4,4	516	100	68,8	68,8	84,5	84,5	84,5	87,4
					80 -100	17,6	17,6	4,8	4,8	4,8	1,9
					60 -80	4,7	4,7	1,7	1,7	1,7	1,7
					40 -60	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
					20 -40	5,2	5,2	5,2	5,2	5,2	5,2
					0 -20	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Interesses emergentes	173	0,0-20,0	6,1	258	100	51,9	51,9	80,2	80,2	81,4	87,2
					80 -100	30,6	30,6	8,1	8,1	7,0	1,2
					60 -80	9,7	9,7	3,9	3,9	3,9	3,9
					40 -60	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
					20 -40	5,4	5,4	5,4	5,4	5,4	5,4
					0 -20	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Total de produtos selecionados	992	0,0-47,5	5,1	1.465	100	62,0	62,0	82,8	82,8	83,1	87,4
					80 -100	22,3	22,3	5,8	5,8	5,5	1,2
					60 -80	6,6	6,6	2,3	2,3	2,3	2,3
					40 -60	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
					20 -40	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1
					0 -20	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6

Fonte: (1) Trains/Wits (2) SECEX/MDIC. Elaboração: FUNCEX.

Notas: (a) NMF = Nação mais favorecida.

(b) Preferências relativas a NALADI/SH-96.

3.5 EQUADOR

O comércio do Brasil com este país é regulado pelo Acordo de Complementação Econômica nº 59 (ACE nº 59), firmado por MERCOSUL, Colômbia, Equador e Venezuela, em dezembro de 2003.

As tarifas equatorianas aplicadas a produtos classificados como interesses comerciais do Brasil apresentaram ligeiro declínio nos últimos anos, passando de uma média de 10,5% em 2005 para cerca de 7,7% em 2013, podendo, no entanto, alcançar alíquotas superiores a 30% para uma gama diversificada de produtos.

A **Tabela 103** mostra que o percentual de produtos que gozam de margem de preferência de 100% aumentou de 54%, em 2014, para 79%, em 2015. Ao final do cronograma de desgravação em 2018, mais de 94% desses produtos estarão com margem de 100%.

Restarão, no entanto, produtos (correspondentes a 64 itens da NALADI) com preferências inferiores a 100%, que se concentram basicamente em *peças, partes e materiais para a indústria automobilística*, dos quais cerca da metade estão incluídos entre os produtos com interesse potencial.

Por outro lado, pode existir interesse em se negociar a antecipação do cronograma de desgravação de 154 itens da NALADI que deverão atingir uma margem de preferência de 100% em 2018, mas cujas margens são, em 2015, de 65% ou 70%. Esses produtos estão concentrados nas indústrias de alimentos, vestuário e calçados, e química.

TABELA 103 – EQUADOR: TARIFAS APLICADAS E PREFERÊNCIAS OUTORGADAS PARA O BRASIL, SEGUNDO TIPOS DE PRODUTOS

"Categorias de interesses comerciais"	Tarifas aplicadas em 2012 ⁽¹⁾			Preferências outorgadas para o Brasil ^{(2),(b)}								
	Nº de SH	NMF ^(a)		Nº de itens	Faixas de margens (%)	Percentual de produtos segundo anos (%)						
		Amplitude da tarifa	Tarifa média			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Interesses consolidados	237	0,0-45,0	8,6	313	100	52,7	57,8	57,8	82,1	82,1	82,1	95,8
					80 - 100	6,1	25,2	25,2	1,0	11,8	14,7	1,0
					60 - 80	26,2	1,9	12,8	15,7	4,8	1,9	1,9
					40 - 60	11,2	13,7	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	3,5	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
					0 - 20	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Interesses ameaçados	161	0,0-45,0	7,0	213	100	52,6	54,9	54,9	74,6	74,6	74,6	95,8
					80 - 100	2,8	20,2	20,2	0,5	18,8	21,6	0,5
					60 - 80	21,6	1,9	20,2	23,0	4,7	1,9	1,9
					40 - 60	18,3	21,1	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	4,7	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Interesses potenciais	243	0,0-30,0	6,3	335	100	55,5	59,7	59,7	82,1	82,1	82,1	91,9
					80 - 100	5,4	23,6	23,6	1,2	10,7	11,0	1,2
					60 - 80	26,3	3,9	13,4	13,7	4,2	3,9	3,9
					40 - 60	9,6	9,9	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	3,0	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7
					0 - 20	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Interesses emergentes	134	0,0-45,0	9,5	198	100	32,8	36,9	36,9	75,8	75,8	75,8	92,4
					80 - 100	5,6	40,4	40,4	1,5	17,7	18,2	1,5
					60 - 80	40,9	2,0	18,2	18,7	2,5	2,0	2,0
					40 - 60	16,7	17,2	1,0	0,5	0,5	0,5	0,5
					20 - 40	2,5	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
					0 - 20	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Total de produtos selecionados	775	0,0-45,0	7,7	1.059	100	49,9	53,9	53,9	79,4	79,4	79,4	94,0
					80 - 100	5,1	26,5	26,5	1,0	14,0	15,6	1,0
					60 - 80	28,0	2,5	15,5	17,1	4,2	2,5	2,5
					40 - 60	13,1	14,6	1,7	0,1	0,1	0,1	0,1
					20 - 40	3,4	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
					0 - 20	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5

Fonte: (1)Trains/Wits (2) SECEX/MDIC. Elaboração: FUNCEX.

Notas: (a) NMF = Nação mais favorecida.

(b) Preferências relativas a NALADI/SH-96.

3.6 PERU

O Acordo de Complementação Econômica nº 58 (ACE nº 8), firmado entre MERCOSUL e Peru, é o mais recente envolvendo o Brasil e outro país da América do Sul, tendo sido assinado em 30/11/2005.

O cronograma de desgravação avançou significativamente entre 2013 e 2014, tendo o percentual de produtos com margem de 100% se elevado de cerca de 10% para mais de 85% entre esses dois anos. São previstas mais duas rodadas de desgravação em 2016 e 2019, quando praticamente todos os produtos de interesse comercial do Brasil atingirão a margem de 100%, restando apenas três itens da NALADI ainda gravados (açúcares).

Desta forma, o espaço de negociação do Brasil com o Peru refere-se à redução dos prazos-limite para desgravação dos cerca de 175 produtos ainda gravados em 2015 que constam das listas de interesses do país, dos quais 129 terão suas alíquotas reduzidas a zero em 2016. Dos 46 itens da NALADI que estarão ainda gravados a partir desse ano, 19 foram identificados como de interesse consolidado e 14 como de interesse ameaçado; dois terços são produtos alimentares e um terço, veículos comerciais e partes e peças para veículos.

TABELA 104 – PERU: TARIFAS APLICADAS E PREFERÊNCIAS OUTORGADAS PARA O BRASIL, SEGUNDO TIPOS DE PRODUTOS

"Categorias de interesses comerciais"	Tarifas aplicadas em 2013 ⁽¹⁾			Preferências outorgadas para o Brasil ^{(2),(b)} Margens em %								
	Nº de SH	NMF ^(a)		Nº de itens	Faixas de margens (%)	Percentual de produtos segundo anos (%)						
		Amplitude da tarifa	Tarifa média			2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Interesses consolidados	300	0,0-11,0	2,2	397	100	10,6	86,9	86,9	95,2	95,2	95,2	99,7
					80 - 100	76,3	8,3	8,3	0,0	0,0	4,5	0,0
					60 - 80	8,3	0,0	0,0	4,5	4,5	0,0	0,0
					40 - 60	0,0	4,5	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Interesses ameaçados	230	0,0-11,0	2,1	304	100	7,2	81,3	81,3	95,4	95,4	95,4	100,0
					80 - 100	74,0	14,1	14,1	0,0	1,6	4,6	0,0
					60 - 80	14,1	0,0	1,6	4,6	3,0	0,0	0,0
					40 - 60	0,3	4,6	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Interesses potenciais	264	0,0-11,0	2,2	349	100	11,5	90,3	90,3	97,7	97,7	97,7	100,0
					80 - 100	78,8	7,4	7,4	0,0	0,3	2,3	0,0
					60 - 80	7,4	0,0	0,3	2,3	2,0	0,0	0,0
					40 - 60	0,0	2,3	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Interesses emergentes	116	0,0-11,0	3,6	155	100	3,2	77,4	77,4	94,8	94,8	94,8	98,7
					80 - 100	74,2	17,4	17,4	0,0	0,0	3,9	0,0
					60 - 80	17,4	0,0	0,0	3,9	3,9	0,0	0,0
					40 - 60	0,0	3,9	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Total de produtos selecionados	910	0,0-11,0	2,4	1.205	100	9,0	85,2	85,2	95,9	95,9	95,9	99,8
					80 - 100	76,2	10,7	10,7	0,0	0,5	3,8	0,0
					60 - 80	10,7	0,0	0,5	3,8	3,3	0,0	0,0
					40 - 60	0,1	3,8	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0
					20 - 40	3,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2

Fonte: (1) Trains/Wits (2) SECEX/MDIC. Elaboração: FUNCEX.

