



Confederação Nacional da Indústria

As relações comerciais entre Brasil e Índia: oportunidades para o Brasil

24 de maio de 2007

As relações comerciais entre Brasil e Índia: oportunidades para o Brasil

1. Introdução

A despeito das iniciativas recentes de aproximação entre Brasil e Índia e da crescente importância dos países no cenário internacional, as relações comerciais bilaterais ainda são muito limitadas. Nenhum dos dois países é um sócio relevante para o outro: a participação da Índia nas vendas externas brasileiras é próxima a 1%, o mesmo acontecendo na direção oposta.

Em fevereiro de 2005, o Mercosul firmou dois acordos comerciais de preferências fixas: um com a Índia e outro com a União Aduaneira da África do Sul (Sacu). Estas duas iniciativas refletem um processo de aproximação do Brasil com a Índia e a África do Sul, que tem como guarda-chuva o Fórum Trilateral IBSA, voltado para a cooperação econômica, de segurança e saúde, e para a coordenação de posições nas negociações agrícolas da OMC (atualmente no âmbito do G-20).

Os dois acordos, e especialmente o firmado com a Índia, são muito limitados, tanto em termos de número de produtos, quanto em termos de preferências efetivas trocadas. Na realidade, as maiores margens de preferências foram concedidas para produtos que atualmente já contam com tarifas aplicadas muito baixas. O acordo Mercosul-Índia não deverá gerar novo e significativo acesso aos mercados dos países envolvidos, tendo reduzido impacto sobre os fluxos de comércio.

Brasil e Índia não competem de maneira significativa no mercado mundial. As exportações dos dois países têm elevada participação de produtos básicos e de semimanufaturados, mas são, em geral complementares. Por outro lado, os dois países têm pautas de importações muito semelhantes, concentradas em produtos manufaturados, o que dificulta o crescimento do comércio bilateral. Apesar disso, há muitas oportunidades a serem exploradas por empresas brasileiras no mercado indiano.

2. A importância da Índia na estratégia brasileira de acesso a mercados internacionais

A elaboração de uma estratégia de promoção e negociação comercial para o Brasil que permita a eleição de mercados prioritários requer uma análise que responda a três questões essenciais:

- Quais são os países para os quais as exportações brasileiras vêm apresentando as maiores taxas de crescimento?
- Quais são os mercados importadores de produtos brasileiros que contam com maior potencial?
- Quais são os mercados potenciais que se encontram protegidos por barreiras às exportações brasileiras?

O crescimento das exportações brasileiras para um determinado país é resultado da competitividade relativa *vis-à-vis* o parceiro comercial, do tipo de produto exportado e do ritmo de crescimento da demanda doméstica desse país. Mas a persistência desse crescimento no futuro está condicionada pelo tamanho das importações totais deste produto no país-destino e pela taxa de participação do Brasil nesse mercado.

Assim, o crescimento em mercados pequenos ou que já contam com alta participação no presente tem limites que são função da pequena dimensão desses mercados ou do fato que a velocidade da expansão do *market-share* de um fornecedor tende a diminuir com o tamanho de sua participação no mercado. Estas considerações são centrais para o desenho de uma estratégia de promoção comercial e para a definição de uma agenda de negociações comerciais.

A tabela a seguir oferece subsídios para a definição de prioridades, pois apresenta os valores exportados para os principais países-destino em 1997-98, período imediatamente anterior à desvalorização, e em 2003-04. A tabela também apresenta informações sobre a contribuição de cada país-destino ao crescimento do total exportado entre os dois períodos, assim como o tamanho do mercado importador desses países e a participação brasileira nesses mercados.

Este conjunto de informações permite analisar o dinamismo das exportações nos diferentes países-destino e o potencial desses mercados. Dado que as exportações totais cresceram 63% entre ambos os períodos, os países-destino foram divididos em três categorias: aqueles em que as exportações apresentaram taxas superiores a 100%, aqueles com taxas entre 63% e 100% e aqueles com taxas inferiores a 63%. Dados os tamanhos das importações totais dos parceiros comerciais, os mercados importadores dos países foram classificados em três categorias: mais de US\$ 100 bilhões, entre US\$ 20 e US\$ 100 bilhões e menos de US\$ 20 bilhões.

Apesar das exportações para a Índia terem crescido 287% entre os dois biênios considerados, sua contribuição ao crescimento das exportações foi de apenas 1,7%, pois a participação desse país no total da pauta de exportações brasileiras é ainda muito pequena, de 0,7%.

Evolução das exportações, segundo principais parceiros comerciais, tamanhos do mercado e participação brasileira no mercado importador.