Notas: (a) NMF = Nação mais favorecida.

(b) Preferências relativas a NALADI/SH-96.

3.7 VENEZUELA

Com a adesão da Venezuela ao MERCOSUL, o comércio do Brasil com esse país – amparado até então pelo ACE nº 59, a exemplo de Colômbia e Equador – passou a ser regulado pelo Acordo de Complementação Econômica nº 69, firmado em dezembro de 2012. O Acordo concede livre acesso às exportações brasileiras a partir de 1/1/2014 para todo o universo tarifário, com exceção de 777 códigos NALADI, que alcançarão o livre comércio em 1/1/2018. O setor automotivo, enquanto não for definido um tratamento específico, receberá os benefícios concedidos pelo ACE nº 59 em 2012, tendo os países se comprometido a desenvolver negociações para definir um regime de comércio para o setor automotivo, estabelecendo o universo de produtos amparados e a norma de origem.

No tocante aos produtos considerados de interesse comercial para o Brasil, a exceção ao livre acesso atinge 236 itens da NALADI e o enquadramento na ACE nº 59 envolve 79 produtos. Dos produtos enquadrados na lista de exceção, 37% correspondem a itens classificados como de interesse emergente para o Brasil e 33% como de interesse consolidado. Dos produtos do setor automotivo, 39% correspondem a itens considerados de interesse emergente e 29% a itens de interesse ameaçado.

TABELA 105 – VENEZUELA: TARIFAS APLICADAS E PREFERÊNCIAS OUTORGADAS PARA O BRASIL, SEGUNDO TIPOS DE PRODUTOS

"Categorias de interesses comerciais"	Tarifas aplicadas em 2013 ⁽¹⁾			Preferências outorgadas para o Brasil ^{(2),(b)} Margens em %							
	Nº de SH	NMF ^(a)		Nº de itens	Faixas de margens (%)	Percentual de produtos segundo anos (%)					
		Amplitude da tarifa	Tarifa média			2013	2014	2015	2016	2017	2018
Interesses consolidados	263	5,0-40,0	12,8	398	100	73,6	73,6	73,6	73,6	73,6	96,5
					80 - 100	0,8	0,8	2,3	7,8	7,8	0,3
					60 - 80	24,1	24,1	22,6	17,1	17,1	1,8
					40 - 60	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
					20 - 40	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Interesses ameaçados	201	5,0-40,0	13,6	282	100	78,0	78,0	78,4	78,4	78,4	91,8
					80 - 100	2,5	2,5	3,9	5,3	6,7	2,1
					60 - 80	14,9	14,9	13,1	11,7	10,3	1,4
					40 - 60	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6
					20 - 40	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Interesses potenciais	165	0,0-35,0	10,7	246	100	87,4	87,4	88,6	88,6	88,6	95,5
					80 - 100	2,8	2,8	2,0	5,3	5,3	1,6
					60 - 80	9,3	9,3	8,9	5,7	5,7	2,4
					40 - 60	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
					20 - 40	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Interesses emergentes	398	5,0-40,0	13,1	568	100	79,4	79,4	79,9	79,9	79,9	94,5
					80 - 100	4,9	4,9	5,1	6,7	6,9	3,5
					60 - 80	15,3	15,3	14,6	13,0	12,9	1,6
					40 - 60	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
					20 - 40	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total de produtos selecionados	1.027	0,0-40,0	12,7	1.494	100	78,9	78,9	79,4	79,4	79,4	94,7
					80 - 100	3,0	3,0	3,6	6,5	6,8	2,1
					60 - 80	16,6	16,6	15,5	12,7	12,3	1,7
					40 - 60	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
					20 - 40	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
					0 - 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: (1)Trains/Wits (2) SECEX/MDIC. Elaboração: FUNCEX.

Notas: (a) NMF = Nação mais favorecida.


(b) Preferências relativas a NALADI/SH-96.

3.8 GUIANA

Um Acordo de Alcance Parcial entre Brasil e Guiana foi firmado em 26 de junho de 2001, ao amparo do Artigo 25 do Tratado de Montevideu, e passou a vigorar apenas a partir de 31/5/2004. Neste, a Guiana outorga preferências comerciais para quase 900 produtos brasileiros, na grande maioria dos casos com margens de 100%. É importante destacar que, embora a tarifa média seja de apenas 9,7%, há produtos que enfrentam tarifas de até 40%, casos do óleo de soja e do açúcar.

3.9 SURINAME

O único acordo comercial que o Brasil assinou com o Suriname refere-se à concessão brasileira de quota anual de 10 mil toneladas de arroz provenientes do Suriname, livre de gravames aplicados à importação. O Brasil não possui qualquer tipo de preferência no país. A tarifa *ad valorem* média aplicada aos produtos de interesse comercial do Brasil é baixa, de apenas 3,9%, embora com amplitude elevada. Entretanto, o grande problema de acesso a mercado no Suriname são as tarifas específicas. Sendo assim, parece útil que o Brasil procure negociar um Acordo de Alcance Parcial (a exemplo do que existe com a Guiana) por meio do qual se conceda não somente margens de preferência sobre as tarifas *ad valorem*, mas se alcance também, e principalmente, a eliminação das tarifas específicas.



4. OBSTÁCULOS ÀS EXPORTAÇÕES PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL: PESQUISA DE CAMPO COM EMPRESAS INDUSTRIAIS EXPORTADORAS

4.1 PERFIL DA AMOSTRA

O objetivo da pesquisa de campo é levantar informações qualitativas que permitam identificar os principais obstáculos que as empresas industriais brasileiras enfrentam para exportar para os países sul-americanos. O questionário da pesquisa, que aparece no **Apêndice B**, foi aplicado a uma amostra de 148 empresas, sendo 103 grandes empresas e 45 empresas de médio porte.¹⁵

A amostra foi extraída do conjunto de empresas classificadas pelo IBGE na indústria de transformação em 2013 (divisões 10 a 32 da CNAE 2.0), que exportaram para algum país da América do Sul em, pelo menos, um dos anos do triênio 2011/2013. As amostras de grandes e de médias empresas foram estratificadas ainda segundo divisões da CNAE 2.0, levando em consideração duas variáveis: (i) o número de empresas exportadoras do respectivo estrato de tamanho; e (ii) o valor do total das exportações dessas empresas (média 2012/2013).¹⁶ Foram excluídas sete divisões, que apresentavam pequeno volume de exportações para a América do Sul¹⁷. Dentro de cada divisão, foram selecionadas as empresas que exportaram para maior número de países da América do Sul no triênio 2011/2013.

A **Tabela 106** indica a composição da amostra de empresas entrevistadas.

¹⁵ Empresas grandes: mais de 500 pessoas ocupadas; empresas médias: de 100 a 499 pessoas ocupadas. O desenho da amostra incluía 100 grandes empresas e 50 empresas médias. Algumas empresas, contudo, tiveram sua classificação de tamanho alterada em função das informações coletadas no questionário.

¹⁶ O peso da divisão em cada subamostra é igual à média das percentagens relativas ao número de empresas e ao valor das exportações.

¹⁷ Não foram incluídas empresas classificadas nas divisões bebidas; produtos do fumo; produtos de madeira; impressão e reprodução de gravações; coque, produtos derivados do petróleo e biocombustíveis; outros equipamentos de transporte; e produtos diversos.

TABELA 106 – COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA UTILIZADA NA PESQUISA DE CAMPO

	Grandes empresas	Médias empresas	Total
Produtos Alimentícios	15	3	18
Produtos Têxteis	5	1	6
Artigos de Vestuário e Acessórios	3	1	4
Couros, Artefatos de Couro e Calçados	4	1	5
Celulose, Papel e Produtos de Papel	2	2	4
Produtos Químicos	11	4	15
Produtos Farmoquímicos e Farmacêuticos	2	1	3
Produtos de Borracha e de Material Plástico	6	3	9
Produtos de Minerais Não Metálicos	2	3	5
Metalurgia	7	3	10
Produtos de Metal, exceto Máquinas e Equipamentos	3	4	7
Equipamentos de Informática, Produtos Eletrônicos e Ópticos	1	3	4
Máquinas, Aparelhos e Materiais Elétricos	4	2	6
Máquinas e Equipamentos	11	5	16
Veículos Automotores, Reboques e Carrocerias	25	8	33
Móveis	2	1	3
Totais	103	45	148

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

TABELA 107 – DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIA DO PERCENTUAL DAS EXPORTAÇÕES SOBRE O FATURAMENTO TOTAL DAS EMPRESAS DA AMOSTRA EM 2013⁽¹⁾
PERCENTAGEM

0% a 10%	11% a 25%	26% a 50%	51% a 80%	Não respondeu	Total
45,3	36,5	13,5	4,1	0,7	100,0

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 4: Qual é o percentual do faturamento total decorrente das exportações em 2013?