Países	Valor exportados	Valor exportado	Taxa de crescimento das exportações	Contribuição do país-destino ao crescimento do total exportado no período	Participação nas export. totais do Brasil	Participação nas export. totais do Brasil	Tamanho do mercado importador	Participação brasileira no mercado importador
	1997/98	2003/04	(03-04 / 97-98)	03-04 / 97-98	1997/98	2003/2004	(2002/03*)	
	US\$				%		US\$ milhões	%
Países com crescimento acima de 100% e com mercados acima de 100 US\$ bilhões								
Países com crescimento acima de 100% e com mercados acima de 100 US\$ bilhões	2.514	9.657	284,2	21,83	4,80	11,40	456.254	
Coréia do Sul	602	1.326	120,3	2,21	1,20	1,60	123.463	0,80
México	915	3.344	265,5	7,42	1,80	3,90	119.949	2,10
China	997	4.986	400,4	12,19	1,90	5,90	212.842	1,70
Países com crescimento acima de 100% e com mercados acima de 20 US\$ bilhões								
Países com crescimento acima de 100% e com mercados acima de 20 US\$ bilhões	1.380	3.598	160,8	6,78	2,70	4,20	178.253	
Índia	156	602	287,1	1,37	0,30	0,70	41.278	1,50
África do Sul	275	885	221,2	1,86	0,50	1,00	24.081	2,50
Rússia	704	1.579	124,3	2,67	1,40	1,90	60.270	2,30
Tailândia	245	532	117,3	0,88	0,50	0,60	52.624	0,70
Países com crescimento entre 63% e 100% e com mercados acima de 100 US\$ bilhões								
Países com crescimento entre 63% e 100% e com mercados acima de 100 US\$ bilhões	10.072	19.454	93,1	28,67	19,30	22,90	1.256.666	
Estados Unidos	9.508	18.365	93,2	27,06	18,30	21,70	1.058.640	1,50
Canadá	564	1.088	93	1,60	1,10	1,30	198.026	0,40
Países com crescimento entre 63% e 100% e com mercados acima de 20 US\$ bilhões								
Países com crescimento entre 63% e 100% e com mercados acima de 20 US\$ bilhões	395	749	89,5	1,08	0,76	0,90	33.106	
Arábia Saudita	395	749	89,5	1,08	0,76	0,90	33.106	1,90
Países com crescimento acima de 63% e com mercados abaixo de 20 US\$ bilhões								
Países com crescimento acima de 63% e com mercados abaixo de 20 US\$ bilhões	2.078	4.642	123,3	7,83	4,00	5,50	60.430	
Argélia	37	251	580,5	0,65	0,10	0,30	11.994	1,00
Costa Rica	77	284	267,6	0,63	0,10	0,30	6.113	2,90
Irã	367	1.001	172,6	1,94	0,70	1,20	19.288	3,50
Chile	1.109	2.213	99,5	3,37	2,10	2,60	12.711	13,10
Colômbia	488	893	83,1	1,24	0,90	1,10	10.324	6,60
Países com crescimento abaixo de 63% e com mercados acima de 100 US\$ bilhões								
Países com crescimento abaixo de 63% e com mercados acima de 100 US\$ bilhões	17.264	23.288	34,9	18,41	33,20	27,50	979.215	
UE	14.629	20.749	41,8	18,70	28,10	24,50	718.257	2,40
Japão	2.635	2.539	-3,6	-0,29	5,10	3,00	260.958	0,80
Países com crescimento abaixo de 63% e com mercados menores de 20 US\$ bilhões								
Países com crescimento abaixo de 63% e com mercados menores de 20 US\$ bilhões	7.683	7.290	-5,1	-1,20	14,80	8,60	30.370	
Marrocos	189	288	52,3	0,30	0,40	0,30	10.932	2,10
Venezuela	737	1.035	40,4	0,91	1,40	1,20	9.817	7,10
Argentina	6.757	5.967	-11,7	-2,41	13,00	7,00	9.621	35,80
Total exportado pelo conjunto de países selecionados	41.386	68.678	65,9	83,39	79,50	81,00		
Total brasileiro	52.053	84.780	62,9	100	100	100		

Fonte: Reproduzido de Rios, S. e Iglesias, R. *Anatomia do boom exportador e implicações para a agenda de negociações comerciais do Brasil*, mimeo, setembro, 2005

A tabela abaixo apresenta uma taxonomia dos parceiros comerciais do Brasil, em função das taxas de crescimento de suas compras de produtos brasileiros, no período 1997-98 e 2003-2004, e do tamanho do mercado importador desses países. Os países localizados no quadrante superior esquerdo combinam o atrativo do tamanho de mercado com o dinamismo das compras de produtos brasileiros. No outro extremo da Tabela, países como Marrocos, Venezuela e Argentina seriam menos atrativos do ponto de vista dos parâmetros utilizados para esta classificação, pois combinariam mercados de importação menores que US\$ 20 bilhões/ano e que apresentaram escasso dinamismo no período recente.

Principais parceiros comerciais do Brasil, por tamanho de suas importações e pelo crescimento das compras de produtos brasileiros

Taxas de crescimento das exportações entre 2003-04 / 1997-98	Tamanho dos mercados de importação (2002-03)		
	Mais de US\$ 100 bilhões/ano	Entre US\$ 20 e US\$ 100 bilhões/ano	Menos de US\$ 20 bilhões/ano
Mais de 100%	Coréia do Sul; México; China	Índia; África do Sul; Rússia; Tailândia	Argélia; Costa Rica; Irã
Entre 63% e 100%	EUA; Canada	Arábia Saudita	Chile; Colombia
Menos de 63%	UE; Japão	-	Marrocos; Venezuela; Argentina

Reproduzido de Rios e Iglesias, *Anatomia do boom exportador e implicações para a agenda de negociações comerciais do Brasil*, mimeo, setembro, 2005