30% das empresas entrevistadas dirigem suas exportações a filiais nos países de destino; 64% dessas empresas recorrem a filiais comerciais e 56% a filiais industriais. A utilização das filiais industriais concentra-se nos setores de veículos automotores (seis empresas), produtos alimentícios (quatro), metalurgia e máquinas, aparelhos e materiais elétricos (três cada), e têxtil, química e produtos de borracha (duas cada).

A **Tabela 108** indica o destino das exportações das empresas da amostra (**Questão 5**). No tocante ao percentual das empresas da amostra que exportam para as diversas regiões, cabe alertar que o predomínio da América do Sul como destino das exportações, bem como a semelhança entre as presenças no MERCOSUL e nos demais países da América do Sul (só duas empresas não exportam para o MERCOSUL e só três empresas exportam **apenas** para o MERCOSUL) reflete os critérios adotados na definição da amostra. Com efeito, tais critérios privilegiaram empresas que exportam para a América do Sul e, dentre essas, selecionaram, em cada setor, as que exportam para maior número de países da região.

Em consequência, o que esses dados efetivamente apontam é que as empresas da amostra, de modo geral, exportam também para outros mercados fora da América do Sul. Seu interesse na região é, portanto, apenas relativo. Sob esse aspecto, o que ressalta são os elevados percentuais de empresas com presença nos mercados do México e dos países da América Central, percentuais que superam mesmo os associados à Europa e aos Estados Unidos e Canadá.

TABELA 108 – DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DAS EMPRESAS DA AMOSTRA⁽¹⁾
PERCENTAGEM

Empresas que exportam para:			Valor exportado				
Destino	Número	%	Mais de 50%	De 25% a 50%	De 10% a 25%	Menos de 10%	Sem resposta
MERCOSUL	146	98,6	25,0	35,1	23,0	14,2	1,4
Demais da América do Sul	145	98,0	8,8	26,4	27,7	33,1	2,0
América Central	116	78,4	-	2,7	16,9	58,1	0,7
Europa	89	60,1	3,4	6,8	20,9	28,4	0,7
México	89	60,1	0,7	1,4	10,1	47,3	0,7
Estados Unidos e Canadá	80	54,1	2,0	7,4	16,2	27,0	1,4
África	61	41,2	1,4	8,1	5,4	24,3	2,0
China	38	25,7	0,7	0,7	2,7	20,9	0,7

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 5: Quais são os países/regiões de destino das exportações totais da firma?

Questão 5.1: Qual a participação dos países/regiões de destino nas exportações totais da firma?

Os resultados relativos à participação das diversas regiões no valor total das exportações das empresas, que aparecem na **Tabela 108**, apresentam um quadro bastante distinto. É clara a maior importância do MERCOSUL e dos demais mercados sul-americanos para as exportações das empresas incluídas na amostra. Dentre as demais regiões, destaca-se a maior importância dos Estados Unidos e do Canadá e da Europa, que absorvem mais de 25% das exportações de cerca de 10% das empresas. Vale apontar, ainda, a relevância do mercado africano também para cerca de 10% das empresas da amostra que destinam mais de 25% de suas exportações para esse mercado.

A **Tabela 109** apresenta o perfil da presença das 148 empresas da amostra nos países sul-americanos. A forte presença dessas empresas na maioria dos países reflete, como assinalado, o critério adotado na definição da amostra, que consistiu em selecionar, em cada setor, as que exportam para maior número de países da região. Esse critério teve por objetivo assegurar um número elevado de informantes capazes de indicar os obstáculos que as empresas brasileiras enfrentam para exportar para cada um dos países da América do Sul. A **Tabela 109** indica que mais de 100 empresas da amostra estão presentes em **todos** os países da região, à exceção do Suriname e Guiana.

A **Tabela 109** aponta também que apenas os mercados da Argentina, Chile e Paraguai têm maior expressão para as empresas da amostra – 23% das empresas destinam mais de 25% de suas exportações para a Argentina; esse percentual é de 13% para o Chile e o Paraguai, e inferior a 10% para os demais países da região.

TABELA 109 – PARTICIPAÇÃO DOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL NAS EXPORTAÇÕES DAS EMPRESAS DA AMOSTRA⁽¹⁾
PERCENTAGEM

Empresas que exportam para:			Valor exportado				
Destino	Número	%	Mais de 50%	De 25% a 50%	De 10% a 25%	Menos de 10%	Sem resposta
Uruguai	139	93,9	1,4	3,4	18,9	63,5	6,8
Chile	133	89,9	2,7	10,1	20,3	50,7	6,1
Peru	128	86,5	-	6,8	14,9	58,8	6,1
Bolívia	126	85,1	2,0	4,1	18,2	56,1	4,7
Paraguai	126	85,1	5,4	7,4	26,4	40,5	5,4
Argentina	118	79,7	12,8	10,1	24,3	27,7	4,7
Colômbia	115	77,7	-	2,7	19,6	49,3	6,1
Equador	115	77,7	-	1,4	11,5	59,5	5,4
Venezuela	103	69,6	-	4,7	8,1	51,4	5,4
Suriname	41	27,7	-	-	1,4	24,3	2,0
Guiana	35	23,6	-	0,7	-	22,3	0,7

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 6: Quais são os países sul-americanos para onde a firma exporta?

Questão 6.1: Qual a participação de cada país sul-americano nas exportações totais da firma?

4.2 OBSTÁCULOS PARA EXPORTAR PARA A AMÉRICA DO SUL¹⁸

As empresas da amostra foram solicitadas a indicar, inicialmente, os três principais obstáculos que enfrentam para exportar (ou para aumentar suas exportações) para os países da América do Sul (**Questão 10**).

Os resultados apresentados na **Tabela 110** destacam, como maiores obstáculos às suas exportações, a forte concorrência de países de fora do continente (citado por 68% das firmas) e as barreiras tarifárias e não tarifárias à importação encontradas nos países de destino (60%), seguidos dos problemas de transporte e logística (35%).

Nota-se aqui uma modificação em relação aos resultados de pesquisa idêntica realizada em 2007: uma inversão das posições relativas às barreiras à importação (anteriormente em quarto lugar) e ao transporte e logística (em segundo), associado a um crescimento significativo do percentual de citações das barreiras (48 p.p.) e queda também expressiva das citações relativas ao transporte e logística (15 p.p.). A concorrência de países de fora do continente também recebeu maior percentual de citações (mais 12 p.p.).

Em um patamar secundário de importância, foram citadas, na atual pesquisa, a falta de financiamento nos mercados de destino (22%) e os problemas em relação ao despacho aduaneiro da mercadoria no país (20%).

¹⁸ Os resultados apresentados nessa seção são, em alguns casos, comparados aos obtidos em pesquisa idêntica realizada em 2007. Vale notar, porém, que as amostras das duas pesquisas não observam os mesmos critérios: a amostra atual tem maior participação das grandes empresas (70% contra 58%), não inclui empresas pequenas, deu mais ênfase à composição setorial e privilegiou, em cada setor, as empresas com maior diversificação geográfica das suas exportações para a América do Sul.

Cabe notar que o destaque à forte concorrência tem como referência quase que exclusivamente a China. De fato, solicitadas a informar de onde provinha essa concorrência, 81% das 101 empresas que apontaram esse problema indicaram a China como um desses concorrentes. Os Estados Unidos foram citados por 16% dessas empresas e a Índia por 11%. Dos demais 20 países apontados como concorrentes, nenhum mereceu mais de nove citações.

TABELA 110 – PRINCIPAIS OBSTÁCULOS ÀS EXPORTAÇÕES PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL (1)
PERCENTAGEM

Problemas	% de firmas
Forte concorrência de países de fora do continente	68,2
Barreiras à importação (tarifárias e não tarifárias) nos países da América do Sul	60,1
Problemas de transporte e logística	34,5
Falta de financiamento nos mercados de destino	22,3
Problemas em relação ao despacho aduaneiro da mercadoria no país	20,3
Falta de linhas de financiamento em bancos oficiais brasileiros que atendam às especificidades dos mercados da América do Sul	14,2
Dificuldades de captação de recursos no mercado interno, a custos e prazos competitivos	13,5
Falta de informação sobre os mercados da América do Sul	12,8
Custo mais alto do seguro de crédito para países da região	10,1

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 10: Quais são os três principais obstáculos que sua empresa enfrenta para exportar (ou para aumentar as exportações) para os países da América do Sul?

A fim de entender melhor os problemas relacionados a transporte e logística, as empresas foram questionadas sobre quais seriam os três principais problemas enfrentados nessa área (**Questão 11**).

A **Tabela 111** evidencia que 89% das empresas pesquisadas referiram-se aos custos de transporte elevados, sendo que 70% consideraram esse o principal problema nessa área. A qualidade das estradas aparece como o segundo problema (citado por 59% das empresas), seguido pela demora do transporte e pela baixa frequência dos navios com pesos aproximadamente iguais. Vale notar, no entanto, que, para 9,5% das empresas, a baixa frequência de navios é o principal problema nessa área.

TABELA 111 – PRINCIPAIS PROBLEMAS RELACIONADOS A TRANSPORTE E LOGÍSTICA QUE AFETAM AS EXPORTAÇÕES PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL
PERCENTAGEM

	1º lugar	2º lugar	3º lugar	Total por atributo
Os custos de transporte são elevados	69,6	14,2	5,4	89,2
As estradas são ruins	6,8	27,7	24,3	58,8
O transporte é muito demorado	6,1	22,3	14,2	42,6
Há baixa frequência de navios	9,5	16,2	14,9	40,5
Os canais de comercialização são ruins	2,0	5,4	10,1	17,6

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 11: Quais são os três principais problemas relacionados a transporte e logística que impedem sua empresa de exportar (ou exportar maiores volumes) para os países da América do Sul?

A **Tabela 112** detalha os resultados anteriores, apresentando a identificação dos problemas que dificultam as exportações brasileiras para cada um dos países da América do Sul (**Questão 12**). Essa questão não está relacionada necessariamente à presença da empresa no país avaliado, mas requer evidentemente que a empresa tenha informações suficientes para fazer essa avaliação. O percentual de empresas que declarou não ter informações suficientes sobre o país foi, com duas exceções, sempre inferior a 10%; as duas exceções foram Guiana e Suriname, em relação às quais 97% e 95% das empresas fizeram tal declaração. O menor percentual de desconhecimento está associado ao mercado argentino (1,4%).

Na maioria dos países, dentre as empresas que declararam ter informações sobre os países¹⁹, uma parcela significativa não indicou nenhum problema relevante. Essa parcela é superior a 75% para o Chile, o Paraguai, o Peru, o Uruguai, o Suriname e a Guiana; 69% para a Bolívia e a Colômbia, e 50% para o Equador. Apenas nos casos da Argentina e da Venezuela, a parcela que não identificou nenhum problema relevante é pequena – 9% e 28%, respectivamente. Em consequência, Argentina e Venezuela são os países que tiveram maior média de problemas identificados por empresa (2,95 e 2,24, respectivamente); no caso dos outros países, essa média é inferior a 1. Esses resultados são semelhantes aos registrados nas demais questões referentes aos obstáculos às exportações brasileiras nos diversos países da região.

O principal problema apontado em relação aos diversos países foi o excesso de burocracia – as exceções foram Venezuela, onde a instabilidade de regras para importação superou ligeiramente o excesso de burocracia, e Guiana e Suriname, onde o principal problema é a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários. No caso da Argentina, foram também destacadas a instabilidade de regras para importação (citado por 71% das empresas) e a existência de barreiras não tarifárias (58%).

De modo geral, os problemas mais citados após o excesso de burocracia foram a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários e a existência de barreiras não tarifárias. Por outro lado, a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários, as dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino e as tarifas de importação não foram consideradas relevantes em nenhum dos países por cerca de 40% das empresas entrevistadas.

¹⁹ Mais exatamente, que não declararam “não ter informações sobre o país”.

**TABELA 112 – PRINCIPAIS PROBLEMAS QUE AFETAM AS EXPORTAÇÕES
PARA A AMÉRICA DO SUL – ANÁLISE POR PAÍS⁽¹⁾**
PERCENTAGEM

	Nenhum país	Argentina	Bolívia	Colômbia	Chile	Equador
Não há informações sobre esse mercado	4,2	1,4%	8,0	10,4	6,5	9,6
Percentagem de citações entre as empresas que declararam ter informação sobre o país						
Excesso de burocracia	11,3	78,8	13,9	12,7	5,8	28,1
Instabilidade de regras para importação nos países	16,9	71,2	5,8	3,7	0,7	11,1
Há barreiras não tarifárias	28,2	57,5	6,6	5,2	2,2	11,1
Falta de informação sobre os procedimentos alfandegários	44,4	28,8	11,7	11,9	3,6	19,3
Dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino	38,7	32,9	10,2	9,0	3,6	11,9
Tarifas de importação elevadas	44,4	26,0	7,3	9,0	5,0	14,1
Não indicou nenhum problema		8,9	69,3	69,4	82,7	50,4
	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
Não há informações sobre esse mercado	97,3	8,0	7,2	94,7	5,7	5,7
Percentagem de citações entre as empresas que declararam ter informação sobre o país						
Excesso de burocracia	6,7	9,5	10,9	6,6	10,0	57,1
Instabilidade de regras para importação nos países	-	2,2	1,4	1,3	2,9	58,6
Há barreiras não tarifárias	1,3	2,2	2,2	1,3	5,7	36,4
Falta de informação sobre os procedimentos alfandegários	8,0	2,9	5,8	9,2	3,6	31,4
Dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino	6,7	5,1	7,2	2,6	4,3	27,1
Tarifas de importação elevadas	-	2,2	8,0	-	5,0	13,6
Não indicou nenhum problema	80,0	80,3	75,4	78,9	77,9	27,9

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 12: Quais são os problemas nos países de destino que dificultam ou impedem as exportações para os países da América do Sul?

A **Tabela 113** focaliza, em maior detalhe, as tarifas de importação incidentes sobre as exportações brasileiras nos diversos países da América do Sul. Como se viu na tabela anterior, essa questão não aparece em nenhum país como o problema mais relevante e apenas em dois países é apontado como o segundo em importância (Chile e Peru). Na tabela a seguir, a avaliação das empresas relativa à natureza dos problemas associados à tarifa alfandegária aponta a redução tarifária concedida por países da América do Sul para países concorrentes do Brasil como a maior fonte de preocupação das empresas exportadoras em relação a seis dos onze países da região – notadamente, aos países da Aliança do Pacífico, Chile, Colômbia e Peru, mas, também, à Bolívia, ao Uruguai e ao Paraguai. O nível elevado das alíquotas tarifárias constitui a principal preocupação no tocante à Argentina²⁰, à Venezuela e ao Equador.

²⁰ A inclusão da Argentina surpreende, pois entre Argentina e Brasil vigora o livre comércio, exceto para açúcar e automóveis.

Cabe registrar que esses resultados diferem significativamente daqueles obtidos em pesquisa de campo semelhante realizada em 2007, na qual o nível das alíquotas tarifárias era o principal problema apontado em todos os países – à exceção do Chile em relação ao qual as preferências tarifárias oferecidas a concorrentes do Brasil já era a principal preocupação. Esses resultados parecem refletir o fato de que, apesar de o Brasil possuir acordos de preferência comercial com quase todos os países sul-americanos, em diversos casos (especialmente nos países andinos) as margens de preferência vigentes ainda são baixas. Por outro lado, outros países sul-americanos têm mostrado, desde 2007, maior dinamismo no estabelecimento de acordos comerciais com países fora do continente.

TABELA 113 – PROBLEMAS RELACIONADOS A TARIFAS DE IMPORTAÇÃO QUE AFETAM AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA A AMÉRICA DO SUL⁽¹⁾
PERCENTAGEM

	Nenhum país	Argentina	Bolívia	Colômbia	Chile	Equador
Não há informações sobre esse mercado	4,1	2,0	8,8	10,8	6,1	8,8
Percentagem de citações entre as empresas que declararam ter informação sobre o país						
As tarifas de importação são muito elevadas	39,4	22,8	5,2	12,1	2,2	16,3
Reduções de tarifas para produtos brasileiros são insuficientes para permitir concorrência com produtos nacionais	47,9	22,8	6,7	17,4	6,5	11,9
Há tarifas reduzidas para países concorrentes do Brasil	39,4	10,3	8,1	18,9	26,6	14,1
Não indicou nenhum problema		61,4	83,0	64,4	67,6	70,4
	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
Não há informações sobre esse mercado	45,9	7,4	6,8	46,6	5,4	6,8
Percentagem de citações entre as empresas que declararam ter informação sobre o país						
As tarifas de importação são muito elevadas	1,3	2,9	8,0	2,5	2,9	16,7
Reduções de tarifas para produtos brasileiros são insuficientes para permitir concorrência com produtos nacionais	1,3	2,9	7,2	-	5,0	6,5
Há tarifas reduzidas para países concorrentes do Brasil	1,3	8,0	17,4	-	7,9	8,0
Não indicou nenhum problema	86,3	86,9	73,9	86,1	86,4	74,6

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 13: Em que países da América do Sul não ocorrem os problemas relacionados a tarifas de importação relacionados?