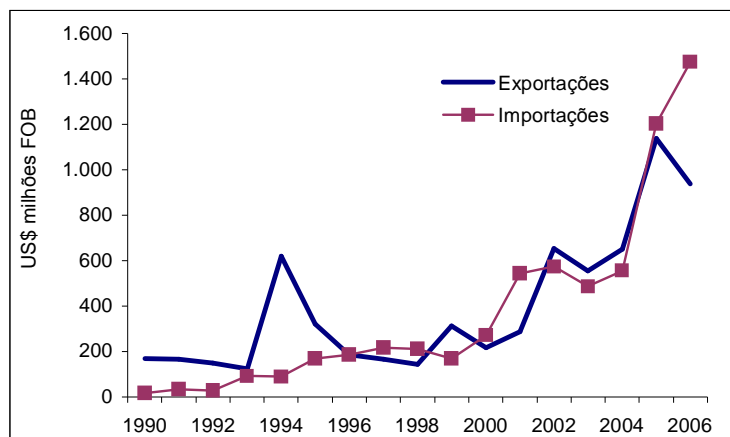
Apesar de não estar no quadrante esquerdo superior, que indica os países com mercados grandes e dinâmicos, a Índia está entre os mercados mais dinâmicos e que têm tamanho intermediário, sugerindo que este país deveria ser considerado com razoável grau de prioridade pela política comercial brasileira. Como, além disso, é um mercado ainda protegido por tarifas de importação elevadas, a Índia deveria ser candidata à negociação de acordos comerciais mais ambiciosos.

3. O Comércio do Brasil com a Índia

A partir de 2000, observa-se uma mudança no patamar de comércio entre os dois países, com expressivo crescimento da corrente de comércio bilateral. Apesar disso, as exportações brasileiras para a Índia mostram forte irregularidade, alternando períodos de taxas de crescimento positivas com outros de taxas negativas. Após terem registrado o recorde de US\$ 1,1 bilhão em 2005, as vendas do Brasil para a Índia recuaram para US\$ 937 milhões em 2006.

De outro lado, as importações brasileiras de produtos indianos vêm apresentando crescimento mais persistente, tendo chegado a US\$ 1,474 bilhão em 2006, resultando em expressivo déficit de US\$ 537 milhões para o Brasil.

Evolução do comércio Brasil - Índia



Fonte: Elaborado a partir das informações do MDIC

A pauta de exportações brasileiras para a Índia é bastante concentrada e esta concentração vem se acentuando nos últimos anos. Os três principais produtos exportados pelo Brasil em 2006 (óleos brutos de petróleo, sulfetos de minério de cobre e óleo de soja) responderam por 48% das exportações totais. O efeito desta concentração é que o desempenho agregado das exportações brasileiras para a Índia tem dependido do desempenho das vendas de alguns poucos produtos.