As barreiras não tarifárias dos países da América do Sul parecem também não constituir maior preocupação para os exportadores brasileiros. Como evidenciado na **Tabela 113** apresentada anteriormente, essas barreiras só aparecem com algum destaque nas avaliações relativas à Argentina e ao Uruguai.

A **Tabela 114** detalha esses resultados, apresentando a percepção das empresas entrevistadas relativa à ocorrência de diversas modalidades de barreiras não tarifárias em cada um dos países da América do Sul e ao seu efeito sobre as exportações brasileiras.

TABELA 114 – PROBLEMAS RELACIONADOS A BARREIRAS NÃO TARIFÁRIAS QUE AFETAM AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA A AMÉRICA DO SUL
PERCENTAGEM

	Nenhum país	Argentina	Bolívia	Colômbia	Chile	Equador
Não há informações sobre este mercado	1,4	0,7	7,4	10,8	4,1	8,1
Porcentagem de citações entre as empresas que têm informação sobre o país						
Requisitos técnicos	55,5	19,0	8,0	13,6	12,0	16,2
Inspeção sanitária	66,4	11,6	11,7	11,4	11,3	11,8
Regras de origem muito rigorosas	43,8	38,8	4,4	6,1	5,6	12,5
Licença não automática	30,8	53,1	5,1	3,0	2,1	5,1
Direitos <i>antidumping</i>	65,8	10,2	2,9	1,5	2,8	1,5
Requisitos de etiquetagem	58,2	10,2	5,1	7,6	6,3	13,2
Requisitos de embalagem	65,1	8,8	6,6	8,3	7,7	9,6
Comércio administrado	47,3	17,0	0,7	1,5	1,4	2,2
Valoração aduaneira	54,8	10,2	5,1	5,3	3,5	5,9
Preço mínimo de importação	69,9	8,8	-	-	1,4	0,7
Preço de referência	64,4	12,9	2,9	3,8	4,2	4,4
Não há	13,7	8,8	6,6	7,6	16,9	5,1
	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
Não há informações sobre este mercado	43,9	8,1	6,8	43,9	5,4	6,1
Porcentagem de citações entre as empresas que têm informação sobre o país						
Requisitos técnicos	3,6	8,1	9,4	3,6	8,6	8,6
Inspeção sanitária	7,2	11,8	10,1	7,2	9,3	10,1
Regras de origem muito rigorosas	1,2	2,2	5,8	1,2	3,6	26,6
Licença não automática	1,2	2,2	2,2	2,4	2,9	23,7
Direitos <i>antidumping</i>	-	2,2	1,4	-	2,1	2,9
Requisitos de etiquetagem	-	5,1	8,0	-	3,6	10,8
Requisitos de embalagem	2,4	6,6	8,7	2,4	7,1	7,2
Comércio administrado	-	1,5	1,4	-	2,1	12,9
Valoração aduaneira	-	5,9	4,3	-	5,0	11,5
Preço mínimo de importação	-	2,2	1,4	-	0,7	5,0
Preço de referência	1,2	4,4	4,3	1,2	3,6	4,3
Não há	2,4	11,8	8,7	-	11,4	7,2

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 14: Quais são os problemas relacionados a barreiras não tarifárias que dificultam ou impedem as exportações para a América do Sul?

A **Tabela 114** acima indica que as principais preocupações das empresas são a inspeção sanitária (a mais importante em relação a seis países e a segunda mais importante em dois países) e os requisitos técnicos (que ocupam a primeira e a segunda posições em três e seis países, respectivamente). Apenas em relação à Argentina e à Venezuela, as empresas entrevistadas destacam outras modalidades de barreiras

não tarifárias – licença não automática e regras de origem muito rigorosas. Cabe observar que esses resultados diferem dos registrados na pesquisa de 2007 quando os requisitos de etiquetagem foram a barreira mais mencionada em relação a sete países e a segunda mais citada em outros dois.

Em resumo, os principais problemas apontados pelas empresas entrevistadas, em resposta às questões de 10 a 14 foram:

- A forte concorrência de países de fora do continente;
- As barreiras tarifárias e não tarifárias à importação:
 - No tocante às tarifas, em relação a seis países (os países da Aliança do Pacífico, Chile, Colômbia e Peru, mas, também, à Bolívia, ao Uruguai e ao Paraguai), a maior queixa não diz respeito ao nível da tarifa vigente, mas, sim, à redução tarifária concedida por esses países a países concorrentes do Brasil; em relação à Argentina, à Venezuela e ao Equador, aí, sim, o principal problema apontado são as tarifas de importação muito elevadas.²¹
 - No tocante às barreiras não tarifárias, para nove países, as duas modalidades que geraram mais reações foram a inspeção sanitária e os requisitos técnicos; em relação à Argentina e à Venezuela, as principais preocupações são a licença não automática e as regras de origem muito rigorosas.
- Os problemas de transporte e logística, que se traduzem em custo elevado de transporte.

4.3 OBSTÁCULOS ÀS EXPORTAÇÕES: UM RESUMO POR PAÍS

Esta seção resume as informações mais importantes para cada país referentes às respostas dadas às questões 12, 13 e 14.

- **Argentina:** o excesso de burocracia, a instabilidade de regras para importação e as barreiras não tarifárias constituem os principais problemas que os exportadores brasileiros enfrentam no mercado argentino para um número bastante significativo das empresas entrevistadas (79%, 71% e 58%, respectivamente). Tal resultado difere do registrado na pesquisa de 2007 pela ênfase na instabilidade de regras para importação e pelo percentual mais elevado de empresas que destacaram os outros dois obstáculos apontados acima. As tarifas alfandegárias não são vistas como um obstáculo pela maioria das empresas, embora, surpreendentemente, conforme já destacado, uma expressiva parcela (23%) das empresas tenham assinalado esse problema. No tocante a barreiras não tarifárias, as modalidades mais apontadas pelo seu efeito negativo sobre as exportações brasileiras foram a licença não automática e regras de origem muito rigorosas. Destaque-se, por último, que a Argentina absorveu 47,7% das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.
- **Bolívia:** os problemas mais destacados foram excesso de burocracia e a falta de informações sobre procedimentos alfandegários, os mesmos apontados na pesquisa de 2007. As barreiras tarifárias e não tarifárias foram destacadas por apenas 7% das empresas. Dentre as barreiras não tarifárias, foram apontadas como as mais relevantes as inspeções sanitárias e os requisitos técnicos. Foi signifi-

²¹ É surpreendente constatar que as principais preocupações das empresas entrevistadas em relação aos parceiros do Brasil são, no caso da Argentina, a tarifa elevada incidente sobre os produtos exportados pelo Brasil e, no caso do Uruguai e do Paraguai, as tarifas reduzidas que incidem sobre os produtos provenientes de países concorrentes do Brasil.

cativa a percentagem (69%) das empresas consultadas que não destacaram nenhum problema no tocante às exportações brasileiras para o país. A Bolívia absorveu 4% das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.