Relação dos principais produtos exportados em 2006 para Índia

NCM	Descrição	2004		2005			2006		
		Valor	Part.%	Valor	Var.%	Part.%	Valor	Var.%	Part.%
27090010	Oleos Brutos De Petroleo	120	0,0	52.102.381	43.418.550,8	4,6	199.609.190	283,1	21,3
26030010	Sulfetos De Minerios De Cobre	51.788.662	7,9	35.018.116	-32,4	3,1	146.403.231	318,1	15,6
15071000	Oleo De Soja,Em Bruto,Mesmo Degomado	131.677.662	20,2	192.633.814	46,3	16,9	104.330.280	-45,8	11,1
88024090	Outros Avioes/Veiculos Aereos,Peso>15000Kg,Vazios	0	0,0	20.000.000	-	1,8	82.907.189	314,5	8,9
72085100	Lamin.Ferro/Aco,Quente,L>=60Cm,N/Enrolado,E>10Mm	0	0,0	0	0,0	0,0	39.167.629		4,2
40021919	Borracha De Estireno-Butadieno,Em Outs.Formas Primarias	6.519.756	1,0	9.193.316	41,0	0,8	17.611.637	91,6	1,9
25240019	Outros Amiantos Em Fibras,Naõ Trabalhados	7.904.346	1,2	15.103.507	91,1	1,3	15.875.736	5,1	1,7
29031500	1,2-Dicloroetano (Cloroeto De Etileno)	13.467.992	2,1	15.843.641	17,6	1,4	15.368.587	-3,0	1,6
29012300	Buteno (Butileno) Nao Saturado E Seus Isomeros	3.473.677	0,5	6.007.148	72,9	0,5	13.386.095	122,8	1,4
72071200	Outros Prods.Semimanuf.Ferro/Aco,C<0.25%,Sec.Transv.Ret	0	0,0	0	0,0	0,0	12.090.312		1,3
84133020	Bombas Injetoras De Combustivel P/Motor Diesel/Semi	0	0,0	15.972.683	-	1,4	12.061.449	-24,5	1,3
72029300	Ferroniobio	1.594.071	0,2	1.172.543	-26,4	0,1	8.325.350	610,0	0,9
90282020	Contadores De Liquidos,Peso>50Kg	1.310.411	0,2	0	-100,0	0,0	8.297.309		0,9
75021010	Catodos De Niquel Nao Ligado,Em Forma Bruta	0	0,0	10.576.072	-	0,9	7.554.395	-28,6	0,8
28182010	Alumina Calcinada	0	0,0	0	0,0	0,0	6.991.376		0,7
71031000	Pedras Preciosas/Semi,Em Bruto,Serradas Ou Desbastadas	4.454.381	0,7	6.916.651	55,3	0,6	6.569.988	-5,0	0,7
84292090	Outros Niveladores	771.317	0,1	6.423.660	732,8	0,6	6.536.274	1,8	0,7
29261000	Acrilonitrila	18.132.794	2,8	15.548.122	-14,3	1,4	6.450.903	-58,5	0,7
85015310	Motor Eletr.Corr.Altern.Trif.75Kw<Pot<=7500Kw	157.759	0,0	4.378.563	2.675,5	0,4	6.202.912	41,7	0,7
84109000	Partes De Turbinas E Rodas Hidraulicas,Incl.Reguladores	0	0,0	2.642.055	-	0,2	5.398.653	104,3	0,6
22071000	Alcool Etilico N/Desnaturado C/Vol.Teor Alcoólico>=80%	85.711.154	13,2	110.441.186	28,9	9,7	4.986.449	-95,5	0,5
85016400	Geradores De Corrente Alternada,Pot>750Kva	369.601	0,1	1.077.655	191,6	0,1	4.835.992	348,8	0,5
85042100	Transformador De Dieletrico Liquido,Pot<=650Kva	36	0,0	6.204	17.133,3	0,0	4.458.472	71.764,5	0,5
84134000	Bombas P/Concreto (Betao)	655.216	0,1	580.140	-11,5	0,1	4.225.140	628,3	0,5
32012000	Extrato Tanante,De Mimosa	2.760.970	0,4	3.789.194	37,2	0,3	4.209.852	11,1	0,4
84553090	Outros Cilindros De Laminadores De Metais	0	0,0	1.635.861	-	0,1	4.143.050	153,3	0,4
72101200	Lamin.Ferro/Aco,L>=6Dm,Estanhado,E<0.5Mm	1.933.662	0,3	7.659.912	296,1	0,7	4.072.097	-46,8	0,4
84099913	Injetores Para Motores Diesel Ou Semidiesel	751.243	0,1	1.247.404	66,0	0,1	3.683.113	195,3	0,4
84834090	Engrenagens E Rodas De Friccao,Eixos De Esferas/Roletes	1.729.803	0,3	1.901.329	9,9	0,2	3.517.443	85,0	0,4
85030090	Partes De Outros Motores/Geradores/Grupos Eletrog.Etc.	1.448.218	0,2	4.968.175	243,1	0,4	3.447.547	-30,6	0,4
Subtotal		336.612.851	51,7	542.839.332	61,3	47,8	762.717.650	40,5	81,4
Total		651.513.457	100,0	1.136.812.613	74,5	100,0	936.585.582	-17,6	100,0

Fonte: Elaborado a partir das informações do MDIC

Apesar da forte presença de produtos básicos e semimanufaturados na pauta de exportações brasileiras (24,4% e 31,8%, respectivamente), as vendas de manufaturados representaram 43,6% do total exportado para a Índia em 2006. É importante notar que, enquanto se observa significativa concentração em poucos produtos nas exportações das categorias de básicos e semimanufaturados, entre os manufaturados vem aumentando a diversificação, com maior participação de álcool etílico, autopeças, motores, geradores e transformadores elétricos e de refrigeradores, compressores e ventiladores.

Exportações Brasileiras para Índia – por fator agregado

Fatores	Médias				Taxas de cresc.%
	1995-1996		2005-2006		
	FOB	Part.%	FOB	Part.%	
Total	252.455	100,0	1.038.410	100,0	311%
Básicos	47.227	18,7	253.822	24,4	437%
Industrializados	205.129	81,3	784.043	75,5	282%
Semimanufaturados	96.278	38,1	330.401	31,8	243%
Manufaturados	108.851	43,1	453.642	43,7	317%
Operações especiais	99	0,0	546	0,1	449%

Fonte: Elaborado a partir das informações do MDIC

O Brasil aparece no 16º lugar entre os principais fornecedores estrangeiros do mercado indiano, considerando a média do período 2003-2005. Quando se consideram apenas os produtos em que o Brasil tem vantagens comparativas em suas exportações, a participação brasileira no mercado indiano sobe para o 7º lugar. Os principais concorrentes no mercado indiano com o Brasil para esses produtos são os países da União Européia, Austrália, Coreia, China, Estados Unidos e Japão.

A pauta de importação do Brasil é ainda mais concentrada do que a de exportação, quando se consideram os cinco principais produtos. Como no caso das exportações brasileiras, esta concentração cresceu, nos últimos anos, junto com o valor do comércio. Somente o óleo diesel corresponde a 50% do total importado. Além disso, produtos químicos, petroquímicos e farmacêuticos têm participação expressiva. Crescem também em importância no período recente as importações de produtos da cadeia têxtil.

Relação dos principais produtos importados em 2006 da Índia

NCM	Descrição	2004		2005			2006		
		Valor	Part.%	Valor	Var. %	Part. %	Valor	Var. %	Part. %
27101921	"Gasoleo" (Oleo Diesel)	162.970.175	29,3	609.023.143	273,7	50,6	726.734.689	19,3	49,3
29341090	Outs.Compostos Heterocicl.C/1 Ciclo Tiazol N/Condensado	10.849.465	2,0	32.651.206	200,9	2,7	30.692.498	-6,0	2,1
27101911	Querosenes De Aviacao	0	0,0	0	0,0	0,0	30.015.135	-	2,0
54024200	Fio De Poliesteres,Simples,Parcialm.Orient.Torc<=50V/M	17.672.257	3,2	27.522.030	55,7	2,3	27.723.966	0,7	1,9
72071200	Outros Prods.Semimanuf.Ferro/Aco,C<0.25%,Sec.Transv.Ret	0	0,0	0	0,0	0,0	15.880.162	-	1,1
54023300	Fio Texturizado De Poliesteres	9.983.366	1,8	11.224.306	12,4	0,9	15.658.980	39,5	1,1
39076000	Tereftalato De Polietileno Em Forma Primaria	665.179	0,1	14.238.247	2.040,5	1,2	12.960.244	-9,0	0,9
55101100	Fio De Fibras Artificiais>=85%,Simples	2.332.353	0,4	3.633.152	55,8	0,3	11.932.000	228,4	0,8
30042099	Medicamentos Contendo Outros Antibioticos,Em Doses	2.551.772	0,5	12.997.540	409,4	1,1	11.673.290	-10,2	0,8
52052310	Fio Algodao>=85%,Cru,Simpl.Fibra Pent.192.3D<=T<232.56D	257.135	0,0	4.493.443	1.647,5	0,4	10.223.837	127,5	0,7
72104910	Lamin.Ferro/Aco,L>=6Dm,Galvan.Outro Proc.E<4.75Mm	0	0,0	24.987	-	0,0	10.201.199	40.726,0	0,7
29269024	Deltametrina	107.677	0,0	3.031.542	2.715,4	0,3	10.160.152	235,1	0,7
55095100	Fio De Fibras De Poliesteres Com Fibras Artificiais	1.239.807	0,2	3.668.530	195,9	0,3	9.986.546	172,2	0,7
29349922	Zidovudina (Azt)	223.794	0,0	2.767.717	1.136,7	0,2	8.253.681	198,2	0,6
32041600	Corantes Reagentes E Suas Preparacoes	4.768.787	0,9	5.772.705	21,1	0,5	7.845.909	35,9	0,5
30049069	Outs.Medicam.C/Comp.Heterocicl.Heteroat.Nitrog.Em Doses	4.391.592	0,8	6.433.846	46,5	0,5	7.839.502	21,8	0,5
29411020	Amoxicilina E Seus Sais	6.129.070	1,1	6.062.742	-1,1	0,5	7.039.743	16,1	0,5
29322990	Outras Lactonas	6.564.600	1,2	4.748.822	-27,7	0,4	6.990.023	47,2	0,5
62063000	Camisas,Blusas,Etc.De Algodao,De Uso Feminino	876.857	0,2	3.646.858	315,9	0,3	6.685.996	83,3	0,5
29061990	Outros Alcoois Ciclanicos,Ciclenicos E Cicloterpenicos	6.283.102	1,1	4.363.256	-30,6	0,4	6.648.071	52,4	0,5
29419033	Cefaclor E Cefalexina Monoidratados,E Cefalotina Sodica	6.692.901	1,2	4.776.181	-28,6	0,4	6.616.929	38,5	0,4
29061100	Mentol	3.669.517	0,7	4.760.709	29,7	0,4	6.294.141	32,2	0,4
30042059	Outros Medicamentos Contendo Cefalosporinas,Etc.Em Dose	3.754.777	0,7	3.257.214	-13,3	0,3	5.624.389	72,7	0,4
29419059	Outros Macrolidios E Seus Sais	3.321.506	0,6	3.163.395	-4,8	0,3	5.457.590	72,5	0,4
32041700	Pigmentos E Suas Preparacoes	3.431.311	0,6	3.821.034	11,4	0,3	5.366.427	40,4	0,4
30032099	Medicamento Contendo Outros Antibioticos,Exc.Em Doses	1.425.056	0,3	2.382.042	67,2	0,2	5.001.705	110,0	0,3
84431110	Maqs.Apars.P/Impress.Multicol.Jornais,Alim.Por Bobinas	0	0,0	900.000	-	0,1	4.951.313	450,1	0,3
40141000	Preservativos De Borracha Vulcanizada,Naõ Endurecida	280.755	0,1	2.899.459	932,7	0,2	4.946.565	70,6	0,3
30049039	Outros Medicam.C/Compostos De Funcao Amina,Etc.Em Doses	1.298.191	0,2	2.468.341	90,1	0,2	4.644.398	88,2	0,3
29335919	Outros Compostos Heterociclicos,Com Ciclo Piperazina	1.049.688	0,2	3.609.651	243,9	0,3	4.575.823	26,8	0,3
Subtotal		262.790.690	47,3	788.342.098	200,0	65,5	1.028.624.903	30,5	69,8
Total		555.957.093	100,0	1.202.914.200	116,4	100,0	1.473.954.524	22,5	100,0

Fonte: Elaborado a partir das informações do MDIC

4. O acordo comercial entre o Mercosul e a Índia

Finalizado em 2004 e assinado em fevereiro de 2005, o acordo comercial entre Brasil e Índia, baseado em preferências fixas aplicadas a um número limitado de produtos, ainda não entrou em vigor porque o Congresso Nacional brasileiro ainda não o ratificou. Os Parlamentos dos demais países já aprovaram o acordo.