- **Colômbia:** o excesso de burocracia e a falta de informações sobre procedimentos alfandegários são os principais problemas a serem enfrentados pelas exportações brasileiras, segundo as empresas entrevistadas. As tarifas alfandegárias mereceram alguma atenção dessas empresas, que se ressentem das tarifas reduzidas que beneficiam os concorrentes do Brasil. Foi significativa a percentagem (69%) das empresas consultadas que não destacaram nenhum problema no tocante às exportações brasileiras para o país. A Colômbia absorveu 7% das exportações brasileiras de produtos industriais destinados à América do Sul em 2012/2013.
- **Chile:** foi significativa a percentagem das empresas consultadas que não destacaram nenhum problema no tocante às exportações brasileiras para o país (83%). Os problemas mais mencionados foram o excesso de burocracia e tarifas alfandegárias elevadas. A manifestação relativa às tarifas merece ser qualificada, uma vez que o aspecto mais enfatizado são as tarifas reduzidas que incidem sobre os produtos provenientes de países concorrentes do Brasil. Em relação às barreiras não tarifárias, as modalidades mais destacadas foram os requisitos técnicos e a inspeção sanitária. O Chile absorveu 9,3% das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.
- **Equador:** o excesso de burocracia e a falta de informações sobre procedimentos alfandegários constituem, assim como na Colômbia e na Bolívia, os principais obstáculos às exportações brasileiras para o Equador. As tarifas de importação têm, também, alguma importância, decorrente de alíquotas elevadas em geral e das tarifas reduzidas que incidem sobre os produtos provenientes de países concorrentes do Brasil. No tocante às barreiras não tarifárias, as modalidades mais indicadas como afetando as exportações brasileiras são os requisitos técnicos e os requisitos de etiquetagem, esse último uma barreira muito enfatizada na pesquisa de 2007, mas que perdeu importância em todos os outros países da região. O Equador absorveu 2,2% das exportações brasileiras de produtos industriais destinados à América do Sul em 2012/2013.
- **Paraguai:** o excesso de burocracia e as dificuldades do sistema tributário que dificultam a determinação de preço são os principais problemas enfrentados pelos exportadores brasileiros. Tarifas e barreiras não tarifárias são pouco relevantes. No tocante às tarifas, o ponto mais acentuado pelas empresas é a incidência de alíquotas reduzidas sobre os produtos provenientes de concorrentes do Brasil.²² A inspeção sanitária e os requisitos técnicos são as barreiras não tarifárias mais apontadas pelas empresas. Foi significativa a percentagem (80%) das empresas consultadas que não destacaram nenhum problema no tocante às exportações brasileiras para o país. O Paraguai absorveu 7,4% das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.
- **Peru:** os principais entraves às exportações apontados pelas empresas são o excesso de burocracia e as tarifas de importação elevadas. O detalhamento da dessa questão revela, no entanto, que as tarifas reduzidas que incidem sobre os produtos provenientes de países concorrentes do Brasil são mais enfatizados do que o nível das tarifas vigentes. No tocante às barreiras não tarifárias, as principais preocupações das empresas dizem respeito à inspeção sanitária e aos requisitos técnicos, seguidos dos requisitos de embalagem e etiquetagem. Foi significativa a percentagem (75%) das empresas consultadas que não destacaram nenhum problema no tocante às exportações

²² Somente 8% das empresas assinalaram esse problema. Ainda assim, surpreende, pois o Paraguai não detém acordos preferenciais que justifiquem essa assinalação.

brasileiras para o país. O Peru absorveu 5,7% das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.

- **Uruguai:** os principais problemas para exportar são o excesso de burocracia, seguido da existência de barreiras não tarifárias e de tarifas de importação elevadas. No tocante à proteção tarifária, a ênfase recai, aqui também, nas tarifas reduzidas para países concorrentes. Em relação às barreiras não tarifárias, as empresas entrevistadas enfatizam a inspeção sanitária e os requisitos técnicos. Foi significativa a percentagem (78%) das empresas consultadas que não destacaram nenhum problema no tocante às exportações brasileiras para o país. O Uruguai absorveu 11,5% das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.
- **Venezuela:** é, ao lado da Argentina, o país em que a maior parte das empresas entrevistadas identifica um maior número de entraves às exportações. Também como no caso da Argentina, os principais entraves são a instabilidade de regras para importação, o excesso de burocracia e as barreiras não tarifárias. Ainda, analogamente à Argentina, no tocante às barreiras não tarifárias, as modalidades mais apontadas pelo seu efeito negativo sobre as exportações brasileiras foram regras de origem muito rigorosas e a licença não automática. A Venezuela absorveu 11,5% das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.
- **Guiana e Suriname:** cerca de 95% das empresas entrevistadas declararam não ter informações sobre esses mercados. Além disso, as empresas que opinaram sobre os entraves às exportações para esses países destacaram como principais obstáculos a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários e o excesso de burocracia. A inspeção sanitária e os requisitos técnicos foram apontados como as barreiras não tarifárias mais relevantes. Guiana e Suriname absorveram 0,1% e 0,2%, respectivamente, das exportações brasileiras de produtos industriais destinadas à América do Sul em 2012/2013.

4.4 PRIORIDADES PARA A POLÍTICA DE ESTÍMULO ÀS EXPORTAÇÕES PARA A AMÉRICA DO SUL

A pesquisa procurou identificar as prioridades de uma política de estímulo às exportações para os países da América do Sul, pedindo às empresas que indicassem três áreas que o governo brasileiro deveria priorizar em sua atuação (**Questão 16**).

Três questões sobressaem nas indicações das empresas: a realização de investimentos em infraestrutura de transportes (indicado por 80% das empresas); o aprimoramento dos acordos de preferências comerciais existentes, indicando temas como barreiras não tarifárias, serviços e investimentos (73%); e a negociação de redução das barreiras não tarifárias nos sócios comerciais (62%). Tais indicações são as mesmas, e observam o mesmo ordenamento, das formuladas na pesquisa de 2007, apresentando, no entanto, aumentos do percentual de indicações pelas empresas de 11 p.p no caso dos acordos de preferência e de 6 p.p. em relação aos dois outros casos – o que evidencia maior consenso do setor exportador em relação ao rumo a ser seguido pela política comercial brasileira na região.

Essas sugestões de política são consistentes com a avaliação predominante entre as empresas entrevistadas quanto aos principais obstáculos à expansão das exportações brasileiras para os países da América do Sul. De fato, como se viu, os principais problemas apontados foram a forte concorrência de países de fora do continente, acentuada pela redução tarifária concedida por alguns dos países sul-americanos a países concorrentes do Brasil; as barreiras tarifárias e não tarifárias à importação; e os problemas de transporte e logística.

**TABELA 115 – ÁREAS A SEREM PRIORIZADAS PELO GOVERNO BRASILEIRO
PARA ESTIMULAR AS EXPORTAÇÕES PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL⁽¹⁾**
PERCENTAGEM

Realizar investimentos em infraestrutura de transportes	80,4
Aprofundar os acordos de preferências comerciais existentes, indicando temas como barreiras não tarifárias, serviços e investimentos	73,0
Negociar a redução das barreiras não tarifárias nos sócios comerciais	62,2
Promover feiras para divulgação dos produtos brasileiros nos países da região	31,1
Preparar um catálogo de empresas importadoras dos países da região	17,6
Outros	13,5

Fonte: Pesquisa de campo FUNCEX.

Nota: (1) Questão 16: Quais são as três principais áreas que o governo deveria priorizar em seu esforço para estimular as exportações para os países da América do Sul?

Por último, alguma relevância foi também concedida às questões relacionadas à promoção de exportações, seja via feiras (31%) para divulgar os produtos brasileiros nos países sul-americanos, seja por meio da elaboração de um catálogo de empresas importadoras da região (18%).

APÊNDICE A – CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXPORTADOS EM DETERMINADO TIPO DE INTERESSE

APÊNDICE A – CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXPORTADOS EM DETERMINADO TIPO DE INTERESSE

Descrição da variável	Fonte	Tipos de interesses dos produtos					
		Ameaçados		Consolidados			
		se C1 ^ C2 ^ [C3.1 v C3.2 v C3.3]		se C1 ^ C2 ^ C3			
	Crítérios	Média	Crítério	Crítérios	Média	Crítério	
Importação do país P	COMTRADE	C1	2007/2008	Argentina, Chile, Colômbia e Venezuela $M_k > US\$ 1$ milhão Equador e Peru : $M_k > US\$ 500$ mil Bolívia, Paraguai e Uruguai : : $M_k > US\$ 200$ mil	-	-	-
Market share do Brasil nas importações do país P	COMTRADE	C2	2007/2008	$M_{kp} / M_k > 10\%$	C3	2012/2013	$[M_{kp} / M_k] > 10\%$
Queda do market share brasileiro no país P entre os intervalos	COMTRADE	C3.1 C3.2	2007/2008 2012/2013	$D[M_{kp} / M_k] > 10$ p.p ou $[M_{kp} / M_k]_{12} < 0,5 * [M_{kp} / M_k]$.	-	-	-
Queda das exportações brasileiras para o país P entre os intervalos	COMTRADE	C3.2	2007/2008 2012/2013	$X_{kp12} < 0,5 * X_{kp07}$	-	-	-
Exportação brasileira total	SECEX	-	-	-	C1	2012/2013	$X_k > US\$ 1$ milhão
Exportações brasileiras com destino ao país P	SECEX	-	-	-	C2	2012/2013	$X_{kp} > US\$ 100$ mil

Notas: K = nível de produtos SH-6 (correspondente às divisões CNAE 2.0 de 10 a 32),
P = 1 a 9 países da América do Sul: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.
B = Brasil
X = Exportação
v = ou