Embora concebido como uma primeira etapa em direção ao estabelecimento de uma área de livre comércio entre as Partes signatárias, não há, no acordo, qualquer compromisso – ou mesmo referência explícita – às etapas futuras da integração ou a um eventual aprofundamento das preferências ou ampliação do escopo dos acordos. As margens de preferência estabelecidas no acordo são de 10%, 20% e 100%. Além da troca de preferências fixas, o acordo inclui anexos sobre regras de origem, salvaguardas e mecanismo de solução de controvérsias.

Acordo Mercosul – Índia

OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">Estabelecimento de um Acordo Preferencial de Comércio como primeiro passo para criação de uma futura Área de Livre Comércio.
VIGÊNCIA	<ul style="list-style-type: none">30 dias após a notificação e conclusão dos procedimentos internos de implementação do Acordo por parte de todos os países signatários.O Acordo Preferencial de Comércio deve vigorar até a data de entrada em vigor do futuro Acordo de Livre Comércio entre as partes.
PREFERÊNCIAS TARIFÁRIAS OFERTADAS	<p>Oferta Mercosul (452 linhas ofertadas):</p> <ul style="list-style-type: none">100% → 13 linhas (3%) / produtos mais beneficiados: combustíveis e óleos minerais, máquinas e aparelhos mecânicos, instrumentos de óptica, fotografia e cinematografia, instrumentos e aparelhos médico-cirúrgicos.20% → 45 linhas (10%) / produtos mais beneficiados: produtos químicos orgânicos, borracha, máquinas e aparelhos mecânicos, cobre e níquel.10% → 394 linhas (87%) / produtos mais beneficiados: produtos químicos orgânicos, máquinas e aparelhos mecânicos, combustíveis e óleos minerais. <p>Oferta Índia (450 linhas ofertadas):</p> <ul style="list-style-type: none">100% → 21 linhas (5%) / produtos mais beneficiados: instrumentos para sistemas de linha digital, aparelhos telefônicos ou telégrafos, peças e acessórios para máquinas de processamento de dados automáticas, peças e placas para o computador.20% → 336 linhas (75%) / produtos mais beneficiados: seda, peças para bombas de líquido, instrumentos ou dispositivos usados em medicina veterinária.10% → 93 linhas (21%) / produtos mais beneficiados: óleo de soja bruto.
REGRAS DE ORIGEM	<ul style="list-style-type: none">Critérios gerais de origem do Acordo:<ul style="list-style-type: none">(a) Bens totalmente produzidos ou obtidos nos países signatários(b) Bens parcialmente produzidos nos países signatários, porém enquadrados nos Artigos 3 ou 5, lidos junto ao artigo 6, do Anexo III do Acordo.Artigo 3: bens originados em um país signatário e utilizados como insumo para um produto final de outro país signatário devem ser considerados bens originários.Artigo 5: os produtos ofertados no Acordo serão considerados originários dos países signatários quando o valor CIF de todos os insumos não-originários dos países signatários não exceder 40% do valor FOB do produto final e quando o processo final de manufatura for realizado dentro do país exportador signatário do Acordo.

MEDIDAS DE SALVAGUARDA	<ul style="list-style-type: none"> • Os países signatários têm o direito de aplicar medidas de salvaguarda de acordo com as provisões do Artigo XIX do GATT 1994 e do Acordo sobre Medidas de Salvaguarda da OMC. • Medidas de salvaguarda poderão ser aplicadas pelo Mercosul, como entidade única, ou por países Membros do Mercosul, individualmente. • Medidas de salvaguarda não poderão ser aplicadas antes de o Acordo de Preferências completar 1 ano de vigência. • A Parte que aplicar a medida de salvaguarda deve estabelecer uma quota de importação para o produto em questão. A quota não deve ser menor do que a média das importações do produto nos últimos 36 meses que antecedem o dano grave (<i>serious injury</i>). • Se a quota não for aplicada, a medida de salvaguarda deverá consistir em uma redução da preferência tarifária, a qual não poderá ser maior do que 50% da tarifa preferencial estabelecida no Acordo. • O período de aplicação da medida não pode exceder 2 anos.
SOLUÇÃO DE CONTROVÉRSIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Qualquer assunto regulado tanto pelo Acordo Mercosul-Índia quanto pelos acordos negociados na OMC poderá ser objeto de controvérsia em ambos foros. • Após o fim das negociações diretas, as partes devem escolher um único foro para solução de controvérsias. Se não chegarem a um acordo, a parte demandante deverá selecionar o foro da disputa. • Disputas referentes a medidas <i>antidumping</i> e compensatórias devem ser submetidas obrigatoriamente ao sistema de solução de controvérsias da OMC.

No acordo, o Mercosul incluiu em sua oferta 452 produtos que responderam, na média 2003/2004, por 50,7% das importações brasileiras provenientes da Índia. Destes, 384 produtos passam a ter margem de preferência de 10% e a apenas 13 – representando 36,1% das importações bilaterais – é concedida a preferência de 100%. Estes 13 produtos já têm tarifa aplicada equivalente a zero e o único valor comercial da preferência concedida bilateralmente é o de impedir aumentos de tarifas até o nível consolidado pela Índia na OMC para estes produtos. Estes mesmos 13 produtos – concentrados em combustíveis, máquinas e aparelhos mecânicos, instrumentos de óptica, fotografia e médico-cirúrgicos – respondem por 71% das importações do Mercosul dos produtos incluídos no acordo.

Vale ainda observar que o Mercosul incluiu em sua oferta produtos com tarifas aplicadas bastante reduzidas. De fato, mesmo para os produtos que receberam preferências de apenas 10% ou 20%, as tarifas médias atualmente aplicadas pelo Mercosul correspondem a apenas 5,27% e 7,5%, respectivamente, ou seja, níveis bastante inferiores ao da tarifa média do Mercosul.

Do lado da oferta da Índia ao Mercosul, foram incluídos na oferta 450 produtos, que responderam, em 2002/2003, por 20,7% das exportações brasileiras para a Índia. Aplicaram-se preferências de 10% ou 20% à imensa maioria dos itens incluídos (95,3% do total incluído), os quais respondiam, em 2002/2003, por praticamente 100% das exportações bilaterais do conjunto de produtos incluídos no acordo pela oferta indiana. Estas baixas preferências foram aplicadas a produtos que têm tarifas médias aplicadas extremamente elevadas: 90,94%, no caso dos produtos com 10% de preferência, e 37,04% para os produtos com 20% de preferência. Trata-se de óleo de soja em bruto, seda, bombas para líquidos e instrumentos e dispositivos usados em medicina e veterinária.

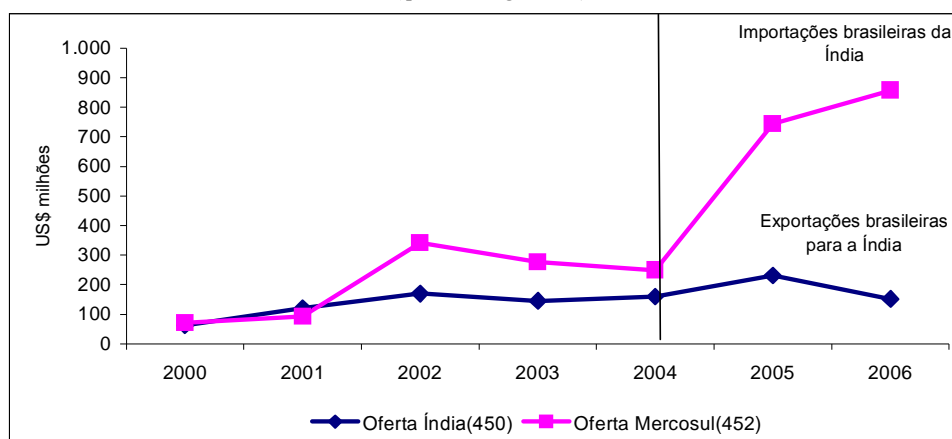
A pequena margem de preferência obtida pelo Mercosul se aplicará portanto a altas tarifas, limitando a capacidade do acordo para gerar melhorias significativas nos níveis

de acesso dos produtos originários do Mercosul no mercado indiano. Apenas a 21 produtos a oferta indiana atribuiu 100% de preferência no marco do acordo e estes produtos já têm tarifa aplicada NMF média de 3,13%. Entre estes produtos, incluem-se vários em relação aos quais a Índia já pratica tarifa zero como consequência de sua adesão ao Acordo de Tecnologia da Informação da OMC.

O gráfico abaixo mostra a evolução do comércio dos produtos incluídos no acordo. Embora as preferências negociadas não estejam sendo aplicadas, uma vez que o acordo ainda não entrou em vigência, as importações brasileiras dos produtos negociados cresceram de forma expressiva nos últimos dois anos. O mesmo não se observa para exportações brasileiras incluídas na oferta da Índia: esses produtos vêm perdendo relevância nas vendas brasileiras para aquele país.

Evolução do Acordo

(produtos negociados)



Fonte: Elaborado a partir das informações do MDIC

Em suma, o escopo do acordo Mercosul-Índia se restringe ao comércio de bens e, mesmo nesta área, a metodologia utilizada – troca de margens fixas de preferências – é cautelosa. O exame concreto do padrão das concessões trocadas no acordo revela que, para os produtos incluídos no acordo e que são protegidos por tarifas mais elevadas, as margens de preferências negociadas foram baixas (10% e 20%).

Em contrapartida, as maiores margens foram concedidas para produtos aos quais já se aplicavam tarifas muito baixas ou até mesmo nulas. Embora isso constitua uma garantia de que as tarifas não serão aumentadas no comércio bilateral – o que pode ser relevante quando a diferença entre tarifas consolidadas e aplicadas é grande ou quando as tarifas dos produtos beneficiados pelo acordo não são consolidadas na OMC – o “conteúdo efetivo” do acordo revela-se muito limitado.

Neste contexto, o impacto provável do acordo sobre o comércio bilateral entre o Brasil e a Índia tende a ser limitado, não apenas em termos de crescimento dos valores comercializados, mas também de diversificação dos produtos trocados. As preferências nas tarifas de manufaturados, mais elevadas nos dois países, foram tocadas apenas marginalmente e, em consequência, o acordo não parece abrir um espaço relevante para o desenvolvimento de novos fluxos de comércio e, em especial, de comércio intra-indústria, embora exista claramente algum potencial para este tipo de intercâmbio.

Há interesse tanto no Brasil quanto na Índia de ampliar o acordo já firmado. Uma das idéias em estudo é ampliar substancialmente a cobertura do acordo, garantindo um nível mínimo de preferências tarifárias para um número mais substantivo de produtos. Entretanto, o lado indiano vem chamando atenção para o fato de que é necessário em primeiro lugar que o acordo atual entre em vigência. Para isso, falta a aprovação do Congresso Nacional no Brasil.

De uma certa forma, o acordo parece ter sido firmado com as duas partes mais atentas ao padrão de comércio hoje vigente do que à exploração das oportunidades de comércio entre as partes. Neste sentido, o acordo pouco contribui para identificar oportunidades de exportação do Brasil para a Índia. A próxima busca avançar nesta direção.

5. Oportunidades de exportações brasileiras para a Índia

Diferentes exercícios realizados nos últimos anos pela Confederação Nacional da Indústria, Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior (FUNCEX) e Latin American Trade Network (LATN) identificam produtos que representam oportunidades de exportação do Brasil para a Índia.

Estes estudos procuram identificar produtos em que o Brasil tem vantagens comparativas em suas exportações para o mundo e que a Índia importa em quantidades expressivas. De modo geral, os estudos apresentam as seguintes conclusões:

- O Brasil tem baixa participação no mercado indiano na maioria dos produtos que são considerados oportunidades, o que representa oportunidades sub-aproveitadas;
- Diversos produtos de setores variados em que o Brasil é competitivo ainda não são exportados para a Índia, portanto há oportunidades não aproveitadas;
- A tarifa média (a seis dígitos) mais aplicada pela Índia aos produtos que representam oportunidades para o Brasil é de 30%. A tarifa máxima praticada nos produtos de interesse do Brasil chega a 182% (álcool etílico) e há alguns produtos que enfrentam tarifas iguais ou maiores do que 100%;
- O Brasil enfrenta a concorrência de países desenvolvidos e em desenvolvimento no mercado indiano: nos produtos agrícolas e de origem agrícola (exceto carnes), a presença de concorrentes em desenvolvimento é relativamente importante, especialmente os países da região, com destaque para Indonésia, Malásia, Tailândia, Bangladesh, Cingapura e Sri Lanka. A participação dos países desenvolvidos (EUA, Japão e alguns países da UE), da China e da Coréia cresce significativamente nos produtos manufaturados.
- Entre os produtos identificados como oportunidades estão: óleo de soja, minério de ferro, compostos orgânicos e inorgânicos, polietileno, couro, celulose e papel, algodão, laminados de ferro ou aço, fios de cobre e níquel. Motores e partes de motores, algumas autopeças, automóveis de passageiros, compressores para frigoríficos e tubos catódicos também estão na lista.

6. Conclusões

A Índia é um mercado que apresenta oportunidades significativas para produtos de interesse do Brasil e que ainda aplica tarifas bastante elevadas. O mercado indiano tem dimensões relevantes e é dinâmico. As oportunidades crescem à medida que a economia indiana apresenta taxas de crescimento elevadas e boas perspectivas de desempenho futuro.

O acordo comercial firmado no início de 2005 entre Mercosul e Índia não deverá influenciar de forma perceptível a evolução do comércio entre o Brasil e esse país. O acordo é muito limitado em termos de número de produtos incluídos e de margens de preferências trocadas. Além disso, nos dois casos, as margens de preferências mais significativas foram concedidas para produtos que já estão sujeitos a tarifas muito reduzidas. Os produtos com tarifas mais elevadas que foram incluídos no acordo foram contemplados com margens de preferências pequenas.

Difícilmente, a negociação de margens de preferência produto a produto gerará resultados expressivos. Portanto, a negociação de um acordo de livre comércio parece ser a solução mais adequada a longo prazo para a agenda comercial bilateral. As oportunidades identificadas para exportadores brasileiros no mercado indiano reforçam esta agenda de negociações, pois são produtos que sofrem com barreiras tarifárias altas (entre 30% e 105%) e, em alguns casos, com barreiras não-tarifárias.

As conclusões dos estudos sobre as relações comerciais entre Brasil e Índia também sugerem que há espaço para iniciativas brasileiras de promoção comercial no mercado indiano. Essas iniciativas devem dar prioridade aos produtos em que o Brasil é competitivo e cujas importações totais indianas são relevantes. No caso da Índia, os custos de transporte para produtos brasileiros podem constituir-se em desvantagem na concorrência com outros fornecedores favorecidos pela proximidade geográfica. Portanto, este fator também deve ser levado em consideração na seleção dos produtos que deverão ser alvo dos esforços de promoção de exportações.

Referências Bibliográficas

- CNI – Confederação Nacional da Indústria. 2005. *As relações comerciais do Brasil com a Índia e com a África do Sul*. Comércio Exterior em Perspectiva. Ano 14, Nº 8/9. Maio-Junho.
- FUNCEX – Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior. 2005. *As relações comerciais entre Mercosul, Índia e SACU: os acordos negociados e oportunidades para o Brasil*. Mimeo.
- Rios, S. e Iglesias, R.. *Anatomia do boom exportador e implicações para a agenda de negociações comerciais do Brasil*, mimeo, setembro, 2005. Mimeo.