M = Importação
Xw = Exportação mundial
Mw = Importação mundial
07 = média do biênio 2007/2008
12 = média do biênio 2012/2013
^ = e
v = ou

CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXPORTADOS EM DETERMINADO TIPO DE INTERESSE (CONTINUAÇÃO APÊNDICE A)

Descrição da variável	Fonte	Potencial		Emergente		
		Critérios	Média	Critérios	Média	Critério
		se C1 ^ C2 ^ C3 ^ [C4.1 v [C4.2.1 ^ C4.2.2]]		se [C1.1. ^ C1.2] v [C2.1 ^ C2.2]		
Importação do país P	COMTRADE	C3	2012/2013	Argentina, Chile, Colômbia e Venezuela $M_k > US\$ 1$ milhão Equador e Peru: $M_k > US\$ 500$ mil Bolívia, Paraguai e Uruguai: $M_k > US\$ 200$ mil	-	-
Market share do Brasil nas importações do país P	COMTRADE	C4.1	2012/2013	$[M_{bo} / M_k] < 10\%$	-	-
Exportações brasileiras com destino ao país P	SECEX		-	-	C1.1	2007/2008 Xkp07 < 10 mil
IVCR do Brasil	COMTRADE	C1	2012/2013	$[X_k / X] / [X_{wk} / X_w] > 1$	C1.2	2012/2013 Xkp12 > 100mil
IDCR do país	COMTRADE	C2	2012/2013	$[M_k / M] / [M_{wk} / M_w] > 1$	-	-
Market share do Brasil nas importações do país P	COMTRADE	C4.2.1	2012/2013	$[M_{bo} / M_k] < 25\%$	-	-
Taxa de crescimento das importações do país P entre os intervalos	COMTRADE	C4.2.2	2007/2008 2012/2013	$M_{k,07} / M_{k,12} > 3$ * $M_{k,12} / M_{k,07}$	-	-
Taxa de crescimento das exportações brasileiras com destino ao país P entre os intervalos	SECEX				C2.1	2007/2008 $X_{kp12} / X_{kp06} > 10$ * $[X_{p,12} / X_{p,07}]$
					C2.2	2012/2013 $X_{kp12} > 100$ mil

Produtos que forem encontrados em dois ou mais critérios ficarão apenas naquele que estiver na frente na lista de prioridades. A sequência de prioridade foi estabelecida da seguinte forma: 1 – Ameaçados; 2 – Consolidados; 3 – Potenciais; 4 – Emergente.

APÊNDICE B – SERVIÇOS ASSOCIADOS AO PROCESSO DE EXPORTAÇÃO PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL

A pesquisa de campo examinou ainda a utilização de terceiros para a prestação de serviços associados ao processo de transporte e comercialização das mercadorias exportadas para os países da América do Sul.

Os resultados da pesquisa indicam que a quase totalidade das empresas utilizam serviços de terceiros nas atividades relativas ao transporte da mercadoria para o país de destino e ao subsequente desembarço aduaneiro. Nessas atividades predominam como prestadores dos serviços outras empresas brasileiras, mas, no caso do transporte entre os países, é significativa também a percentagem das empresas exportadoras que recorrem também a empresas do país importador e a empresas de terceiros países.

No tocante aos serviços desenvolvidos no país de destino e relacionados à comercialização, a contratação de serviço de terceiros é bem menos expressiva.

Dentre esses, a utilização de prestadores de terceiro é mais frequente nos casos dos serviços jurídicos e da distribuição local da mercadoria, mas, ainda assim, ocorrem apenas em relação a cerca de um terço dos exportadores. Os serviços jurídicos são prestados basicamente por empresas brasileiras; a distribuição contratada com terceiros reparte-se quase que igualmente entre empresas brasileiras e empresas locais.

Quanto aos demais serviços, a percentagem de utilização de serviços de terceiros varia entre 24% e 13%. Para os serviços de *marketing* e de financiamento ao comprador, os exportadores que contratam serviços (cerca de 22% das 148 empresas) recorrem sobretudo a empresas brasileiras, mas um terço deles utilizam também empresas locais. Os exportadores que contratam armazenagem e serviços pós-venda (percentagens inferiores a 20% do total) recorrem predominantemente a empresas locais (no caso da armazenagem) e utilizam igualmente empresas brasileiras e empresas locais (no caso soa serviços pós-venda).

SERVIÇOS ASSOCIADOS AO PROCESSO DE TRANSPORTE E COMERCIALIZAÇÃO DAS MERCADORIAS EXPORTADAS PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL – CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE TERCEIROS

	Empresas que contrataram terceiros	Natureza das empresas contratadas (respostas múltiplas)		
		Outra empresa brasileira	Empresa do país importador	Empresa de terceiro país
		Número de empresas		
Transporte internacional	141	110	82	51
Seguro de transporte	119	91	25	19
Desembaraço aduaneiro	140	128	17	8
Armazenagem no país de destino	29	4	23	4
Distribuição local	49	24	27	0
Marketing e propaganda	32	25	11	2
Financiamento ao comprador	35	24	12	7
Serviços pós-venda (assistência técnica etc.)	19	9	11	1
Serviços jurídicos	56	47	10	8
	Porcentagem das 148 empresas	Porcentagem das empresas que contrataram serviços		
Transporte internacional	95,3	78	58	36
Seguro de transporte	80,4	76	21	16
Desembaraço aduaneiro	94,6	91	12	6
Armazenagem no país de destino	19,6	14	79	14
Distribuição local	33,1	49	55	0
Marketing e propaganda	21,6	78	34	6
Financiamento ao comprador	23,6	69	34	20
Serviços pós-venda (assistência técnica etc.)	12,8	47	58	5
Serviços jurídicos	37,8	84	18	14

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras



Quest.nº |__|__|__|

Projeto Interesses Comerciais na América do Sul - Funcex 2014

Dados Cadastrais

CNPJ: |__|__|, |__|__|__| . |__|__|__| / |__|__|__|__| - |__|__|

Razão social: _____

Endereço: _____

Cidade: _____

UF: _____ Cep: |__|__| : |__|__|__| - |__|__|

Setor CNAE*: _____

Porte: (4) Médio

(5) Grande

Responsável pelo preenchimento

Nome: _____

Cargo: _____

Tel.: _____ Ramal: _____

Fax: _____ E-mail: _____

|__| Entrevistador: _____ Supervisor: _____ Data: __/ 10 / 2014

ABORDAGEM:

Bom dia/ boa tarde. Meu nome é _____ e estamos realizando um estudo para a CNI – Confederação Nacional da Indústria e Funcex – Fundação de Estudos do Comércio Exterior, sobre comércio exterior e gostaríamos de contar com a sua colaboração.

Nós garantimos que suas respostas serão tratadas de forma estritamente confidencial.

Você concorda em colaborar conosco?

1) A empresa respondeu o questionário da pesquisa de 2007?

- (1) Sim
- (2) Não

2) Qual o número atual de empregados da empresa no Brasil:

- (1) 0 a 9
- (2) 10 a 19.
- (3) 20 a 49.
- (4) 50 a 99.
- (5) 100 a 499.
- (6) 500 ou mais.

BLOCO II - EXPORTAÇÕES DA EMPRESA

3) Com que regularidade sua empresa realiza exportações?

- (1) Todos os meses
- (2) Em alguns meses do ano.
- (3) Uma vez por ano.
- (4) Menos de uma vez por ano.

4) Qual é o percentual do faturamento total decorrente das exportações no último exercício (2013)?

- (1) 0 a 10%
- (2) 11 a 25%.
- (3) 26 a 50%.
- (4) 51 a 80%.
- (5) Mais de 80%

5) Para quais países/regiões sua empresa exporta? (Ler as opções)

5.1) Qual é a participação percentual de cada um nas exportações totais?

Países/Regiões	P. 5 Para onde exporta?	P. 5.1 Participações nas exportações totais			
		1 - Mais de 50%	2 - De 25% a 50%	3 - De 10% a 25%	4 - Menos de 10%
a) EUA+Canadá	(1)	(1)	(2)	(3)	(4)
b) Europa	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
c) MERCOSUL	(3)	(1)	(2)	(3)	(4)
d) Demais países da América do Sul	(4)	(1)	(2)	(3)	(4)
e) México	(5)	(1)	(2)	(3)	(4)
f) América Central	(6)	(1)	(2)	(3)	(4)
g) China	(7)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outros. Especificar		(1)	(2)	(3)	(4)

6) A sua empresa exporta produtos para _____? (Ler os países abaixo)

- (1) Sim
- (2) **Não** (pular para pergunta 10)

6.1) Qual é a participação de cada um no total das exportações?

Países	P.6 Países?	1 - Mais de 50%	2 - De 25% a 50%	3 - De 10% a 25%	4 - Menos de 10%
1) Argentina	(1)	(1)	(2)	(3)	(4)
2) Bolívia	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
3) Chile	(3)	(1)	(2)	(3)	(4)
4) Colômbia	(4)	(1)	(2)	(3)	(4)
5) Equador	(5)	(1)	(2)	(3)	(4)
6) Guiana	(6)	(1)	(2)	(3)	(4)
7) Paraguai	(7)	(1)	(2)	(3)	(4)
8) Peru	(8)	(1)	(2)	(3)	(4)
9) Suriname	(9)	(1)	(2)	(3)	(4)
10) Uruguai	(10)	(1)	(2)	(3)	(4)
11) Venezuela	(11)	(1)	(2)	(3)	(4)

BLOCO III - OBSTÁCULOS PARA EXPORTAR PARA A AMÉRICA DO SUL

10) Assinale os três principais obstáculos que sua empresa enfrenta para exportar (ou para aumentar as exportações) para os países da América do Sul.

- (1) Falta de informação sobre os mercados da América do Sul.
 - (2) Problemas de transporte e logística.
 - (3) Dificuldades de captação de recursos no mercado interno, a custos e prazos competitivos.
 - (4) Falta de linhas de financiamento em bancos oficiais brasileiros que atendam às especificidades dos mercados da América do Sul.
 - (5) Falta de financiamento nos mercados de destino.
 - (6) Custo mais alto do seguro de crédito para países da região.
 - (7) Barreiras à importação (tarifárias e não tarifárias) nos países da América do Sul.
 - (8) Problemas em relação ao despacho aduaneiro da mercadoria no país
 - (9) Forte concorrência de países de fora do continente.
- Indicar quais? _____

(10) Outros – Especificar _____

11) Enumere, em ordem de importância, os três principais problemas relacionados a transporte e logística que impedem sua empresa de exportar (ou exportar maiores volumes) para os países da América do Sul?

Problemas	Importância		
	1º lugar	2º lugar	3º lugar
1) Os canais de comercialização são ruins.	(1)	(2)	(3)
2) Os custos de transporte são elevados.	(1)	(2)	(3)
3) O transporte é muito demorado.	(1)	(2)	(3)
4) Há baixa frequência de navios.	(1)	(2)	(3)
5) As estradas são ruins.	(1)	(2)	(3)
Outros. Especificar	(1)	(2)	(3)

Agora vamos falar sobre os mercados da América do Sul. São eles: Argentina, Bolívia, _____ (ler todos os países). (Pedir para anotar todos os países em um papel)

12) Dentre estes países, em quais deles os problemas que dificultam as exportações para os mercados da América do Sul se aplicam?

Dificuldade de Exportação	Nenhum País	Argentina	Bolívia	Colômbia	Chile	Equador	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
Falta de informação sobre os procedimentos alfandegários	(99)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino	(99)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)
Excesso de burocracia	(99)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)
Instabilidade de regras para importação nos países	(99)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)
Tarifas de importação elevadas	(99)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)
Há barreiras não tarifárias.	(99)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)
Outros. Especificar:												
Não tem informações sobre este mercado (País)		(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)

13) Dentre os problemas relacionados a tarifas de importação, abaixo citados, a quais países eles se aplicam?

Tarifas de Importação	Nenhum País	Argentina	Bolívia	Colômbia	Chile	Equador	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
As tarifas de importação são muito elevadas	(99)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Reduções de tarifas para produtos brasileiros são insuficientes para permitir concorrência com produtos nacionais	(99)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)
Há tarifas reduzidas para países concorrentes do Brasil	(99)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)
Outros. Especificar:												
Não tem informações sobre este mercado (País)		(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)

5

14) E sobre os problemas relacionados a barreiras não-tarifárias às importações, a quais países desses se aplicam?

Barreiras não-tarifárias	Nenhum País	Argentina	Bolívia	Colômbia	Chile	Equador	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
Não há	(99)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Regras de origem muito rigorosas	(99)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)
Direitos <i>antidumping</i> .	(99)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)
Requisitos de etiquetagem	(99)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)
Requisitos de embalagem	(99)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)
Inspeção sanitária	(99)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)
Requisitos técnicos	(99)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)	(7)
Licença não automática	(99)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)
Comércio administrado	(99)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)
Valoração aduaneira	(99)	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)
Preço mínimo de importação	(99)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)
Preço de referência	(99)	(12)	(12)	(12)	(12)	(12)	(12)	(12)	(12)	(12)	(12)	(12)
Outras. Especificar												
Não tem informações sobre este mercado (País)		(13)	(13)	(13)	(13)	(13)	(13)	(13)	(13)	(13)	(13)	(13)

15) Quais são as três principais áreas que o governo deve priorizar seu esforço para estimular as exportações para os países da América do Sul?

Aprofundar os acordos de preferências comerciais existentes, indicando temas como barreiras não tarifárias, serviços e investimentos	(1)
Negociar a redução das barreiras não tarifárias nos sócios comerciais	(2)
Realizar investimentos em infraestrutura de transportes	(3)
Preparar um catálogo de empresas importadoras dos países da região	(4)
Promover feiras para divulgação dos produtos brasileiros nos países da região	(5)
Outras. Especificar:	

BLOCO IV – EXPORTAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE TERCEIROS

16) Dos serviços na produção das mercadorias exportadas que vou ler, quais são **contratados com terceiros**?

16.1) E quem é o prestador desses serviços?

16) Quais dos serviços, relacionados abaixo, são utilizados no processo produtivo das mercadorias exportadas para os países da América do Sul são contratados com terceiros?		16.1) Quem é o prestador desses serviços?	
		Outra empresa brasileira	Empresa de outro país
1) Serviços industriais (instalação, montagem, acabamento, reciclagem)e	(1)	(1)	(2)
2) Serviços de manutenção e reparação de máquinas e equipamentos	(2)	(1)	(2)
3) Aluguéis de máquinas e / ou arredamentos	(3)	(1)	(2)
4) Royalties e assistência técnica	(4)	(1)	(2)
5) Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)	(5)	(1)	(2)
6) Serviços financeiros	(6)	(1)	(2)
Outros. Especificar			

17) Quais dos serviços associados ao processo de transporte e comercialização das mercadorias exportadas para os países da América do Sul, são contratados com terceiros?

17.1). Quem é o prestador desses serviços?

17) Serviços contratados com terceiros		17.1. Prestador		
		Outra empresa brasileira	Empresa do País Importador	Empresa de um terceiro país
1) Transporte internacional	(1)	(1)	(2)	(3)
2) Seguro de transporte	(2)	(1)	(2)	(3)
3) Desembarço aduaneiro	(3)	(1)	(2)	(3)
4) Armazenagem no país de destino	(4)	(1)	(2)	(3)
5) Distribuição local	(5)	(1)	(2)	(3)
6) Marketing e propaganda	(6)	(1)	(2)	(3)
7) Financiamento ao comprador	(7)	(1)	(2)	(3)
8) Serviços pós venda (assistência técnica, etc)	(8)	(1)	(2)	(3)
9) Serviços jurídicos	(9)	(1)	(2)	(3)
10)Outros. Especificar:		(1)	(2)	(3)

Agradeça e avise que caso tenhamos alguma dúvida posterior, estaremos entrando em contato.

CNI

Diretoria de Desenvolvimento Industrial – DDI

Carlos Eduardo Abijaodi

Diretor de Desenvolvimento Industrial

Gerência-Executiva de Negociações Internacionais – NEGINT

Soraya Saavedra Rosar

Gerente-Executiva de Negociações Internacionais

Fabrizio Panzini

Bruno Moraes

Iana Silvestre

Equipe Técnica

DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO – DIRCOM

Carlos Alberto Barreiros

Diretor de Comunicação

Gerência Executiva de Publicidade e Propaganda – GEXPP

Carla Gonçalves

Gerente-Executiva de Publicidade e Propaganda

Walner de Oliveira Pessôa

Produção Editorial

DIRETORIA DE SERVIÇOS CORPORATIVOS – DSC

Fernando Augusto Trivellato

Diretor de Serviços Corporativos

Área de Administração, Documentação e Informação – ADINF

Maurício Vasconcelos de Carvalho

Gerente-Executivo de Administração, Documentação e Informação

Gerência de Documentação e Informação – GEDIN

Mara Lucia Gomes

Gerente de Documentação e Informação

Alberto Nemoto Yamaguti

Normalização

Eduardo Augusto Guimarães

Ricardo Markwald

Henry Pourchet

Elaboração



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA