

TEXTO PARA DISCUSSÃO

N° 181

**Mapeamento
dos interesses
comerciais da
indústria
brasileira na
América do Sul**

**Fernando
Ribeiro**

**Setembro de
2007**

Mapeamento dos interesses comerciais da indústria brasileira na América do Sul

Fernando Ribeiro

Setembro de 2007

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
1. PERFIL DAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL: PRODUTOS, SETORES E ESTADOS DA FEDERAÇÃO	5
1.1. Visão geral	5
1.2. Argentina	15
1.3. Bolívia	19
1.4. Chile	21
1.5. Colômbia	25
1.6. Equador	28
1.7. Guiana	31
1.8. Paraguai	33
1.9. Peru	37
1.10. Suriname	39
1.11. Uruguai	41
1.12. Venezuela	44
2. INTERESSES COMERCIAIS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA	48
2.1. Metodologia de identificação de produtos	48
2.2. Interesses consolidados	51
2.3. Interesses ameaçados	56
2.4. Interesses potenciais	60
2.5. Interesses emergentes	63
3. ACESSO DO BRASIL AOS MERCADOS DA AMÉRICA DO SUL	65
3.1. Mercosul	66
3.2. Bolívia	66
3.3. Chile	68
3.4. Colômbia	70
3.5. Equador	71
3.6. Guiana	72
3.6. Peru	73
3.7. Suriname	74
3.8. Venezuela	75
4. INTERESSES COMERCIAIS DOS ESTADOS DA FEDERAÇÃO	76
4.1. Metodologia	77
4.2. Interesses comerciais segundo países e setores	79
5. ANÁLISE DE PESQUISA DE CAMPO COM 99 EMPRESAS INDUSTRIAIS EXPORTADORAS	85
5.1. Perfil da amostra	85
5.2. Exportações para a América do Sul	87
5.3. Obstáculos para exportar para a América do Sul	89
6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	99
6.1. Perfil do comércio	99
6.2. Identificação de interesses comerciais	101

6.3. Tarifas e preferências _____	104
6.4. Interesses comerciais dos estados da federação _____	106
6.5. Pesquisa de campo _____	107
6.6. Recomendações _____	108

ANEXOS

Anexo I. Dados e análises referentes aos interesses comerciais brasileiros em cada um dos países sul-americanos

Anexo II. Tarifas e preferências comerciais outorgadas ao Brasil, referentes aos produtos de interesse comercial do país

Anexo III. Produtos de interesse comercial de cada estado da federação

Anexo IV. Questionário aplicado às empresas exportadoras industriais brasileiras

INTRODUÇÃO

A América do Sul sempre foi um destino muito importante para as exportações brasileiras, e sua importância vem crescendo nos últimos anos. No caso específico do setor industrial, a região tem valor estratégico, tendo em vista que as vendas para a região são fortemente concentradas em produtos manufaturados. Com efeito, a proximidade geográfica e os acordos preferenciais no âmbito da Aladi proporcionam vantagens de acesso das empresas brasileiras a estes mercados.

Paralelamente, o tema das relações do Brasil com os vizinhos sul-americanos vem ganhando espaço na política externa brasileira, com iniciativas em vários âmbitos: negociações comerciais, integração energética, investimentos em infra-estrutura, ou mesmo projetos mais ambiciosos, como o da criação da Comunidade Sul-americana de Nações. Ainda pairam dúvidas, contudo sobre qual deve ser a estratégia brasileira, e há indicações de que as iniciativas governamentais não tem levado em conta, de forma devida, os reais interesses do setor empresarial brasileiro. Isto se deriva não somente dos problemas de percepção do governo, mas também das dificuldades que o próprio setor empresarial tem tido para identificar e definir claramente suas prioridades e seus interesses comerciais na América do Sul.

O objetivo deste estudo é justamente o de 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 trabalho estrutura-se da seguinte forma. 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, seja em termos de produtos e setores, seja em termos de unidades da federação de onde se originam as vendas. 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, desenvolveu-se uma 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.

O **Capítulo 3** faz um levantamento das tarifas de importação aplicadas pelos países a cada um dos produtos selecionados como interesses comerciais, bem como as eventuais preferências outorgadas aos produtos brasileiros nos acordos comerciais existentes. O **Capítulo 4** procura identificar interesses comerciais relacionados a cada um dos estados da federação brasileira, por meio da intersecção das listas consolidadas de interesses elaboradas para cada país (sem discriminar entre consolidados, ameaçados, potenciais e emergentes) com os produtos que são exportados por cada UF para cada país. Isso permite gerar, para cada estado, uma lista específica de interesses comerciais relacionados a cada um dos países sul-americanos.

O **Capítulo 5** apresenta os resultados de uma pesquisa de campo realizada junto a 99 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. Finalmente, o **Capítulo 6** apresenta as principais conclusões do estudo e sugere algumas iniciativas, a serem adotadas tanto pelo setor público quanto pelas empresas privadas e associações de classe, que parecem ter grande potencial de alavancar as exportações brasileiras para a América do Sul.

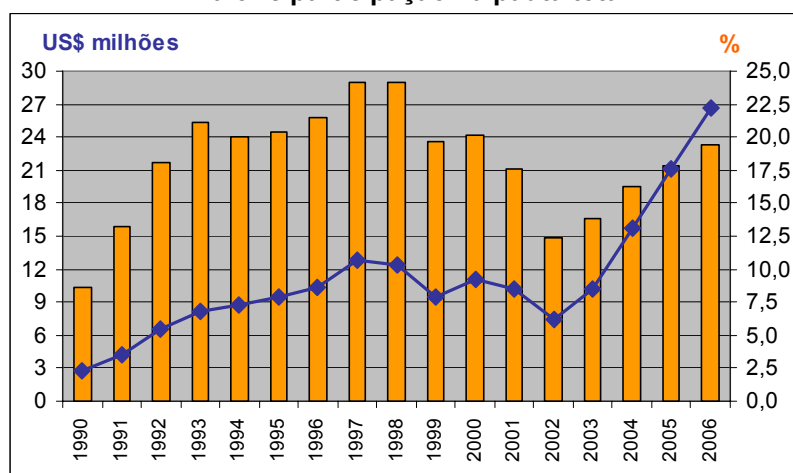
1. PERFIL DAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA OS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL: PRODUTOS, SETORES E ESTADOS DA FEDERAÇÃO

1.1. Visão geral

As exportações brasileiras para os países da América do Sul somaram US\$ 26,6 bilhões em 2006, o que representou 19,4% do total das vendas externas do país. Este montante representa um aumento de cerca de dez vezes em relação ao registrado em 1990, o que equivale a um crescimento de 15,4% a.a., taxa bastante superior à registrada no total das exportações brasileiras. De fato, os vizinhos da região tornaram-se, ao longo deste período, um dos principais destinos das vendas brasileiras, mais que dobrando sua participação na pauta.

O desempenho ao longo deste período não foi, contudo, muito regular. Na verdade, o **Gráfico 1.1** mostra que houve três momentos bastante distintos. O primeiro vai de 1990 a 1997, quando as vendas cresceram de forma expressiva, à taxa de 24,8%, e alcançaram o montante de US\$ 12,8 bilhões neste último ano. Esta foi uma fase realmente excepcional em termos de integração do país com os vizinhos sul-americanos: o crescimento das vendas para eles foi mais de três vezes superior à taxa verificada nas exportações totais brasileiras, e sua participação na pauta total do país quase triplicou, alcançando 24,1% em 1997. Vale destacar que a integração foi em mão dupla: as importações brasileiras provenientes dos vizinhos aumentaram ainda mais rapidamente no período, à taxa de 26,9%. Apesar disso, o Brasil manteve sempre uma posição superavitária.

Gráfico 1.1.1
Exportações brasileiras para a América do Sul
Valor e participação na pauta total



Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

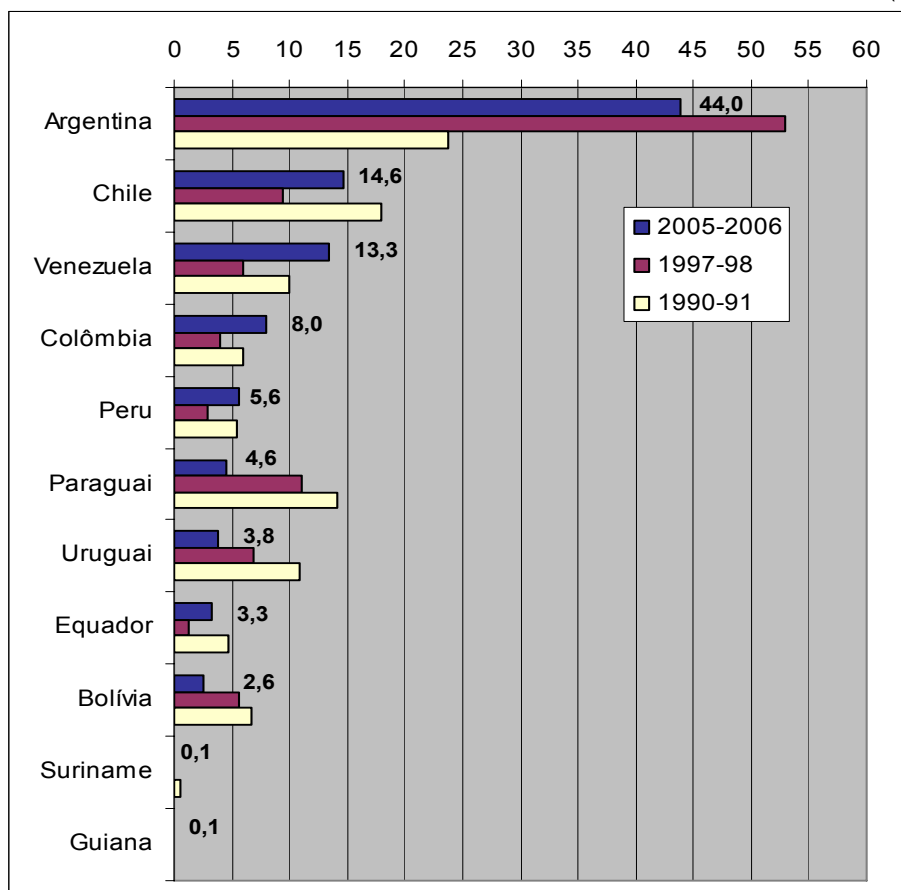
O período 1998-2002 marcou um retrocesso neste processo de integração, tal que as exportações brasileiras para os vizinhos sofreram uma queda acumulada de quase 40%. Nas importações, a queda foi ainda mais drástica, de 57%. O desempenho das exportações totais brasileiras também não foi muito positivo no período, mas ainda assim registrou-se um crescimento de 2,6% a.a. Como resultado, a participação dos sul-americanos na pauta brasileira reduziu-se quase à metade, para 12,4% em 2002, percentual semelhante ao que havia sido registrado em 1991.

Nos últimos quatro anos (2003-2006), as exportações para os vizinhos voltaram a registrar um desempenho excepcional, com crescimento de 37,4% a.a., taxa bem superior à do crescimento das vendas totais do país no mesmo período (22,8%). Isto permitiu que a participação dos sul-americanos na pauta total voltasse a aumentar, para 19,4% em 2006. Mantido o ritmo recente, esta participação pode vir a superar o recorde anterior já em 2008, quando chegaria a 24,3%.

O **Gráfico 1.1.2** apresenta a **distribuição das exportações brasileiras para a América do Sul segundo países**. Observa-se que, em 2006, a Argentina foi responsável por 44% das vendas. Juntamente com os demais países do Mercosul, sua participação chegou a 52,3%. A seguir destacam-se quatro países com participações também expressivas: Chile (14,6%), Venezuela (13,3%), Colômbia (8%) e Peru (5,6%). Equador e Bolívia responderam juntos por 5,9% e Guiana e Suriname por apenas 0,2% do total.

Gráfico 1.1.2
Distribuição das exportações brasileiras para a América do Sul
segundo países, em períodos selecionados

(Em %)



Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

Esta distribuição apresentou importantes alterações desde o início dos anos 1990. Observa-se, por exemplo, que a Argentina aumentou sua participação em cerca de 29 pontos percentuais entre 1990 e 1997, ganho este que se deu em prejuízo de todos os demais países, especialmente o Chile (-8,5 p.p.), a Venezuela (-3,9 p.p.), o Equador (-3,3 p.p.), o Peru (-2,6 p.p) e até mesmo Paraguai (-3,1 p.p.) e Uruguai (-4,1 p.p.). De fato, a **Tabela 1.1.1** mostra que, neste período, as exportações brasileiras para a Argentina cresceram à taxa média anual de 39,9%, bem superior à de todos os demais países da região. O segundo melhor desempenho ficou com a Bolívia (21,7% a.a.) e o terceiro com o Paraguai (20,5% a.a.). É digno de nota, contudo, que as exportações para quase todos os países sul-americanos cresceram a taxas superiores às das exportações totais brasileiras neste período (7,8% a.a.). As exceções foram Equador (4,5% a.a.) e Suriname (-1,6% a.a.).

Entre 1997 e 2006, houve expressiva queda da participação dos países do Mercosul (Argentina, -8,9 p.p., Paraguai, -6,4 p.p., Uruguai, -3 p.p.) e também da Bolívia (-3 p.p.). Em contrapartida, todos os demais ganharam espaço, com destaque para Venezuela (+7,3 p.p.), Chile (+5,3 p.p.), Colômbia (+4 p.p.) e Peru (+2,8 p.p.). Um fato notavelmente negativo é que Paraguai, Uruguai e Bolívia perderam espaço continuamente na pauta exportadora do Brasil entre 1990 e 2006, a despeito de se tratar de dois membros plenos do Mercosul e um membro associado.

Com efeito, a **Tabela 1.1.1** evidencia que o desempenho das exportações brasileiras para os sócios do Mercosul e também para Bolívia e Suriname (países destacados na parte superior da Tabela) foi bastante negativo nos anos entre 1997 e 2002, com quedas que variaram de 6,5% a.a. no Suriname até 19,1% a.a. na Argentina. Estes números refletem os problemas macroeconômicos que se abateram sobre estes países a partir da crise asiática de 1997, aprofundadas pelo contágio da crise russa em 1998 e pela desvalorização da moeda brasileira em 1999. Estas afetaram de forma especialmente forte a Argentina – levando à ruptura do sistema de *currency board* no final de 2001. As crises e Argentina e Brasil acabaram por abalar também as economias de Paraguai e Uruguai.

Embora o contexto internacional tenha afetado negativamente todas as demais economias da região, nelas os impactos em termos de PIB e importações foram bem mais suaves. Por conta disso, embora a evolução das exportações brasileiras para estes países também não tenha sido muito favorável, ainda se registrou um pequeno crescimento, em linha com o fraco desempenho das exportações totais do Brasil.

Nos anos entre 2002 e 2006 a recuperação do crescimento das exportações alcançou todos os países sul-americanos, com especial destaque para Argentina (49,5% a.a.) e Venezuela (45,3% a.a.), refletindo o forte crescimento do PIB verificado em todas as economias da região.

Tabela 1.1.1
Exportações brasileiras para a América do Sul
segundo países, em períodos selecionados

(Em %)

País	Valor (US\$ milhões)				Taxa de crescimento anual (%)			
	1990	1997	2002	2006	1997/1990	2002/1997	2006/2002	2006/1990
Argentina	645,1	6.767,2	2.341,9	11.713,8	39,9	(19,1)	49,5	19,9
Paraguai	380,5	1.406,5	558,5	1.230,5	20,5	(16,9)	21,8	7,6
Uruguai	294,6	870,0	410,5	1.006,1	16,7	(13,9)	25,1	8,0
Bolívia	182,0	719,1	420,6	693,9	21,7	(10,2)	13,3	8,7
Suriname	16,8	14,9	10,7	31,3	(1,6)	(6,5)	30,8	4,0
Chile	483,7	1.195,9	1.460,9	3.896,0	13,8	4,1	27,8	13,9
Venezuela	267,6	768,1	796,6	3.555,0	16,3	0,7	45,3	17,5
Colômbia	162,6	507,9	636,6	2.128,9	17,7	4,6	35,2	17,4
Peru	146,2	361,8	436,1	1.500,8	13,8	3,8	36,2	15,7
Equador	126,1	171,6	388,3	873,3	4,5	17,7	22,5	12,9
Guiana	2,4	8,2	8,7	20,1	19,2	1,1	23,2	14,2
Total	2.707,5	12.791,3	7.469,4	26.649,7	24,8	(10,2)	37,4	15,4

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

Quando se considera todo o período entre 1990 e 2006 (última coluna da Tabela), o país que liderou o crescimento das exportações brasileiras foi a Argentina, com alta de quase 20% a.a. As vendas para todos os países destacados na parte inferior da Tabela também cresceram a taxas elevadas, que variaram de 12,9% a.a. no Equador a 17,5% a.a. na Venezuela – taxas superiores às das exportações totais brasileiras (9,7% a.a.). Já Paraguai, Uruguai, Bolívia e Suriname foram destaques negativos, com as vendas brasileiras crescendo abaixo não somente da média sul-americana, mas também do total brasileiro. Isto explica porque estes países perderam tanto espaço na pauta brasileira.

➤ Produtos e setores

A pauta de exportações brasileiras para a América do Sul mostra-se bastante diversificada em termos de setores e produtos, mas observa-se um **domínio absoluto de produtos manufaturados**, que representaram, no biênio 2005-2006, mais de $\frac{3}{4}$ das vendas para a região – contra apenas 45,3% de participação nas exportações totais do país. Entre estes, o grande destaque fica com os bens intensivos em economias de escala, que responderam por quase 40% das exportações totais para a região. Há grande importância também dos bens de capital (15,8%) e dos bens intensivos em pesquisa e desenvolvimento (14,8%).

É importante destacar, também, que a América do Sul é um destino bastante importante das exportações de manufaturados do país, com participação de 31,5%, embora a região responda por apenas 18,7% das vendas totais do país. No caso dos manufaturados intensivos em economias de escala, a região é destino de 34% das vendas totais do país; nos bens de capital ela responde por 28,5%; e nos bens intensivos em P&D, por 36,6%. Nos intensivos em trabalho sua participação é bem menor, de 21,8%, mas ainda assim superior à que se registra em quaisquer tipos de bens primários e semimanufaturados.

Tabela 1.1.2
Exportação brasileira total e com destino à América do Sul, segundo tipos de produtos
(Média 2005-2006)

Tipos de produtos	Total brasileiro		Destino Am. do Sul		Am. Sul/Total %
	US\$ milhões	Part. %	US\$ milhões	Part. %	
Primários	28.392	22,2	1.911	8,0	6,7
Agrícolas	12.430	9,7	327	1,4	2,6
Minérios	10.396	8,1	507	2,1	4,9
Energéticos	5.565	4,4	1.077	4,5	19,4
Semimanufaturados	39.212	30,7	3.755	15,7	9,6
Agrícolas intensivas em mão-de-obra	18.826	14,7	1.102	4,6	5,9
Agrícolas intensivas em capital	8.664	6,8	740	3,1	8,5
Minérios	8.441	6,6	1.391	5,8	16,5
Energéticos	3.280	2,6	524	2,2	16,0
Manufaturados	57.880	45,3	18.230	76,2	31,5
Intensivos em trabalho	7.888	6,2	1.716	7,2	21,8
Intensivos em economias de escala	27.128	21,2	9.218	38,6	34,0
Bens de capital	13.226	10,3	3.768	15,8	28,5
Intensivos em P&D	9.639	7,5	3.528	14,8	36,6
Não classificados	2.405	1,9	14	0,1	0,6
Total	127.889	100,0	23.911	100,0	18,7

Fonte: Elaborado pela Funcex a partir de dados da SECEX/MDIC e OECD.

Para analisar em maior nível de detalhe a composição do comércio do país com os vizinhos sul-americanos, a **Tabela 1.3** apresenta a distribuição das vendas brasileiras segundo setores produtivos e principais produtos dentro de cada setor. Observa-se que o **setor de maior importância nas vendas do Brasil para a América do Sul é a Indústria automotiva**, que foi responsável por 26,1% das vendas no biênio 2005-2006. A seguir destacam-se as indústrias Química e petroquímica (14% da pauta), de Siderurgia e metalurgia (10,2%), de Equipamentos eletrônicos (9,4%) e de Máquinas e Equipamentos (7,3%). Juntos, estes cinco setores respondem por dois terços do total, um percentual bem mais elevado do que o referente às exportações totais do país, onde a participação destes cinco setores limita-se a 40%.

Outro aspecto a destacar é que **os países sul-americanos têm grande importância como mercado de destino das exportações totais dos setores destacados**. No caso da Indústria automotiva, por exemplo, estes países respondiam por 40% das vendas em 2005-2006, percentual bastante elevado, especialmente quando comparado à participação dos países da região no total das exportações brasileiras (18,7%). Em químicos e petroquímicos, estes países adquiriram 28,4% de tudo o que o país exportou; em Máquinas e equipamentos, o percentual foi de 31,7% e em Equipamentos eletrônicos chegou a 59,5%. A grande exceção é o setor de Siderurgia e Metalurgia, no qual a região foi destino de apenas 16,3% das vendas totais.

Na **Indústria automotiva**, as exportações para a América do Sul concentram-se nos produtos finais, sendo que o item de maior destaque, os automóveis de passageiros, é responsável por 8,4% das vendas do país para a América do Sul (e um terço das vendas do setor). Juntamente com tratores e com os veículos de carga, eles responderam por quase 60% das exportações do setor para a região em 2005-2006. Este perfil difere daquele observado no total das exportações brasileiras do setor, nas quais estes produtos representaram 48%. Além disso, nestes três itens a participação da América do Sul como destino das vendas totais do setor é superior à verificada no caso dos bens intermediários (partes, peças, motores).

Na indústria **Química e petroquímica** as exportações brasileiras para a América do Sul são mais concentradas em alguns produtos petroquímicos (destacadamente os polímeros e as resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas), os quais, juntamente com os óleos combustíveis, representaram 7,1% das vendas totais do país para a região (e metade do total do setor). Nos dois primeiros itens, a região é um mercado de destino muito importante para as vendas do país, representando 54% e 46,9%, respectivamente. É necessário destacar ainda outros três produtos nos quais a América do Sul representa também um mercado muito importante, embora as vendas não sejam tão elevadas em termos absolutos: inseticidas, formicidas, herbicidas e produtos semelhantes (região é destino de 70% das exportações totais do país); adubos, fertilizantes e corretivos do solo (96,5%); e tintas, pigmentos, corantes, impermeabilizantes e solventes (63,2%).

Quanto ao setor de **Siderurgia e metalurgia**, os dois produtos com maior representatividade nas vendas para a América do Sul são os mesmos que dominam as exportações totais do país: laminados planos de ferro e aço e semimanufaturados de ferro e aço, que responderam por metade das vendas do país à região em 2005-2006. Os vizinhos não representam, contudo uma parcela muito elevada das vendas totais do país: 26,6% e 14,9%, respectivamente. Os itens nos quais a região representa um mercado de importância relativamente mais elevada são produtos metalúrgicos: ferragens e ferramentas (44,1%), tubos de ferro ou aço e seus acessórios (37,6%) e utensílios domésticos (37,9%).

Na indústria de **Equipamentos eletrônicos**, o destaque absoluto são os telefones celulares, que representaram 6,8% das exportações do país para a região e 72% do total do setor. Têm razoável representatividade os aparelhos transmissores ou receptores e componentes (1,2% do total) e as máquinas de processamento de dados, partes e acessórios (1,1%). Nestes três itens, a América do Sul é o grande destino das exportações do país, respondendo por, respectivamente, 64,5%, 51,6% e 67,2% de tudo o que o país vende ao exterior.

No caso da indústria de **Máquinas e equipamentos**, as vendas para a América do Sul concentram-se em dois itens, que respondem por 60% do total do setor: máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial (3,1% do total para a região) e máquinas e aparelhos para terraplanagem, perfuração etc. (1,3%). No primeiro, a região é um mercado de grande importância para o país, representando quase metade das vendas totais. Nos demais, este percentual fica na casa dos 20%.

Quanto aos demais produtos e setores apresentados na Tabela, a indústria de **Material elétrico** possui razoável relevância, respondendo por 4,3% do total das vendas para a América do Sul, região que possui importância razoável como mercado de destino das vendas do setor, tendo respondido por 31,5% do total em 2005-2006. Há ainda a indústria **Têxtil** (3% do total) e a de **Celulose, papel e gráfica** (2,9%, basicamente com produtos de papel e cartão), além de três produtos isolados: óleos brutos de petróleo (4,5%), minério de ferro (1,4%) e calçados (1,2%). Vale destacar a grande importância que a América do Sul tem como destino das vendas de tecidos (cerca de 2/3 do total, seja em tecidos de fios naturais, seja em tecidos de fios artificiais e sintéticos) e de papel e cartão (40% ou mais).

Tabela 1.1.3
Exportação brasileira total e com destino à América do Sul,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setor de atividade / Produto	Total brasileiro		Destino A. do Sul		A. Sul/Total (%)
	Valor	Part. (%)	Valor	Part. (%)	
Indústria automotiva	15.572	12,2	6.250,4	26,1	40,1
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	3.346,7	14,0	28,4
Polímeros	1.211,6	0,9	654,3	2,7	54,0
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	587,3	2,5	46,9
Óleos combustíveis	1.911,9	1,5	444,3	1,9	23,2
Produtos químicos orgânicos	817,5	0,6	236,2	1,0	28,9
Produtos petroquímicos intermediários	677,9	0,5	202,6	0,8	29,9
Inseticidas, formicidas, herbicidas e prods. semelhantes	238,0	0,2	166,6	0,7	
Aubos, fertilizantes e corretivos do solo	172,0	0,1	166,0	0,7	96,5
Tintas, pigmentos, corantes, impermeabilizantes e solventes	252,2	0,2	159,3	0,7	63,2
Demais químicos e petroquímicos	5.236,3	4,1	730,2	3,1	13,9
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	2.433,2	10,2	16,3
Produtos laminados planos de ferro ou aços	2.550,5	2,0	678,8	2,8	26,6
Produtos semimanufaturados, de ferro ou aços	3.565,2	2,8	531,8	2,2	14,9
Alumínio, em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras	506,7	0,4	158,6	0,7	31,3
Ferragens e ferramentas	336,7	0,3	148,4	0,6	44,1
Tubos de ferro ou aço e seus acessórios	349,1	0,3	131,3	0,5	37,6
Utensílios domésticos	285,5	0,2	108,2	0,5	37,9
Cobre, em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras	343,5	0,3	90,7	0,4	26,4
Demais produtos metalúrgicos	7.012,1	5,5	585,4	2,4	8,3
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	2.259,1	9,4	59,5
Terminais portáteis de telefonia celular	2.533,4	2,0	1.633,8	6,8	64,5
Aparelhos transmissores ou receptores e componentes	543,0	0,4	280,1	1,2	51,6
Máquinas de process. de dados, partes e acessórios	375,8	0,3	252,6	1,1	67,2
Demais equipamentos eletrônicos	344,6	0,3	92,5	0,4	26,9
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	1.743,2	7,3	31,7
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	734,5	3,1	48,9
Maquinas e aparelhos p/terraplanagem, perfuração, etc.	1.337,6	1,0	317,8	1,3	23,8
Ferramentas e máquinas-ferramenta, partes e acessórios	491,4	0,4	142,6	0,6	29,0
Bombas e compressores suas partes e peças	664,7	0,5	138,8	0,6	20,9
Demais máquinas e equipamentos	1.496,5	1,2	409,4	1,7	27,4
Oleos brutos de petróleo	5.529,4	4,3	1.076,2	4,5	19,5
Material elétrico	3.244,0	2,5	1.020,3	4,3	31,5
Motores, geradores e transformadores eletr. e suas partes	1.110,2	0,9	218,9	0,9	19,7
Fios, cabos, condutores e condensadores elétricos	390,1	0,3	160,7	0,7	41,2
Refrigeradores, congeladores e semelhs. partes e peças	293,2	0,2	160,6	0,7	54,8
Compressores para refrigeração	596,0	0,5	92,4	0,4	15,5
Aparelhos domésticos	145,5	0,1	81,3	0,3	55,9
Demais materiais elétricos	708,9	0,6	306,5	1,3	43,2
Têxtil	1.869,3	1,5	710,0	3,0	38,0
Tecidos de fios têxteis naturais	292,7	0,2	191,1	0,8	65,3
Outros produtos da indústria têxtil	541,7	0,4	179,2	0,7	33,1
Tecidos de fios artificiais sintéticos	190,3	0,1	124,7	0,5	65,6
Fibras beneficiadas e fios têxteis naturais	234,6	0,2	83,4	0,3	35,6
Demais têxteis	610,0	0,5	131,5	0,5	21,6
Celulose, papel e gráfica	3.763,9	2,9	693,5	2,9	18,4
Papel e cartão, para escrita, impressão ou fins gráficos	718,1	0,6	292,5	1,2	40,7
Papel e cartão kraft, em rolos ou em folhas	232,1	0,2	107,2	0,4	46,2
Papel e cartão revestidos	115,5	0,1	87,0	0,4	75,3
Demais produtos de celulose, papel e gráfica	2.698,1	2,1	206,7	0,9	7,7
Minério de ferro	8.122,8	6,4	341,3	1,4	4,2
Calçados	1.965,0	1,5	282,6	1,2	14,4
Subtotal	76.072,0	59,5	20.156,6	84,3	26,5
Demais produtos	51.817,0	40,5	3.754,1	15,7	7,2
Total brasileiro	127.889,0	100,0	23.910,7	100,0	18,7

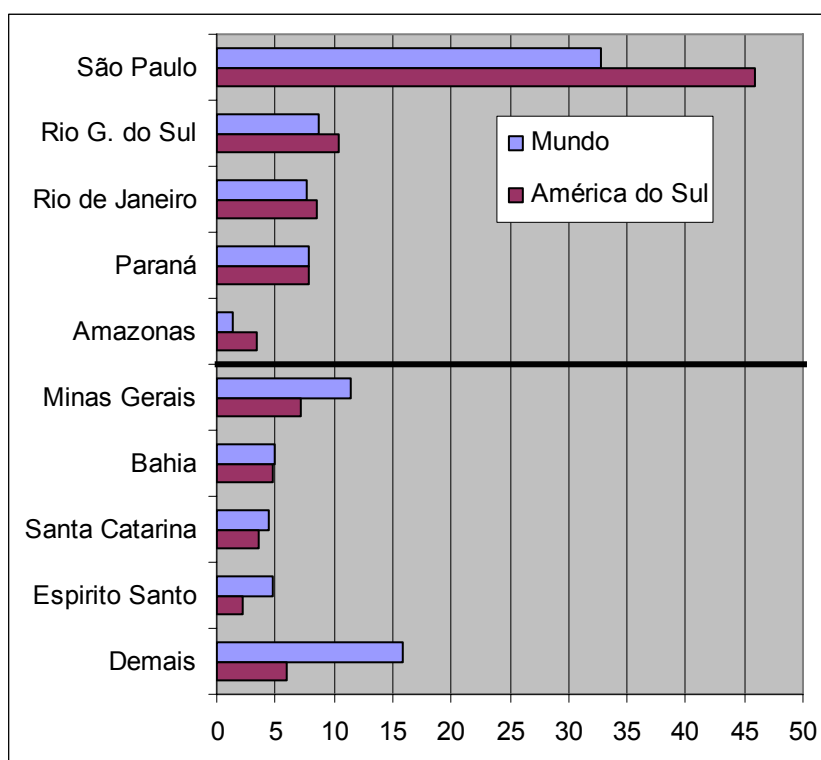
Fonte: SECEX. Elaborado pela FUNCEX.

➤ Estados de origem

Outro aspecto importante a analisar é a **composição das exportações brasileiras para a América do Sul segundo as unidades da federação de onde se originam os produtos**. O **Gráfico 1.1.3** mostra esta composição, cotejando-a com a das exportações brasileiras para todo o mundo. O primeiro ponto a destacar é que, tanto no total quanto nas vendas direcionadas para a América do Sul, há um predomínio absoluto dos estados das regiões Sudeste e Sul. Somente São Paulo foi responsável por 45,9% de tudo o que o país exportou para a região e 32,8% do total para o mundo. Juntamente com os outros estados do Sudeste, estes percentuais sobem para 63,8% e 56,7%. Já a região Sul foi origem de 22% das vendas para a América do Sul e 21% para o mundo.

Se a estes sete estados forem somadas as exportações da Bahia (4,9% do total para a região) e Amazonas (3,4%), tem-se que **apenas nove estados do país são responsáveis por 94% de tudo o que o país exporta para a América do Sul** e por 84% das exportações para todo o mundo. De fato, as vendas para a região mostram-se um pouco mais concentradas em termos de estado de origem do que as vendas totais.

Gráfico 1.1.3
Participação dos estados nas exportações brasileiras para a América do Sul e para o mundo – Biênio 2005-2006
 (Em %)



Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

O Gráfico destaca, em sua parte superior, os cinco estados cuja participação nas vendas para a América do Sul é superior à participação nas exportações totais. O caso mais importante é o de São Paulo, cuja participação nas exportações para a região é 13 pontos percentuais maior do que sua participação nas vendas totais. Esta diferença é de 2 p.p. para o Amazonas, 1,7 p.p. para o Rio Grande do Sul, 0,8 pontos percentuais para o Rio de Janeiro e apenas 0,1 p.p. para o Paraná.

Não é difícil entender o porquê destes estados terem vendas relativamente concentradas na América do Sul. Como visto, as vendas brasileiras para América do Sul são fortemente concentradas em bens manufaturados, com destaque para Indústria automotiva, Químicos e petroquímicos, Equipamentos eletrônicos, Máquinas e equipamentos e Material elétrico, produtos cujas exportações brasileiras originam-se principalmente destes cinco estados. Nos demais há maior participação de *commodities* de origem agrícola e mineral, produtos que têm pouca importância nas vendas para a América do Sul.

Finalmente, a **Tabela 1.4** apresenta a participação que os países da América do Sul tiveram nas exportações de cada estado brasileiro no biênio 2005-2006. Na última coluna, apresenta-se a participação referente ao todos os estados, para efeito de comparação. É possível identificar quais países tinham uma participação relativamente mais elevada na pauta de cada estado, quando comparada com sua participação no total das vendas do país, sendo estes destacados com fundo cinza na Tabela. Apenas no caso de São Paulo não foram identificadas diferenças significativas, até porque a composição das vendas do estado determina em grande parte a composição das vendas totais do Brasil (visto ele representar quase metade das exportações do país para a região).

No caso de Minas Gerais, por exemplo, observa-se uma participação relativamente mais elevada de Paraguai (10,9%, contra 4,6% no total do país) e Uruguai (8,1% contra 3,9%). Para o Rio de Janeiro, há especial importância de Chile e Peru, além da Argentina; no Paraná, as vendas tem maior concentração relativa no Paraguai e no Uruguai, além de Chile, Argentina e Venezuela; e assim por diante.

Tabela 1.1.4
Distribuição das exportações brasileiras de cada estado
segundo países da América do Sul – Biênio 2005-2006

(Em %)

	São Paulo	R. G. do Sul	R. de Janeiro	Paraná	M. Gerais	Bahia	S. Catarina	Amazonas	E. Santo	Ceará	Pernambuco	M. G. do Sul	M. Grosso	Pará
Argentina	47,6	43,4	24,5	44,1	48,3	64,8	40,3	37,0	53,5	49,8	49,7	57,0	17,4	85,7
Bolívia	2,7	3,2	1,3	2,0	3,1	1,6	3,8	1,5	0,8	5,5	1,6	7,5	24,6	0,1
Chile	13,7	16,4	42,4	17,0	8,5	9,4	17,8	11,7	9,1	5,0	13,0	5,1	11,4	1,9
Colômbia	7,2	4,6	5,9	5,1	10,0	5,0	4,9	12,5	22,8	4,8	5,6	1,0	4,9	2,8
Equador	3,5	2,6	3,0	2,1	4,9	2,1	3,3	2,4	2,3	2,0	0,9	0,4	0,3	0,1
Guiana	0,1	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,4	0,6	-	0,3	0,2
Paraguai	3,6	10,9	1,6	9,0	2,4	0,7	8,8	1,7	0,7	10,2	3,6	11,3	1,2	1,0
Peru	5,1	3,3	13,6	3,9	3,7	3,1	3,9	5,9	1,3	5,2	1,5	1,1	6,5	0,1
Suriname	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,9	0,1	0,1	0,7	3,4
Uruguai	3,1	8,1	3,9	5,3	2,8	1,8	7,7	1,4	0,9	3,6	2,6	10,5	1,9	2,6
Venezuela	13,3	7,2	3,8	11,4	16,2	11,4	9,0	25,9	8,4	12,6	20,8	5,9	30,9	2,2
	Maranhão	Goiás	Paraíba	R. G. do Norte	Rondônia	Sergipe	Alagoas	D. Federal	Roraima	Acre	Piauí	Amapá	Tocantins	Total
Argentina	48,4	24,0	61,4	59,3	38,6	18,8	90,1	3,2	0,0	8,9	16,0	89,8	-	45,2
Bolívia	0,0	5,0	6,6	1,7	21,7	5,8	2,9	0,2	-	89,3	5,8	-	-	2,7
Chile	6,8	12,6	4,1	1,0	3,5	29,7	-	5,3	-	0,4	28,3	9,5	-	15,7
Colômbia	42,8	6,6	5,5	10,9	-	7,7	6,4	0,0	-	-	5,4	-	-	7,4
Equador	0,1	1,4	0,7	0,5	-	3,1	-	0,0	-	-	4,6	-	-	3,2
Guiana	-	0,1	1,8	0,4	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
Paraguai	0,1	33,0	4,9	2,3	1,4	16,4	0,4	0,2	-	0,3	0,4	0,7	16,6	4,6
Peru	0,7	1,4	0,6	2,4	1,3	4,6	0,2	0,0	-	1,0	4,4	-	72,6	5,1
Suriname	0,0	0,3	2,6	0,0	0,0	-	-	0,3	-	0,0	-	-	-	0,1
Uruguai	1,2	8,7	2,4	2,6	16,4	8,3	0,0	0,3	0,0	0,1	1,0	0,0	10,7	3,9
Venezuela	0,0	7,1	9,5	18,9	17,2	5,6	-	90,4	100,0	-	34,1	-	-	12,1

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

As seções que se seguem destinam-se a apresentar os aspectos mais importantes referentes à estrutura das exportações brasileiras para cada um dos países da América do Sul, segundo duas perspectivas: a de setores e principais produtos que compõem a pauta – destacando-se não apenas os produtos de maior peso na pauta de exportações brasileiras para cada país, mas também aqueles nos quais os países respondem por uma parte significativa das exportações de cada setor – e a de estados de origem dos produtos.

1.2. Argentina

➤ Setores e produtos

O perfil das exportações brasileiras para a América do Sul é influenciado fortemente pelas exportações destinadas à Argentina, visto que este país representava 45% do total exportado para a região no biênio 2005-2006. Conseqüentemente, o perfil das vendas para a Argentina é bastante semelhante ao que se verifica no total para a América do Sul.

O setor de maior destaque nas exportações para a Argentina é a Indústria automotiva, que respondeu por 34,8% da pauta em 2005-2006. Juntamente com os produtos da indústria Química e petroquímica, de Equipamentos eletrônicos, de Siderurgia e Metalurgia, de Máquinas e equipamentos e de Material elétrico, a participação no total das vendas brasileiras para a Argentina atinge 80% (**Tabela 1.2.1**). A Argentina é também um mercado muito importante para as vendas totais brasileiras destes setores. Para lá se direcionam, por exemplo, mais de 20% das exportações da Indústria automotiva, 26,7% das vendas de Equipamentos eletrônicos, 16% das de Químicos e petroquímicos e 13,9% das de Material elétrico, percentuais bem superiores aos 8,5% que o país representa no total das exportações brasileiras. A exceção é o setor de Siderurgia e Metalurgia, onde a participação da Argentina é de apenas 6% nas vendas totais.

Há ainda alguns outros setores e produtos que têm participação minimamente significativa nas exportações brasileiras para o país, também apresentados na Tabela: Têxteis (3,8% da pauta), Minério de ferro (3,1%), Celulose, papel e gráfica (2,7%), Farmacêutica e perfumaria (2,1%) e Calçados (1,1%). Os produtos restantes somam apenas 6,8%.

A seguir destacam-se os produtos de maior relevância nas exportações para a Argentina dentro de cada um dos setores destacados.

- **Indústria automotiva** – a maior parte das vendas é de produtos acabados, sendo o grande destaque os automóveis de passageiros. Juntamente com tratores e os veículos de carga, representam 21,2% das vendas totais para a Argentina e 61% das vendas do setor para o país.
- **Químicos e petroquímicos** – a maior parte das vendas desta indústria para a Argentina são de produtos petroquímicos e de refino de petróleo, sendo que quase metade das vendas referem-se a apenas três itens: polímeros; resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas; e óleos combustíveis. Devem-se destacar ainda três itens nos quais a Argentina é destino de uma parcela

expressiva do total das exportações brasileiras do setor (na casa dos 30%), embora, em valores absolutos, eles não sejam tão relevantes: inseticidas, formicidas, herbicidas e produtos semelhantes (Argentina representa 37,4% das vendas do setor); tintas, pigmentos, corantes, impermeabilizantes e solventes (28,7%); e sabões, produtos e preparações para limpeza (34,8%).

- **Equipamentos eletrônicos** – destaque absoluto para os telefones celulares, que representam 60% de tudo o que o setor exporta para este país e são o principal produto de exportação brasileiro para o vizinho, depois dos veículos e autopeças. A Argentina absorve quase $\frac{1}{4}$ das exportações totais do setor. Há dois outros itens nos quais a Argentina têm grande importância como destino das exportações do setor: máquinas de processamento de dados, partes e acessórios, no qual a Argentina é destino de metade das exportações totais deste produto; e aparelhos transmissores ou receptores e componentes, onde a Argentina representa quase $\frac{1}{3}$ das vendas.
- **Siderurgia e metalurgia** – as exportações para a Argentina são bastante diversificadas, destacando-se dois itens: semimanufaturados de ferro e aço, que representam 23% das vendas do setor, e laminados planos de ferro e aço, com participação de 20%. De modo geral, a Argentina não representa um mercado muito importante para as vendas do setor, nem mesmo nos dois itens citados acima. Há, contudo, três itens nos quais o país é destino de cerca de 20% das exportações: ferragens e ferramentas; cobre em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras; e tubos de ferro ou aço e seus acessórios.
- **Máquinas e equipamentos** – o maior destaque fica com as máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial, que representam mais de 40% das vendas do setor para o país. Além disso, a Argentina é destino de quase 20% das exportações brasileiras deste produto.
- **Material elétrico** – pauta bastante diversificada, incluindo tanto produtos finais (refrigeradores, aparelhos domésticos) quanto intermediários (fios e cabos, motores, geradores e transformadores). Nos primeiros, a Argentina absorve cerca de 30% das exportações totais do país, assim como no caso de pilhas, baterias e acumuladores elétricos.

Tabela 1.2.1
Exportação brasileira total e com destino à Argentina,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total		Destino Argentina		Argentina/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Indústria automotiva	18.293,3	13,2	3.763,2	34,8	20,6
Automoveis de passageiros	4.496,3	3,5	1.359,1	12,6	30,2
Partes e peças para veículos automóveis e tratores	3.500,7	2,7	732,7	6,8	20,9
Veículos de carga	1.775,6	1,4	623,7	5,8	35,1
Motores para veículos automóveis e suas partes	2.552,3	2,0	335,2	3,1	13,1
Tratores	1.238,7	1,0	311,8	2,9	25,2
Pneus	924,2	0,7	155,7	1,4	16,8
Demais da indústria automotiva	3.805,4	1,9	245,1	2,3	6,4
Químicos e petroquímicos	11.932,7	9,3	1.906,4	17,6	16,0
Polímeros	1.211,6	0,9	351,6	3,3	29,0
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	308,6	2,9	24,7
Oleos combustíveis	1.911,9	1,5	257,8	2,4	13,5
Produtos químicos orgânicos	817,5	0,6	159,2	1,5	19,5
Produtos petroquímicos intermediários	677,9	0,5	143,1	1,3	21,1
Óxidos e hidróxidos de alumínio	842,4	0,7	120,1	1,1	14,3
Produtos petroquímicos básicos	495,6	0,4	90,5	0,8	18,3
Inseticidas, formicidas, herbicidas e prods.semelhantes	238,0	0,2	88,9	0,8	37,4
Tintas, pigmentos, corantes, impermeabil. e solventes	252,2	0,2	72,3	0,7	28,7
Produtos químicos inorgânicos	283,3	0,2	58,6	0,5	20,7
Sabões, produtos e preparações, para limpeza	165,4	0,1	57,5	0,5	34,8
Demais químicos e petroquímicos	3.785,8	3,0	198,2	1,8	5,2
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	1.014,2	9,4	26,7
Terminais portáteis de telefonia celular	2.533,4	2,0	598,9	5,5	23,6
Máquinas de process. de dados, partes e acessórios	375,8	0,3	188,5	1,7	50,2
Apar. transmissores ou receptores e componentes	543,0	0,4	178,6	1,7	32,9
Demais equipamentos eletrônicos	344,6	0,3	48,1	0,4	14,0
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	902,4	8,3	6,0
Produtos semimanufaturados, de ferro ou aços	3.565,2	2,8	211,9	2,0	5,9
Produtos laminados planos de ferro ou aços	2.550,5	2,0	184,9	1,7	7,2
Ferragens e ferramentas	336,7	0,3	74,4	0,7	22,1
Cobre, em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras	343,5	0,3	66,8	0,6	19,4
Tubos de ferro ou aço e seus acessórios	349,1	0,3	65,9	0,6	18,9
Alumínio, em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras	506,7	0,4	43,4	0,4	8,6
Utensílios domésticos	285,5	0,2	37,7	0,3	13,2
Ferro-ligas	775,3	0,6	31,4	0,3	4,1
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	6.236,8	4,9	186,0	1,7	3,0
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	653,0	6,0	11,9
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	277,3	2,6	18,5
Maquinas e aparelhos p/terraplanagem, perfuração, etc.	1.337,6	1,0	111,6	1,0	8,3
Bombas e compressores suas partes e peças	664,7	0,5	63,6	0,6	9,6
Rolamentos e engrenagens, partes e peças	434,3	0,3	52,9	0,5	12,2
Ferramentas e máquinas-ferramentas, partes e acessórios	491,4	0,4	50,7	0,5	10,3
Demais máquinas e equipamentos	1.062,3	0,8	96,9	0,9	9,1
Material elétrico	3.244,0	2,5	450,4	4,2	13,9
Refrigeradores, congeladores e semelhs.partes e peças	293,2	0,2	86,3	0,8	29,4
Fios, cabos, condutores e condensadores elétricos	390,1	0,3	83,4	0,8	21,4
Motores, geradores e transformadores eletr. e suas partes	1.110,2	0,9	67,0	0,6	6,0
Aparelhos domésticos	145,5	0,1	49,1	0,5	33,8
Pilhas, baterias e acumuladores elétricos	128,1	0,1	36,2	0,3	28,3
Demais materiais elétricos	1.176,8	0,9	128,3	1,2	10,9
Têxteis	1.869,3	1,5	416,1	3,8	22,3
Tecidos de fios têxteis naturais	292,7	0,2	103,0	1,0	35,2
Tecidos de fios artificiais sintéticos	190,3	0,1	65,2	0,6	34,2
Fibras beneficiadas e fios têxteis naturais	234,6	0,2	56,1	0,5	23,9
Demais têxteis	1.151,7	0,9	191,8	1,8	16,7
Minério de ferro	8.122,8	6,4	330,6	3,1	4,1
Celulose, papel e gráfica	3.763,9	2,9	292,4	2,7	7,8
Papel e cartão, para escrita, impressão ou fins gráficos	718,1	0,6	113,6	1,1	15,8
Papel e cartao kraft, em rolos ou em folhas	232,1	0,2	65,3	0,6	28,1
Papel e cartão revestidos	115,5	0,1	22,4	0,2	19,4
Demais produtos de celulose, papel e gráfica	2.698,1	2,1	91,2	0,8	3,4
Farmacêutica e perfumaria	968,7	0,8	227,6	2,1	23,5
Medicamentos para medicina humana e veterinaria	418,7	0,3	83,3	0,8	19,9
Produtos de perfumaria, de toucador e preparos.cosméticas	263,4	0,2	73,6	0,7	27,9
Sabões, produtos e preparações, para limpeza	165,4	0,1	57,5	0,5	34,8
Demais produtos de farmacêutica e perfumaria	121,2	0,1	13,2	0,1	10,9
Calçados	1.965,0	1,5	121,3	1,1	6,2
Demais produtos	53.491,9	42,9	737,2	6,8	1,4
Todos os produtos	127.889,0	100,0	10.814,7	100,0	8,5

Fonte: Funcex.

➤ Estados de origem

As exportações brasileiras para a Argentina são relativamente concentradas em poucos estados de origem, ao menos quando comparadas com o total das vendas externas brasileiras. De fato, apenas seis estados foram responsáveis, no biênio 2005-2006, por 85% das vendas direcionadas a este país. Somente do estado de São Paulo provém quase metade das exportações brasileiras para a Argentina, e o país também tem uma importância relativamente elevada nas vendas do estado, de 12,5% – superior ao peso do país no total da pauta brasileira, que é de 8,5%. As vendas do estado para o país vizinho concentram-se na Indústria automotiva, em Máquinas e equipamentos e em Equipamentos eletrônicos (**Tabela 1.2.2**).

Tabela 1.2.2
Exportação brasileira com destino à Argentina,
segundo estados de origem e principais setores industriais
 (Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no total para o país (%)	Part. do país no total do estado (%)
São Paulo	5.231,3	48,4	12,5
Indústria automotiva	1.810,5	16,7	
Máquinas e equipamentos	508,5	4,7	
Equip. eletrônicos	763,5	7,1	
Rio Grande do Sul	1.082,3	10,0	9,7
Químicos e petroquímicos	421,6	3,9	
Máquinas e equipamentos	255,9	2,4	
Paraná	834,2	7,7	8,3
Indústria automotiva	389,7	3,6	
Máquinas e equipamentos	104,2	1,0	
Minas Gerais	827,3	7,7	5,7
Indústria automotiva	376,7	3,5	
Siderurgia	168,1	1,6	
Bahia	753,7	7,0	11,8
Químicos e petroquímicos	326,6	3,0	
Indústria automotiva	205,9	1,9	
Rio de Janeiro	497,2	4,6	5,1
Indústria automotiva	230,8	2,1	
Químicos e petroquímicos	110,9	1,0	
Santa Catarina	351,2	3,2	6,1
Material elétrico	79,3	0,7	
Amazonas	302,9	2,8	16,5
Equipamentos eletrônicos	187,4	1,7	
Espirito Santo	284,0	2,6	4,6
Extrativa mineral	246,7	2,3	
Demais estados	650,5	6,0	3,2
Total	10.814,6	100,0	8,5

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex. Obs: O total difere daquele apresentado na Tabela I.1 devido às operações especiais.

O Rio Grande do Sul é o segundo estado de origem mais importante nas exportações para a Argentina, com vendas concentradas nas indústrias de Químicos e petroquímicos e de Máquinas e equipamentos. A Argentina absorve 10% das exportações totais do estado.

Paraná e Minas Gerais são ambos responsáveis por 7,7% das exportações brasileiras para a Argentina, e ambos com vendas expressivas de produtos da Indústria automotiva e da Siderurgia.

A Bahia é origem de 7% das vendas do país para a Argentina, com destaque para a Indústria automotiva e para os Químicos e petroquímicos. Estes mesmos dois setores destacam-se nas vendas do Rio de Janeiro, que é responsável por 4,6% da pauta.

Destacam-se ainda os estados de Santa Catarina, Amazonas (devido principalmente aos produtos eletrônicos oriundos da Zona Franca de Manaus) e Espírito Santo. Todos os demais estados juntos representam 6% das vendas brasileiras para a Argentina.

1.3. Bolívia

➤ Setores e produtos

As exportações brasileiras para a Bolívia não são muito volumosas, tendo representado cerca de 2,7% do total exportado pelo Brasil para a América do Sul no biênio 2005-2006.

Entre os setores, os principais destaques nas exportações para a Bolívia foram a indústria Química e petroquímica e a de Siderurgia e metalurgia, com participações na pauta de 18,5% e 18,3%, respectivamente, no biênio 2005-2006. Estes dois setores, em conjunto com os produtos da indústria de Máquinas e equipamentos, de Material elétrico e de Têxteis, representam cerca de 61,2% do total exportado pelo Brasil para a Bolívia. Considerando nesse total as exportações de soja (4,8% da pauta), a participação final sobe para 66% (**Tabela 1.3.1**). Verifica-se que a participação da Bolívia nas vendas de cada setor ainda é muito pequena, embora superior à participação que o país tem no total das vendas brasileiras (0,5%). Cerca de 1% das exportações da indústria Química destinam-se a este país, que também recebe 2,9% das exportações brasileiras de produtos de Perfumaria e cosméticos, 2,6% de Papel e cartão, 1,6% de pneus, 1,6% da indústria Têxtil e 1,4% do total de Máquinas e equipamentos e de Material elétrico.

Dentro dos principais setores destacados pela tabela, os produtos de maior relevância nas exportações para a Bolívia são os seguintes:

- **Químicos e petroquímicos** – as vendas se concentram nos produtos petroquímicos, onde mais da metade do total exportado pelo setor (55,2%) se refere a três produtos: polímeros; resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas; e tintas, pigmentos, corantes, impermeabilizantes e solventes.
- **Siderurgia e metalurgia** – diferentemente do observado na Argentina, as exportações para a Bolívia não são muito diversificadas, concentrando-se principalmente nas vendas de produtos semimanufaturados de ferro e aço, que respondem por 35,3% do total exportado pelo setor, e de laminados planos de ferro e aço, com 16,2% das vendas.
- **Máquinas e equipamentos** – este setor também é bastante concentrado, sendo que as máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial representam mais de 45% das vendas do setor para o país e, juntamente com máquinas e aparelhos para terraplanagem e perfuração, respondem por 61% das exportações do setor para a Bolívia.

- **Material elétrico** – a pauta se divide entre produtos finais e intermediários, sendo, porém, muito pouco diversificada. Destacam-se as vendas de refrigeradores e congeladores (22,4% do setor) e de fios, cabos, condutores e condensadores elétricos (20,4%).
- **Têxteis** – o principal destaque nas exportações brasileiras deste setor para a Bolívia são os tecidos de fios têxteis naturais, que responderam por mais de 1/3 das vendas do setor (39,3%). Além disso, o país foi destino de 4,1% das exportações brasileiras deste produto no biênio 2005-2006.

Tabela 1.3.1
Exportação brasileira total e com destino à Bolívia,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Bolívia		Bolívia/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	117,6	18,5	1,0
Polímeros	1.211,6	0,9	33,0	5,2	2,7
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	17,5	2,7	1,4
Tintas, pigmentos, corantes, impermeabilizantes e solventes	252,2	0,2	14,5	2,3	5,7
Inseticidas, formicidas, herbicidas e prods. semelhantes	238,0	0,2	12,9	2,0	5,4
Óleos combustíveis	1.911,9	1,5	11,0	1,7	0,6
Demais químicos e petroquímicos	6.903,6	5,4	28,7	4,5	0,4
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	116,9	18,3	0,8
Produtos semimanufaturados, de ferro ou aços	3.565,2	2,8	41,3	6,5	1,2
Produtos laminados planos de ferro ou aços	2.550,5	2,0	18,9	3,0	0,7
Utensílios domésticos	285,5	0,2	9,2	1,4	3,2
Ferragens e ferramentas	336,7	0,3	7,9	1,2	2,4
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	7.652,6	6,0	39,6	6,2	0,5
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	79,5	12,5	1,4
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	37,1	5,8	2,5
Maquinas e aparelhos p/terraplanagem, perfuração, etc.	1.337,6	1,0	11,4	1,8	0,9
Demais máquinas e equipamentos	2.652,7	2,1	31,0	4,9	1,2
Material elétrico	3.244,0	2,5	45,5	7,1	1,4
Refrigeradores, congeladores e semelhantes, partes e peças	293,2	0,2	10,2	1,6	3,5
Fios, cabos, condutores e condensadores elétricos	390,1	0,3	9,3	1,5	2,4
Motores, geradores e transformadores eletr. e suas partes	1.110,2	0,9	6,5	1,0	0,6
Demais materiais elétricos	1.450,4	1,1	19,5	3,1	1,3
Têxtil	1.869,3	1,5	30,5	4,8	1,6
Tecidos de fios têxteis naturais	292,7	0,2	12,0	1,9	4,1
Outros produtos da indústria têxtil	541,7	0,4	7,3	1,1	1,3
Demais têxteis	1.034,9	0,8	11,3	1,8	1,1
Soja mesmo triturada	5.504,2	4,3	30,4	4,8	0,6
Calçados	1.965,0	1,5	19,0	3,0	1,0
Papel e cartão	718,1	0,6	19,0	3,0	2,6
Pneus	924,2	0,7	14,9	2,3	1,6
Produtos de perfumaria, de toucador e cosméticos	263,4	0,2	7,6	1,2	2,9
Partes e peças para veículos automóveis e tratores	3.500,7	2,7	6,4	1,0	0,2
Demais produtos	77.690,8	60,7	149,8	23,5	0,2
Total brasileiro	127.889,0	100,0	637,0	100,0	0,5

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

Sete estados responderam, em 2005-2006, por quase 90% de tudo o que o Brasil exportou para a Bolívia. O estado de São Paulo é responsável por 46,9% do total (percentual acima da média nacional), sendo que o país foi destino de 0,7% no total exportado pelo estado, superando a participação de 0,5% do país no total exportado pelo Brasil. As vendas do estado concentram-se principalmente na Siderurgia e na indústria de produtos Químicos e petroquímicos (**Tabela 1.3.2**).

O segundo estado brasileiro em importância nas exportações para a Bolívia é o Rio Grande do Sul, com 12,7% de participação na pauta. As exportações deste estado para o país vizinho se concentram

principalmente na indústria Química e petroquímica e o país também representa 0,7% das vendas totais do estado.

Os estados de Minas Gerais, Paraná e Santa Catarina são responsáveis, respectivamente, por 8,4%, 6% e 5,2% das exportações brasileiras para a Bolívia, em todos eles destacando-se as vendas da indústria de Siderurgia e metalurgia.

O estado de Mato Grosso é responsável por 4,9% da pauta exportadora brasileira para a Bolívia, onde o setor Agropecuário (leia-se soja) responde por praticamente todo o total exportado (4,5%). A Bolívia é o segundo país da América do Sul em importância nas vendas deste estado brasileiro, registrando participação de 0,7%.

O Rio de Janeiro contribui com 4,1% da pauta de exportações para o país vizinho e suas vendas se concentram basicamente em Minerais não-metálicos. Todos os demais estados juntos respondem por 11,9% das vendas brasileiras para a Bolívia, destacando-se a participação de 2,8% do estado da Bahia e de 1,9% do Amazonas.

Tabela 1.3.2
Exportação brasileira com destino à Bolívia,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no total para o país (%)	Part. do país no total do estado (%)
São Paulo	298,6	46,9	0,7
Siderurgia e metalurgia	67,0	10,5	
Químicos e petroquímicos	57,3	9,0	
Rio Grande do Sul	80,9	12,7	0,7
Químicos e petroquímicos	32,2	5,1	
Minas Gerais	53,7	8,4	0,4
Siderurgia e metalurgia	18,6	2,9	
Paraná	38,0	6,0	0,4
Siderurgia e metalurgia	-	-	
Santa Catarina	32,9	5,2	0,6
Siderurgia e metalurgia	7,0	1,1	
Mato Grosso	31,1	4,9	0,7
Agropecuária	28,9	4,5	
Rio de Janeiro	26,2	4,1	0,3
Minerais não-metálicos	7,0	1,1	
Demais estados	75,6	11,9	0,2
Bahia	18,0	2,8	
Amazonas	12,4	1,9	
Total	637,0	100,0	0,5

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

1.4. Chile

➤ Setores e produtos

O Chile é o segundo principal destino das exportações brasileiras na América do Sul, absorvendo 15,7% do total exportado pelo Brasil para a região no biênio 2005-2006, apresentando um perfil bastante diversificado em termos de produtos transacionados.

Quase metade das vendas para o Chile diz respeito a dois grupos de produtos: Indústria automotiva, que responde por 26,1% da pauta, e os óleos brutos de petróleo, que representam 22% da pauta. Somando-se a estes dois os produtos da indústria Química e petroquímica, da Siderurgia e metalurgia, de Máquinas e equipamentos e de Equipamentos eletrônicos, chega-se a praticamente 80% do total exportado pelo Brasil para o Chile (**Tabela 1.4.1**).

A participação do Chile no total das exportações brasileiras é de 2,9%, mas no caso dos produtos destacados sua participação é mais elevada: o país adquire 6,1% das exportações brasileiras totais de Equipamentos eletrônicos, 5,8% da Indústria automotiva, 4,7% de Máquinas e equipamentos, 4,3% de Material elétrico e 15% em óleos brutos de petróleo. As exceções são os Químicos e petroquímicos e a Siderurgia e metalurgia, nos quais o país responde por apenas 2,8% e 2,1% das vendas dos setores, respectivamente.

Outros setores e produtos com participação menos significativa na pauta exportadora do Brasil para o Chile também são destacados na Tabela: Material elétrico (3,7% da pauta), Celulose, papel e gráfica (2,7%) e carne bovina (2,1%). Os produtos restantes somam cerca de 11,6% das vendas.

Dentro de cada um dos principais setores, os produtos de maior importância nas exportações para o Chile na média do biênio 2005-2006 foram:

- **Indústria automotiva** – os produtos acabados representam a maior parte das exportações, sendo o principal destaque os veículos de carga, que respondem por 20% das vendas do setor para o país. Juntamente com os ônibus e vans, os automóveis de passageiros e os tratores, representam 15,6% das vendas para o país e 60% das vendas do setor no Chile. Vale destacar que, no item ônibus e vans, o Chile adquiriu mais de 50% de tudo o que o país exportou em 2005-2006.
- **Químicos e petroquímicos** – mais da metade das vendas desta indústria refere-se a apenas dois itens: polímeros e resinas, elastômeros e fibras, que respondem por 55% do total deste setor. Juntamente com os produtos químicos orgânicos e os produtos petroquímicos intermediários a parcela de participação no total das exportações brasileiras do setor para o Chile atinge a soma expressiva de 72,1%. No caso dos polímeros, o Chile compra 8,8% de tudo que o Brasil exporta.
- **Siderurgia e metalurgia** – destaque para os laminados planos de ferro ou aços, que representam 38,6% de tudo o que o setor exporta para o país vizinho. Em conjunto com os produtos semimanufaturados de ferro ou aços e o alumínio em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras, eles respondem por mais da metade das exportações do setor (62,5%).
- **Máquinas e equipamentos** – o maior destaque fica com as máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial, que representam 30% das vendas do setor para o país, destacando-se também máquinas e aparelhos para terraplanagem e perfuração, com participação de 23,9%.

- **Equipamentos eletrônicos** – destaque absoluto para os terminais portáteis de telefonia celular, que representam 70,8% de tudo que o setor exporta para este país, sendo que o país adquire 6,4% do total exportado pelo Brasil.

Tabela 1.4.1
Exportação brasileira total e com destino ao Chile,
segundo setores industriais e principais produtos
 (Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Chile		Chile/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Indústria automotiva	16.932,5	13,2	978,5	26,1	5,8
Veículos de carga	1.775,6	1,4	194,9	5,2	11,0
Ônibus e vans	318,7	0,2	166,5	4,4	52,2
Automoveis de passageiros	4.496,3	3,5	129,8	3,5	2,9
Partes e peças para veículos automoveis e tratores	3.500,7	2,7	120,2	3,2	3,4
Tratores	1.238,7	1,0	95,9	2,6	7,7
Pneus	924,2	0,7	43,9	1,2	4,8
Demais da indústria automotiva	4.678,2	3,7	227,4	6,1	4,9
Óleos brutos de petróleo	5.529,4	4,3	826,7	22,0	15,0
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	333,8	8,9	2,8
Polímeros	1.211,6	0,9	106,1	2,8	8,8
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	77,6	2,1	6,2
Produtos químicos orgânicos	817,5	0,6	30,7	0,8	3,8
Produtos petroquímicos intermediários	677,9	0,5	26,5	0,7	3,9
Demais químicos e petroquímicos	7.810,3	6,1	93,0	2,5	1,2
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	320,1	8,5	2,1
Produtos semimanufaturados, de ferro ou aços	3.565,2	2,8	42,3	1,1	1,2
Produtos laminados planos de ferro ou aços	2.550,5	2,0	123,5	3,3	4,8
Alumínio, em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras	506,7	0,4	34,1	0,9	6,7
Ferragens e ferramentas	336,7	0,3	15,5	0,4	4,6
Utensílios domésticos	285,5	0,2	12,1	0,3	4,2
Ferro-ligas	775,3	0,6	11,5	0,3	1,5
Tubos de ferro ou aço e seus acessórios	349,1	0,3	10,9	0,3	3,1
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	6.580,3	5,1	70,3	1,9	1,1
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	256,9	6,8	4,7
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	77,1	2,1	5,1
Máquinas e aparelhos p/terraplanagem, perfuração, etc.	1.337,6	1,0	61,3	1,6	4,6
Máquinas, equipamentos e instalações de uso geral	377,7	0,3	24,8	0,7	6,6
Ferramentas e máquinas-ferramentas, partes e acessórios	491,4	0,4	23,5	0,6	4,8
Demais máquinas e equipamentos	1.783,5	1,4	70,2	1,9	3,9
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	229,9	6,1	6,1
Terminais portáteis de telefonia celular	2.533,4	2,0	162,7	4,3	6,4
Máquinas de processamento de dados, partes e acessórios	375,8	0,3	33,4	0,9	8,9
Demais equipamentos eletrônicos	887,6	0,7	33,7	0,9	3,8
Material elétrico	3.244,0	2,5	138,7	3,7	4,3
Motores, geradores e transformadores eletr. e suas partes	1.110,2	0,9	30,7	0,8	2,8
Refrigeradores, congeladores e semelhs. partes e peças	293,2	0,2	23,9	0,6	8,2
Fios, cabos, condutores e condensadores elétricos	390,1	0,3	21,9	0,6	5,6
Compressores para refrigeração	596,0	0,5	12,5	0,3	2,1
Pilhas, baterias e acumuladores eletricos	128,1	0,1	9,9	0,3	7,7
Demais materiais elétricos	726,3	0,6	39,8	1,1	5,5
Celulose, papel e gráfica	3.763,9	2,9	100,1	2,7	2,7
Papel e cartão, para escrita, impressão ou fins gráficos	718,1	0,6	45,6	1,2	6,3
Papel e cartão kraft, em rolos ou em folhas	232,1	0,2	20,3	0,5	8,7
Papel e cartão revestidos	115,5	0,1	16,5	0,4	14,3
Demais produtos de celulose, papel e gráfica	2.698,1	2,1	17,7	0,5	0,7
Carne bovina	3.366,2	2,6	79,6	2,1	2,4
Demais produtos	59.046,9	46,2	489,9	13,0	0,8
Todos os produtos	127.889,0	100,0	3.754,1	100,0	2,9

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

As exportações brasileiras para o Chile são bastante concentradas em termos de estados de origem, sendo que apenas seis representam mais de 90% de tudo o que foi vendido para aquele país. O principal destaque é o estado de São Paulo, que responde por 40,2% das exportações para o país vizinho. No total exportado pelo estado, a participação do Chile é levemente superior à sua

participação na pauta exportadora do Brasil: 3,6% contra 2,9%, respectivamente. As vendas do estado para o país vizinho se concentram na Indústria automotiva, em Máquinas e equipamentos, em Químicos e petroquímicos e em Equipamentos eletrônicos (**Tabela 1.4.2**).

O segundo estado em importância nas vendas para o Chile é o Rio de Janeiro, que possui uma participação significativa de 22,9% no total exportado para o país, concentrando suas vendas em petróleo. Além disso, deve-se destacar que o Chile é o país da América do Sul que possui a maior representatividade como destino das exportações do estado, com 8,7% de participação.

O Rio Grande do Sul responde por 10,9% das exportações brasileiras para o Chile, destacando-se a indústria de produtos Químicos e petroquímicos e a Indústria automotiva. Já o Paraná é origem de 8,6% das vendas do país para o Chile, com destaque para a Indústria automotiva e Máquinas e equipamentos.

Tabela 1.4.2
Exportação brasileira com destino ao Chile,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no total para o país (%)	Part. do país no total do estado (%)
São Paulo	1.508,6	40,2	3,6
Ind. Automotiva	417,2	11,1	
Máq. e equipamentos	211,7	5,6	
Químicos e petroq.	143,5	3,8	
Equip. eletrônicos	117,1	3,1	
Rio de Janeiro	858,8	22,9	8,7
Petróleo	741,1	19,7	
Rio Grande do Sul	409,8	10,9	3,7
Químicos e petroq.	107,9	2,9	
Ind. Automotiva	116,9	3,1	
Paraná	321,1	8,6	3,2
Ind. Automotiva	166,0	4,4	
Máq. e equipamentos	44,0	1,2	
Santa Catarina	155,3	4,1	2,7
Material elétrico	28,8	0,8	
Minas Gerais	145,1	3,9	1,0
Siderurgia e metalurgia	53,1	1,4	
Demais estados	355,5	9,5	1,0
Bahia	109,7	2,9	1,7
Amazonas	95,9	2,6	5,2
Total	3.754,1	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

Santa Catarina e Minas Gerais são responsáveis por parcelas muito próximas das exportações brasileiras com destino ao Chile: 4,1% e 3,9%, respectivamente. As vendas do primeiro estado se concentram na indústria de Material elétrico, ao passo que as do segundo são basicamente de produtos da Siderurgia e metalurgia.

Os demais estados respondem conjuntamente por 9,5% das vendas brasileiras para o Chile, destacando-se ainda as participações da Bahia (que contribui com 2,9% do total exportado) e do Amazonas (onde a participação do Chile no total exportado pelo estado chega a 5,2%).

1.5. Colômbia

➤ Setores e produtos

A Colômbia respondeu por cerca de 7,4% do total exportado pelo Brasil para a América do Sul no biênio 2005-2006, ocupando o quarto lugar no ranking de países de destino no período. As vendas brasileiras para este país são bastante diversificadas em termos de setores e produtos. Os maiores destaques são a Siderurgia e metalurgia e a Indústria automotiva, que juntos responderam por 40,6% da pauta no biênio 2005-2006. Juntamente com as indústrias de Equipamentos eletrônicos, Químicos e petroquímicos e Máquinas e equipamentos, a participação no total das vendas brasileiras para a Colômbia atinge 71,6% (Tabela 1.5.1).

Tabela 1.5.1
Exportação brasileira total e com destino à Colômbia,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Colômbia		Colômbia/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	378,3	21,4	2,5
Produtos laminados planos de ferro ou acos	2.550,5	2,0	191,0	10,8	7,5
Produtos semimanufaturados, de ferro ou acos	3.565,2	2,8	65,2	3,7	1,8
Alumínio em bruto, inclusive em ligas	1.740,2	1,4	30,2	1,7	1,7
Alumínio, em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras	506,7	0,4	20,8	1,2	4,1
Demais da siderurgia e metalurgia	6.586,7	5,2	71,2	4,0	1,1
Indústria automotiva	20.654,9	16,2	338,6	19,2	1,6
Partes e peças para veículos automoveis e tratores	3.500,7	2,7	88,0	5,0	2,5
Automoveis de passageiros	4.496,3	3,5	67,2	3,8	1,5
Pneus	924,2	0,7	41,1	2,3	4,5
Motores para veículos automoveis e suas partes	2.552,3	2,0	30,9	1,7	1,2
Tratores	1.238,7	1,0	14,5	0,8	1,2
Veículos de carga	1.775,6	1,4	14,1	0,8	0,8
Demais da indústria automotiva	6.167,1	4,8	83,0	4,7	1,3
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	248,4	14,1	6,5
Terminais portáteis de telefonia celular	2.533,4	2,0	216,8	12,3	8,6
Máquinas de proc. de dados, partes e acessórios	375,8	0,3	22,8	1,3	6,1
Demais equipamentos eletrônicos	887,6	0,7	8,8	0,5	1,0
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	166,8	9,4	1,4
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	63,8	3,6	5,1
Produtos químicos orgânicos	817,5	0,6	15,4	0,9	1,9
Polímeros	1.211,6	0,9	15,0	0,8	1,2
Produtos petroquímicos intermediários	677,9	0,5	12,7	0,7	1,9
Inseticidas, formicidas, herbicidas e prods. semelh.	238,0	0,2	11,6	0,7	4,9
Demais químicos e petroquímicos	7.572,3	5,9	48,4	2,7	0,6
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	133,7	7,6	2,4
Máquinas, equip. e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	57,5	3,3	3,8
Máquinas e apar. p/terraplanagem, perfuração, etc.	1.337,6	1,0	30,0	1,7	2,2
Demais máquinas e equipamentos	2.652,7	2,1	46,1	2,6	1,7
Material elétrico	3.244,0	2,5	83,3	4,7	2,6
Motores, geradores e transform. eletr. e suas partes	1.110,2	0,9	24,8	1,4	2,2
Compressores para refrigeração	596,0	0,5	21,2	1,2	3,6
Fios, cabos, condutores e condensadores elétricos	390,1	0,3	11,1	0,6	2,8
Demais materiais elétricos	1.147,7	0,9	26,3	1,5	2,3
Farmacêutica e perfumaria	968,7	0,8	52,1	2,9	5,4
Medicamentos para medicina humana e veterinária	418,7	0,3	34,9	2,0	8,3
Demais produtos de farmacêutica e perfumaria	550,0	0,4	17,2	1,0	3,1
Celulose, papel e gráfica	3.763,9	2,9	49,3	2,8	1,3
Papel e cartão revestidos	115,5	0,1	17,3	1,0	15,0
Papel e cartão, para escrita, impress. e fins gráficos	718,1	0,6	12,2	0,7	1,7
Pastas químicas de madeira	2.256,1	1,8	9,5	0,5	0,4
Demais produtos de celulose, papel e gráfica	674,2	0,5	10,2	0,6	1,5
Aviões	3.204,9	2,5	56,9	3,2	1,8
Açúcar refinado	1.883,9	1,5	28,1	1,6	1,5
Demais produtos	58.162,5	45,5	231,7	13,1	0,4
Total brasileiro	127.889,0	100,0	1.767,2	100,0	1,4

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

Contudo, a Colômbia é um mercado não muito importante para as vendas de cada setor, recebendo apenas 2,5% das exportações brasileiras totais da Siderurgia e metalurgia, 1,6% da Indústria automotiva, 1,4% de Químicos e petroquímicos e 2,4% de Máquinas e equipamentos. Apenas os setores de Equipamentos eletrônicos e de Farmacêutica e perfumaria apresentam participações um pouco mais altas: 6,5% e 5,4%, respectivamente, contra a participação de 1,4% da Colômbia no total exportado pelo Brasil.

São ainda destacadas na tabela as participações na pauta exportadora para a Colômbia dos setores de Material elétrico (4,7% da pauta no biênio 2005-2006), Farmacêutica e perfumaria (2,9%) e Celulose, papel e gráfica (2,8%). Aviões e Açúcar refinado são também produtos de relativo destaque, visto suas participações de 3,2% e 1,6% da pauta exportadora brasileira para a Colômbia. Os demais setores e produtos representam 13,1% das vendas no mesmo período.

Os produtos de maior relevância nas exportações para a Colômbia no biênio 2005-2006, em ordem de importância entre os setores destacados, foram:

- **Siderurgia e metalurgia** – respondendo por cerca da metade das exportações brasileiras do setor para a Colômbia encontram-se os produtos laminados planos de ferro ou aços (50,5%). Destaque ainda para os produtos semimanufaturados de ferro ou aço e para o alumínio em bruto, inclusive em ligas, que somam 25,2% de participação nas vendas deste setor na Colômbia.
- **Indústria automotiva** – as exportações deste setor para a Colômbia são bastante diversificadas, destacando-se as vendas de partes e peças para veículos automóveis e tratores, de automóveis de passageiros e de pneus, que juntos representam 58% das exportações brasileiras deste setor no país vizinho.
- **Equipamentos eletrônicos** – os terminais portáteis de telefonia celular apresentam-se como destaque absoluto, respondendo por 87,3% do total exportado pelo setor para este país. Além disso, a Colômbia adquire 8,6% de tudo o que o Brasil exporta deste produto.
- **Químicos e petroquímicos** – destaque para resinas, elastômeros e fibras, que representam 38,2% das exportações do setor para a Colômbia. Os produtos químicos orgânicos e os polímeros respondem por 9,2% e 9% das vendas, respectivamente.
- **Máquinas e equipamentos** – 43% das vendas desta indústria refere-se a máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial. Juntamente com as máquinas e aparelhos para terraplanagem e perfuração, a parcela de participação no total das exportações brasileiras do setor para a Colômbia atinge a soma de 65,5%.

➤ **Estados de origem**

A exemplo dos demais países da América do Sul, as vendas para a Colômbia também são relativamente concentradas em termos de estados de origem no Brasil, tal que sete estados respondem por mais de 85% do total da pauta. São Paulo também é o principal estado de origem,

respondendo por cerca de 44,6% das vendas, que se concentram basicamente na Indústria automotiva, em Equipamentos eletrônicos, em Químicos e petroquímicos e em Máquinas e equipamentos. Contudo, a participação da Colômbia no total exportado por este estado é de apenas 1,9%, valor ainda superior à participação do país no total exportado brasileiro (1,4%) (Tabela 1.5.2).

Em seguida, respondendo por 9,7% do total exportado para a Colômbia, encontra-se o estado de Minas Gerais. Basicamente, as vendas deste estado para o país vizinho se concentram na Siderurgia e metalurgia (67,2% do total exportado pelo setor), com participação significativa também da Indústria automotiva.

O Espírito Santo é responsável pela parcela de 6,9% das exportações para o país vizinho, onde o setor de Siderurgia e metalurgia responde por praticamente todo o total exportado pelo estado, com 95,4% de participação. Além disso, a Colômbia representa cerca de 2% das vendas deste estado.

O Rio de Janeiro é origem de 6,7% das vendas brasileiras para a Colômbia, que se concentram basicamente nos produtos da Siderurgia e metalurgia e na Indústria automotiva. Já o Rio Grande do Sul é responsável por 6,5% da pauta exportadora brasileira, onde os setores de destaque são Máquinas e equipamentos e a Indústria automotiva. Deve-se destacar que a Colômbia possui uma participação pouco significativa nas vendas de cada um destes estados, representando apenas 1,2% e 1% do total exportado pelo Rio de Janeiro e pelo Rio Grande do Sul, respectivamente.

Tabela 1.5.2
Exportação brasileira com destino à Colômbia,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no total para o país (%)	Part. do país no total do estado (%)
São Paulo	787,8	44,6	1,9
Indústria automotiva	161,1	9,1	
Equipamentos eletrônicos	128,4	7,3	
Químicos e petroquímicos	91,1	5,2	
Máquinas e equipamentos	89,2	5,0	
Minas Gerais	171,9	9,7	1,2
Siderurgia e metalurgia	115,5	6,5	
Indústria automotiva	14,5	0,8	
Espírito Santo	121,2	6,9	2,0
Siderurgia e metalurgia	115,6	6,5	
Rio de Janeiro	119,0	6,7	1,2
Siderurgia e metalurgia	42,8	2,4	
Indústria automotiva	12,4	0,7	
Rio Grande do Sul	114,4	6,5	1,0
Máquinas e equipamentos	25,1	1,4	
Indústria automotiva	24,8	1,4	
Amazonas	102,6	5,8	5,6
Outros prod. alimentares	41,4	2,3	
Equipamentos eletrônicos	34,0	1,9	
Paraná	96,0	5,4	1,0
Indústria automotiva	47,1	2,7	
Demais estados	254,6	14,4	0,8
Bahia	58,4	3,3	0,9
Santa Catarina	42,8	2,4	0,7
Maranhão	36,0	2,0	2,2
Ceará	8,7	0,5	0,9
Pernambuco	8,0	0,5	1,0
Total	1.767,2	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

O Amazonas possui 5,8% de participação na pauta exportadora brasileira, além de ser o estado onde a Colômbia possui maior representatividade nas exportações, absorvendo a parcela de cerca de 5,6% das mesmas. Os principais setores exportadores são as indústrias de Outros produtos alimentares e de Equipamentos eletrônicos, que juntos respondem por 73,5% de tudo que o estado envia para a Colômbia.

O Paraná responde por 5,4% das exportações para a Colômbia, concentrando suas vendas basicamente na Indústria automotiva, que responde por quase metade do total exportado pelo estado para o país vizinho (49,1%).

Os demais estados respondem conjuntamente por 14,4% das vendas brasileiras para a Colômbia. Entre eles destacam-se as participações da Bahia (3,3% da pauta de exportação brasileira), Santa Catarina (2,4%), Maranhão (2,2%, sendo a Colômbia o segundo país em importância para as exportações do estado), Ceará e Pernambuco.

1.6. Equador

➤ Setores e produtos

O Equador foi o destino de 3,2% das exportações totais do Brasil para a América do Sul no biênio 2005-2006, apresentando um padrão semelhante aos demais países vizinhos quanto à composição de sua pauta segundo setores e produtos. O principal destaque é a Indústria automotiva, que respondeu por 26,6% da pauta no biênio 2005-2006. Considerando-se ainda as participações da Siderurgia e metalurgia, de Químicos e petroquímicos, Máquinas e equipamentos e de Material elétrico, a participação total nas exportações brasileiras para o Equador soma 72,8% (**Tabela 1.6.1**).

Outros setores e produtos que têm participação minimamente significativa nas exportações brasileiras para o país são: Aviões (5,1% da pauta), Equipamentos eletrônicos (4%), Papel e cartão (3,1%), Calçados (1,7%), Medicamentos (1,6%) e Minerais não-metálicos (1,7%). Os demais produtos somam 9,5%.

O Equador não é, contudo, um mercado muito significativo para a maioria dos setores, pois para lá se destinam parcelas muito pequenas das exportações totais de cada um deles: apenas 1,2% das vendas da Indústria automotiva, 1% da Siderurgia, 0,6% de Químicos e petroquímicos, 1,1% de Máquinas e equipamentos e 1,7% de Material elétrico. Na verdade, a participação do Equador no total exportado brasileiro é baixa, registrando apenas 0,6% do total das vendas. As exceções referem-se às indústrias de Papel e cartão e de Medicamentos, produtos onde a participação do Equador atinge 2,5% e 2,9%, respectivamente.

Os principais produtos nas exportações para o Equador, dentro de cada setor destacado, são:

- **Indústria automotiva** – a maior parte das vendas é de produtos acabados, onde se destacam os automóveis de passageiros que, juntamente com os veículos de carga e os tratores, são responsáveis por 17,1% das vendas para o país e 64,4% das vendas do setor.

- **Siderurgia e metalurgia** – as exportações para o Equador são pouco diversificadas, destacando-se dois produtos: semimanufaturados de ferro ou aço (39,2% das vendas do setor) e laminados planos de ferro ou aço (24,5%).
- **Químicos e petroquímicos** – os polímeros são o principal destaque, respondendo por 53,5% das vendas do setor e 5,4% da pauta. Neste item, o Equador adquire 3,4% de tudo o que o país exporta.
- **Máquinas e equipamentos** – o maior destaque fica com as máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial, que representam 32,7% das vendas do setor para o país. Esta parcela eleva-se para 60,6% das vendas, quando se somam as exportações de dois outros itens: máquinas e aparelhos para terraplanagem e perfuração; e ferramentas e máquinas-ferramenta, partes e acessórios.
- **Material elétrico** – os principais produtos da pauta são os intermediários, destacando-se os motores, geradores e transformadores (56,5% das vendas do setor) e os compressores para refrigeração (11% para a mesma variação).

Tabela I.5.1
Exportação brasileira total e com destino ao Equador,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Equador		Equador/Total
	US\$ milhões	Part. (%)	US\$ milhões	Part. (%)	Part. (%)
Indústria automotiva	16.932,5	13,2	202,0	26,6	1,2
Automoveis de passageiros	4.496,3	3,5	113,1	14,9	2,5
Partes e pecas para veiculos automoveis e tratores	3.500,7	2,7	41,1	5,4	1,2
Veiculos de carga	1.775,6	1,4	9,7	1,3	0,5
Motores para veiculos automoveis e suas partes	2.552,3	2,0	8,8	1,2	0,3
Tratores	1.238,7	1,0	7,3	1,0	0,6
Demais da indústria automotiva	3.368,8	2,6	22,0	2,9	0,7
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	144,0	19,0	1,0
Produtos semimanufaturados, de ferro ou acos	3.565,2	2,8	56,5	7,4	1,6
Produtos laminados planos de ferro ou acos	2.550,5	2,0	35,3	4,7	1,4
Tubos de ferro fundido ferro ou aço	270,3	0,2	11,1	1,5	4,1
Aluminio em bruto, inclusive em ligas	1.740,2	1,4	7,3	1,0	0,4
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	6.823,1	5,3	33,8	4,4	0,5
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	76,1	10,0	0,6
Polimeros	1.211,6	0,9	40,7	5,4	3,4
Resinas, elastómeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	9,3	1,2	0,7
Tintas, pigmentos, corantes, impermeabilizantes e solventes	252,2	0,2	7,4	1,0	2,9
Demais químicos e petroquímicos	9.053,5	7,1	18,7	2,5	0,2
Máquinas e equipamentos	6.968,5	5,4	74,9	9,9	1,1
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	24,5	3,2	1,6
Maquinas e aparelhos p/terraplanagem,perfuracao,etc.	1.337,6	1,0	12,3	1,6	0,9
Ferramentas e máquinas-ferramentas, partes e acessórios	491,4	0,4	8,5	1,1	1,7
Demais máquinas e equipamentos	3.638,0	2,8	29,5	3,9	0,8
Material elétrico	3.244,0	2,5	55,8	7,3	1,7
Motores, geradores e transformadores eletr. e suas partes	1.110,2	0,9	31,5	4,1	2,8
Compressores para refrigeração	596,0	0,5	6,2	0,8	1,0
Demais materiais elétricos	1.537,8	1,2	18,1	2,4	1,2
Aviões	3.204,9	2,5	38,5	5,1	1,2
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	30,7	4,0	0,8
Terminais portateis de telefonia celular	2.533,4	2,0	26,7	3,5	1,1
Demais equipamentos eletrônicos	1.263,4	1,0	4,1	0,5	0,3
Papel e cartão	950,2	0,7	23,7	3,1	2,5
Calçados	1.965,0	1,5	13,1	1,7	0,7
Medicamentos	418,7	0,3	12,0	1,6	2,9
Minerais não-metálicos	1.107,9	0,9	12,7	1,7	1,1
Demais produtos	61.319,6	47,9	72,2	9,5	0,1
Total brasileiro	127.889,0	100,0	759,7	100,0	0,6

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

Mais de 87% das exportações brasileiras para o Equador provêm de apenas seis estados da federação, sendo que somente o estado de São Paulo responde por 50,6% do total, com vendas concentradas principalmente nas indústrias de Veículos e peças e de Máquinas e equipamentos. Pode-se verificar, pela análise da **Tabela 1.6.2**, que a participação do Equador no total exportado pelo estado supera a participação equatoriana no total das exportações brasileiras: 0,9% contra 0,6%, respectivamente.

As exportações dos demais estados são muito mais concentradas, apresentando apenas um setor como grande destaque, conforme observado pela Tabela. O estado de Minas Gerais contribui com 11,2% do valor total exportado e suas exportações concentram-se na Siderurgia e metalurgia, que responde por 72,6% de tudo que o estado exporta para este país vizinho.

Em seguida, com participações muito próximas, encontram-se os estados do Rio Grande do Sul e do Rio de Janeiro, respondendo, respectivamente, por 8,5% e 8% da pauta brasileira para o Equador. As vendas do primeiro estado se concentram nos produtos Químicos e petroquímicos, ao passo que 45,6% das vendas do segundo estado são oriundas da Siderurgia e metalurgia. O Equador registra uma participação idêntica de 0,6% do total exportado por cada um dos estados.

As vendas do Paraná para o Equador representam 5,3% da pauta exportadora para este país, sendo que a Siderurgia e metalurgia é o setor que possui a maior representatividade nas vendas. No total deste estado, o Equador possui uma parcela de 0,4% das exportações.

Tabela 1.6.2
Exportação brasileira com destino ao Equador,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no	Part. do país no
		total para o país (%)	total do estado (%)
São Paulo	384,1	50,6	0,9
Veículos e peças	186,6	24,6	
Máquinas e equipamentos	39,6	5,2	
Minas Gerais	84,7	11,2	0,6
Siderurgia e metalurgia	61,5	8,1	
Rio Grande do Sul	64,9	8,5	0,6
Químicos e petroquímicos	20,3	2,7	
Rio de Janeiro	61,0	8,0	0,6
Siderurgia e metalurgia	27,8	3,7	
Paraná	40,4	5,3	0,4
Siderurgia e metalurgia	14,3	1,9	
Santa Catarina	28,8	3,8	0,5
Celulose, papel e gráfica	6,7	0,9	
Demais estados	95,8	12,6	0,3
Bahia	24,3	3,2	0,4
Amazonas	19,3	2,5	1,1
Espirito Santo	12,3	1,6	0,2
Ceará	3,6	0,5	0,4
Total	759,7	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

O estado de Santa Catarina responde por 3,8% do total exportado pelo Brasil para o Equador, concentrando suas vendas nos produtos do setor de Celulose, papel e gráfica, cujas exportações representam 23,2% do total destinado para este país vizinho. Já a participação equatoriana nas vendas do estado corresponde a apenas 0,5%.

Os demais estados respondem por 12,6% das vendas brasileiras para o Equador. Pode ser destacadas as participações de Bahia (3,2% da pauta), Amazonas (2,5%, sendo o estado onde o Equador registra sua maior participação nas exportações: 1,1%), Espírito Santo (1,6% da pauta) e Ceará (0,5% da pauta).

1.7. Guiana

➤ Setores e produtos

A Guiana é um país com pouca representatividade nas exportações brasileiras, visto que apenas 0,1% de tudo que o Brasil exportou para a América do Sul no biênio 2005-2006 destinou-se a este país, com uma pauta pouco diversificada em termos de produtos.

O principal setor de destaque nas vendas para a Guiana é a indústria de Máquinas e equipamentos, que foi responsável por 29,8% da pauta em 2005-2006, com destaque para as máquinas e aparelhos para terraplanagem e perfuração, que responderam por cerca de 54% das vendas deste setor. Em seguida, destacam-se as vendas de alguns produtos isolados, como é o caso de Calçados, Cimentos hidráulicos e Tratores, cujas exportações responderam em conjunto por 22,1% da pauta neste mesmo biênio (Tabela 1.7.1).

Tabela 1.7.1
Exportação brasileira total e com destino à Guiana,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Guiana		Guiana/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	5,4	29,8	0,1
Máquinas e aparelhos p/terraplanagem,perfuração,etc.	1.337,6	1,0	2,9	16,0	0,2
Ferramentas e máquinas-ferramenta, partes e acessórios	491,4	0,4	1,0	5,5	0,2
Bombas e compressores suas partes e peças	664,7	0,5	0,8	4,4	0,1
Demais máquinas e equipamentos	2.998,0	2,3	0,7	3,8	0,0
Calçados	1.965,0	1,5	1,8	9,8	0,1
Cimentos hidráulicos	47,4	0,04	1,1	6,2	2,4
Tratores	1.238,7	1,0	1,1	6,1	0,1
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	0,9	5,2	0,01
Pisos e revestimentos cerâmicos	402,9	0,3	0,8	4,4	0,2
Óleos vegetais	4.021,3	3,1	0,7	4,0	0,02
Produtos plásticos	266,9	0,2	0,6	3,3	0,2
Abate de animais	8.255,6	6,5	0,5	2,6	0,01
Material elétrico	3.244,0	2,5	0,4	2,4	0,01
Demais produtos	91.187,1	71,3	4,8	26,3	0,01
Total brasileiro	127.889,0	100,0	18,3	100,0	0,01

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

A Guiana ainda é um mercado muito pouco significativo para o Brasil, visto que são enviadas para lá apenas 0,1% das vendas de Máquinas e equipamentos, 0,1% de Calçados, 0,1% de Tratores, 0,2% de Pisos e revestimentos e 0,2% de Produtos plásticos. Os produtos da indústria Química e petroquímica, de Óleos vegetais, de Abate de animais e de Material elétrico representam, cada um, parcelas inferiores a 0,1%. A única exceção são as vendas de Cimentos hidráulicos, onde a Guiana possui uma participação de 2,4% nas exportações totais deste produto pelo Brasil.

Em termos de participação na pauta destacam-se ainda as vendas de Químicos e petroquímicos (5,2% da pauta), Pisos, revestimentos e cerâmicos (4,4%), Óleos vegetais (4%), Produtos plásticos (3,3%), Abate de animais (2,6%) e Material elétrico (2,4%). Os demais produtos somam uma participação de 26,3% da pauta.

➤ Estados de origem

Apenas seis estados respondem por quase 90% das exportações brasileiras para a Guiana. Como de praxe, o principal estado é São Paulo, que respondeu por 42,6% das vendas, as quais se concentram principalmente na indústria de Máquinas e equipamentos (**Tabela 1.7.2**). No total exportado pelo estado, verifica-se que a participação da Guiana é de 0,02%, apresentando-se levemente superior à sua participação no total exportado pelo Brasil, que foi de 0,01%.

Em seguida, com uma contribuição de 22,8% do total exportado, encontra-se o estado do Rio Grande do Sul, cujo principal setor exportador para a Guiana também é o de Máquinas e equipamentos, que responde por 56,9% de tudo que o estado exporta para este país vizinho.

Tabela 1.7.2
Exportação brasileira com destino à Guiana,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no	Part. do país no
		total para o país (%)	total do estado (%)
São Paulo	7,8	42,6	0,0
Máquinas e equipamentos	3,4	18,5	
Rio Grande do Sul	4,2	22,8	0,0
Máquinas e equipamentos	2,4	13,0	
Paraná	1,4	7,8	0,0
Máquinas e equipamentos	0,7	3,7	
Santa Catarina	1,4	7,6	0,0
Óleos vegetais	0,3	1,9	
Pernambuco	0,9	4,7	0,1
Minerais não-metálicos	0,7	3,9	
Ceará	0,7	3,7	0,1
Calçados	0,6	3,1	
Demais estados	2,0	11,0	0,003
Minas Gerais	0,5	2,5	0,0
Paraíba	0,4	2,4	0,2
Mato Grosso	0,4	2,2	0,0
Pará	0,2	1,2	0,0
Total	18,3	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

Os estados do Paraná e de Santa Catarina apresentam participações muito próximas nas vendas para a Guiana, respondendo respectivamente por 7,8% e 7,6% da pauta. Porém, o principal setor de destaque para o primeiro estado é o de Máquinas e equipamentos (com 47,1% de participação no total exportado pelo Paraná para o país), ao passo que Santa Catarina concentra suas vendas principalmente no setor de Óleos vegetais.

Pernambuco responde por 4,7% das exportações brasileiras para a Guiana, onde o setor de Minerais não-metálicos responde por 82,8% de tudo que este estado exporta para lá. Nas vendas totais do

estado, a participação da Guiana é de 0,1%. Já as exportações do Ceará representam 3,7% da pauta exportadora brasileira para este país, destacando-se principalmente o setor de Calçados.

Os demais estados respondem conjuntamente por 11% das vendas brasileiras para a Guiana. Destacam-se Bahia (2,5% da pauta), Paraíba (2,4%), Mato Grosso (2,2%) e Pará (1,2%).

1.8. Paraguai

➤ Setores e produtos

As exportações brasileiras para o Paraguai representaram apenas 4,6% do total exportado para a região no biênio 2005-2006, apresentando um perfil de vendas bastante diversificado. O setor de maior destaque é o de produtos Químicos e petroquímicos, que respondeu por 32,1% da pauta em 2005-2006. Em conjunto com os produtos da Indústria Automotiva, da Siderurgia e metalurgia, de Máquinas e equipamentos, de Material elétrico e de Têxteis, a participação no total das vendas brasileiras para o Paraguai alcança 70% (Tabela 1.8.1).

Alguns outros setores e produtos com participação menos significativa na pauta exportadora brasileira para o Paraguai são destacados na Tabela: Têxteis (3,9% da pauta), Produtos de confeitaria e padaria (2,2%), Equipamentos eletrônicos (2,1%), Calçados (1,8%), Papel e cartão (1,5%), Pisos e revestimentos cerâmicos (1,2%) e Bebidas alcoólicas (1,1%), enquanto os demais produtos somam 20% de participação na pauta.

O Paraguai ainda é um mercado pouco significativo para as vendas brasileiras em grande parte dos setores, embora a participação seja relativamente elevada em alguns deles, destacadamente em Bebidas alcoólicas (20,4%, basicamente cerveja) e Produtos de confeitaria e padaria (6,4%). Entre os setores de maior peso na pauta, o Paraguai é um mercado relativamente importante também nos casos de Químicos e petroquímicos (3%), Máquinas e equipamentos (1,9%), Material elétrico (1,9%) e Têxteis (2,3%) – contra a participação paraguaia de 0,9% no total exportado pelo Brasil.

Dentro de cada um dos principais setores, os principais produtos nas exportações para o Paraguai são:

- **Químicos e petroquímicos** – os adubos, fertilizantes e corretivos do solo são o principal destaque, respondendo por 34,7% de participação no total exportado pelo setor e representando 70,9% de tudo o que o Brasil exporta deste produto. Juntamente com os óleos combustíveis, a participação nas vendas atinge quase 67% das exportações deste setor.
- **Indústria automotiva** – apesar da presença de alguns produtos acabados na pauta deste setor, o principal destaque nas vendas são os pneus, que respondem por 5,5% das vendas para o país e 43% das vendas do setor. Somando-se as vendas de partes e peças para veículos automóveis e tratores, esta participação nas vendas do setor atinge 53,8%. As exportações dos veículos de carga, dos automóveis de passageiros e dos tratores representam 33,8% das vendas da Indústria automotiva.

-
- **Siderurgia e metalurgia** – com apenas 0,5% de participação no total das exportações brasileiras deste setor, as vendas para o Paraguai são bastante diversificadas. O Brasil exporta principalmente produtos semimanufaturados de ferro ou aço, laminados planos de ferro ou aço, ferragens e ferramentas e utensílios domésticos.
 - **Máquinas e tratores** – com uma pauta pouco diversificada, as vendas deste setor se concentram em apenas dois itens: máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial e ferramentas e máquinas-ferramenta, partes e acessórios, sendo que o primeiro responde pela maior parte do valor exportado por este setor para o Paraguai (61% de participação).
 - **Material elétrico** – os maiores destaques são os refrigeradores, congeladores e semelhantes, suas partes e peças e os aparelhos domésticos, que juntos representam 41,5% das vendas do setor para o país.
 - **Têxteis** – destacam-se dois produtos: tecidos de fios têxteis naturais e artigos de vestuário de malha. Juntos, estes dois itens são responsáveis por 48,6% de tudo que o setor exporta para lá.

Tabela 1.8.1
Exportação brasileira total e com destino ao Paraguai,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Paraguai		Paraguai/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	351,7	32,1	3,0
Alubos, fertilizantes e corretivos do solo	172,0	0,1	121,9	11,1	70,9
Oleos combustíveis	1.911,9	1,5	112,9	10,3	5,9
Polímeros	1.211,6	0,9	26,5	2,4	2,2
Inseticidas,formicidas,herbicidas e prods.semelhantes	238,0	0,2	18,8	1,7	7,9
Resinas, elastómeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	16,7	1,5	1,3
Tintas, pigmentos, corantes, impermeabil. e solventes	252,2	0,2	13,0	1,2	5,2
Demais químicos e petroquímicos	6.731,7	5,3	41,7	3,8	0,6
Indústria automotiva	16.932,5	13,2	139,7	12,7	0,8
Pneus	924,2	0,7	60,1	5,5	6,5
Veículos de carga	1.775,6	1,4	18,3	1,7	1,0
Automóveis de passageiros	4.496,3	3,5	15,4	1,4	0,3
Partes e peças para veículos automóveis e tratores	3.500,7	2,7	15,0	1,4	0,4
Tratores	1.238,7	1,0	13,6	1,2	1,1
Demais da indústria automotiva	4.996,9	3,9	17,4	1,6	0,3
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	78,8	7,2	0,5
Produtos semimanufaturados,de ferro ou aços	3.565,2	2,8	15,2	1,4	0,4
Produtos laminados planos de ferro ou aços	2.550,5	2,0	10,8	1,0	0,4
Ferragens e ferramentas	336,7	0,3	10,7	1,0	3,2
Utensílios domésticos	285,5	0,2	9,7	0,9	3,4
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	8.211,3	6,4	32,4	3,0	0,4
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	93,3	8,5	1,7
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	56,9	5,2	3,8
Ferramentas e máquinas-ferramentas, partes e acess.	491,4	0,4	7,4	0,7	1,5
Demais máquinas e equipamentos	3.498,9	2,7	29,0	2,6	0,8
Material elétrico	3.244,0	2,5	60,9	5,6	1,9
Refrigeradores,congeladores e semelhs.partes e peças	293,2	0,2	14,9	1,4	5,1
Aparelhos domésticos	145,5	0,1	10,3	0,9	7,1
Pilhas,baterias e acumuladores eletricos	128,1	0,1	8,5	0,8	6,6
Demais materiais elétricos	2.677,1	2,1	27,1	2,5	1,0
Indústria têxtil	1.869,3	1,5	42,8	3,9	2,3
Tecidos de fios têxteis naturais	292,7	0,2	14,0	1,3	4,8
Artigos do vestuário de malha	177,3	0,1	6,8	0,6	3,8
Demais têxteis	1.399,2	1,1	22,0	2,0	1,6
Produtos de confeitaria e padaria	379,6	0,3	24,2	2,2	6,4
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	23,3	2,1	0,6
Aparelhos transmissores ou receptores e componentes	543,0	0,4	15,8	1,4	2,9
Terminais portáteis de telefonia celular	2.533,4	2,0	3,2	0,3	0,1
Demais equipamentos eletrônicos	720,4	0,6	4,3	0,4	0,6
Calçados	1.965,0	1,5	20,1	1,8	1,0
Papel e cartão	718,1	0,6	16,1	1,5	2,2
Pisos e revestimentos cerâmicos	402,9	0,3	13,3	1,2	3,3
Bebidas alcoólicas	58,6	0,0	11,9	1,1	20,4
Demais produtos	66.312,9	51,9	219,7	20,0	0,3
Total brasileiro	127.889,0	100,0	1.095,8	100,0	0,9

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

A exemplo dos demais estados, as exportações brasileiras para o Paraguai são bastante concentradas em termos de estados de origem, sendo que os seis principais respondem por 90% do total da pauta. São Paulo é o principal destaque, respondendo por 36% das vendas no biênio 2005-2006 (Tabela 1.8.2). No total exportado pelo estado, a participação paraguaia é idêntica à sua participação na pauta exportadora do Brasil: 0,9%. As vendas do estado para o país vizinho se concentram principalmente nos produtos da Indústria automotiva, de Químicos e petroquímicos e de Máquinas e equipamentos.

O Rio Grande do Sul é o segundo estado em termos de importância nas exportações para o Paraguai, registrando uma participação de 24,7% no total exportado pelo Brasil. Suas vendas se concentram principalmente no setor de produtos Químicos e petroquímicos, que responde por 66,7% do valor exportado pelo estado para o país, e no setor de Máquinas e equipamentos. O Paraguai tem uma participação relativamente importante nas exportações totais do Rio Grande do Sul, com 2,4% de participação.

O Paraná é origem de 15,5% das exportações brasileiras para o Paraguai, destacando-se as indústrias de produtos Químicos e petroquímicos, Máquinas e equipamentos e Celulose, papel e gráfica. Já Santa Catarina é responsável por 7% das vendas do Brasil para o país vizinho, com destaque para as indústrias de Material elétrico e de Têxteis.

As vendas do estado de Minas Gerais para o Paraguai representam 3,8% da pauta exportadora para este país, destacando-se principalmente a Siderurgia e metalurgia. Por sua vez, o Rio de Janeiro responde por 2,9% da pauta, concentrando suas vendas nos produtos Químicos e petroquímicos. Nestes dois estados, a participação do Paraguai é de 0,3%.

Os demais estados respondem conjuntamente por 10% das vendas brasileiras para o Paraguai, destacando-se as participações de Goiás (2,1% da pauta), Ceará (1,7%), Mato Grosso do Sul (1,5%) e Amazonas (1,3%). Deve-se destacar ainda o caso de Sergipe, estado brasileiro no qual o Paraguai possui a maior participação nas vendas totais (3,6%)

Tabela 1.8.2
Exportação brasileira com destino ao Paraguai,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no	Part. do país no
		total para o país (%)	total do estado (%)
São Paulo	394,8	36,0	0,9
Indústria automotiva	97,0	8,8	
Químicos e petroquímicos	44,7	4,1	
Máquinas e equipamentos	42,7	3,9	
Rio Grande do Sul	271,1	24,7	2,4
Químicos e petroquímicos	180,8	16,5	
Máquinas e equipamentos	35,5	3,2	
Paraná	170,4	15,5	1,7
Químicos e petroquímicos	78,5	7,2	
Máquinas e equipamentos	16,0	1,5	
Celulose, papel e gráfica	15,1	1,4	
Santa Catarina	76,3	7,0	1,3
Material elétrico	16,5	1,5	
Têxteis	11,7	1,1	
Minas Gerais	41,5	3,8	0,3
Siderurgia e metalurgia	9,8	0,9	
Rio de Janeiro	31,9	2,9	0,3
Químicos e petroquímicos	14,2	1,3	
Demais estados	109,8	10,0	0,3
Goiás	23,4	2,1	1,2
Ceará	18,4	1,7	1,9
Mato Grosso do Sul	16,1	1,5	1,5
Amazonas	14,3	1,3	0,8
Bahia	8,2	0,7	0,1
Pernambuco	5,1	0,5	0,7
Espírito Santo	3,7	0,3	0,1
Sergipe	2,7	0,2	3,6
Total	1.095,8	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

1.9. Peru

➤ Setores e produtos

As exportações brasileiras para o Peru apresentaram um perfil bastante diversificado no biênio 2005-2006, representando cerca de 5,1% do total exportado pelo Brasil para a América do Sul.

Respondendo por 19,6% de participação na pauta, os óleos brutos de petróleo são o principal destaque nas exportações brasileiras para o Peru, que recebeu 4,3% do total exportado pelo Brasil deste produto. Adicionando-se as vendas da Indústria automotiva, da Siderurgia e metalurgia, de Máquinas e equipamentos, de Químicos e petroquímicos e de Equipamentos eletrônicos, a participação no total das vendas brasileiras para o Peru atinge quase 80% (**Tabela 1.9.1**). Porém, à exceção dos óleos brutos de petróleo, verifica-se que o país ainda é um destino pouco representativo para as vendas brasileiras dos demais setores, visto que apenas 1,2% das exportações da Indústria automotiva, 1,1% da Siderurgia e metalurgia, 2,3% de Máquinas e equipamentos, 1% de Químicos e petroquímicos e 2,8% de Equipamentos eletrônicos destinam-se para este país vizinho, contra a participação de 1% do Peru no total exportado brasileiro.

São ainda destacadas as participações nas exportações brasileiras para o Peru dos setores de Material elétrico (3,4% da pauta no biênio 2005-2006) e de Celulose, papel e gráfica (3,3%). Os demais setores e produtos representam 13,8% das vendas no mesmo período.

Os produtos e setores de maior relevância nas exportações para o Peru no biênio 2005-2006, em ordem de importância entre os setores destacados, foram:

- **Indústria automotiva** – os principais destaques nas vendas para o Peru são os produtos acabados, como os veículos de carga, os tratores e os automóveis de passageiros, que juntos respondem por 54,2% das exportações brasileiras deste setor para o país vizinho.
- **Siderurgia e metalurgia** – respondendo por mais da metade das exportações brasileiras deste setor para o Peru encontram-se os produtos semimanufaturados de ferro ou aço e os produtos laminados planos de ferro ou aço (66,3%).
- **Máquinas e equipamentos** – as vendas desta indústria concentram-se principalmente em máquinas e aparelhos para terraplanagem e perfuração e máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial, que juntos respondem por 68,3% do total exportado pelo setor para este país vizinho.
- **Químicos e petroquímicos** – destaque para os polímeros, que representam 39,4% das exportações do setor no Peru. As resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas possuem uma participação de 25% no total do setor.
- **Equipamentos eletrônicos** – destaque absoluto para os terminais portáteis de telefonia celular, que respondem por 79,9% do total exportado de equipamentos eletrônicos para este país.

Tabela 1.9.1
Exportação brasileira total e com destino ao Peru,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Peru		Peru/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Oleos brutos de petróleo	5.529,4	4,3	238,0	19,6	4,3
Indústria automotiva	16.932,5	13,2	209,2	17,2	1,2
Veículos de carga	1.775,6	1,4	61,6	5,1	3,5
Partes e peças para veículos automóveis e tratores	3.500,7	2,7	37,2	3,1	1,1
Tratores	1.238,7	1,0	26,6	2,2	2,1
Automóveis de passageiros	4.496,3	3,5	25,2	2,1	0,6
Demais da indústria automotiva	5.921,1	4,6	58,5	4,8	1,0
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	171,1	14,1	1,1
Produtos semimanufaturados, de ferro ou aços	3.565,2	2,8	82,9	6,8	2,3
Produtos laminados planos de ferro ou aços	2.550,5	2,0	30,5	2,5	1,2
Tubos de ferro ou aço e seus acessórios	349,1	0,3	15,6	1,3	4,5
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	8.484,4	6,6	42,2	3,5	0,5
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	127,0	10,4	2,3
Máquinas e aparelhos p/terraplanagem, perfuração, etc.	1.337,6	1,0	44,0	3,6	3,3
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	42,7	3,5	2,8
Demais máquinas e equipamentos	2.652,7	2,1	40,3	3,3	1,5
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	116,5	9,6	1,0
Polímeros	1.211,6	0,9	45,9	3,8	3,8
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	29,1	2,4	2,3
Demais químicos e petroquímicos	9.305,7	7,3	41,5	3,4	0,4
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	105,4	8,7	2,8
Terminais portáteis de telefonia celular	2.533,4	2,0	84,2	6,9	3,3
Demais equipamentos eletrônicos	1.263,4	1,0	21,2	1,7	1,7
Material elétrico	3.244,0	2,5	41,6	3,4	1,3
Motores, geradores e transformadores eletr. e suas partes	1.110,2	0,9	11,5	0,9	1,0
Fios, cabos, condutores e condensadores elétricos	390,1	0,3	6,5	0,5	1,7
Aparelhos p/interrupção, proteção de energia, suas partes	202,3	0,2	5,8	0,5	2,9
Demais materiais elétricos	1.541,3	1,2	17,7	1,5	1,2
Celulose, papel e gráfica	3.763,9	2,9	39,7	3,3	1,1
Papel e cartão, para escrita, impressão ou fins gráficos	718,1	0,6	32,1	2,6	4,5
Demais produtos de celulose, papel e gráfica	3.045,8	2,4	7,6	0,6	0,3
Demais produtos	62.413,1	48,8	168,3	13,8	0,3
Total brasileiro	127.889,0	100,0	1.216,8	100,0	1,0

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

Apenas seis estados brasileiros são origem de mais de 90% de tudo o que o Brasil exporta para o Peru. São Paulo é o principal destaque, respondendo por 45,7% da pauta para este país vizinho. Suas vendas se concentram em Máquinas e equipamentos, Indústria automotiva, Siderurgia e metalurgia e Equipamentos eletrônicos. A participação do Peru nas vendas deste estado é de 1,3%, levemente superior à participação do país no total exportado brasileiro, que é de 1% (**Tabela 1.9.2**).

Em seguida, respondendo por 22,6% do total exportado para o Peru, encontra-se o estado do Rio de Janeiro, cujas vendas constituem-se basicamente de petróleo em bruto, que representa 75,3% do total exportado pelo estado para o país.

O Rio Grande do Sul e o Paraná apresentam participações semelhantes, representando, respectivamente, 6,7% e 6,1% da pauta para o Peru. As vendas do primeiro estado se concentram nos produtos Químicos e petroquímicos, ao passo que 45,9% das vendas do segundo estado são oriundas da Indústria automotiva. Nestes dois estados, o Peru registra uma participação idêntica de 0,7% do total exportado por cada um deles.

Minas Gerais responde pela parcela de 5,2% na pauta exportadora brasileira para o país vizinho, onde o setor de Siderurgia e metalurgia responde por mais da metade do total exportado pelo estado: 66,8% de participação. O mesmo acontece com o estado de Amazonas que, representando apenas 3,9% da pauta, concentra 74,1% das suas vendas no setor de Equipamentos eletrônicos.

Os demais estados respondem conjuntamente por 9,8% das vendas brasileiras para o Peru. Destacam-se as participações de Bahia (3%), Santa Catarina (2,8%), Ceará (0,8%), Mato Grosso (0,7%) e Espírito Santo (0,6%).

Tabela 1.9.2
Exportação brasileira com destino ao Peru,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no	
		total para o país (%)	total do estado (%)
São Paulo	555,7	45,7	1,3
Máquinas e equipamentos	103,1	8,5	
Indústria automotiva	83,0	6,8	
Siderurgia e metalurgia	91,0	7,5	
Equip. eletrônicos	54,1	4,4	
Rio de Janeiro	275,6	22,6	2,8
Petróleo em bruto	207,5	17,1	
Rio Grande do Sul	81,7	6,7	0,7
Químicos e petroquímicos	21,9	1,8	
Indústria automotiva	20,6	1,7	
Paraná	73,8	6,1	0,7
Indústria automotiva	33,9	2,8	
Minas Gerais	63,2	5,2	0,4
Siderurgia e metalurgia	42,2	3,5	
Amazonas	48,0	3,9	2,6
Equip. eletrônicos	35,6	2,9	
Demais estados	119,0	9,8	0,3
Bahia	36,2	3,0	0,6
Santa Catarina	34,1	2,8	0,6
Ceará	9,3	0,8	1,0
Mato Grosso	8,3	0,7	0,2
Espírito Santo	7,0	0,6	0,1
Total	1.216,8	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

1.10. Suriname

➤ Setores e produtos

O Suriname é um país com pouca representatividade nas exportações brasileiras, visto que sua participação no total exportado pelo Brasil para a América do Sul foi de apenas 0,03% no biênio 2005-2006, apresentando uma pauta pouco diversificada.

O principal destaque nas vendas para o Suriname é a carne de frango, que foi responsável por 15,6% da pauta em 2005-2006. Em seguida destacam-se as vendas do setor de Máquinas e equipamentos, com participação de 11,5% na pauta, seguidos pelos Calçados, cujas vendas para o Suriname representam 9,6% do total exportado pelo Brasil para este país vizinho. A Extrativa mineral é outro setor importante nas vendas para o Suriname, respondendo por 8,2% da pauta no biênio 2005-2006.

Destacam-se ainda alguns outros produtos, como Cimentos hidráulicos e Adubos, fertilizantes e corretivos do solo, com participações de 3,5% e 3,3% na pauta, respectivamente (**Tabela 1.10.1**).

No entanto, verifica-se que o Suriname é um mercado muito pouco significativo para o Brasil, visto que o país recebe apenas 0,2% das exportações totais de Carne de frango, 0,1% de Máquinas e equipamentos, 0,2% de Calçados, 0,03% da Extrativa mineral, 0,6% de Adubos, fertilizantes e corretivos do solo, e 0,5% de Artigos do vestuário de malha, com os outros produtos destacados pela Tabela apresentando participação inferior a 0,5%. A única exceção são as vendas de Cimentos hidráulicos, onde o Suriname possui uma participação de 2,4% nas exportações totais deste produto pelo Brasil.

Em termos de participação na pauta destacam-se ainda as vendas de Café solúvel (2,9% da pauta), Utensílios domésticos (2,8% da pauta), Material elétrico (2,7%), Artigos do vestuário de malha (2,4%), Móveis e suas partes, exceto médico-cirúrgicos (2,2%), Pisos, revestimentos e cerâmicos (2,1%), Papel e cartão (1,4%), Produtos plásticos (1,9%) e Óleos vegetais (1,6%). Os demais produtos somam uma participação de 28,3% da pauta.

Tabela 1.10.1
Exportação brasileira total e com destino ao Suriname,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Suriname		Suriname/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Carne de frango	3.123,4	2,4	5,22	15,6	0,2
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	3,87	11,5	0,1
Máquinas e aparelhos p/terraplanagem, perfuração, etc.	1.337,6	1,0	0,69	2,1	0,1
Bombas e compressores suas partes e peças	664,7	0,5	0,82	2,4	0,1
Demais máquinas e equipamentos	3.489,4	2,7	2,36	7,0	0,1
Calçados	1.965,0	1,5	3,23	9,6	0,2
Extrativa mineral	10.173,0	8,0	2,74	8,2	0,03
Cimentos hidráulicos	47,4	0,0	1,16	3,5	2,4
Adubos, fertilizantes e corretivos do solo	172,0	0,1	1,11	3,3	0,6
Café solúvel	372,9	0,3	0,98	2,9	0,3
Utensílios domésticos	285,5	0,2	0,94	2,8	0,3
Material elétrico	3.244,0	2,5	0,90	2,7	0,0
Artigos do vestuário de malha	177,3	0,1	0,80	2,4	0,5
Móveis e suas partes, exceto médico-cirúrgicos	965,1	0,8	0,74	2,2	0,1
Pisos e revestimentos cerâmicos	402,9	0,3	0,70	2,1	0,2
Papel e cartão	833,6	0,7	0,46	1,4	0,1
Produtos plásticos	266,9	0,2	0,65	1,9	0,2
Óleos vegetais	4.021,3	3,1	0,54	1,6	0,0
Demais produtos	96.347,1	75,3	9,48	28,3	0,01
Total brasileiro	127.889,0	100,0	33,51	100,0	0,03

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

Cerca de 90% das vendas brasileiras para o Suriname originam-se de apenas seis estados brasileiros, com destaque para São Paulo, que respondeu por 36,6% das vendas em 2005-2006, concentradas principalmente nas indústrias de produtos Químicos e petroquímicos e de Máquinas e equipamentos (**Tabela 1.10.2**). No total exportado pelo estado, verifica-se que a participação do Suriname é de apenas 0,03%, idêntica à sua participação no total exportado pelo Brasil.

Em seguida, com uma contribuição de 21,6% do total exportado, encontra-se o estado do Rio Grande do Sul, onde 40,4% das suas vendas para o Suriname são oriundas do setor de Abate de animais. Nas exportações deste estado a participação do Suriname é de 0,1%.

O Pará tem participação de 11,5% nas exportações brasileiras para o Suriname, destacando-se o setor de Extrativa mineral, que representa 70,2% das exportações paraenses para este país vizinho. Já o estado de Santa Catarina foi responsável por cerca de 10,2% do valor exportado para o Suriname e seu principal setor de destaque é o Têxtil, que foi responsável por 21,7% do total exportado pelo estado. A participação do Suriname nas vendas de cada estado é idêntica: 0,1%.

Tabela 1.10.2
Exportação brasileira com destino ao Suriname,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no total para o país (%)	
		Part. do estado no total para o país (%)	Part. do país no total do estado (%)
São Paulo	12,3	36,6	0,03
Químicos e petroquímicos	2,7	8,2	
Máquinas e equipamentos	1,9	5,8	
Rio Grande do Sul	7,2	21,6	0,1
Abate de animais	2,9	8,7	
Pará	3,8	11,5	0,1
Extrativa mineral	2,7	8,1	
Santa Catarina	3,4	10,2	0,1
Têxtil	0,7	2,2	
Paraná	1,7	5,1	0,02
Abate de animais	1,2	3,7	
Ceará	1,6	4,9	0,2
Calçados	1,4	4,1	
Demais estados	3,4	10,1	0,01
Mato Grosso	0,8	2,5	0,0
Paraíba	0,7	2,0	0,3
Minas Gerais	0,5	1,4	0,0
Total	33,5	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

O Paraná representa a parcela de 5,1% do total exportado pelo Brasil para o Suriname, concentrando suas vendas no setor de Abate de animais (72,8% do total exportado pelo estado para o Suriname). As vendas do Ceará para o Suriname representam 4,9% da pauta exportadora para este país, destacando-se principalmente o setor de Calçados, que responde pela maior parte do valor exportado por este estado para este país vizinho (84%).

Os demais estados respondem por 10,1% das vendas brasileiras para o Suriname, que possui uma participação inferior a 0,01% nas vendas totais deste conjunto. Destacam-se dentre estes estados o Mato Grosso (2,5% da pauta), a Paraíba (2% da pauta) e Minas Gerais (1,4% da pauta).

1.11. Uruguai

➤ Setores e produtos

As exportações do Brasil para o Uruguai não são muito volumosas, visto que este país representou apenas 3,9% do total brasileiro exportado para a América do Sul, no biênio 2005-2006 (US\$ 928 milhões). Contudo, a pauta exportadora é bastante diversificada, dividindo-se entre muitos setores e produtos.

Entre os setores, o principal destaque nas exportações para o Uruguai foi a indústria de produtos Químicos e petroquímicos, com participação de 20,9% na pauta do biênio 2005-2006. Somando-se às exportações da Indústria automotiva, da Siderurgia e metalurgia, de Máquinas e equipamentos e de Equipamentos eletrônicos, esta participação sobe para 58,6% da pauta (**Tabela 1.11.1**). Contudo, verifica-se que a participação do Uruguai nas vendas de cada setor ainda é muito pequena, visto que apenas 1,6% das exportações da indústria Química destina-se a este país vizinho, que também recebe 1% das exportações brasileiras da Indústria automotiva, 0,6% da Siderurgia, 1,2% de Máquinas e equipamentos e 1% de Equipamentos eletrônicos, percentuais não muito diferentes da participação do país no total das exportações brasileiras, de 0,7%. As exceções relevantes são os Produtos de confeitaria e padaria, os Medicamentos e os produtos da indústria Têxtil, nos quais o Uruguai é destino de, respectivamente, 3,8%, 2,5% e 2,1% de tudo o que é exportado.

Entre os produtos e setores de maior destaque nas exportações para o Uruguai, encontram-se:

- **Químicos e petroquímicos** – os óleos combustíveis são o principal destaque nas vendas desta indústria para o Uruguai, respondendo por 32,2% do total exportado por este setor para este país vizinho. Adicionando-se as vendas de polímeros e de resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas esta participação atinge 63,1%. Deve-se ainda destacar que o Uruguai recebeu 54,1% do total brasileiro exportado de naftas no biênio 2005-2006.
- **Indústria automotiva** – os principais destaques desta indústria são as partes e peças para veículos automóveis e tratores, os automóveis de passageiros e os veículos de carga que, juntos, respondem por 70,2% do total exportado pelo setor para o Uruguai.
- **Siderurgia e metalurgia** – as exportações para o Uruguai são bastante diversificadas, com participação mais significativa de produtos laminados planos de ferro ou aço e de alumínio em bruto, inclusive em ligas, que representam 33,7% do total exportado pelo setor. Cerca de 16,3% das vendas refere-se aos produtos semimanufaturados de ferro ou aço e aos utensílios domésticos.
- **Máquinas e equipamentos** – as vendas deste setor mostram-se bastante concentradas, destacando-se principalmente as vendas de máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial, responsáveis por 49% do total. Os outros dois principais produtos de exportação são as máquinas, equipamentos e instalações de uso geral; e as ferramentas e máquinas-ferramenta, parte e acessórios, que juntos responderam por 18,8% das exportações do setor para o Uruguai no biênio 2005-2006.
- **Equipamentos eletrônicos** – a exemplo do que ocorre na maioria dos países da América do Sul, as exportações brasileiras deste setor concentram-se nos telefones celulares, que representam 71,9% das vendas do setor para o Uruguai. Em seguida destacam-se os aparelhos transmissores ou receptores e componentes, com 20% de participação nas vendas do setor.

Tabela 1.11.1
Exportação brasileira total e com destino ao Uruguai,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Uruguai		Uruguai/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	194,2	20,9	1,6
Oleos combustíveis	1.911,9	1,5	62,4	6,7	3,3
Polímeros	1.211,6	0,9	33,2	3,6	2,7
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	26,9	2,9	2,1
Naftas	31,8	0,0	17,2	1,9	54,1
Produtos químicos orgânicos	817,5	0,6	10,2	1,1	1,3
Demais químicos e petroquímicos	6.544,5	5,1	44,2	4,8	0,7
Indústria automotiva	16.932,5	13,2	163,2	17,6	1,0
Partes e peças para veículos automóveis e tratores	3.500,7	2,7	40,9	4,4	1,2
Automóveis de passageiros	4.496,3	3,5	39,4	4,2	0,9
Veículos de carga	1.775,6	1,4	34,3	3,7	1,9
Tratores	1.238,7	1,0	17,5	1,9	1,4
Pneus	924,2	0,7	15,1	1,6	1,6
Demais da indústria automotiva	4.996,9	3,9	16,0	1,7	0,3
Siderurgia e metalurgia	14.949,1	11,7	83,8	9,0	0,6
Produtos laminados planos de ferro ou aços	2.550,5	2,0	19,5	2,1	0,8
Alumínio em bruto, inclusive em ligas	1.740,2	1,4	8,7	0,9	0,5
Produtos semimanufaturados, de ferro ou aços	3.565,2	2,8	7,4	0,8	0,2
Utensílios domésticos	285,5	0,2	6,2	0,7	2,2
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	6.807,8	5,3	41,9	4,5	0,6
Máquinas e equipamentos	5.491,8	4,3	63,3	6,8	1,2
Máquinas, equip. e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	31,0	3,3	2,1
Máquinas, equip. e instalações de uso geral	377,7	0,3	6,2	0,7	1,6
Ferramentas e máquinas-ferramenta, partes e acess.	491,4	0,4	5,7	0,6	1,2
Demais máquinas e equipamentos	3.121,1	2,4	20,4	2,2	0,7
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	39,4	4,3	1,0
Terminais portáteis de telefonia celular	2.533,4	2,0	28,3	3,1	1,1
Aparelhos transmissores ou receptores e componentes	543,0	0,4	7,9	0,8	1,4
Demais equipamentos eletrônicos	720,4	0,6	3,2	0,3	0,4
Têxtil	1.869,3	1,5	38,5	4,2	2,1
Material elétrico	3.244,0	2,5	35,9	3,9	1,1
Madeira e mobiliário	4.087,4	3,2	25,3	2,7	0,6
Papel e cartão	718,1	0,6	13,1	1,4	1,8
Calçados	1.965,0	1,5	14,1	1,5	0,7
Couro e peles depilados	1.633,2	1,3	13,4	1,4	0,8
Açúcar	5.046,7	3,9	17,0	1,8	0,3
Produtos de confeitaria e padaria	379,6	0,3	14,2	1,5	3,8
Carne de suíno	1.056,6	0,8	11,5	1,2	1,1
Medicamentos	418,7	0,3	10,3	1,1	2,5
Demais produtos	54.532,1	42,6	190,4	20,5	0,3
Total brasileiro	127.889,0	100,0	927,8	100,0	0,7

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

Apenas seis estados brasileiros, os três da região Sul e mais três da região Sudeste, concentram cerca de 90% das exportações brasileiras para o Uruguai. O estado de São Paulo é o responsável pela maior parte das exportações, com 37% do total, com destaque para os produtos da Indústria automotiva, de Químicos e petroquímicos, de Máquinas e equipamentos e de Equipamentos eletrônicos. O país possui uma participação de 0,8% no total exportado pelo estado, mantendo-se próxima à participação de 0,7% do país no total exportado pelo Brasil (Tabela 1.11.2).

O segundo estado brasileiro de maior destaque nas exportações para o Uruguai é o Rio Grande do Sul, com 21,7% de participação na pauta do país. Os setores mais importantes nas exportações do estado para o Uruguai são Químicos e petroquímicos, Máquinas e equipamentos e a Indústria automotiva. A participação do país nas vendas deste estado é de 1,8%.

O Paraná é responsável por 10,7% da pauta exportadora brasileira, concentrando suas vendas nos setores de produtos Químicos e petroquímicos e de Material elétrico. A importância do Uruguai para as vendas deste estado é de 1%.

Tabela 1.11.2
Exportação brasileira com destino ao Uruguai,
segundo estados de origem e principais setores industriais
(Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no total para o país (%)	Part. do país no total do estado (%)
São Paulo	343,7	37,0	0,8
Indústria automotiva	50,1	5,4	
Químicos e petroquímicos	23,4	2,5	
Máquinas e equipamentos	37,6	4,1	
Equipamentos eletrônicos	28,5	3,1	
Rio Grande do Sul	201,0	21,7	1,8
Químicos e petroquímicos	21,6	2,3	
Máquinas e equipamentos	22,2	2,4	
Indústria automotiva	3,4	0,4	
Paraná	99,4	10,7	1,0
Químicos e petroquímicos	5,3	0,6	
Máquinas e equipamentos	10,9	1,2	
Rio de Janeiro	78,8	8,5	0,8
Químicos e petroquímicos	1,9	0,2	
Santa Catarina	67,0	7,2	1,2
Têxteis	12,8	1,4	
Minas Gerais	47,8	5,1	0,3
Siderurgia e metalurgia	22,3	2,4	
Demais estados	90,1	9,7	0,3
Bahia	21,3	2,3	0,3
Mato Grosso do Sul	15,0	1,6	1,4
Amazonas	11,7	1,3	0,6
Ceará	6,5	0,7	0,7
Goiás	6,1	0,7	0,3
Espírito Santo	4,9	0,5	0,1
Total	927,8	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

Os estados do Rio de Janeiro e de Santa Catarina representam, respectivamente, 8,5% e 7,2% das exportações brasileiras para o Uruguai, sendo que o primeiro concentra suas vendas nos produtos Químicos e petroquímicos e o segundo no setor Têxtil.

Minas Gerais contribui com 5,1% da pauta de exportadora para o país vizinho, concentrando 46,7% de suas vendas na Siderurgia e metalurgia. Todos os demais estados juntos respondem por 9,7% das vendas brasileiras para o Uruguai, destacando-se Bahia (2,3% da pauta), Mato Grosso do Sul (1,6%), Amazonas (1,3%), Ceará (0,7%), Goiás (0,7%) e Espírito Santo (0,5%).

1.12. Venezuela

➤ Setores e produtos

A Venezuela é o terceiro principal destino das exportações brasileiras na América do Sul, absorvendo 12,1% do total exportado pelo Brasil para a região no biênio 2005-2006, com uma pauta de exportações bastante diversificada. O setor de maior destaque nas vendas brasileiras para a Venezuela é a Indústria automotiva, que apresenta uma participação de 29,4% na pauta. Somando a

ela as participações de Equipamentos eletrônicos, Máquinas e tratores, Siderurgia e metalurgia e Carnes, alcança-se cerca de 71,2% da pauta (**Tabela 1.12.1**). Alguns outros produtos com razoável importância na pauta venezuelana são Químicos e petroquímicos (4,8% da pauta), Material elétrico (3,7%), Medicamentos (1,8%), indústria de Açúcar (1,6%), Indústria Têxtil (1,5%), Calçados (1%) e Papel e cartão (0,9%). Os produtos restantes representam apenas 13,5% da pauta.

A participação das vendas para a Venezuela no total exportado brasileiro de cada setor é relativamente elevada na Indústria automotiva (5%), em Máquinas e tratores (4,8%), em Equipamentos eletrônicos (14,7%) e em Medicamentos (12,5%). No total exportado brasileiro no biênio 2005-2006 a Venezuela responde por apenas 2,3% das vendas.

Destacam-se os seguintes produtos dentro de cada um dos setores mais importantes:

- **Indústria automotiva** – os produtos acabados representam a maior parte das exportações, pois os automóveis de passageiros, os tratores, os ônibus e vans e os veículos de carga somam cerca de 56,3% das vendas do setor para a Venezuela, representando 16,6% da pauta total de vendas para o país.
- **Equipamentos eletrônicos** – repetindo o padrão de vendas do setor para os demais países da América do Sul, o principal destaque nas vendas para a Venezuela são os telefones celulares, que representam 91,7% de tudo que o setor exporta para este país e são, individualmente, o principal produto exportado para o país.
- **Máquinas e tratores** – o maior destaque são as máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial, que representam 48,9% das vendas do setor para o país, enquanto as máquinas e aparelhos para terraplanagem e perfuração e as bombas e compressores, suas partes e peças respondem juntos por outros 20,5%.
- **Siderurgia e metalurgia** – as vendas deste setor apresentam-se bem diversificadas, destacando-se as vendas dos produtos laminados planos de ferro ou aço (27,4% do total do setor) e de alumínio em barras, perfis, fios, chapas, folhas e tiras (16,8%).
- **Carnes** – as vendas destes produtos se dividem entre as carnes de frango e de bovino, mas as primeiras têm maior destaque, respondendo por 81,9% das vendas do grupo para a Venezuela.

Tabela 1.12.1
Exportação brasileira total e com destino à Venezuela,
segundo setores industriais e principais produtos
(Média 2005-2006)

Setores / Produtos	Total brasileiro		Destino Venezuela		Venezuela/Total
	US\$ Milhões	Part. (%)	US\$ Milhões	Part. (%)	Part. (%)
Indústria automotiva	16.932,5	13,2	849,4	29,4	5,0
Automoveis de passageiros	4.496,3	3,5	251,9	8,7	5,6
Partes e pecas para veiculos automoveis e tratores	3.500,7	2,7	248,7	8,6	7,1
Tratores	1.238,7	1,0	129,7	4,5	10,5
Pneus	924,2	0,7	53,1	1,8	5,8
Ônibus e vans	318,7	0,2	49,4	1,7	15,5
Veiculos de carga	1.775,6	1,4	47,4	1,6	2,7
Demais da indústria automotiva	4.678,2	3,7	69,1	2,4	1,5
Equipamentos eletrônicos	3.796,8	3,0	558,8	19,4	14,7
Terminais portateis de telefonia celular	2.533,4	2,0	512,6	17,8	20,2
Aparelhos transmissores ou receptores e componentes	543,0	0,4	39,9	1,4	7,3
Demais equipamentos eletrônicos	720,4	0,6	6,4	0,2	0,9
Máquinas e tratores	5.491,8	4,3	263,7	9,1	4,8
Máquinas, equipamentos e instalações de uso industrial	1.501,4	1,2	129,0	4,5	8,6
Maquinas e aparelhos p/terraplanagem,perfuracao,etc.	1.337,6	1,0	34,5	1,2	2,6
Bombas e compressores suas partes e peças	664,7	0,5	19,7	0,7	3,0
Demais máquinas e equipamentos	1.988,0	1,6	80,6	2,8	4,1
Siderurgia e metalurgia	14.949,2	11,7	234,8	8,1	1,6
Produtos laminados planos de ferro ou acos	2.550,5	2,0	64,3	2,2	2,5
Aluminio,em barras,perfis,fios,chapas,folhas e tiras	506,7	0,4	39,4	1,4	7,8
Tubos de ferro ou aço e seus acessorios	349,1	0,3	22,6	0,8	6,5
Ferragens e ferramentas	336,7	0,3	20,3	0,7	6,0
Utensílios domésticos	285,5	0,2	17,1	0,6	6,0
Cobre,em barras,perfis,fios,chapas,folhas e tiras	343,5	0,3	16,5	0,6	4,8
Tubos de ferro fundido ferro ou aço	270,3	0,2	13,5	0,5	5,0
Demais siderúrgicos e metalúrgicos	10.306,9	8,1	41,0	1,4	0,4
Carnes	6.489,6	5,1	146,6	5,1	2,3
Carne de frango	3.123,4	2,4	120,1	4,2	3,8
Carne de bovino	3.366,2	2,6	26,5	0,9	0,8
Químicos e petroquímicos	11.768,5	9,2	137,5	4,8	1,2
Resinas, elastômeros e fibras artificiais e sintéticas	1.251,2	1,0	37,7	1,3	3,0
Álcool etílico não desnaturado	1.089,9	0,9	32,7	1,1	3,0
Produtos químicos orgânicos	817,5	0,6	10,6	0,4	1,3
Tintas, pigmentos, corantes, impermeabil. e solventes	252,2	0,2	9,0	0,3	3,6
Demais químicos e petroquímicos	8.357,8	6,5	47,6	1,6	0,6
Material elétrico	3.244,0	2,5	107,0	3,7	3,3
Motores,geradores e transformadores eletr.e suas partes	1.110,2	0,9	36,2	1,3	3,3
Compressores para refrigeração	596,0	0,5	11,2	0,4	1,9
Aparelhos p/interruptao,protecao de energia,suas partes	202,3	0,2	10,5	0,4	5,2
Fios,cabos, condutores e condensadores elétricos	390,1	0,3	9,7	0,3	2,5
Demais materiais elétricos	945,3	0,7	39,3	1,4	4,2
Medicamentos	418,7	0,3	52,3	1,8	12,5
Açúcar	5.046,7	3,9	46,1	1,6	0,9
Indústria têxtil	1.869,3	1,5	44,1	1,5	2,4
Calçados	1.965,0	1,5	29,7	1,0	1,5
Papel e cartão	718,1	0,6	25,0	0,9	3,5
Demais produtos	55.199,1	43,2	390,6	13,5	0,7
Total brasileiro	127.889,0	100,0	2.885,6	100,0	2,3

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ Estados de origem

Apenas seis estados brasileiros foram a origem de mais de 85% das exportações brasileiras para a Venezuela em 2005-2006, mais uma vez com destaque absoluto para São Paulo, que responde por 50,4%. No total exportado pelo estado, a participação da Venezuela é significativamente superior à verificada na pauta exportadora do Brasil: 3,5% contra 2,3%, respectivamente. As vendas do estado para o país vizinho se concentram na Indústria automotiva, em Equipamentos eletrônicos, em Máquinas e equipamentos e na Siderurgia e metalurgia (Tabela 1.12.2).

Com uma contribuição de 9,6% do total exportado encontra-se o estado de Minas Gerais, onde 55,4% das suas vendas para a Venezuela são referentes aos produtos da Indústria automotiva. A Venezuela, contudo, tem uma importância relativamente baixa para o estado, visto que a participação da Venezuela nas exportações é de apenas 1,9%, inferior à média nacional.

Tabela 1.12.2
Exportação brasileira com destino à Venezuela,
segundo estados de origem e principais setores industriais
 (Média 2005-2006)

Estado/setor	US\$ milhões	Part. do estado no total para o país (%)	Part. do país no total do estado (%)
São Paulo	1.455,4	50,4	3,5
Indústria automotiva	336,3	11,7	
Equipamentos eletrônicos	319,2	11,1	
Máquinas e equipamentos	208,9	7,2	
Siderurgia e metalurgia	114,3	4,0	
Minas Gerais	277,5	9,6	1,9
Indústria automotiva	153,8	5,3	
Siderurgia e metalurgia	40,6	1,4	
Paraná	215,0	7,5	2,1
Indústria automotiva	75,1	2,6	
Máquinas e equipamentos	51,0	1,8	
Amazonas	212,0	7,3	11,6
Equipamentos eletrônicos	168,8	5,8	
Rio Grande do Sul	178,9	6,2	1,6
Máquinas e equipamentos	81,1	2,8	
Abate de animais	24,4	0,8	
Bahia	132,6	4,6	2,1
Indústria automotiva	81,2	2,8	
Demais estados	414,1	14,4	1,0
Santa Catarina	78,1	2,7	1,4
Rio de Janeiro	76,8	2,7	0,8
Espírito Santo	44,8	1,6	0,7
Mato Grosso	39,1	1,4	0,9
Pernambuco	29,8	1,0	3,8
Ceará	22,6	0,8	2,4
Distrito Federal	10,9	0,4	17,4
Mato Grosso do Sul	8,5	0,3	0,8
Goiás	5,0	0,2	0,3
Roraima	4,5	0,2	38,0
Total	2.885,6	100,0	

Fonte: Secex-MDIC. Elaboração: Funcex.

Em seguida destacam-se os estados do Paraná e do Amazonas, respondendo respectivamente por 7,5% e 7,3% da pauta venezuelana. As vendas do primeiro estado se concentram nos produtos da Indústria automotiva e de Máquinas e equipamentos, ao passo que praticamente 80% das vendas do segundo estado são oriundas do setor de Equipamentos eletrônicos. A participação da Venezuela nas vendas do Amazonas é significativamente superior à sua participação nas vendas do Paraná: 11,6% contra 2,1%, respectivamente, refletindo a grande importância que o país tem como destino das vendas dos Equipamentos eletrônicos produzidos na Zona Franca de Manaus, especialmente os telefones celulares.

O Rio Grande do Sul responde por 6,2% das exportações brasileiras para a Venezuela, destacando-se os setores de Máquinas e equipamentos (com 45,3% de participação no total exportado pelo estado para o país vizinho) e de Abate de animais. Já a Bahia é origem de 4,6% das vendas brasileiras à Venezuela, concentrando 61,2% do seu total exportado nos produtos da Indústria automotiva.

Os demais estados respondem conjuntamente por 14,4% das vendas brasileiras para a Venezuela, destacando-se as participações de Santa Catarina e Rio de Janeiro (que registram contribuição idêntica de 2,7% no total exportado, cada um), Espírito Santo (1,6%), Mato Grosso (1,4%), Pernambuco, Ceará, Distrito Federal, Mato Grosso do Sul, Goiás e Roraima. Neste último, a Venezuela é o principal país da América do Sul em termos de importância na pauta de exportações.

2. INTERESSES COMERCIAIS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA

Este capítulo 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. O conceito de “interesses” está, obviamente, sujeito a diferentes interpretações. Pode-se considerar, por exemplo, que os produtos de interesse são aqueles nos quais as empresas brasileiras já exportam volumes significativos para os países, os quais representem um percentual relativamente elevado das exportações totais brasileiras do produto. Pode-se tratar também de produtos nos quais o *market-share* no país de destino é relativamente elevado. Ou pode-se tratar também de produtos nos quais o Brasil tem grande potencial de exportação, mas que, por diversos motivos, não consegue exportar para o vizinho sul-americano. Sendo assim, é necessário trabalhar com conceitos diferentes do que sejam “interesses comerciais”, para dar conta das diversas possibilidades.

Uma análise prévia de todas as possibilidades de interesses que poderiam existir, conjugada à análise dos dados estatísticos, levou à definição de quatro tipos distintos de interesses, aos quais chamou-se de “consolidados”, “ameaçados”, “potenciais” e “emergentes”. Buscou-se identificar, para cada um dos 11 países sul-americanos, quais produtos exportados pelo Brasil se enquadrariam em cada um desses tipos de interesses. 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, desta forma, uma 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 Exterior (Secex) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (com dados até o ano de 2006) e as estatísticas de comércio dos demais países disponibilizadas no sistema COMTRADE, administrado pelas Nações Unidas (com dados até 2005 para quase todos os países).

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

O primeiro tipo de interesses comerciais relaciona-se aos produtos que já possuem uma participação minimamente relevante tanto nas exportações totais do Brasil quanto nas exportações destinadas a cada vizinho sul-americano – ou seja, o Brasil já exporta montantes relativamente elevados tanto para todo o mundo quanto para o país sul-americano em foco. Além disso, o produto brasileiro já possui uma posição significativa no montante total que cada país importa dele – em outras palavras, o Brasil tem um *market-share* minimamente elevado nas compras externas do país. Estes produtos são

qualificados como **interesses consolidados**, pois são produtos nos quais as exportações brasileiras para o vizinho sul-americano já possuem uma posição relativamente sólida. Para ser incluído neste grupo, um determinado produto SH-6 teve que cumprir simultaneamente os seguintes requisitos:

- i) Total das exportações brasileiras do produto maiores do que US\$ 1 milhão na média do biênio 2005-2006;
- ii) Exportações brasileiras destinadas ao país em foco maiores do que US\$ 100 mil – exceto Guiana e Suriname, para os quais, dado o baixo montante das importações totais destes países, estabeleceu-se um valor mínimo de apenas US\$ 10 mil;
- iii) *Market-share* do Brasil nas importações do país igual ou maior do que 10%.

Além destes critérios, foram excluídos todos os produtos que não pertencem à indústria de transformação, identificados como aqueles que fazem parte de três setores de atividade: Agropecuária, Extrativa mineral e Petróleo e carvão.¹ Como este trabalho trata de interesses comerciais da indústria brasileira, este critério foi adotado em todo o processo de seleção de produtos, nos quatro tipos de interesses.

O segundo tipo de interesses diz respeito aos produtos nos quais o Brasil possuía uma boa posição nas exportações para os vizinhos sul-americanos no passado recente – com montante relativamente elevado e *market-share* significativo nas importações dos países – mas cujo desempenho de lá para cá vem sendo negativo, implicando uma importante perda de espaço no mercado destes países. Este mau desempenho pode dever-se a dois fatores: redução das importações totais do país (provavelmente porque as importações estão sendo substituídas por produção nacional) ou perda de competitividade do Brasil em relação a terceiros países que fornecem para o vizinho (com redução de *market-share* nas importações). Estes produtos são qualificados como **interesses ameaçados**. Neste sentido, foram adotados dois requisitos iniciais para selecionar os produtos que tinham boa posição inicial brasileira, tomando-se como base o biênio 1997-1998:

- i) O produto 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, de acordo com o tamanho relativo de suas importações: US\$ 1 milhão nos casos de Argentina, Chile e Colômbia; US\$ 500 mil para Equador e Peru; US\$ 200 mil para Bolívia, Paraguai e Uruguai; e US\$ 100 mil para Guiana e Suriname;
- ii) O *market-share* do Brasil nas importações do país era igual ou maior do que 10% no biênio.

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

¹ Esta classificação setorial, usualmente utilizada pela Funcex na elaboração de estatísticas de comércio exterior, baseia-se na classificação de atividades produtivas da matriz insumo-produto do IBGE. Normalmente a Funcex utiliza 31 setores de atividade, incluindo agropecuária, extrativa mineral e indústria de transformação. Neste trabalho, serão consideradas somente os produtos relacionados às 28 atividades pertencentes à indústria de transformação.

- i) Queda do *market-share* brasileiro igual ou maior do que 10 pontos percentuais entre o biênio 1997-98 e o biênio 2004-2005;
- ii) *Market-share* brasileiro no biênio 2004-2005 igual ou menor do que a metade do registrado no biênio 1997-1998;
- iii) Queda do valor das exportações brasileiras para o país igual ou maior do que 50% entre os dois biênios.

O terceiro tipo de interesses diz respeito aos produtos nos quais identifica-se um bom potencial de exportações do Brasil para cada país vizinho, mas este potencial ainda não está devidamente realizado. Estes produtos são qualificados como **interesses potenciais**. Os produtos com potencial devem preencher simultaneamente os seguintes critérios, baseados nos fluxos de comércio do biênio 2004-2005:

- i) Índice de vantagem comparativa revelada (IVCR)² do Brasil igual ou maior do que 1;
- ii) Índice de desvantagem comparativa revelada (IDCR)³ do país igual ou maior do que 1;
- iii) O produto 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, de acordo com o tamanho relativo de suas importações: US\$ 1 milhão nos casos de Argentina, Chile e Colômbia; US\$ 500 mil para Equador e Peru; US\$ 200 mil para Bolívia, Paraguai e Uruguai; e US\$ 100 mil para Guiana e Suriname.

Dentre os produtos que preenchem os requisitos acima, consideram-se apenas aqueles nos quais o *market-share* do Brasil nas importações do país seja menor do que 10%, o que significa que o país ainda não explora devidamente o mercado do país. Alternativamente, consideram-se os produtos cujo crescimento das importações do país sul-americano sejam superiores a três vezes a taxa de crescimento das importações totais do país entre os biênios 1997-98 e 2004-2005 (desde que o *market-share* do Brasil não seja maior do que 25%). Este 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.

Por fim, há um quarto tipo de produtos que são qualificados como **interesses emergentes**. São produtos nos quais as exportações do Brasil para cada país vizinho eram pouco significativas, ou mesmo iguais a zero, há alguns anos (mais uma vez, toma-se como base o biênio 1997-1998), mas que evoluíram de forma excepcionalmente boa nos últimos anos. Incluem-se nos interesses emergentes os produtos que preenchem apenas um dos dois seguintes requisitos:

² 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.

³ Este índice é obtido dividindo-se participação que cada produto tem na pauta total de importação do país 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.

- i) O país exportava para o país menos de US\$ 10 mil em 1997-1998 e passou a exportar pelo menos US\$ 100 mil em 2004-2005;
- ii) A taxa de crescimento das exportações brasileiras do produto para o país sul-americano foi pelo menos 10 vezes maior do que o crescimento do total exportado pelo Brasil ao país entre os biênios 1997-1998 e 2004-2005, desde que o montante do produto tenha sido maior do que US\$ 100 mil em 2004-2005.

A aplicação dos critérios acima descritos implica a geração de quatro listas de produtos de interesse para cada um dos países sul-americanos e, naturalmente, haverá produtos que estarão em mais de uma lista de cada país. Para eliminar estas 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. A seqüência de prioridade 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.

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

2.2. Interesses consolidados

Os interesses consolidados referem-se a produtos que já atingiram um grau de maturidade na exploração dos mercados sul-americanos, exportando montantes relativamente elevados e possuindo um *market-share* significativo nas importações destes países. Pode-se considerar como os grandes casos de sucesso do país nas exportações para a região, cuja evolução poderia ser tomada como exemplo e replicada para outros produtos.

Os interesses consolidados nas exportações brasileiras para a América do Sul envolvem uma grande variedade de produtos cujas exportações brasileiras para os 11 países da região somaram US\$ 16,8 bilhões na média do biênio 2005-2006, ou nada menos que 70,3% de tudo o que o país

exportou para estes países (**Tabela 2.1**). As importações totais destes produtos por parte dos 11 países somaram US\$ 34,9 bilhões na média do biênio 2004-2005, e o Brasil foi a origem de 41% destas importações. Em todos os 11 países, os produtos classificados como interesses consolidados têm uma participação elevada na pauta de exportações brasileiras, com percentuais que variam de um mínimo de 43% no Suriname a um máximo de 83% na Argentina. O Brasil também possui, de forma geral, um *market-share* relativamente elevado nas importações destes produtos em todos os países, variando de um mínimo de 27,1% no Peru e no Suriname a um máximo de 68,3% no Paraguai.

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”. Este índice é dado pela soma da participação das exportações de produtos classificados como interesses comerciais no total das exportações brasileiras (terceira coluna da Tabela) com o *market-share* do Brasil nas importações destes mesmos produtos em cada país (última coluna). Na Tabela, os países são apresentados em ordem decrescente destes índices. Esta forma de análise é bastante útil, pois permite identificar com clareza três grupos de países com características distintas:

- Os de maior nível de consolidação do comércio, cujos índices são maiores do que 100%: Argentina, Paraguai, Bolívia e Uruguai;
- Os de nível intermediário de consolidação, com índices entre 85% e 100%: Venezuela, Equador e Chile;
- Os de nível mais baixo de consolidação, com índices inferiores a 85%: Peru, Colômbia, Suriname e Guiana.

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 (vide Capítulo 3). 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.

Também no nível intermediário estão Venezuela e Equador, países com os quais o Brasil possui acordos de preferências comerciais bastante abrangentes, mas que ainda estão nos estágios iniciais de implementação, sujeitos a longos cronogramas de desgravação (atualmente, a grande maioria dos produtos brasileiros ainda não goza de margem de preferência de 100%). Peru e Colômbia também têm acordos comerciais abrangentes com o Brasil ainda em fase inicial de implementação, e seus índices de consolidação encontram-se em níveis um pouco inferiores aos de Venezuela e Equador, o que permite situá-los em um nível mais baixo de consolidação de comércio. Por fim, também no nível mais baixo, estão Guiana e Suriname, países com os quais o Brasil não possui acordos comerciais abrangentes.

Tabela 2.1
Interesses consolidados nas exportações do Brasil para os países da América do Sul

País	Número de SH's	Exportação brasileira para o país ¹			Importação do país ²		
		Total	Produtos selecionados	Partic.	Produtos selecionados	Com origem Brasil	
		(US\$ Milhões)	(US\$ Milhões)	(Em %)	(US\$ Milhões)	(US\$ Milhões)	Market-share (Em %)
Argentina	973	10.814,7	8.988,4	83,1	14.941,3	7.544,9	50,5
Paraguai	577	1.095,8	652,2	59,5	919,8	627,8	68,3
Bolívia	488	637,0	450,2	70,7	764,7	349,4	45,7
Uruguai	534	927,8	599,8	64,6	1.168,7	485,9	41,6
Venezuela	339	2.885,6	1.906,6	66,1	3.876,6	1.185,6	30,6
Equador	264	759,7	477,3	62,8	1.542,3	431,4	28,0
Chile	605	3.754,1	2.150,3	57,3	7.029,3	2.268,5	32,3
Peru	368	1.216,8	687,9	56,5	2.162,1	585,7	27,1
Colômbia	415	1.767,2	866,3	49,0	2.471,8	837,5	33,9
Suriname	49	33,5	14,4	43,0	30,3	11,2	36,8
Guiana	54	18,3	9,5	52,1	23,3	6,3	27,1
Total	-	23.910,7	16.803,1	70,3	34.930,2	14.334,2	41,0

Fontes: (1) SECEX/MDIC para a média do biênio 2005/06, (2) COMTRADE/ONU para a média do biênio 2004/2005.
 Elaboração: Funcex.

Entre os países com os quais o Brasil possui maior nível de consolidação de comércio, o volume mais significativo de interesses consolidados refere-se às exportações para a **Argentina**. Foram identificados interesses consolidados em 973 produtos da SH-6 (de um universo de pouco mais de 5.000 produtos) e exportações de quase US\$ 9 bilhões, representando nada menos que 83% de tudo o que o Brasil exportou para este país em 2005-2006. Nestes, o *market-share* médio do Brasil alcançava mais de 50%, sendo que na grande maioria dos produtos o Brasil é o principal fornecedor da Argentina.

Naturalmente, a composição destes produtos segundo setores é muito semelhante à verificada na pauta total de exportações para o país (**Tabela I.1.1 do Anexo I**), destacando-se, em ordem de importância, os produtos da Indústria automotiva (53 itens, exportações de US\$ 3,2 bilhões em 2005-2006, com o Brasil sendo responsável por quase 2/3 das importações argentinas), os Químicos e petroquímicos (185 itens, exportações de US\$ 1,6 bilhões), os Equipamentos eletrônicos (20 itens, US\$ 953 milhões, com destaque absoluto para os telefones celulares), os produtos de Siderurgia e metalurgia (140 itens, US\$ 782 milhões) e as Máquinas e equipamentos (118 itens, US\$ 527 milhões). Nestes setores, os Estados Unidos aparecem sistematicamente como o grande concorrente do Brasil no mercado argentino, e a China também tem uma participação bastante relevante, assim como os países europeus.

Há ainda alguns grupos de produtos nos quais o *market-share* do Brasil nas importações argentinas é extremamente elevado: Calçados, couros e peles (68,5%, a despeito da crescente concorrência da China), Beneficiamento de produtos vegetais (88,7%), Café (95,5%), Outros veículos e suas peças (77,6%), Abate de animais (78,6%) e Laticínios (97,4%).

No caso do **Paraguai**, foram selecionados 557 produtos cujas exportações brasileiras para o país somaram US\$ 652 milhões na média do biênio 2005-2006, o equivalente a 59,5% de tudo o que o Brasil exportou para o país. O *market-share* brasileiro nas importações paraguaias destes produtos

alcançava 68,3% em 2004-2005, e em quase todos eles o Brasil é o maior fornecedor do país. A composição das exportações destes produtos segundo setores (**Tabela I.7.1 do Anexo I**) também é, naturalmente, similar à composição da pauta total para o país, onde se destacam os seguintes grupos de produtos: Químicos e petroquímicos (74 itens, US\$ 196,9 milhões em exportações), Máquinas e equipamentos (83 itens, exportações de US\$ 71,5 milhões), Siderurgia e metalurgia (100 itens, US\$ 59,3 milhões), Material elétrico (46 itens, US\$ 46,4 milhões) e a Indústria automotiva (23 itens, US\$ 40,4 milhões). A Argentina surge como o grande concorrente do Brasil nestes setores, exceto em Máquinas e equipamentos, onde se destacam os Estados Unidos e os países europeus.

Há também alguns grupos de produtos que se destacam pelo *market-share* extremamente elevado nas importações paraguaias: Indústria do café (95,4%), Óleos vegetais (94,6%), Minerais não-metálicos (89,8%), Laticínios (88,4%), Celulose, papel e gráfica (72,5%), Outros produtos alimentares (72%), Calçados, couros e peles (70,7%), Beneficiamento de produtos vegetais (70,5%) e Têxtil (69,8%).

Quanto à **Bolívia**, foram identificados 488 produtos com interesses consolidados, cujas exportações brasileiras para o país somaram US\$ 450 milhões na média do biênio 2005-2006, o equivalente a 70,7% de tudo o que o Brasil exportou para o país. O *market-share* brasileiro nas importações bolivianas destes produtos alcançava 45,7% em 2004-2005, e na grande maioria deles o Brasil é o maior fornecedor do país. A composição das exportações destes produtos segundo setores (**Tabela I.2.1 do Anexo I**) também é similar à composição da pauta total para o país, com maior importância para os seguintes grupos de produtos: Siderurgia e metalurgia (89 itens e exportações de US\$ 101,5 milhões, nos quais o *market-share* brasileiro alcança 55%), Químicos e petroquímicos (80 itens e US\$ 90,4 milhões), Máquinas e equipamentos (81 itens e US\$ 56,2 milhões), Indústria automotiva (32 itens e US\$ 38,9 milhões) e Material elétrico (34 itens, US\$ 30,2 milhões). Nestes setores, a Argentina e os Estados Unidos são os maiores concorrentes do Brasil, sendo importante também a participação do Japão na Indústria automotiva.

Destacam-se ainda alguns setores onde o *market-share* do Brasil nas importações bolivianas é bastante elevado, embora os valores exportados não sejam tão significativos. São eles: Celulose, papel e gráfica (*market-share* de 66,1%), Café (83%), Beneficiamento de produtos vegetais (74,5%), Outros veículos e peças (60,5%), Abate de animais (59,4%), Laticínios (87,3%) e Óleos vegetais (78,4%).

Os produtos classificados como interesses consolidados no **Uruguai** envolvem 534 itens da SH-6 com exportações de US\$ 600 milhões (64,6% de tudo o que o Brasil exporta para o país). O *market-share* brasileiro nas importações uruguaias destes produtos era de 41,6% em 2004-2005 e o Brasil também é o maior fornecedor do país na grande maioria dos produtos. Em termos da distribuição setorial destes produtos (**Tabela I.10.1 do Anexo I**), destacam-se os Químicos e petroquímicos (101 itens, US\$ 172,7 milhões exportados para o país em 2005-2006), a Indústria automotiva (27 itens, US\$ 56,1 milhões), Siderurgia e metalurgia (67 itens, US\$ 53,9 milhões) e Máquinas e equipamentos (67 itens, US\$ 41,7 milhões). Nestes setores, a Argentina surge sempre como um forte concorrente do Brasil nas importações uruguaias, assim como os Estados Unidos e, em menor medida, os países europeus.

Entre os países com nível médio de consolidação de interesses, o **Chile** se destaca com 605 itens da SH-6 cujas exportações brasileiras foram de US\$ 2,15 bilhões em 2005-2006 (57,3% do total vendido ao país). O *market-share* brasileiro foi de 32,3% em 2004-2005, e o Brasil é o maior fornecedor do país em 44% destes produtos. Os produtos de maior destaque são os dos seguintes setores (**Tabela I.3.1 do Anexo I**): Indústria automotiva (39 itens, exportações de US\$ 672,9 milhões em 2005-2006), Químicos e petroquímicos (109 itens, exportações de US\$ 248,1 milhões), Siderurgia e metalurgia (96 itens, US\$ 238 milhões), Equipamentos eletrônicos (7 itens, US\$ 169,5 milhões), Máquinas e equipamentos (70 itens, US\$ 152,4 milhões) e Material elétrico (42 itens, US\$ 110 milhões). Nestes setores, os Estados Unidos aparecem sempre como um grande concorrente do Brasil no mercado chileno, assim como a Argentina em Químicos e petroquímicos e o Japão na Indústria automotiva.

Outros produtos que se destacam pelo elevado *market-share* do Brasil nas importações chilenas são: Abate de animais (58,5%), Beneficiamento de produtos vegetais (57%), Outros veículos e suas peças (53,9%), Café (48,1%), Madeira e mobiliário (40,9%) e Celulose, papel e gráfica (39,1%).

Os interesses consolidados na **Venezuela** envolvem 339 itens cujas exportações brasileiras foram de US\$ 1,9 bilhões na média do biênio 2005-2006 (66,1% do total exportado para o país). O *market-share* brasileiro foi de 30,6% em 2004-2005, mas o Brasil é o maior fornecedor do país em somente 37% destes produtos, tendo como grande concorrente os Estados Unidos. Destacam-se os produtos dos seguintes setores (**Tabela I.11.1 do Anexo I**): Equipamentos eletrônicos (4 itens, exportações brasileiras de US\$ 537,9 milhões em 2005-2006); Indústria automotiva (26 itens, US\$ 523,4 milhões); Abate de animais (3 itens, US\$ 172,7 milhões); Máquinas e equipamentos (60 itens, US\$ 144,4 milhões) e Siderurgia e metalurgia (49 itens, US\$ 127,6 milhões). Os Estados Unidos e os países europeus são os grande concorrentes do Brasil, sendo importante também a participação do Japão e da Colômbia em alguns casos.

No caso do **Equador**, identificaram-se 264 produtos com exportações brasileiras de US\$ 477,3 milhões (62,8% do total para o país). O *market-share* do Brasil era de apenas 28% em 2004-2005, sendo o principal fornecedor do país em quase 40% dos produtos. Em termos da distribuição setorial destes produtos (**Tabela I.5.1 do Anexo I**) destacam-se os seguintes grupos: Indústria automotiva (25 itens, exportações de US\$ 179,8 milhões), Siderurgia e metalurgia (46 itens, US\$ 92,1 milhões), Químicos e petroquímicos (38 itens, US\$ 59,7 milhões), Máquinas e equipamentos (55 itens, US\$ 37,6 milhões) e Celulose, papel e gráfica (7 itens, US\$ 23,7 milhões). Os Estados Unidos e a Colômbia têm posição de destaque como concorrentes do Brasil nas importações equatorianas destes produtos.

Vale destacar ainda que o *market-share* do Brasil no Equador é especialmente elevado nos produtos relacionados a dois setores: Beneficiamento de produtos vegetais (71,8%) e Farmacêutica e perfumaria (51,9%).

Quanto aos países cujas exportações brasileiras têm um nível relativamente baixo de consolidação, os casos mais relevantes são os de **Colômbia** e **Peru**, nos quais as exportações dos produtos classificados como interesses consolidados representaram, respectivamente, 49% e 56,5% do total no biênio 2005-2006. O *market-share* do Brasil nas importações destes produtos por estes países

também não é muito elevado: respectivamente 33,9% e 27,1%, e o Brasil é o maior fornecedor dos países em cerca de 40% destes produtos. A exemplo do que se verifica nos países analisados acima, os produtos concentram-se em cinco setores industriais (**Tabelas I.4.1 e I.8.1 do Anexo I**): Indústria automotiva, Siderurgia e metalurgia, Equipamentos eletrônicos, Químicos e petroquímicos e Máquinas e equipamentos. Os grandes fornecedores destes países são os Estados Unidos e, em menor medida, a Venezuela e os países europeus.

Finalmente, nos casos de **Guiana e Suriname** há um número relativamente pequeno de produtos classificados como interesses consolidados (54 e 49, respectivamente) e baixos valores exportados pelo Brasil, que representam 52,1% de tudo o que o Brasil vende para a Guiana e 43% das vendas para o Suriname. O *market-share* brasileiro na Guiana é o mais baixo entre os países analisados (27,1%) e no Suriname fica abaixo da média (36,8%). O Brasil é o principal fornecedor destes países em cerca de 35% dos produtos selecionados. A composição setorial é um pouco diferente da verificada nos outros países (**Tabelas I.6.1 e I.9.1 do Anexo I**). Para a Guiana, destacam-se Máquinas e equipamentos, Indústria automotiva e Calçados, couros e peles, e os Estados Unidos são os grandes concorrentes do Brasil. No Suriname, os interesses consolidados concentram-se em Abate de animais, Calçados, couros e peles, Químicos e petroquímicos e Máquinas e equipamentos, tendo Estados Unidos e Países Baixos como grandes concorrentes do Brasil.

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 (em geral, considera-se o biênio 1997-98), com montantes relativamente elevados de exportação e *market-shares* significativos, mas que viram esta posição se deteriorar nos últimos anos (até o biênio 2004-2005), 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.

Os produtos classificados como interesses ameaçados nas exportações brasileiras para a América do Sul somaram exportações totais de US\$ 1,7 bilhão do Brasil para estes países no biênio 2004-2005, o que representou uma redução de US\$ 2,17 bilhões em relação ao que se exportou destes produtos na média do biênio 2004-2005 (em termos percentuais, queda de 56%). É verdade que as importações totais destes produtos por parte dos 11 países também sofreu uma redução expressiva no mesmo período, de US\$ 3,3 bilhões. Entretanto, em termos percentuais, a queda foi de apenas 33,2%. Como resultado, o *market-share* brasileiro nas importações destes produtos por parte dos 11 países caiu de 38,5% em 1997-98 para 25,3% em 2004-2005 (**Tabela 2.2**). Trata-se, assim, de produtos nos quais o país vem efetivamente perdendo espaço nos mercados importadores da América do Sul.

A Tabela evidencia que as exportações brasileiras destes produtos para todos os países sofreram queda entre os dois biênios considerados, e que as importações totais também se reduziram em quase todos os países, com exceção de Colômbia e Equador. Em conseqüência, o país perdeu *market-share* em todos os países, com exceção da Argentina. Outro ponto importante a destacar é que estes

produtos possuíam uma participação bastante significativa nas exportações brasileiras totais para cada um dos países, variando do mínimo de 16,1% no caso da Bolívia ao máximo de 52,7% no caso do Paraguai – ou seja, as perdas sofridas nestes produtos tiveram, de forma geral, um impacto expressivo sobre o montante das exportações brasileiras para os países sul-americanos.

Conforme discutido na seção 2.1, as perdas de exportações do Brasil podem ter se derivado de dois movimentos: queda das importações totais do país (o que implica, provavelmente, substituição do produto brasileiro por aqueles produzidos no próprio país) ou perda de *market-share* em favor de terceiros países. Os dados da Tabela permitem inferir que o primeiro efeito foi predominante nos casos de Argentina, Uruguai e Bolívia, destacados na parte superior da Tabela, visto que nestes a perda de *market-share* foi relativamente pequena (no caso da Argentina, houve aumento) e a queda das importações totais dos países entre os dois biênios considerados foi muito expressiva (em torno de 50%). Nos demais oito países predominou o efeito de perda de mercado para terceiros países, visto que as quedas das importações foram menos significativas e as quedas de *market-share* foram elevadas.

Dentre estes, é interessante fazer uma separação em dois grupos distintos. O primeiro inclui os países para os quais a substituição do Brasil por terceiros países como fornecedores de importações causou prejuízos mais significativos em termos de redução de valor exportado. Neste grupo incluem-se Paraguai, Venezuela, Chile e Colômbia. Nos quatro países restantes – Equador, Peru, Guiana e Suriname – os prejuízos brasileiros foram pouco significativos em termos absolutos, embora não devam ser desprezados quando medidos em termos de percentual de queda das exportações dos produtos selecionados.

Tabela 2.2

Interesses ameaçados nas exportações do Brasil para os países da América do Sul

País	Número de SH's	Importações do país (US\$ Milhões)					Market-share do Brasil	
		Total		Com origem Brasil			Em (%)	
		Selecionados 2004-2005	Varição absoluta	Selecionados 2004-2005	Varição absoluta	Part. % no total da pauta para o país em 1997-98	1997/98	2004/05
Argentina	418	2.381,9	(2.379,8)	920,4	(821,8)	25,8	36,6	38,6
Uruguai	410	473,0	(490,9)	167,1	(219,5)	44,2	40,1	35,3
Bolívia	133	167,8	(196,8)	36,8	(75,2)	16,1	30,7	22,0
Paraguai	309	847,7	(261,1)	168,5	(531,9)	52,7	63,2	19,9
Venezuela	83	721,0	(39,6)	89,5	(188,3)	37,7	36,5	12,4
Chile	136	873,5	(65,3)	149,8	(177,9)	29,5	34,9	17,2
Peru	92	411,6	(72,7)	38,9	(171,1)	25,5	43,4	9,4
Colômbia	82	665,8	82,5	82,3	(98,1)	37,0	30,9	12,4
Equador	50	176,0	20,3	7,8	(39,7)	25,3	30,5	4,4
Guiana	19	5,3	(4,9)	0,4	(2,9)	45,6	31,7	6,8
Suriname	22	6,3	(1,1)	0,9	(1,4)	17,2	31,3	14,3
Total	-	6.729,9	(3.409,4)	1.662,5	(2.328,0)	30,8	38,5	25,3

Fontes: COMTRADE/ONU para a média do biênio 2004/05. Elaboração: Funcex.

No caso da **Argentina**, identificaram-se 418 itens da SH-6 que podem ser classificados como interesses ameaçados. As exportações brasileiras para a Argentina somaram US\$ 920 milhões na média do biênio 2004-2005, o que representou uma queda de 47,2% em relação às vendas

registradas em 1997-1998. O *market-share* brasileiro, contudo, aumentou de 36,6% para 38,6% entre os dois biênios, o que significa que, de modo geral, o país não sofreu grandes deslocamentos por parte de terceiros países fornecedores, mas sim de produtores domésticos. As maiores perdas de exportação do Brasil neste mesmo intervalo de tempo se deram nos setores de Siderurgia e metalurgia (-US\$ 172 milhões), Indústria automotiva (-US\$ 128,6 milhões) e Químicos e petroquímicos (-US\$ 100,3 milhões). Houve, de qualquer modo, alguns grupos de produtos que sofreram perdas expressivas de *market-share* nas importações argentinas, ou seja, nos quais as vendas do Brasil foram efetivamente substituídas por produtos de outros países: Óleos vegetais (-34,1 pontos percentuais, deslocado por Malásia, Chile e Colômbia), Beneficiamento de produtos vegetais (-20,9 p.p., deslocado principalmente por outros países sul-americanos), Farmacêutica e perfumaria (-19,2 p.p., deslocado por Estados Unidos e países europeus) e Equipamentos eletrônicos (-16,3 p.p., deslocado por Estados Unidos, México e França).

Os interesses ameaçados no **Uruguai** envolvem 410 produtos com exportações brasileiras de US\$ 167,1 milhões em 2004-2005 (queda de 57% em relação a 1997-1998). O *market-share* do Brasil nas importações uruguaias destes produtos reduziu-se em apenas 4,8 p.p. entre os dois biênios considerados. É importante destacar, porém, que estes produtos representavam nada menos que 44% de tudo o que o Brasil exportava para o Uruguai em 1997-1998, o que significa que a queda de suas exportações trouxe um grande prejuízo em termos de exportações totais para o país. As maiores perdas de exportação do Brasil neste mesmo intervalo de tempo se deram na Indústria automotiva (-US\$ 60 milhões), em Químicos e petroquímicos (-26,3 milhões) e em Siderurgia e metalurgia (-25,2 milhões). Em termos de redução de *market-share*, destacam-se os setores de Beneficiamento de produtos vegetais (-31,7 p.p., deslocado pela Argentina e outros países da região), Equipamentos eletrônicos (-26,9 p.p., deslocado principalmente por Estados Unidos, Alemanha e França), Celulose, papel e gráfica (-25,8 p.p., deslocado predominantemente por Chile e Argentina), Plástica (-25,2 p.p., deslocado por Argentina e China), Outros produtos alimentares (-23,5 p.p., deslocado principalmente pela Argentina) e Siderurgia e metalurgia (-22,6 p.p., também deslocado principalmente pela Argentina).

Quanto à **Bolívia**, os interesses ameaçados referem-se a 133 produtos com exportações de US\$ 36,8 milhões (queda de 67,1%). Estes itens representavam apenas 16% do que o Brasil exportava para o país em 1997-98. O *market-share* brasileiro nas importações bolivianas reduziu-se de 30,7% para 22%. As maiores perdas de exportações se deram em Equipamentos eletrônicos (-US\$ 21,4 milhões), Indústria automotiva (-US\$ 18,5 milhões) e Máquinas e equipamentos (-US\$ 13,2 milhões).

Entre os países cujos produtos classificados como interesses ameaçados sofreram uma perda de *market-share* muito significativa destaca-se o **Paraguai**, onde foram identificados 309 itens da SH-6 cujas exportações brasileiras sofreram uma queda de 76%, taxa três vezes superior à verificada nas importações totais do país. O resultado foi uma redução do *market-share* brasileiro de 63,2% para 19,9% e uma perda de exportações de US\$ 532 milhões. O tamanho do prejuízo pode ser avaliado pelo fato de que estes produtos representavam, em 1997-98, mais de 50% das exportações brasileiras para o Paraguai. Entretanto, mais de 40% desta perda referiu-se a apenas um produto: cigarros, incluído no setor de Beneficiamento de produtos vegetais, cuja queda de US\$ 232,7 milhões refletiu uma redução de mais de 90% nas importações totais do país. Mas houve perdas expressivas

também em outros setores importantes: Indústria automotiva (-69,6 milhões), onde as vendas brasileiras foram deslocadas principalmente pelo Japão; em Químicos e petroquímicos (-US\$ 50,2 milhões), onde a Argentina assumiu uma posição dominante na maior parte dos produtos; em Máquinas e equipamentos (-US\$ 32,9 milhões), onde os maiores concorrentes são China e Japão; e em Siderurgia e metalurgia (-US\$ 26 milhões), onde o Brasil foi deslocado principalmente por China, Argentina e Estados Unidos.

Já no caso da **Venezuela** os interesses ameaçados envolvem 83 produtos cujas exportações brasileiras sofreram queda de 67,8% entre 1997-1998 e 2004-2005, taxa bem superior à queda de 5,2% verificada nas importações venezuelanas destes produtos. Como consequência, o *market-share* brasileiro reduziu-se de 36,5% para 12,4%. As perdas concentraram-se em três grupos de produtos: Indústria automotiva (-US\$ 77,4 milhões, com forte queda das vendas de automóveis de passageiros e automóveis para transporte de até 10 pessoas, deslocadas principalmente por Colômbia e Japão), Siderurgia e metalurgia (-US\$ 37,2 milhões, deslocado pelos Estados Unidos e, em menor medida, por países europeus), e Equipamentos eletrônicos (-US\$ 22 milhões, com vendas deslocadas por México e Estados Unidos).

No **Chile** identificaram-se 136 produtos cujas exportações brasileiras reduziram-se em 54,3% entre os biênios considerados, bem acima da redução de 7% das importações chilenas destes produtos. O *market-share* do Brasil reduziu-se de 34,9% para 17,2%. As perdas de exportações foram mais significativas nos produtos de Siderurgia e metalurgia (-US\$ 70 milhões, deslocado por países os mais diversos, com algum destaque para a China) e também em Máquinas e equipamentos (-US\$ 26,7 milhões, onde o país foi deslocado por diversos países, especialmente os Estados Unidos).

No **Peru** os interesses ameaçados envolvem 92 produtos cujas exportações brasileiras tiveram queda de 81,5% entre os biênios, contra uma queda de apenas 15,1% das importações do país. Como consequência, o *market-share* brasileiro reduziu-se de mais de 40% para apenas 9,4% em 2004-2005. As perdas de exportações foram mais significativas em Máquinas e equipamentos (-US\$ 52,3 milhões, com o Brasil sendo deslocado principalmente pelos Estados Unidos), Açúcar (-US\$ 28,6 milhões, deslocado por Colômbia e Equador) e em Celulose, papel e gráfica (-US\$ 21,9 milhões, onde o que predominou foi a redução das importações totais do Peru).

Os interesses ameaçados na **Colômbia** referem-se a 82 produtos cujas exportações brasileiras sofreram queda de 54,4% entre os dois biênios, enquanto as importações do país cresceram 14,1%. O resultado foi uma queda do *market-share* brasileiro de 30,9% para 12,4%. Entre os produtos mais prejudicados estão os Equipamentos eletrônicos, cuja redução de US\$ 42,2 milhões nas exportações deveu-se basicamente à queda de 100% nas vendas de computadores, deslocadas pelos Estados Unidos. Houve quedas expressivas também nos setores Têxtil, de Material elétrico e de Químicos e petroquímicos.

Nos demais quatro países, apresentados na parte inferior da Tabela, a queda das exportações brasileiras dos produtos selecionados como interesses ameaçados foi bastante elevada, acima de 80% nos casos de Equador e Guiana e de 61,4% no caso do Suriname. A perda mais expressiva de exportações se deu no Equador (-US\$ 39,7 milhões), e o *market-share* brasileiro nos conjunto dos 50

produtos selecionados reduziu-se em sete vezes, para pouco mais de 4% em 2004-2005. Nesse país, as perdas de exportações foram especialmente elevadas nos tubos de ferro e aço, em benefício de Argentina, Estados Unidos e México. Na Guiana e no Suriname as exportações brasileiras dos produtos selecionados também sofreram grandes perdas de *market-share*, principalmente em favor dos Estados Unidos e dos Países Baixos.

As Tabelas apresentadas no **Anexo I** mostram quais são os principais fornecedores das importações dos produtos classificados como interesses ameaçados para os países sul-americanos no período mais recente (2004-2005). Verifica-se, em primeiro lugar, que em grande parte dos produtos o Brasil continua sendo um dos três principais fornecedores dos países sul-americanos. Em segundo lugar, pode-se identificar, para cada um dos principais grupos de produtos, quais foram os países que mais tomaram espaço do Brasil nas importações países. No caso de Máquinas e equipamentos destacam-se os Estados Unidos e, em menor medida, a China e alguns países europeus. Na Indústria automotiva, houve grande penetração do Japão e de alguns países europeus, como Alemanha, Espanha e Itália. Em Siderurgia e metalurgia, os beneficiários foram bastante variados dependendo do tipo de produtos, mas há predominância dos países europeus e, em diversos casos, também dos sul-americanos (Argentina, Venezuela, Chile). No caso de Químicos e petroquímicos, destacam-se China, Índia, Argentina e, em menor medida, os Estados Unidos e os europeus. E em Equipamentos eletrônicos, os grandes concorrentes são Estados Unidos e México.

2.4. Interesses potenciais

Os interesses potenciais dizem respeito a produtos nos quais o Brasil possui uma sólida experiência exportadora para o mundo, com elevados montantes exportados, mas cujas vendas para os vizinhos sul-americanos são pouco significativas, embora estes países sejam grandes importadores destes bens. As exportações brasileiras para a América do Sul dos produtos classificados como interesses potenciais somaram US\$ 390,5 milhões na média do biênio 2004-2005, o que representou apenas 3,4% de tudo o que os países importaram destes bens.

A **Tabela 2.3** deixa claro que os maiores interesses concentram-se nos países andinos, exceto a Bolívia, o que mais uma vez 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. Há um volume significativo de interesses também no Suriname e na Guiana, mas nestes casos os montantes importados são relativamente baixos. Já nos países do Mercosul e na Bolívia os interesses potenciais são pouco significativos.

O país onde os interesses potenciais são mais expressivos é a **Colômbia**. Identificaram-se 160 itens da SH-6 cujas importações do país somaram o elevado montante de US\$ 4,2 bilhões na média do biênio 2004-2005, mas as exportações brasileiras representaram apenas 3,7% deste total – embora o país tenha exportado para o mundo inteiro mais de US\$ 18 bilhões. Destacam-se os produtos relacionados a três setores: Equipamentos eletrônicos, Indústria automotiva e Químicos e petroquímicos. No primeiro há dois itens (telefones celulares e rádios para automóveis) cujas importações da Colômbia somaram quase US\$

1 bilhão na média de 2004-2005, mas cujo *market-share* brasileiro era de apenas 7,7%. Os maiores fornecedores do país são México, Venezuela e China.

Na Indústria automotiva, identificaram-se 16 itens (destacadamente automóveis de passageiros entre 1.000 e 1.500 cilindradas, tratores rodoviários e “dumpers”), cujas importações do país foram de US\$ 891 milhões e o *market-share* do Brasil era de 3,6%. Nestes, os maiores fornecedores do país são Estados Unidos, Venezuela, Coréia do Sul e China. Em Químicos e petroquímicos, há 33 itens (com destaque para propeno e polietileno em forma primária), cujas importações foram de US\$ 770 milhões e o *market-share* brasileiro era de apenas 1,5%, sendo os Estados Unidos os grande fornecedores. Há ainda importantes produtos dos setores de Outros veículos e peças (basicamente aviões), Siderurgia e metalurgia, Óleos vegetais (derivados de soja), Têxtil e Máquinas e tratores.

Tabela 2.3

Interesses potenciais nas exportações do Brasil para os países da América do Sul

País	Número de SH's	Exportações totais do Brasil ¹ Média 2005-2006 (US\$ milhões)	Importações do país ² Média 2004-2005		
			Total (US\$ milhões)	Com origem Brasil	
				(US\$ milhões)	M-S %
Colômbia	160	18.488,7	4.242,7	155,3	3,7
Venezuela	125	12.677,0	1.978,6	64,7	3,3
Equador	154	15.235,4	1.681,6	58,7	3,5
Chile	72	6.723,2	1.458,9	80,8	5,5
Peru	98	12.268,2	930,4	13,4	1,4
Suriname	93	12.608,2	132,7	1,4	1,0
Guiana	104	11.475,6	83,2	0,9	1,1
Argentina	29	3.782,6	619,5	4,3	0,7
Bolívia	42	5.729,9	139,0	7,3	5,3
Uruguai	38	6.500,3	132,0	3,3	2,5
Paraguai	9	1.135,8	31,2	0,4	1,3
Total	-	-	11.429,8	390,5	3,4

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

Há quatro países que podem ser colocados em um segundo degrau de importância em termos de produtos potenciais, registrando níveis relativamente elevados de importações:

- **Venezuela** – foram identificados 125 itens da SH-6 cujas importações totais do país somaram quase US\$ 2 bilhões em 2004-2005, mas apenas 3,3% vieram do Brasil. Os produtos mais importantes, tanto em termos de valores importados pelo país quanto de exportações totais do Brasil, relacionam-se aos setores de Óleos vegetais (derivados de soja), Siderurgia e metalurgia (principalmente os tubos de ferro e aço), Indústria automotiva (destaque para automóveis para transporte de mercadorias) e itens variados de Químicos e petroquímicos. Os Estados Unidos destacam-se como maiores fornecedores destes produtos, mas há participação importante também de países europeus e da Colômbia.
- **Equador** – foram selecionados 154 itens da SH-6 com importações de US\$ 1,68 bilhões em 2004-2005, e apenas 3,5% vindo do Brasil. Os produtos mais importantes são os da Indústria

automotiva (principalmente automóveis para transporte de mercadorias), de Equipamentos eletrônicos (celulares) e da Siderurgia e metalurgia (com destaque para laminados planos). Os Estados Unidos também se destacam como maiores fornecedores destes produtos.

- **Chile** – 72 itens identificados, cujas importações do país foram de US\$ 1,46 bilhões na média de 2004-2005, mas apenas 5,5% vieram do Brasil. O grande destaque são 3 itens da indústria automotiva (veículos para transporte de mercadorias, “dumpers” e pneus) cujas importações do país foram de quase US\$ 600 milhões em 2004-2005, mas apenas US\$ 32,6 milhões foram vendidos pelo Brasil. Nestes, os grandes fornecedores do país são Estados Unidos, Japão e Espanha. São importantes ainda os itens relacionados a Máquinas e equipamentos (principalmente os dedicados à fabricação de celulose), Químicos e petroquímicos, Óleos vegetais (derivados de soja), Calçados e Siderurgia e metalurgia.
- **Peru** – 98 itens selecionados, com importações de US\$ 930 milhões e *market-share* brasileiro de apenas 1,4%. Destaque para Óleos vegetais (derivados de soja), Químicos e petroquímicos (especialmente polietileno e polímeros de propileno), Indústria automotiva (automóveis para transporte de mercadorias e “dumpers”) e itens variados de Siderurgia e metalurgia. Os grandes fornecedores do país são os Estados Unidos e também diversos países sul-americanos, além de alguns europeus.

Nos casos de **Suriname e Guiana**, o número de itens selecionados foi relativamente elevado, mas os montantes importados pelos países em 2004-2005 eram relativamente pequenos, embora nada desprezíveis: respectivamente, US\$ 132,7 milhões e 83,2 milhões. O *market-share* brasileiro é irrisório: apenas 1%. Em ambos os casos destacam-se os produtos da Indústria automotiva (tanto automóveis de passageiros quanto para transporte de mercadorias, e também diversas partes e peças), cujos grandes fornecedores são Estados Unidos e Japão; de Máquinas e equipamentos, onde o grande fornecedor são os Estados Unidos; e de Siderurgia e metalurgia, onde se destacam tanto os Estados Unidos quanto os países europeus e a Venezuela.

Por fim, conforme já foi dito, os interesses potenciais são pouco relevantes no caso dos países do Mercosul e da Bolívia. No caso da **Argentina** os produtos ainda somam um valor importado significativo (US\$ 619,5 milhões), mas 75% deste montante referem-se a somente um produto: aviões, cujas vendas do Brasil para o vizinho são insignificantes e suas importações originam-se basicamente dos Estados Unidos. No **Uruguai** identificaram-se apenas 38 produtos com importações de US\$ 132 milhões, com destaque para dois itens com valores mais significativos: herbicidas, inibidores de germinação e reguladores de crescimento para plantas (maiores fornecedores são China e Argentina); e couros e peles curtidos (fornecidos basicamente por Paraguai e Argentina).

No **Paraguai** foram identificados apenas nove itens como interesses potenciais, com importações de US\$ 31,2 milhões. Os mais relevantes são compostos organo-inorgânicos (grande fornecedor é a China) e laminados planos de ferro e aço revestidos de alumínio-zinco (maior fornecedor é a Argentina). E na **Bolívia** surgiram 42 itens com importações de US\$ 139 milhões, entre os quais os de maior relevância são os automóveis de passageiros (entre 1.000 e 3.000 cilindradas) e os veículos

para transporte de mercadorias com carga máxima de até 5 toneladas, ambos fornecidos principalmente pelo Japão.

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 1997-98 –, mas cujas vendas cresceram de forma bastante rápida desde então, alcançando valores significativos em 2005-2006 – maiores do que US\$ 100 mil. Nestes casos, o Brasil tem interesse em preservar as condições que permitiram que os produtos dessem este “salto” exportador e prover as condições para que este crescimento se sustente nos próximos anos, até que se alcance um *market-share* minimamente elevado nas importações dos países – ou seja, que no futuro eles possam ser incluídos entre os interesses consolidados.

Os produtos classificados como interesses emergentes exportaram, na média do biênio 2005-2006, um total de US\$ 652,3 milhões para os países sul-americanos, o que representou um crescimento médio anual de 45,9% em relação ao biênio 1997-1998. Ainda assim, o Brasil responde por apenas 11% de tudo o que os vizinhos importam destes produtos, um montante de US\$ 5,87 bilhões.

Tabela 2.4

Interesses emergentes nas exportações do Brasil para os países da América do Sul

País	Número de SH's	Exportações do Brasil com destino ao país ¹			Importações totais do país ² 2004-05 (US\$ milhões)
		1997-98 (US\$ milhões)	2005-06 (US\$ milhões)	Var. a.a. (%)	
Venezuela	167	0,3	95,9	105,1	1.217,8
Colômbia	139	0,3	75,5	102,2	1.204,2
Chile	116	0,3	77,0	104,4	1.060,2
Argentina	97	0,3	46,5	87,3	508,6
Equador	85	0,2	74,4	113,9	505,4
Peru	49	0,1	42,3	108,8	430,9
Paraguai	38	23,3	148,1	26,0	578,6
Bolívia	60	3,2	44,0	38,9	276,8
Uruguai	59	3,9	48,6	37,2	88,9
Suriname	20	0,0	4,7	94,0	25,7
Guiana	7	-	5,2	-	15,7
Total	-	31,8	652,3	45,9	5.871,6

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

Os três países apresentados na parte superior da **Tabela 2.4** são os grandes destaques, seja pelo número de SH's selecionadas, seja pelo ritmo de crescimento das exportações brasileiras no período (acima de 100% a.a.), seja pelo valor elevado das importações destes produtos (acima de US\$ 1 bilhão). No caso da **Venezuela** foram identificados 167 itens cujas importações do país foram de US\$ 1,2 bilhões na média de 2004-2005 e cujas exportações brasileiras cresceram à taxa de 105,1% entre 1997-98 e 2005-2006. Os itens de maior importância estão relacionados às indústrias de Siderurgia e metalurgia (12 itens, com destaque para laminados planos de ligas de aço e tubos de ferro e aço, cujos fornecedores são Coréia do Sul e Estados Unidos), Equipamentos eletrônicos (sete

itens, com destaque absoluto para aparelhos de televisão, cujas exportações passaram de zero para US\$ 14 milhões entre os dois biênios, mas o México ainda é o grande fornecedor) e Máquinas e equipamentos (24 itens, fornecidos principalmente pelos Estados Unidos).

Na **Colômbia** identificaram-se 139 itens cujas importações do país alcançaram US\$ 1,2 bilhões na média de 2004-2005 e as exportações brasileiras cresceram à taxa de 102,2% entre os dois biênios considerados. Os produtos de maior relevância são relacionados a Químicos e petroquímicos (20 itens, tendo os Estados Unidos como maior fornecedor), Siderurgia e metalurgia (16 itens, com destaque absoluto para ligas de alumínio em formas brutas, fornecido basicamente pela Venezuela), Indústria automotiva (10 itens, principalmente os automóveis de passageiros com menos de 1.000 cilindradas, fornecidos por Coréia do Sul e Índia), Máquinas e equipamentos (22 itens) e Equipamentos eletrônicos (cinco itens, com destaque para produtos de informática fornecidos principalmente por China, Finlândia e México).

No **Chile**, há 116 itens com importações de US\$ 1 bilhão e crescimento das exportações brasileiras de 104,4% a.a. Dois setores têm destaque absoluto neste grupo: Equipamentos eletrônicos (sete itens, com forte crescimento das vendas de aparelhos de televisão, cartões munidos de circuitos integrados e *lap-tops*, cujos maiores fornecedores são Estados Unidos, China e México) e Químicos e petroquímicos (17 itens).

Um segundo grupo de países, que engloba Argentina, Equador e Peru, está em um segundo degrau de importância, com número relativamente elevados de itens identificados, forte crescimento das exportações do Brasil e montantes expressivos de importações totais dos produtos (US\$ 400 milhões a US\$ 500 milhões em 2004-2005). No caso da **Argentina**, identificaram-se 97 itens cujas exportações brasileiras cresceram à taxa de 87,3% entre os dois biênios considerados. Destacam-se entre eles os pertencentes aos setores de Equipamentos eletrônicos (6 itens, com destaque para *lap-tops* e unidades de memória, tendo como grandes fornecedores os Estados Unidos e a China), Têxteis (23 itens, onde sobressai apenas um: tecidos de filamentos sintéticos tintos, fornecido principalmente pela Coréia do Sul), Outros veículos e suas peças (sete itens, destaque absoluto para helicópteros, cujos fornecedores são Estados Unidos e França) e Químicos e petroquímicos (19 itens).

No **Equador** foram selecionados 85 produtos cujas exportações brasileiras cresceram à taxa de 113,9% a.a. O grande destaque são os aviões, cujas vendas saíram de zero em 1997-1998 para US\$ 38,5 milhões em 2005-2006, embora a Turquia seja o grande fornecedor do país. Vale citar também os produtos de Celulose, papel e gráfica (3 itens, em especial papel e cartão “kraftliner”, cujos grandes concorrentes são Estados Unidos e Chile), de Máquinas e equipamentos (17 itens, com grande destaque para as caldeiras, fornecidas basicamente pelos Estados Unidos) e de Siderurgia e metalurgia (11 itens, onde sobressaem os ferros e aços não ligados em formas brutas, sendo a China o grande fornecedor).

No caso do **Peru**, há 49 itens com exportações que cresceram 108,8% a.a. Os mais importantes em termos de valor exportado pelo Brasil são os de Siderurgia e metalurgia (sete itens, destacando-se tubos de ferro e aço, fornecidos principalmente pela Argentina), Têxteis (três itens, com destaque para os falsos tecidos de filamentos sintéticos ou artificiais, fornecidos basicamente pela Argentina) e Minerais não-metálicos (apenas um item: garrafas, garrafões e recipientes de vidro, cujo grande concorrente é a Colômbia).

Um terceiro grupo de países registrou um crescimento das exportações brasileiras bem menos intenso, na casa de 25% a 40% a.a., mas há um número razoável de produtos e importações significativas. No caso do **Paraguai**, grande parte do aumento das exportações deveu-se a um único item: óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos, cujas vendas em 2005-2006 alcançaram US\$ 124,8 milhões. Outros dois itens de grande relevância são os telefones celulares (em que o país concorre com Estados Unidos, Suécia e França) e os papéis e cartões para escrita, impressão e outras finalidades gráficas.

Na **Bolívia** identificaram-se 60 itens cujas exportações tiveram alta de 38,9% a.a. Os casos mais relevantes, tanto em termos de exportações do Brasil quanto de importações da Bolívia, referem-se aos setores de Químicos e petroquímicos (nove itens, com destaque novamente para os óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos) e de Máquinas e equipamentos (12 itens).

Quanto ao **Uruguai**, foram identificados 59 itens, com exportações que cresceram ao ritmo de 37,2% a.a. Os produtos mais importantes referem-se aos setores de Outros produtos alimentares (3 itens, com destaque para outras preparações alimentícias, que têm a Argentina como grande fornecedor), Calçados, couros e peles (um item, couros e peles de bovinos) e Celulose, papel e gráfica (oito itens, desatacando-se papéis e cartões para escrita, impressão e outras finalidades gráficas).

Por fim, nos casos de **Suriname** e **Guiana** foram identificados poucos produtos (20 e 7, respectivamente), mas as exportações tiveram crescimento bastante elevado entre os biênios considerados. No primeiro país, o maior destaque fica com o cimento “portland” (grandes concorrentes são Trinidad e Tobago e Barbados) e com quatro itens de Máquinas e equipamentos. Já no segundo, também se destacam o cimento “portland” e um item de Máquinas e equipamentos: Máquinas escavadoras, com capacidade de efetuar uma rotação de 360 graus, autopropulsores (principais fornecedores são Reino Unido e Coréia do Sul).

3. ACESSO DO BRASIL AOS MERCADOS DA AMÉRICA DO SUL

Este capítulo dedica-se a analisar o tratamento tarifário que os produtos de interesse comercial do Brasil recebem em cada um dos países sul-americanos. O Brasil possui acordos comerciais com quase todos eles, 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, sendo que a grande exceção refere-se ao setor automotivo. Também nos casos de Chile e Bolívia os acordos são bastante abrangentes, restando poucos produtos a serem desgravados. Já no caso de Colômbia, Equador, Peru e Venezuela, as preferências em voga envolvem um conjunto não muito grande de produtos, e há cronogramas de desgravação por vezes excessivamente extensos. No caso da Guiana há um acordo de preferências com o Brasil que envolve menos da metade dos produtos classificados como interesses comerciais, e com o Suriname não há acordo, identificando-se como maior problema a incidência de tarifas específicas sobre a maior parte dos produtos de interesse do Brasil.

As tarifas e margens de preferência atuais e futuras referentes a cada produto de interesse comercial em cada país são apresentadas no **Anexo II**. O levantamento das tarifas e preferências foi feito com base na

classificação mais desagregada adotada por cada país (8 ou 10 dígitos). A partir daí, foram calculadas as tarifas médias dos produtos pertencentes a cada um dos itens da SH a seis dígitos, preservando a classificação adotada em todo o estudo. Já no caso das preferências, quando produtos de um mesmo item a seis dígitos apresentaram diferentes margens, optou-se por abrir os produtos e identificar as margens referentes a cada posição das classificações nacionais (muitos deles com descrição em espanhol), conforme consta das tabelas completas apresentadas no Anexo II.

A seguir, apresenta-se um resumo da estrutura de tarifas e margens de preferência outorgadas ao Brasil por cada um dos países da América do Sul.

3.1. Mercosul

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-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-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-02) foi renegociado em março de 2007 e também valerá 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 julho de 2006, o coeficiente, válido nos fluxos comerciais entre os dois países, era de US\$ 2,6 de importação para cada US\$ 1 de exportações. 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.

O Protocolo não estabeleceu nenhuma data futura para que vigore o livre-comércio no setor. Tudo leva a crer que, ao aproximar-se o mês de junho de 2008, haverá grande pressão para o estabelecimento de um novo Protocolo Adicional. A grande importância da Indústria automotiva entre os interesses comerciais brasileiros no Mercosul, não somente entre os consolidados, mas também entre os ameaçados, potenciais e emergentes, deixa claro que o Brasil deve pressionar pela definição de uma Política Automotiva para o Mercosul que elimine toda e qualquer restrição ao comércio intrabloco no setor.

3.2. Bolívia

As preferências comerciais negociadas entre o Brasil e a Bolívia foram consolidadas no Acordo de Complementação Econômica N.º 36 (ACE-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.

A **Tabela 3.1** resume a situação atual, no âmbito deste acordo, dos 723 itens da SH-6 que foram classificados como interesses comerciais do Brasil na Bolívia. Observa-se, em primeiro lugar, que as tarifas aplicadas pelo país já são relativamente baixas, de no máximo 10%, com média de 8,4%. Além disso, a grande maioria dos produtos (84,4%) já conta com preferência de 100% no mercado boliviano, e grande parte dos que possuem margens de preferência inferiores passarão a ter 100% em 2011. Não há, portanto, muito espaço para negociar melhorias de acesso dos produtos brasileiros na Bolívia.

Entre os produtos cujas preferências não alcançarão 100%, a maior parte está incluída no grupo de interesses consolidados, o que indica que a falta de uma margem de preferência mais elevada não é um impedimento relevante às exportações. Entre estes produtos destacam-se diversas máquinas e equipamentos, tecidos de algodão e produto plásticos (especialmente o PVC).

Sendo assim, há um grupo bastante restrito de produtos nos quais a indústria brasileira teria um real interesse em negociar melhores preferências tarifárias (destacados com fundo cinza nas tabelas do **Anexo II.1**):

- 12 produtos dentre os interesses ameaçados, incluindo tecidos de algodão, calçados, aquecedores de água, carbonato de cálcio, congeladores e papel e cartão.
- 11 produtos dentre os interesses potenciais, incluindo calçados esportivos, painéis de madeira e fios texturizados.
- Nove produtos dentre os interesses emergentes, com destaque para óleo de soja, tecidos de algodão e algumas máquinas.

Tabela 3.1
Bolívia – tarifas aplicadas e preferências outorgadas para o Brasil,
segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas ¹			Preferências outorgadas para o Brasil ²		
	Nº de SH	Ad Valorem		Margem % em 2007		Margem de 100% em 2011
		Amplitude	Média	Faixa	% de SH's	
Interesses consolidados	488	0-10	8,6	100	84,29118774	-
				80 - 100	0,2	100,0
				60 - 80	-	-
				40 - 60	1,1	66,7
				20 - 40	14,4	25,3
				0 - 20	-	-
Interesses ameaçados	133	0-10	7,5	100	88,7	-
				80 - 100	-	-
				60 - 80	-	-
				40 - 60	1,4	100,0
				20 - 40	9,9	14,3
				0 - 20	-	-
Interesses potenciais	42	0-10	8,4	100	75,5	-
				80 - 100	-	-
				60 - 80	-	-
				40 - 60	-	-
				20 - 40	22,6	16,7
				0 - 20	1,9	-
Interesses emergentes	60	0-10	8,2	100	83,3	-
				80 - 100	-	-
				60 - 80	-	-
				40 - 60	-	-
				20 - 40	13,3	12,5
				0 - 20	3,3	-
Total de produtos	723	0-10	8,4	100	84,4	-
				80 - 100	0,1	100,0
				60 - 80	-	-
				40 - 60	1,0	75,0
				20 - 40	14,0	22,0
				0 - 20	0,4	-

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

3.3. Chile

O Acordo de Complementação Econômica n.º 35 (ACE 35), firmado entre os países do Mercosul e o Chile em junho de 1996, previa também a formação de uma zona de livre-comércio no prazo de 10 anos a partir de 1997, mediante um Programa de desgravações progressivas. Considerando-se os produtos de interesse comercial do Brasil neste país, observa-se pela **Tabela 3.2** que mais de 95% já contam com total isenção de tarifas de importação no Chile.

Em cada tipo de interesses comerciais há pouquíssimos itens que não têm margem de preferência de 100% e que também não alcançarão tal margem no final do período de desgravação (2011). A maioria dos casos está entre os interesses consolidados, destacando-se itens como tratores rodoviários, carnes de bovino, móveis de madeira e produtos de papel e cartão. Deve-se lembrar também que há diversos itens da Indústria automotiva que já gozam de 100% de preferência, mas

apenas dentro de uma quota. Além da quota, a margem atual é de apenas 33%. Essas quotas serão eliminadas apenas em 2011.

Entre os interesses ameaçados, há apenas sete itens que não terão margem de 100%: quatro itens referentes a açúcares, dois produtos de papel e cartão e vestuário de algodão para bebês (destacados com fundo cinza nas tabelas do **Anexo II.2**). No caso dos interesses potenciais, há apenas quatro itens (herbicidas, sucos de uvas e calçados com sola de madeira), além de dois da indústria automotiva sujeitos a quotas tarifárias: veículos para transporte de mercadorias e “dumpers”. E entre os interesses emergentes, há apenas três itens: aparelhos elétricos de comutação para telefonia e telegrafia, tubos de borracha vulcanizada não endurecida e saias e saias-calça de algodão.

Tendo em vista ainda o fato de que as tarifas de importação aplicadas pelo Chile são reduzidas (com alíquota linear de 6%), o Brasil teria muito pouco a ganhar com a renegociação do ACE 35, talvez apenas com a eliminação das quotas tarifárias nos produtos da indústria automotiva.

Tabela 3.2
Chile – tarifas aplicadas e preferências outorgadas para o Brasil,
segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas ¹			Preferências outorgadas para o Brasil ²					
	Nº de SH	Ad Valorem		Margem % em 2007		Alcançarão 100% de margem a cada ano			
		Amplitude	Média	Faixa	% de SH's	2008	2011	Total	
Interesses consolidados	605	0-6	6,0	100	95,6	-	-	-	
				80 - 100	-	-	-	-	-
				60 - 80	-	-	-	-	-
				40 - 60	0,3	100,0	-	100,0	
				20 - 40	3,7	-	34,8	34,8	
				0 - 20	0,3	-	50,0	50,0	
Interesses ameaçados	136	0-6	6,0	100	95,0	-	-	-	
				80 - 100	-	-	-	-	
				60 - 80	-	-	-	-	
				40 - 60	-	-	-	-	
				20 - 40	3,6	-	20,0	20,0	
				0 - 20	1,4	-	-	-	
Interesses potenciais	72	0-6	6,0	100	91,1	-	-	-	
				80 - 100	-	-	-	-	
				60 - 80	1,3	-	-	-	
				40 - 60	-	-	-	-	
				20 - 40	7,6	-	50,0	50,0	
				0 - 20	-	-	-	-	
Interesses emergentes	116	0-6	5,9	100	97,4	-	-	-	
				80 - 100	-	-	-	-	
				60 - 80	-	-	-	-	
				40 - 60	-	-	-	-	
				20 - 40	1,7	-	-	-	
				0 - 20	0,9	-	100,0	100,0	
Total de produtos	929	0-6	6,0	100	95,4	-	-	-	
				80 - 100	-	-	-	-	
				60 - 80	0,1	-	-	-	
				40 - 60	0,2	100,0	-	100,0	
				20 - 40	3,8	-	33,3	33,3	
				0 - 20	0,5	-	40,0	40,0	

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

3.4. Colômbia

O comércio do Brasil com este país é regulado pelo Acordo de Complementação Econômica nº 59 (ACE 59), firmado por Mercosul, Colômbia, Equador e Venezuela em dezembro de 2003. A **Tabela 3.3** mostra que apenas pouco mais de 20% dos produtos classificados como interesses comerciais do Brasil no país já gozam de margem de preferência de 100%. Além disso, as tarifas aplicadas pelo país são relativamente elevadas, em média de 12%, mas podendo alcançar até 35%.

Tabela 3.3
Colômbia – Tarifas aplicadas e preferências outorgadas para o Brasil, segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas ¹			Preferências outorgadas para o Brasil ²												
	Nº de SH	Ad Valorem		Margem % em 2007		% dos produtos que alcançarão 100% de margem a cada ano										
		Amplitude	Média	Faixa	% de SH's	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2017	2018	Total		
Interesses consolidados	415	0-28,3	11,8	100	24,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				80 - 100	1,0	-	100,0	-	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	20,8	46,5	-	5,1	38,4	-	-	-	-	-	-	89,9
				40 - 60	14,3	-	-	-	-	94,1	-	1,5	-	-	-	95,6
				20 - 40	37,7	-	-	-	-	-	53,9	-	17,2	-	-	71,1
				0 - 20	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Interesses ameaçados	82	0-20	11,2	100	22,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				80 - 100	1,0	-	-	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	25,3	32,0	-	12,0	44,0	-	-	-	-	-	88,0	
				40 - 60	14,1	-	-	-	-	64,3	-	-	-	-	64,3	
				20 - 40	34,3	-	-	-	-	-	41,2	-	26,5	-	67,6	
				0 - 20	3,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Interesses potenciais	160	0-35	12,1	100	17,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				80 - 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
				60 - 80	20,4	41,5	-	9,8	46,3	-	-	-	-	-	97,6	
				40 - 60	19,4	-	-	-	-	71,8	-	5,1	-	-	76,9	
				20 - 40	42,3	-	-	-	-	-	49,4	-	17,6	-	67,1	
				0 - 20	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Interesses emergentes	139	0-35	12,7	100	22,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				80 - 100	4,3	-	100,0	-	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	19,0	41,9	-	9,7	45,2	-	-	-	-	-	96,8	
				40 - 60	10,4	-	-	-	-	94,1	-	-	-	-	94,1	
				20 - 40	43,6	-	-	-	-	-	57,7	-	7,0	-	64,8	
				0 - 20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Total de produtos	796	0-35	12,0	100	22,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				80 - 100	1,4	-	92,3	7,7	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	20,9	42,9	-	7,7	41,8	-	-	-	-	-	92,3	
				40 - 60	14,7	-	-	-	-	84,8	-	2,2	-	-	87,0	
				20 - 40	39,4	-	-	-	-	-	52,4	-	16,2	-	68,6	
				0 - 20	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

É verdade que, ao final do cronograma de desgravação, mais de 80% dos produtos estarão com margem de 100%. Entretanto, este cronograma é excessivamente longo (em alguns casos, indo até 2018) e, ainda assim, restará um grande número de produtos com preferências que não chegarão a 100%. Esses últimos, relacionam-se basicamente a três setores: Indústria automotiva, em que as margens máximas alcançadas são, na maioria dos casos, de 54%, e apenas em 2011; Têxtil, onde as margens limitam-se, na maioria dos casos, a 23%; e Siderurgia e metalurgia, com margens que não superam 53%. Há diversos

produtos pertencentes a esses três setores tanto entre os interesses consolidados quanto entre os ameaçados, potenciais e emergentes (**Anexo II.3**).

Sendo assim, o Brasil teria certamente muito a ganhar em termos de seus interesses comerciais com a renegociação dos termos do ACE 59, com esforços em duas frentes: reduzir os prazos-limite para desgravação de diversos produtos (ao menos aqueles cujos prazos estabelecidos estejam além de 2011) e melhorar as condições finais de acesso para os produtos das indústrias Automotiva, Têxtil e de Siderurgia e metalurgia, obtendo, se possível, um prazo razoável para que se alcance margens de 100%.

3.5. Equador

O comércio do Brasil com este país também é regulado pelo ACE 59. A **Tabela 3.4** mostra que as condições atuais de acesso dos produtos brasileiros é similar ao caso da Colômbia, de forma que apenas pouco mais de 20% dos produtos já contam com margem de preferência de 100%. Mas há duas diferenças importantes. A primeira é que as tarifas aplicadas pelo Equador aos produtos selecionados são mais baixas, com média de 10,5% e variando de zero a 20%. E a segunda é que as condições finais de acesso são mais favoráveis, de forma que a quase totalidade dos produtos (cerca de 94%) atingirá margens de 100% em algum momento no futuro.

Tabela 3.4
Equador – tarifas aplicadas e preferências outorgadas para o Brasil,
segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas ¹			Preferências outorgadas para o Brasil ²										
	Nº de SH's	Ad Valorem		Margem % em 2007		% dos produtos que alcançarão 100% de margem a cada ano								
		Amplitude	Média	Faixa	% de SH's	2009	2011	2012	2013	2015	2018	Total		
Interesses consolidados	264	0-20	10,4	100	23,8	-	-	-	-	-	-	-		
				80 100	2,6	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 80	27,1	15,9	40,2	43,9	-	-	-	-	100,0	
				40 60	5,6	-	-	-	88,2	-	-	-	88,2	
				20 40	21,1	-	-	-	-	-	-	76,6	9,4	85,9
				0 20	19,8	-	-	-	-	-	-	-	80,0	80,0
Interesses ameaçados	50	0-20	8,4	100	25,4	-	-	-	-	-	-	-		
				80 100	3,4	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				73 80	10,2	-	100,0	-	-	-	-	-	100,0	
				40 73	20,3	41,7	-	41,7	8,3	-	-	8,3	100,0	
				20 40	27,1	-	-	-	-	-	-	87,5	-	87,5
				0 20	13,6	-	-	-	-	-	-	-	75,0	75,0
Interesses potenciais	154	0-20	10,7	100	25,3	-	-	-	-	-	-	-		
				80 100	1,1	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 80	19,8	25,0	30,6	41,7	-	-	-	-	97,2	
				40 60	6,0	-	-	-	72,7	-	-	18,2	90,9	
				20 40	24,7	-	-	-	-	-	-	84,4	8,9	93,3
				0 20	23,1	-	-	-	-	-	-	-	83,3	83,3
Interesses emergentes	85	0-20	11,2	100	25,8	-	-	-	-	-	-	-		
				80 100	1,1	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 80	13,5	50,0	16,7	33,3	-	-	-	-	100,0	
				40 60	1,1	-	-	-	100,0	-	-	-	100,0	
				20 40	34,8	-	-	-	-	-	-	93,5	3,2	96,8
				0 20	23,6	-	-	-	-	-	-	-	95,2	95,2
Total de produtos	289	0-20	10,5	100	24,6	-	-	-	-	-	-	-		
				80 100	2,1	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 80	21,5	20,6	38,2	40,4	-	-	-	-	99,3	
				40 60	6,5	12,2	-	12,2	61,0	-	-	7,3	92,7	
				20 40	24,6	-	-	-	-	-	-	83,3	7,1	90,4
				0 20	20,7	-	-	-	-	-	-	-	83,2	83,2

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

Entre os produtos que não terão margem de 100%, quase todos se referem à Indústria automotiva e estão incluídos entre os interesses consolidados, o que significa que a melhoria das condições de acesso não traria ganhos extraordinários. Entre os interesses ameaçados há apenas quatro produtos que caem neste caso, sendo dois da Indústria automotiva. Entre os interesses potenciais, há 12 produtos, sendo 10 da Indústria automotiva e dois relacionados à indústria de açúcar. Já entre os interesses emergentes, há apenas dois produtos, um da Indústria automotiva e o álcool etílico (**Anexo II.4**).

A exemplo da Colômbia, porém, o cronograma de desgravação é excessivamente longo, chegando a 2018 em diversos casos. Por exemplo, entre os produtos que contam hoje com margens entre 40% e 60%, quase todos chegarão a 100% apenas em 2013, e entre os que têm margens atuais variando de 20% a 40%, só se chegará a 100% em 2015 e, em alguns casos, em 2018. O cronograma é especialmente ruim entre os interesses potenciais e emergentes, haja vista que os produtos que têm margens atuais entre zero e 40% só alcançarão 100% em 2015 ou 2018.

Sendo assim, o principal item de negociação do Brasil com o Equador refere-se à redução dos prazos-limite para desgravação dos produtos que constam das listas de interesses comerciais brasileiros no país.

3.6. 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 31/05/2004. Neste, a Guiana outorga preferências comerciais para quase 900 produtos brasileiros, na grande maioria dos casos com margens de 100%. A **Tabela 3.5** mostra que, dentre os 184 produtos selecionados como interesses comerciais do Brasil, 79 têm alguma preferência (43% do total). A maioria deles (59 produtos) tem margem de 100%, outros 13 têm margem de 50%, dois têm margem de 25% e cinco têm margem de 15%. Na maioria dos casos, os produtos com preferências relacionam-se à Indústria automotiva, Máquinas e equipamentos e produtos alimentícios (vide **Anexo II.5**).

É importante destacar que, embora a tarifa média seja de apenas 9,7%, há produtos de interesse comercial do Brasil que enfrentam tarifas de até 40%, casos do óleo de soja e do açúcar.

A presente análise deixa claro que o Brasil deveria negociar uma extensão do atual acordo, 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.

Tabela 3.5
Guiana – tarifas aplicadas e preferências outorgadas para o Brasil,
segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas ¹			Preferências outorgadas para o Brasil ²	
	Nº de SH's	Ad Valorem		Margem % em 2007	
		Amplitude	Média	Faixa	% de SH's
Interesses consolidados	54	0-40	10,9	100	32,1
				80 100	-
				60 80	-
				40 60	8,9
				20 40	1,8
				0 20	5,4
				-	51,8
Interesses ameaçados	19	0-20	7,1	100	47,4
				80 100	-
				60 80	-
				40 60	5,3
				20 40	-
				0 20	-
				-	47,4
Interesses potenciais	104	0-40	9,5	100	30,8
				80 100	-
				60 80	-
				40 60	6,7
				20 40	1,0
				0 20	1,9
				-	59,6
Interesses emergentes	7	5-25,6	11,8	100	14,3
				80 100	-
				60 80	-
				40 60	-
				20 40	-
				0 20	-
				-	85,7
Total de produtos	184	0-40	9,7	100	32,3
				80 100	-
				60 80	-
				40 60	7,0
				20 40	1,1
				0 20	2,7
				-	57,0

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

3.6. Peru

O Acordo de Complementação Econômica nº 58 (ACE-58), 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. A situação atual das preferências comerciais outorgadas aos produtos de interesse comercial do Brasil reflete o estágio inicial em que se encontra o acordo. Segundo a **Tabela 3.6**, apenas 6,7% dos produtos já gozam de margem de preferência de 100% e quase metade deles tem margens que variam de 20% a 40%. O cronograma de desgravação é bastante longo, tal que só haverá uma nova grande rodada de desgravações em 2014, e os produtos que contam hoje com margens entre 0 e 20% só alcançarão 100% em 2016 ou 2019.

Entretanto, o acordo tem o mérito de outorgar margem de 100% a praticamente todos os produtos de interesse comercial do Brasil no final do cronograma, embora a grande maioria deles só alcance tal margem em 2014. Todos os interesses consolidados chegarão a 100%, o mesmo acontecendo com os emergentes; entre os interesses ameaçados, apenas um produto não chegará a 100% (açúcar) e, entre os potenciais, apenas 3 itens não chegarão a 100% (todos relacionados ao açúcar).

Desta forma, o principal item de negociação do Brasil com o Peru refere-se mesmo à redução dos prazos-limite para desgravação dos produtos que constam das listas de interesses do país.

Tabela 3.6
Peru – tarifas aplicadas e preferências outorgadas para o Brasil,
segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas ¹			Preferências outorgadas para o Brasil ²						
	Nº de SH's	Ad Valorem		Margem % em 2007		% dos produtos que alcançarão 100% de margem a cada ano				
		Amplitude	Média	Faixa	% de SH's	2009	2014	2016	2019	Total
Interesses consolidados	368	0-20	8,1	100	6,2	-	-	-	-	-
				80 100	3,1	100,0	-	-	-	100,0
				60 80	11,6	-	100,0	-	-	100,0
				40 60	19,1	-	100,0	-	-	100,0
				20 40	46,4	-	94,7	4,8	0,5	100,0
				0 20	13,6	-	-	68,9	31,1	100,0
Interesses ameaçados	93	0-20	8,4	100	5,7	-	-	-	-	-
				80 100	4,1	100,0	-	-	-	100,0
				60 80	10,7	-	100,0	-	-	100,0
				40 60	15,6	-	94,7	5,3	-	100,0
				20 40	56,6	-	98,6	1,4	-	100,0
				0 20	7,4	-	-	66,7	22,2	88,9
Interesses potenciais	98	0-20	9,1	100	11,0	-	-	-	-	-
				80 100	2,4	100,0	-	-	-	100,0
				60 80	7,9	-	100,0	-	-	100,0
				40 60	11,8	-	93,3	6,7	-	100,0
				20 40	46,5	-	91,5	8,5	-	100,0
				0 20	20,5	-	-	50,0	34,6	84,6
Interesses emergentes	49	4-20	8,7	100	3,2	-	-	-	-	-
				80 100	-	-	-	-	-	-
				60 80	9,7	-	100,0	-	-	100,0
				40 60	8,1	-	80,0	-	20,0	100,0
				20 40	56,5	-	94,3	2,9	2,9	100,0
				0 20	22,6	-	-	57,1	42,9	100,0
Total de produtos	240	0-20	8,8	100	6,7	-	-	-	-	-
				80 100	2,9	100,0	-	-	-	100,0
				60 80	10,6	-	100,0	-	-	100,0
				40 60	16,4	-	97,6	1,6	0,8	100,0
				20 40	48,9	-	94,9	4,6	0,5	100,0
				0 20	14,5	-	-	62,7	32,7	95,5

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

3.7. 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 **Tabela 3.7** mostra que a tarifa *ad valorem* média aplicada aos produtos de interesse comercial do Brasil é baixa, de apenas 3,9%, embora com amplitude elevada. Entre os interesses consolidados, há nove produtos que enfrentam tarifas *ad valorem*, que variam de zero a 15% (**Anexo II.7**).

No caso dos interesses ameaçados, há quatro produtos com alguma tarifa *ad valorem*, sendo que dois produtos têm tarifas superiores a 10%, ambos relacionados a tintas e vernizes. Entre os interesses potenciais, onde há o maior número de interesses comerciais do Brasil, há 30 itens com alguma tarifa *ad valorem*, sendo que 13 produtos têm tarifas iguais ou maiores do que 10%, com destaque para óleo de soja (40%), açúcar de cana em bruto (40%) e outros sucos de laranja, não fermentados (30%). Já entre os interesses emergentes há oito produtos tarifados, sendo que seis enfrentam tarifas de 10% ou mais, com destaque para outras bebidas alcoólicas (50%).

Entretanto, o grande problema de acesso a mercado no Suriname são as tarifas específicas, que são aplicadas a 80% dos produtos selecionados como interesses comerciais do Brasil.⁴ No caso dos interesses emergentes, este percentual chega a 85%. Sendo assim, parece útil que o Brasil procure negociar um Acordo de Alcance Parcial (a exemplo do que existe com a Guiana) através do qual se conceda não somente margens de preferência sobre as tarifas *ad valorem*, mas também, e principalmente, a eliminação das tarifas específicas.

Tabela 3.7
Suriname – tarifas aplicadas segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas			Produtos com tarifas <i>ad valorem</i> (em %)	Produtos com tarifas específicas (em %)
	Nº de SH	<i>Ad Valorem</i>			
		Amplitude	Média		
Interesses consolidados	49	0-15	2,3	18,4	81,6
Interesses ameaçados	22	0-15	3,9	18,2	81,8
Interesses potenciais	93	0-40	3,6	32,3	78,5
Interesses emergentes	20	0-50	9,5	40,0	85,0
Total de produtos	184	1-9	3,9	27,7	80,4

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

3.8. Venezuela

O comércio do Brasil com este país também é regulado pelo ACE 59, a exemplo de Colômbia e Equador. Entretanto, as condições referentes aos produtos de interesse comercial do Brasil são piores do que as negociadas com estes outros países. A **Tabela 3.8** mostra que menos de 10% dos produtos já conta com margens de preferência de 100%, e a maioria tem margens que variam de 20% a 80%. O cronograma de desgravação também é excessivamente longo e, no caso dos produtos que têm margens menores atualmente, a maioria só alcançará margem de 100% a partir de 2013. Além disso, as tarifas aplicadas pela Venezuela são relativamente elevadas, com média de 12,5%, variando de zero a 35%.

Observa-se, também, que quase 20% dos produtos não alcançará margem de 100% em nenhum momento. Entre esses se destacam mais uma vez os produtos da Indústria automotiva, a maioria deles classificados como interesses consolidados. Entre os interesses ameaçados há cinco produtos que não terão margem de 100%, todos relacionados à Indústria automotiva. Entre os potenciais há 14 produtos, envolvendo alguns itens da Indústria automotiva e também vestuário, açúcar, leite e creme de leite (estes

⁴ Em alguns itens da SH só há tarifas específicas para uma parte dos produtos classificados de acordo com as linhas nacionais. A última coluna das Tabelas do Anexo II.7 indicam quantos produtos em cada SH estão sujeitos a essas tarifas.

dois com quotas tarifárias). Entre os interesses emergentes há 15 produtos, incluindo carnes de bovino, baterias, têxteis, produtos de borracha, álcool e alguns itens da Indústria automotiva.

Sendo assim, as iniciativas de negociação comercial do Brasil com a Venezuela devem seguir a mesma lógica das recomendações feitas no caso da Colômbia: redução dos prazos-limite para desgravação de diversos produtos (ao menos aqueles cujos prazos estabelecidos estejam além de 2011) e melhoria das condições finais de acesso para os produtos selecionados, com especial destaque para a Indústria Automotiva.

Tabela 3.8
Venezuela – tarifas aplicadas e preferências outorgadas para o Brasil, segundo tipos de produtos

Tipos de produtos	Tarifas aplicadas ¹			Preferências outorgadas para o Brasil ²											
	Nº de SH	Ad Valorem		Margem % em 2007		% dos produtos que alcançarão 100% de margem a cada ano									
		Amplitude	Média	Faixa	% de SH's	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2017	2018	Total	
Interesses consolidado	339	0-35	12,5	100	9,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
				80 - 100	1,4	83,3	83,3	16,7	-	-	-	-	-	-	100,0
				60 - 80	24,2	-	-	2,9	44,8	-	-	1,0	-	-	48,6
				40 - 60	16,4	-	-	-	-	87,3	-	-	-	4,2	91,5
				20 - 40	47,3	-	-	-	-	-	58,5	-	28,8	87,3	
Interesses ameaçados	83	0-35	9,9	100	13,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
				80 - 100	0,9	-	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	25,7	53,6	-	3,6	42,9	-	-	-	-	100,0	
				40 - 60	11,0	-	-	-	-	100,0	-	-	-	100,0	
				20 - 40	48,6	-	-	-	-	-	62,3	-	26,4	88,7	
Interesses potenciais	125	0-25	12,5	100	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
				80 - 100	1,6	100,0	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	21,3	-	-	2,6	48,7	-	-	-	-	51,3	
				40 - 60	17,5	-	-	-	-	87,5	-	9,4	3,1	100,0	
				20 - 40	51,9	-	-	-	-	-	66,3	-	24,2	90,5	
Interesses emergentes	167	5-20	13,8	100	9,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
				80 - 100	1,0	100,0	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	14,5	-	-	3,4	41,4	-	-	-	-	44,8	
				40 - 60	11,0	-	-	-	-	95,5	-	-	-	95,5	
				20 - 40	63,0	-	-	-	-	-	64,3	-	26,2	90,5	
Total de produtos	714	0-35	12,5	100	9,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
				80 - 100	1,3	91,7	91,7	8,3	-	-	-	-	-	100,0	
				60 - 80	21,7	-	-	3,0	44,8	-	-	0,5	-	48,3	
				40 - 60	14,8	-	-	-	-	89,8	-	2,2	2,9	94,9	
				20 - 40	51,8	-	-	-	-	-	62,0	-	26,9	88,9	
				0 - 20	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-		

Fontes: (1) WITS/ Trains, para o ano de 2005; (2) SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

4. INTERESSES COMERCIAIS DOS ESTADOS DA FEDERAÇÃO

A análise desenvolvida no capítulo 2 levou à identificação de produtos e setores nos quais o Brasil tem maiores interesses comerciais nos mercados dos países sul-americanos. Entretanto, a grande diversidade produtiva observada entre as unidades da federação brasileira (UF's) deixa entrever que os interesses comerciais são bastante distintos dependendo da localização geográfica das indústrias. O objetivo deste capítulo é justamente o de identificar produtos e setores nos quais estariam concentrados os interesses comerciais de cada um dos estados brasileiros no mercado sul-americano.

4.1. Metodologia

Por questões de disponibilidade de dados, não é possível reproduzir, para cada uma das UF's, a mesma metodologia de identificação de interesses utilizada no Capítulo 2. Optou-se por um método mais simples – e naturalmente menos refinado – mas que permite caracterizar onde estariam os interesses mais relevantes para a indústria de cada estado, com base apenas na atual estrutura de exportações de cada um.

A seleção de produtos de maior interesse para cada estado foi obtida pela **intersecção das listas consolidadas de interesses elaboradas para cada país** (sem discriminar entre consolidados, ameaçados, potenciais e emergentes) **com os produtos que foram exportados por cada UF para cada país no biênio 2005-2006**. Gerou-se assim, para cada estado, uma lista de interesses para cada um dos países sul-americanos – obviamente, apenas aqueles para os quais houve alguma intersecção entre a lista de interesses e os produtos efetivamente exportados para o país.

Com o intuito de eliminar produtos de pouca relevância, fez-se um ranqueamento dos produtos em ordem decrescente de participação na pauta de exportações da UF para cada país, sendo selecionados apenas os produtos cuja participação conjunta somasse 90% – ou seja, foram excluídos os produtos pertencentes ao último decil da distribuição. Foram excluídos ainda todos os produtos cujas exportações da UF para cada país fossem menores que US\$ 10 mil.

A **Tabela 4.1** resume o resultado deste processo de seleção, indicando, para cada UF, o número de produtos SH-6 identificados como interesses comerciais e o valor total de suas exportações para a América do Sul. Este valor é também cotejado com o total das exportações das UF's para os países vizinhos. Observa-se que os produtos identificados somaram exportações de US\$ 19,4 bilhões para a região na média do biênio 2005-2006, valor que representou 82,5% de tudo o que o país exportou para os vizinhos. Mais de 97% deste montante originaram-se em apenas nove estados: os quatro da região Sudeste, os três da região Sul e mais Bahia e Amazonas. Somente o estado de São Paulo responde por quase 50% do total e possui mais de 4.000 produtos classificados como interesses comerciais. Os estados da região Sul representam cerca de 24% do valor total e os demais da Região Sudeste, 14%. Bahia e Amazonas ficam juntos com outros 9%.

Esta distribuição reproduz aquela referente à pauta total de exportações brasileiras para a América do Sul, na qual esses nove estados representam 96% do total. Na verdade, ela simplesmente reflete a concentração da produção industrial brasileira (e também das exportações industriais) nestes estados, especialmente nos setores que têm maior penetração nos mercados sul-americanos.

Tabela 4.1
Interesses comerciais dos estados brasileiros nas exportações
para os países da América do Sul

UF	Exportações totais da UF para a Am. do Sul (A) (US\$ Milhões)	Produtos selecionados		
		Número*	Valor (B) (US\$ Milhões)	(B)/(A) (%)
São Paulo	10.980	4.344	9.504	86,6
Rio Grande do Sul	2.496	1.514	2.225	89,1
Rio de Janeiro	2.026	747	930	45,9
Paraná	1.891	931	1.709	90,4
Minas Gerais	1.714	964	1.539	89,8
Bahia	1.163	289	994	85,5
Santa Catarina	871	1.467	754	86,6
Amazonas	819	53	728	88,8
Espirito Santo	531	125	251	47,4
Ceará	180	172	162	90,2
Pernambuco	143	106	129	90,0
Pará	111	59	92	82,3
Mato Grosso do Sul	143	96	55	38,4
Mato Grosso	127	29	81	63,6
Maranhão	84	11	68	80,9
Goiás	71	75	56	78,5
Paraíba	25	50	22	86,3
Rio Grande do Norte	21	48	15	71,2
Rondonia	18	16	12	68,5
Sergipe	16	39	12	72,5
Alagoas	14	4	13	92,6
Distrito Federal	12	5	11	91,8
Roraima	5	4	3	76,8
Acre	4	3	0	8,0
Piauí	1	5	1	60,6
Amapá	0	2	0	60,1
Tocantins	0	1	0	72,6
Total	23.465	-	19.366	82,5

* Pode haver dupla contagem de produtos, visto que um mesmo produto pode ser classificado como interesse em mais de um país sul-americano.

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

Outro fato importante a destacar é que, na maioria dos estados (inclusive nos de menor importância nas exportações) as vendas dos produtos selecionados representam uma parcela bastante elevada de tudo o que os estados exportam para a América do Sul. Entre os nove estados mais importantes, apenas nos casos de Rio de Janeiro e Espírito Santo este percentual é inferior a 85%. Isto se deve ao fato de que os produtos de maior peso na pauta desses estados para a região não estão na lista de interesses comerciais do país, por não fazerem parte da indústria de transformação: óleos brutos de petróleo, no caso do Rio de Janeiro (representa 47% da pauta, direcionados principalmente para Chile e Peru) e minério de ferro, no caso do Espírito Santo (46% da pauta, direcionados basicamente para a Argentina).

Este mesmo fenômeno também ocorre em dois dos estados de menor importância: Mato Grosso do Sul (44% das exportações são de minério de ferro) e Acre (72% das vendas são de castanha-do-pará, direcionadas à Bolívia). Nos demais, as exportações dos produtos selecionados respondem por algo entre 60% e 80% do total vendido para a América do Sul.

As seções a seguir apresentam os produtos de interesse de cada estado distribuídos segundo duas óticas, a dos principais países e a dos principais setores produtivos aos quais os produtos pertencem, informando o número de SH-s selecionadas para cada estado e seu valor exportado na média do biênio 2005-2006. O **Anexo III** ao final do trabalho apresenta as listas completas dos produtos selecionados de cada estado para cada país sul-americano, os quais são agrupados segundo o setor de atividade a que pertencem.

4.2. Interesses comerciais segundo países e setores

A **Tabela 4.2** apresenta os interesses comerciais de cada um dos estados brasileiros distribuídos segundo os quatro principais países sul-americanos, entendidos como aqueles cujos valores exportados pelo estado são mais expressivos. A **Tabela 4.3** apresenta os interesses de cada estado distribuídos segundo os quatro principais setores produtivos. A seguir são feitos breves comentários sobre a composição dos interesses comerciais de cada um dos estados. Vale destacar, desde já, que em quase todos os estados há pelo menos um país e pelo menos um setor que, embora não constem da lista dos mais importantes em termos dos interesses comerciais do país, são de grande relevância para o estado.

Tabela 4.2
Interesses comerciais dos estados brasileiros nas exportações para a América do Sul,
distribuídos segundo os quatro principais países
 (Valores em US\$ Milhões)

	País		País		País		País	
	Produtos	Valor	Produtos	Valor	Produtos	Valor	Produtos	Valor
São Paulo	Argentina		Chile		Venezuela		Colômbia	
	368	4.754,0	689	1.251,3	478	1.129,5	496	637,5
Rio G. do Sul	Argentina		Chile		Paraguai		Uruguai	
	139	983,1	123	372,4	99	246,2	357	182,7
Paraná	Argentina		Chile		Venezuela		Paraguai	
	98	757,8	54	291,7	51	195,4	332	154,9
Minas Gerais	Argentina		Venezuela		Colômbia		Chile	
	117	751,5	142	238,3	75	156,1	161	130,5
Bahia	Argentina		Venezuela		Chile		Colômbia	
	31	685,0	60	106,7	30	99,7	45	41,0
Rio de Janeiro	Argentina		Chile		Colômbia		Uruguai	
	59	451,5	135	98,8	91	85,9	46	71,6
Santa Catarina	Argentina		Chile		Paraguai		Venezuela	
	176	319,2	189	132,0	305	68,6	107	64,0
Amazonas	Argentina		Venezuela		Colômbia		Chile	
	14	272,7	2	184,3	4	93,1	2	84,0
Espírito Santo	Colômbia		Chile		Argentina		Venezuela	
	4	108,0	6	43,8	22	36,3	21	34,8
Ceará	Argentina		Venezuela		Paraguai		Bolívia	
	24	80,9	13	20,4	10	16,6	11	9,0
Pernambuco	Argentina		Venezuela		Chile		Colômbia	
	23	64,7	17	26,3	10	16,7	13	7,3
Pará	Argentina		Uruguai		Chile		Venezuela	
	12	84,0	10	2,6	13	1,8	8	1,1
Mato Grosso	Venezuela		Argentina		Chile		Peru	
	2	33,5	1	19,2	1	10,3	3	7,5
Maranhão	Argentina		Colômbia		Uruguai		Peru	
	1	35,6	2	31,0	2	0,9	2	0,4
Goiás	Paraguai		Argentina		Chile		Uruguai	
	27	21,3	2	13,5	1	7,8	16	5,5
Mato G. do Sul	Argentina		Uruguai		Bolívia		Paraguai	
	22	17,3	2	13,4	12	8,3	38	7,3
Paraíba	Argentina		Venezuela		Bolívia		Colômbia	
	16	14,1	3	2,2	3	1,5	4	1,2
Rio G. do Norte	Argentina		Venezuela		Colômbia		Peru	
	16	11,2	5	1,4	7	0,9	4	0,4
Alagoas	Argentina		Bolívia		Colômbia		Paraguai	
	1	12,7	1	0,3	1	0,2	1	0,03
Rondônia	Argentina		Venezuela		Uruguai		Bolívia	
	3	6,2	4	2,7	1	1,8	1	0,7
Sergipe	Argentina		Paraguai		Chile		Uruguai	
	5	2,7	3	2,4	7	1,6	12	1,2
Distrito Federal	Venezuela		Chile		Argentina		Uruguai	
	1	10,4	1	0,5	2	0,1	1	0,0
Roraima	Venezuela							
	4	3,5	-	-	-	-	-	-
Piauí	Venezuela		Argentina		Chile		Peru	
	1	0,3	1	0,1	1	0,1	1	0,0
Acre	Argentina		Paraguai					
	2	0,3	1	0,0	-	-	-	-
Amapá	Argentina							
	2	0,0	-	-	-	-	-	-
Tocantins	Peru							
	1	0,0	-	-	-	-	-	-

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

Tabela 4.3
Interesses comerciais dos estados brasileiros nas exportações para a América do Sul,
distribuídos segundo os quatro principais setores produtivos
 (Valores em US\$ Milhões)

	Setor		Setor		Setor		Setor	
	Produtos	Valor	Produtos	Valor	Produtos	Valor	Produtos	Valor
São Paulo	Indústria automotiva		Equip. eletrônicos		Químicos e petroq.		Máquinas e equip.	
	359	3.268,4	79	1.405,9	755	1.090,5	713	773,8
Rio G. do Sul	Químicos e petroq.		Indústria automotiva		Máquinas e equip.		Calçados, cour. peles	
	193	830,3	176	475,4	324	288,8	92	113,6
Paraná	Indústria automotiva		Químicos e petroq.		Celulose papel gráf.		Máquinas e equip.	
	116	840,3	91	178,6	77	151,4	153	103
Minas Gerais	Indústria automotiva		Siderurgia e metal.		Máquinas e equip.		Químicos e petroq.	
	120	603,6	302	564,5	97	71,7	69	69,6
Bahia	Químicos e petroq.		Indústria automotiva		Benef. prod. vegetais		Artigos de vestuário	
	114	375,5	27	329,1	17	67,1	3	44,7
Rio de Janeiro	Indústria automotiva		Químicos e petroq.		Siderurgia e metal.		Farmacêut. e perfum.	
	108	376,1	163	219,8	157	157,8	49	70,9
Santa Catarina	Material elétrico		Celulose, papel, gráf.		Têxtil		Indústria automotiva	
	175	162,0	69	93,6	182	84,4	67	77,4
Amazonas	Equip. eletrônicos		Outros produtos alim.		Indústria automotiva		Indústrias diversas	
	19	508,3	5	94,6	7	61,6	14	40,6
Espírito Santo	Siderurgia e metal.		Café		Outros produtos alim.		Químicos e petroq.	
	51	196,0	7	26,1	23	12,6	6	7,7
Ceará	Têxtil		Calçados, cour. peles		Siderurgia e metal.		Indústrias diversas	
	77	79,2	43	63,7	20	11,5	5	2,2
Pernambuco	Químicos e petroq.		Siderurgia e metal.		Material elétrico		Têxtil	
	28	53,9	19	33,6	20	17,6	9	14,0
Pará	Químicos e petroq.		Madeira e mobiliário		Siderurgia e metal.		Benef. prod. vegetais	
	1	81	30	6	12	2	6	1
Mato Grosso	Abate animais		Têxtil		Óleos vegetais		Açúcar	
	5	34,4	5	21,9	5	15,1	2	6,4
Maranhão	Químicos e petroq.		Siderurgia e metal.		Celulose papel gráf.		Têxtil	
	1	35,6	3	31,8	6	0,3	1	0,3
Goiás	Químicos e petroq.		Indústria automotiva		Abate animais		Benef. prod. vegetais	
	11	15,9	6	11,3	7	8,8	11	5,6
Mato G. do Sul	Açúcar		Siderurgia e metal.		Abate animais		Minerais não metál.	
	6	16,4	7	12,9	15	9,1	3	8,0
Paraíba	Calçados, cour. peles		Têxtil		Minerais não metálicos		Químicos e petroq.	
	20	12,3	25	9,1	3	0,3	1	0,1
Rio G. do Norte	Têxtil		Outros produtos alim.		Químicos e petroq.		Calçados, cour. peles	
	37	13,8	4	0,6	4	0,2	2	0,1
Alagoas	Químicos e petroq.		Açúcar		Outros veíc., peças			
	2	13,0	1	0,2	1	0,0	-	-
Rondônia	Madeira e mobiliário		Químicos e petroq.		Abate animais			
	10	10,9	1	0,7	5	0,5	-	-
Sergipe	Têxtil		Calçados, cour. peles		Máquinas e equip.		Artigos de vestuário	
	21	8,2	12	2,9	3	0,3	2	0,3
Distrito Federal	Abate animais		Máquinas e equip.		Equip. eletrônicos		Material elétrico	
	1	10,4	2	0,5	1	0,1	1	0,0
Roraima	Madeira e mobiliário							
	4	3,5	-	-	-	-	-	-
Piauí	Químicos e petroq.							
	5	0,6	-	-	-	-	-	-
Acre	Madeira e mobiliário							
	3	0,3	-	-	-	-	-	-
Amapá	Outros produtos alim.							
	2	0,0	-	-	-	-	-	-
Tocantins	Abate animais							
	1	0,0	-	-	-	-	-	-

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração: Funcex.

➤ **São Paulo** – os produtos de maior interesse comercial representam 86,6% de tudo o que o estado exporta para a região. A composição dos interesses comerciais do estado é muito semelhante àquela observada no total brasileiro. Destacam-se quatro países: Argentina (cujas exportações dos produtos de interesse foram de US\$ 4,75 bilhões na média de 2005-2006), Chile, Venezuela e Colômbia, que juntos representaram 82% do total dos produtos de interesse comercial exportados para a América do Sul. Os produtos concentram-se nos mesmos setores que se destacam nas vendas brasileiras para a região: Indústria automotiva (exportações de US\$ 3,3 bilhões dos produtos de interesse), Equipamentos eletrônicos, Químicos e petroquímicos, Máquinas e equipamentos, Siderurgia e metalurgia e Material elétrico.

➤ **Rio Grande do Sul** – os produtos de maior interesse comercial representam quase 90% de tudo o que o estado exporta para a região. Cerca de 80% das exportações desses produtos concentram-se na Argentina, no Chile, no Paraguai e no Uruguai, refletindo claramente a proximidade geográfica do estado em relação a estes países. Os setores de maior peso são Químicos e petroquímicos, Indústria automotiva, Máquinas e equipamentos e Calçados, couros e peles. Neste último, destacam-se as vendas de calçados para a Argentina, que somaram US\$ 43 milhões na média de 2005-2006.

➤ **Paraná** – os produtos de maior interesse comercial representam mais 90% de tudo o que o estado exporta para a região. 82% das vendas desses produtos concentram-se em Argentina, Chile, Venezuela e Paraguai. Destaque absoluto para os produtos da Indústria automotiva (US\$ 840 milhões, ou quase metade do total dos produtos de interesse), destacando-se também Químicos e petroquímicos, Máquinas e equipamentos e Celulose, papel e gráfica (com diversos tipos de papéis e cartões, destinados principalmente à Argentina e ao Chile).

➤ **Minas Gerais** – os produtos de maior interesse comercial representam quase 90% de tudo o que o estado exporta para a região. Cerca de 85% das vendas desses produtos concentram-se na Argentina, na Venezuela, na Colômbia e no Chile. Os dois setores de maior destaque são a Indústria automotiva (automóveis de passageiros e veículos de transporte) e Siderurgia e metalurgia (especialmente os laminados planos de ferro e aço ou de aço inoxidável).

➤ **Bahia** – os produtos de maior interesse comercial representam 85,5% de tudo o que o estado exporta para a região. Os principais países de destino são Argentina, Venezuela, Chile e Colômbia, que respondem por 94% das vendas totais desses produtos para a região (a Argentina representa, sozinha, 69%). Grande destaque para Químicos e petroquímicos (com quase 80% das vendas indo para a Argentina) e Indústria automotiva (basicamente automóveis de passageiros).

➤ **Rio de Janeiro** – os produtos de maior interesse comercial representam apenas 46% de tudo o que o estado exporta para a América do Sul. Os principais países de destino são Argentina, Chile, Colômbia e Uruguai (76% do total) e os setores de destaque são a Indústria automotiva, Químicos e petroquímicos, Siderurgia e metalurgia (especialmente os laminados planos de ferro ou aço) e Farmacêutica e perfumaria (mais de 2/3 destinados à Argentina).

-
- **Santa Catarina** – os produtos de maior interesse comercial representam 86,6% de tudo o que o estado exporta para a América do Sul. As vendas destinam-se principalmente a Argentina, Chile, Paraguai e Venezuela, que adquirem 77% do total desses produtos. Os setores de destaque são Material elétrico (especialmente congeladores e refrigeradores), Celulose, papel e gráfica (diversos produtos de papel e cartão), Têxtil e Indústria automotiva.

 - **Amazonas** – os produtos de maior interesse comercial representam 89% de tudo o que o estado exporta para a região. Os principais destinos são Argentina, Venezuela, Colômbia e Chile (87% do total) e 70% das vendas referem-se ao setor de Equipamentos eletrônicos (especialmente celulares e televisores). Têm razoável importância também os setores de Outros produtos alimentares, Indústria automotiva (motocicletas) e Indústrias diversas (principalmente filmes e papéis fotográficos).

 - **Espírito Santo** – os produtos de maior interesse comercial respondem por apenas 47,4% do que o estado exporta para a região. Os principais destinos são Colômbia (que representa sozinha 43% das vendas desses produtos para a América do Sul), Chile, Argentina e Venezuela. Destaque absoluto para o setor de Siderurgia e metalurgia (78% das vendas desses produtos), do qual mais de metade das vendas direcionam-se para a Colômbia. Têm importância também as indústrias de Café, de Outros produtos alimentares (chocolates e produtos de confeitaria) e de Químicos e petroquímicos.

 - **Ceará** – os produtos de maior interesse comercial representam 90,2% de tudo o que o estado exporta para a América do Sul. Quase metade das vendas concentra-se na Argentina, sendo importantes também as exportações para Venezuela, Paraguai e Bolívia. Os grandes destaques são o setor Têxtil (exportações de US\$ 79 milhões, basicamente de fios e tecidos de algodão) e de Calçados (US\$ 63,7 milhões), que juntos representam 88% das vendas dos produtos de interesse comercial para a região.

 - **Pernambuco** – os produtos de maior interesse comercial representam 90% de tudo o que o estado exporta para a região. As vendas destinam-se principalmente para Argentina, Venezuela, Chile e Colômbia (juntos respondem por quase 90% do total). Os setores de maior destaque são Químicos e petroquímicos, Siderurgia e metalurgia, Material elétrico (com destaque para pilhas, baterias e acumuladores elétricos) e Têxtil (fios e tecidos de algodão).

 - **Pará** – os produtos de maior interesse comercial representam 82,3% das exportações do estado para a América do Sul. O principal país de destino é a Argentina, que responde por 92% das vendas destes produtos. Somente as exportações de óxidos de alumínio para este país representam 87% (US\$ 79,8 milhões). Há vendas significativas também para Uruguai (com destaque para três produtos derivados do alumínio), Chile (principalmente madeira e móveis) e Venezuela (madeira).

 - **Mato Grosso** – os produtos de maior interesse comercial representam 63,6% do que o estado vende para a região. O principal destino é a Venezuela (41% do total desses produtos), com vendas de carnes de bovino e de frango. Têm relevância também as exportações para a Argentina

(unicamente algodão), Chile (tortas e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja) e Peru (destaque para açúcar e algodão). Outro tipo de produto com razoável importância são as madeiras.

➤ **Maranhão** – os produtos de maior interesse comercial respondem por 80,9% da pauta do estado para a América do Sul. As vendas destinam-se basicamente à Argentina (52% do total) e Colômbia (46%). No primeiro, o único produto que consta são os óxidos de alumínio, e no segundo, alumínio em bruto e ferro fundido bruto. Vale citar ainda as vendas (pouco significativas) de papel e cartão para Equador, Paraguai, Peru e Uruguai.

➤ **Goiás** – os produtos de maior interesse comercial representam 78,5% do que o estado exporta para a região. O principal destino é o Paraguai (38% do total), com vendas expressivas de adubos e fertilizantes. Destacam-se ainda as vendas para a Argentina (automóveis para transporte de mercadorias e algodão), Chile (carnes de bovino) e Uruguai (principalmente produtos alimentares).

➤ **Mato Grosso do Sul** – os produtos de maior interesse comercial representam apenas 38,4% das exportações totais do estado para a América do Sul. Os principais países de destino são Argentina (destaque para ferrosilício-manganês e carnes de suíno), Uruguai (açúcar), Bolívia (“clinkers”, açúcar e óleo de soja) e Paraguai (principalmente cimento “portland”). Têm razoável importância também as vendas de carnes de bovino.

➤ **Paraíba** – os produtos de maior interesse comercial representam 86,3% das exportações totais do estado para a região. Quase 2/3 das vendas destinam-se à Argentina, sendo mercados importantes também a Venezuela, a Bolívia, a Colômbia e o Paraguai. Em termos de produtos, as vendas referem-se quase exclusivamente a produtos têxteis e calçados.

➤ **Rio Grande do Norte** – os produtos de maior interesse comercial representam 71,2% de tudo o que o estado exporta para a América do Sul. A Argentina é o principal destino (76% do total). As vendas são basicamente de produtos têxteis.

➤ **Alagoas** – os produtos de maior interesse comercial representam 92,6% do total das exportações do estado para a América do Sul. A Argentina é o principal destino (96% do total) e as vendas concentram-se quase totalmente em apenas um produto: policloreto de vinila.

➤ **Rondônia** – os produtos de maior interesse comercial representam 68,5% do total das exportações para a região. Argentina, Venezuela e Uruguai são os principais destinos (89% do total) e as vendas concentram-se em madeiras.

➤ **Sergipe** – os produtos de maior interesse comercial respondem por 72,5% do total das exportações para a América do Sul. As vendas destinam-se principalmente à Argentina, ao Paraguai, ao Chile e ao Uruguai, e concentram-se em produtos têxteis e calçados.

- **Distrito Federal** – os produtos de maior interesse comercial representam 91,8% do total das exportações para a região. Mais de 90% das vendas referem-se a carnes de frango e direcionam-se para a Venezuela.
- **Roraima** – os produtos de maior interesse comercial representam 76,8% do total das exportações para a região e tudo se refere a madeiras vendidas para a Venezuela.
- **Piauí** – há apenas um produto de interesse comercial, que representa 60,6% de tudo o que o estado exporta para a região: ceras vegetais, mesmo refinadas ou coradas, com vendas principalmente para Venezuela e Argentina.
- **Acre** – os interesses comerciais reduzem-se a apenas dois produtos de madeira, que representam apenas 8% de tudo o que o estado exporta para a região e que são vendidos basicamente para a Argentina.
- **Amapá** – há dois produtos de interesse comercial, pertencentes à indústria alimentícia, e que respondem por cerca de 60% das exportações para a América do Sul. Suas vendas são reduzidas e direcionam-se à Argentina.
- **Tocantins** – há apenas um produto de interesse comercial, mas que representa mais de 70% das vendas para a região: miudezas comestíveis de bovino, com vendas de pouco mais de US\$ 20 mil em 2005-2006, destinadas ao Peru.

5. ANÁLISE DE PESQUISA DE CAMPO COM 99 EMPRESAS INDUSTRIAIS EXPORTADORAS

O objetivo desta 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. Foram entrevistadas 102 empresas, mas três delas acabaram por se identificar como meramente comerciais, restando, de fato, 99 empresas industriais que responderam ao questionário, o qual é apresentado no **Anexo IV** ao final deste trabalho.

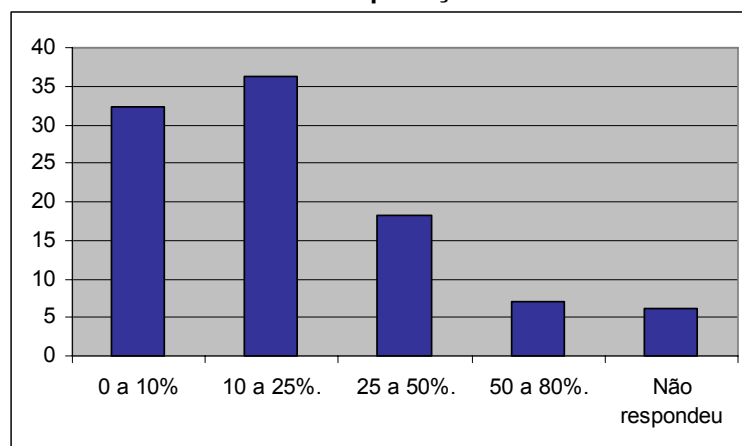
5.1. Perfil da amostra

Mais da metade das firmas (57,6%) é de porte grande (com mais de 500 empregados), 35,4% delas são de porte médio e o restante (apenas 7,1%) são pequenas (entre 20 e 99 empregados). Este perfil reflete os critérios que foram adotados para a seleção de empresas da amostra, de valor exportado e de diversidade de produtos exportados. Como se trata de firmas do setor industrial, é muito difícil encontrar micro ou pequenas empresas que exportem valores elevados e que produzam e exportem uma gama mais diversificada de produtos.

Quase todas as firmas (94%) exportam regularmente, pelo menos uma vez por mês. As demais também exportam todos os anos, mas em apenas alguns meses do ano.

Para a maioria das firmas (68,7%) a exportação representou em 2006 não mais do que 25% do seu faturamento total (**Gráfico 5.1**), sendo que para 32,3% delas este percentual é inferior a 10% e para outras 36,4% ele fica entre 10% e 25%. Nenhuma das firmas teve a exportação respondendo por mais de 80% do faturamento em 2006. Para 18,2% das firmas a exportação responde por percentuais entre 25% e 50% do faturamento e para apenas 7% delas este percentual fica entre 50% e 80%. 6,1% das firmas não respondeu a este item. Estes resultados são coerentes com as estatísticas referentes ao coeficiente de exportação da indústria brasileira, que indicam um percentual médio não superior a 20%.

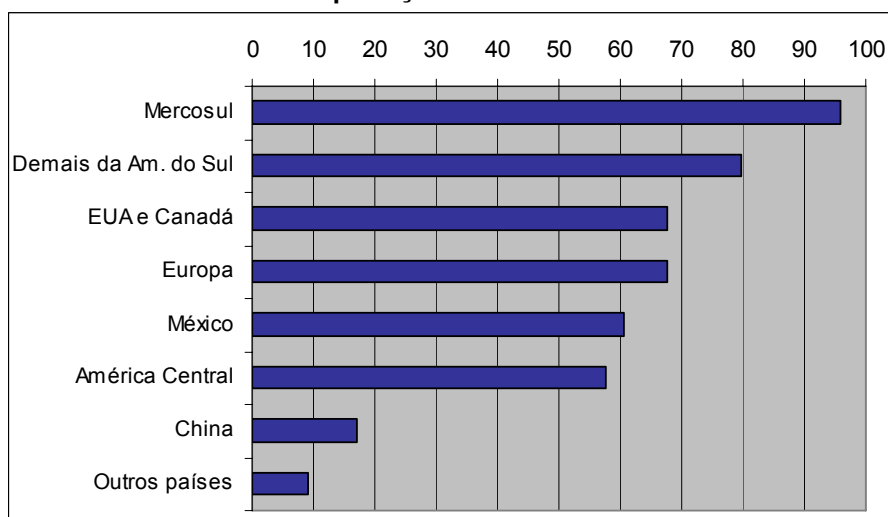
Gráfico 5.1
Questão 4: qual é o percentual do faturamento total decorrente das exportações em 2006?



Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

Com relação ao destino das exportações das empresas da amostra (**Questão 5**), observa-se, pelo **Gráfico 5.2**, que elas exportam basicamente para os países da continente americano e da Europa. O Mercosul é o destino mais comum, sendo que quase todas as empresas (com exceção de quatro) exportam para algum dos países do bloco. O segundo destino mais comum são os demais países da América do Sul (80% das firmas), seguidos pelos Estados Unidos e Canadá e pela Europa (ambos com percentual de 67,7%).

Gráfico 5.2
Questão 5: quais são os países/regiões de destino das exportações totais da firma?



Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

É interessante notar que o México e os países da América Central também são destinos bastante comuns, recebendo exportações de 60,6% e 57,6% das empresas, respectivamente. Por outro lado, um número pequeno de empresas exporta para a China ou para os demais países do mundo. Este resultado é coerente com o perfil exportador das firmas selecionadas, que exportam basicamente bens manufaturados, ao passo que as exportações brasileiras para a China e para as regiões fora do continente americano concentram-se em produtos básicos e semimanufaturados, especialmente no caso dos países asiáticos.

A **Tabela 5.1** mostra a distribuição das exportações das firmas da amostra segundo os diversos países e regiões de destino, evidenciando-se mais uma vez a predominância dos países do Mercosul, visto que quase 1/3 das firmas destina a eles mais de 50% de tudo o que exporta e outro terço destina algo entre 25% e 50%. Já para os demais países da América do Sul, a maioria das firmas (76%) exporta não mais do que 25% do total. O mesmo ocorre com as exportações destinadas a Estados Unidos e Canadá, Europa, México, América Central e China.

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

Regiões de destino	Mais de 50%	De 25% a 50%	De 10% a 25%	Menos de 10%
Mercosul	30,5	33,7	18,9	16,8
Demais da Am. do Sul	8,9	15,2	36,7	39,2
EUA e Canadá	11,9	17,9	26,9	43,3
Europa	6,0	20,9	26,9	46,3
México	-	10,0	23,3	66,7
América Central	3,5	1,8	28,1	66,7
China	-	5,9	29,4	64,7
Outros países	22,2	44,4	22,2	11,1

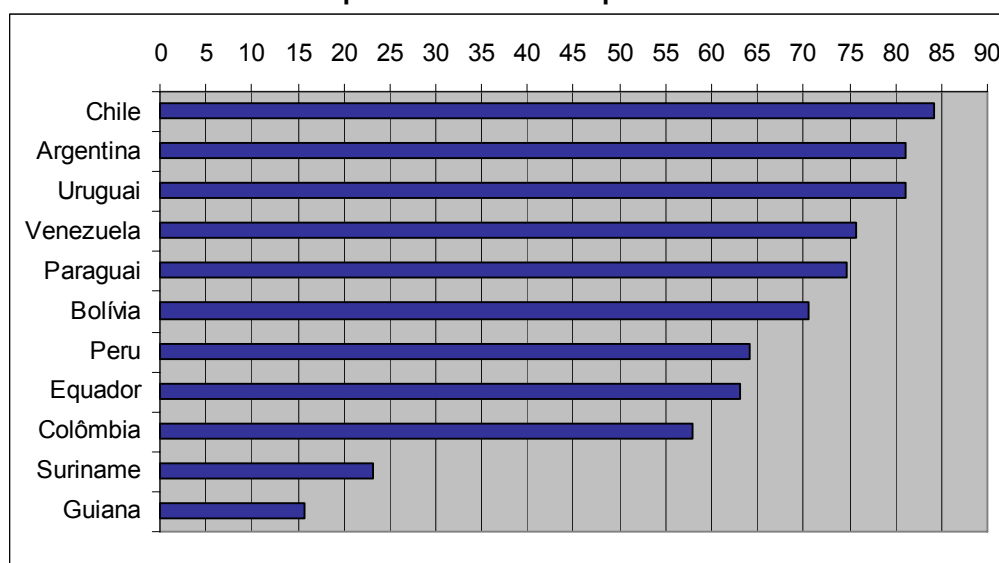
Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

5.2. Exportações para a América do Sul

Analisando-se em maior detalhe o perfil das 95 empresas da amostra que exportam para os países sul-americanos, observa-se pelo **Gráfico 5.3** que quase todos os países, com exceção de Guiana e Suriname, são destino das vendas de mais da metade das firmas (**Questão 6**). O destino mais comum é o Chile (84,2% das firmas), seguido pela Argentina e pelo Uruguai (81,1%) e atingindo um mínimo de 58% de firmas que exportam para a Colômbia. Guiana e Suriname são destino das vendas de 15,8% e 23,2% das firmas, respectivamente.

Via de regra, as firmas destinam a cada um dos países sul-americanos não mais do que 10% de tudo o que exportam. De fato, apenas 1/3 das firmas exporta mais de 10% do total para algum desses países, e apenas 5,9% vendem mais de 50% do total (**Tabela 5.2**). A grande exceção refere-se às firmas que exportam para a Argentina, visto que 70% delas destinam para lá mais de 10% do total exportado. Destacam-se ainda o caso das firmas que vendem para o Chile, cujo percentual das que vendem mais de 10% é de 47,5%, e para a Venezuela, com percentual de 40,3%.

Gráfico 5.3
Questão 6.: Quais são os países sul-americanos para onde a firma exporta?



Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

Tabela 5.2
Questão 6.1: Qual a participação de cada país sul-americano nas exportações totais da firma?

País	Mais de 50%	De 25% a 50%	De 10% a 25%	Menos de 10%
Chile	8,8	17,5	21,3	52,5
Argentina	20,8	26,0	23,4	29,9
Uruguai	3,9	3,9	15,6	76,6
Venezuela	8,3	6,9	25,0	59,7
Paraguai	-	9,9	28,2	62,0
Bolívia	3,0	11,9	16,4	68,7
Peru	3,3	4,9	19,7	72,1
Equador	1,7	5,0	18,3	75,0
Colômbia	3,6	5,5	25,5	65,5
Suriname	-	-	13,6	86,4
Guiana	-	6,7	20,0	73,3
Total	5,9	10,2	21,2	62,7

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

Com relação ao tipo de produtos que as firmas exportam para os países sul-americanos, a **Tabela 5.3** mostra que o destaque absoluto são as “caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes”, que são vendidos por 62,1% das firmas. Em segundo lugar estão os “veículos automóveis, tratores e ciclos; partes e acessórios”, mas com um percentual bem menor de firmas (16,8%), seguidos pelas “máquinas, aparelhos e materiais elétricos e suas partes” (12,6%), por “plásticos e suas obras” (10,5%) e por “papel e cartão, e suas obras” (10,5%).

Na verdade, o perfil dos produtos exportados pelas firmas da amostra não difere muito daquele verificado na composição das exportações brasileiras para a América do Sul segundo setores e principais produtos

(Capítulo 1). Destacam-se na Tabela itens relacionados a máquinas e equipamentos, indústria automotiva, material elétrico e produtos químicos, além de plásticos, papel e cartão, móveis, calçados, produtos de borracha, vestuário e preparações alimentícias. Os únicos produtos que possuem uma grande participação na pauta brasileira para a América do Sul mas pouca ou nenhuma representatividade entre as firmas da amostra são os de Siderurgia e metalurgia e os Equipamentos eletrônicos.

Tabela 5.3
Questão 8: Quais tipos de produtos a firma exporta para a América do Sul?

Produtos	% das firmas
Caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes	62,1
Veículos automóveis, tratores e ciclos; partes e acessórios	16,8
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos e suas partes	12,6
Plásticos e suas obras	10,5
Papel e cartão, e suas obras	10,5
Móveis, mobiliário médico-cirúrgico; colchões e almofadas; apar. de iluminação	7,4
Calçados e artefatos semelhantes, e suas partes	6,3
Extratos tanantes e tintoriais; pigmentos e matérias corantes; tintas e vernizes	5,3
Produtos diversos das indústrias químicas	5,3
Borracha e suas obras	5,3
Preparações alimentícias diversas	4,2
Vestuário e seus acessórios, exceto de malha	4,2
Obras de ferro fundido, ferro ou aço	4,2

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

Por fim, a pesquisa fornece duas informações relevantes com relação às firmas que exportam para a América do Sul: a grande maioria delas (65%) vem registrando exportações crescentes para estes países nos últimos anos (**Questão 7**), e apenas 11,6% vêm reduzindo suas vendas; e o comércio intrafirma não é tão relevante (**Questão 9**), visto que apenas 30,5% das firmas exporta para empresas afiliadas à sua localizadas nos países sul-americanos.

5.3. Obstáculos para exportar para a América do Sul

As empresas da amostra foram solicitadas a listar, primeiramente, os três principais obstáculos que enfrentam para exportar (ou para aumentar as exportações) para os países da América do Sul (**Questão 10**). A **Tabela 5.4** mostra que dois problemas surgiram com grande destaque: a forte concorrência de países de fora do continente (citado por 56,6% das firmas) e os problemas de transporte e logística (49,5% das firmas). Em um patamar secundário de importância foram citadas as dificuldades de financiamento interno (31,3% das firmas), as barreiras tarifárias e não-tarifárias existentes nos países sul-americanos (22,2%) e o custo mais alto do seguro de crédito nas vendas para os países da região (19,2%). A falta de financiamento nos países de destino e a falta de informações sobre os mercados sul-americanos tiveram um número relativamente baixo de citações, assim como outros problemas diversos, como valorização da moeda brasileira, burocracia aduaneira, dificuldades na certificação de produtos etc.

Tabela 5.4
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?

Problemas	% de firmas
Forte concorrência de países de fora do continente	56,6
Problemas de transporte e logística	49,5
Dificuldades de financiamento no Brasil	31,3
Barreiras à importação (tarifárias e não-tarifárias)	22,2
Custo mais alto do seguro de crédito para países da região	19,2
Falta de financiamento nos mercados de destino	12,1
Falta de informação sobre os mercados da América do Sul	7,1
Outros	13,1

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

O resultado desta questão mostra que as dificuldades para exportar para a América do Sul são diferentes daquelas enfrentadas para vender para outras regiões do mundo, onde os grandes problemas relacionam-se a três itens: disponibilidade de informações sobre os mercados externos (seja em termos de necessidades e preferências dos mercados, seja de regras e procedimentos necessários para a entrada nestes mercados), burocracia aduaneira (tanto no Brasil quanto nos mercados de destino) e dificuldade de cumprimento dos requisitos técnicos exigidos.⁵

Na verdade, seria de se esperar que as empresas tivessem menor dificuldade em levantar informações sobre os mercados sul-americanos, dada a proximidade geográfica e as semelhanças culturais. Analogamente, os requisitos técnicos deveriam ser um problema menos relevante nestes mercados, ao menos em comparação com mercados de países mais desenvolvidos, como Estados Unidos e Europa, normalmente mais exigentes em termos de cumprimento de normas técnicas. Por outro lado, as limitações de infra-estrutura são sabidamente uma dificuldade no comércio sul-americano, e a questão da concorrência de terceiros países deve-se em grande parte ao perfil das vendas brasileiras para os vizinhos, concentradas em produtos manufaturados com maior valor agregado, onde existe forte concorrência não só de países desenvolvidos, mas também, e crescentemente, dos países emergentes da Ásia. O único item que não tem uma explicação óbvia refere-se à burocracia aduaneira, visto que este tipo de dificuldade deveria ter o mesmo grau de importância qualquer que fosse o país de destino das vendas.

A fim de entender melhor os problemas relacionados a transporte e logística, as empresas foram questionadas sobre quais seriam os três principais problemas enfrentados nesta área, em ordem de importância (**Questão 11**). A **Tabela 5.5** evidencia que 2/3 das empresas pesquisadas disseram enfrentar algum problema deste gênero nas vendas para a América do Sul. Destas, pouco mais da metade destacou o fato de que os custos de transporte são elevados, item que também teve 51,5% das citações em 1º lugar.

Outro três itens foram citados por um número razoável de empresas, mas com grau de importância bem menor do que o item anterior: “o transporte é muito demorado” teve 29,3% das citações totais e

⁵ Capítulo 13 in PINHEIRO, A. C., MARKWALD, R. E PEREIRA, L. V. **O Desafio das Exportações**. Rio de Janeiro:BNDES, 2002.

apenas 10,6% das citações em 1º lugar; a “baixa frequência de navios” foi citado por 27,3% das empresas, com 15,2% das citações em 1º lugar; e “as estradas são ruins” teve 25,3% das citações totais e 13,6% das citações em 1º lugar.

Tabela 5.5
Questão 11: quais são os três principais problemas relacionados a transporte e logística que dificultam ou impedem as exportações para os países da América do Sul?

	Total	1o lugar	2o lugar	3o lugar
Não há	33,3	-	-	-
Os custos de transporte são elevados	52,5	51,5	30,8	6,7
O transporte é muito demorado	29,3	10,6	19,2	40,0
Há baixa frequência de navios	27,3	15,2	23,1	16,7
As estradas são ruins	25,3	13,6	19,2	20,0
Os canais de comercialização são ruins	7,1	4,5	3,8	6,7
Outros	8,1	4,5	3,8	10,0
Total	-	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

Com relação aos problemas existentes nos países de destino que dificultam as exportações para a América do Sul (**Questão 12**), observa-se que quase 80% das firmas da amostra identificou algum problema relevante em pelo menos um dos países para os quais exporta (**Tabela 5.6**). Dentre estas, a grande maioria (77%) citou o excesso de burocracia como um dos problemas. Em um grau menor, mas ainda bastante relevante, foram citados três problemas: a “instabilidade de regras para importação nos países”, as “tarifas de importação elevadas” e a “falta de informação sobre os procedimentos alfandegários”, citados por, respectivamente, 56,3%, 54% e 50,6% das firmas que exportam para a América do Sul. As “dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino” e as “barreiras não-tarifárias”, também tiveram razoável frequência de citações, um pouco abaixo de 50% das firmas.

Os países que foram citados com mais frequência entre aqueles nos quais as empresas da amostra enfrentam problemas para exportar são Argentina, Chile e Venezuela, todos citados por cerca de 50% das firmas. Isto pode refletir simplesmente o fato de que há um número maior de firmas que exportam para estes países. Os demais países tiveram percentuais de citações que variaram de um mínimo de 19,2% no Suriname a um máximo de 34,3% na Bolívia. Observa-se ainda que a importância relativa de cada um dos problemas apresentados na Tabela é bastante variável entre os diversos países, embora o excesso de burocracia apareça com grande relevância na maioria dos países, assim como a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários. Os itens de maior relevância para cada país são destacados com fundo cinza na Tabela.

Tabela 5.6
Questão 12: Quais são os problemas nos países de destino que dificultam ou impedem as exportações para os países da América do Sul?

Problemas	Total	Argentina	Bolívia	Chile	Colômbia	Equador
% de citações entre as firmas da amostra	87,9	49,5	34,3	51,5	30,3	32,3
% de citações entre as empresas que citaram alguma barreira no país						
Excesso de burocracia	77,0	61,2	35,3	21,6	33,3	34,4
Instabilidade de regras para importação nos países	56,3	26,5	26,5	7,8	10,0	15,6
Tarifas de importação elevadas	54,0	22,4	26,5	33,3	50,0	40,6
Falta de informação sobre os procedimentos alfandegários	50,6	36,7	29,4	17,6	30,0	25,0
Há barreiras não-tarifárias	49,4	34,7	17,6	31,4	23,3	18,8
Dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino	43,7	26,5	17,6	17,6	30,0	21,9
Problemas	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
% de citações entre as firmas da amostra	20,2	30,3	24,2	19,2	25,3	50,5
% de citações entre as empresas que citaram alguma barreira no país						
Excesso de burocracia	30,0	46,7	29,2	31,6	32,0	72,0
Instabilidade de regras para importação nos países	10,0	16,7	8,3	5,3	24,0	58,0
Tarifas de importação elevadas	20,0	16,7	37,5	21,1	28,0	40,0
Falta de informação sobre os procedimentos alfandegários	40,0	40,0	37,5	47,4	20,0	32,0
Há barreiras não-tarifárias	15,0	26,7	16,7	10,5	28,0	22,0
Dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino	30,0	13,3	25,0	21,1	36,0	22,0

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

Explorando melhor o problema das tarifas de importação, as respostas à **Questão 13** mostram que quase 70% das firmas da amostra identificou algum tipo de barreira tarifária relevante (equivalente a 69 empresas, número superior às 47 firmas que haviam citado este tipo de problema na questão 12). Dentro deste grupo, o principal problema identificado foi o fato de que “as reduções de tarifas para produtos brasileiros são insuficientes”, citado por 63,8% das firmas (**Tabela 5.7**). Este resultado é coerente com o fato de o Brasil possuir acordos de preferência comercial com quase todos os países sul-americanos, e que em diversos casos (especialmente nos países andinos) as margens de preferência vigentes ainda são baixas.

Cerca de 60% delas disseram que “as tarifas de importação são muito elevadas” e 52,2% disseram que “há tarifas reduzidas para concorrentes do Brasil”. Estas informações apontam para o fato de que, embora o Brasil já tenha acordos comerciais abrangentes com quase todos os países sul-americanos, ainda há necessidade de aprofundar os acordos comerciais existentes, talvez negociando maior desgravação para produtos que não têm 100% de margem de preferência, ou mesmo reduzindo os prazos para que se alcance tal margem.

Entretanto, o real peso do problema das tarifas de importação deve ser relativizado. Quando se considera o número de empresas da amostra que citaram algum problema relacionada a tarifas de importação em cada país, este item teve, em geral, uma baixa relevância. Ele foi considerado importante apenas no Chile, citado por 45,5% das firmas, especialmente com relação à existência de tarifas reduzidas para terceiros países. Também nos casos de Argentina (a despeito do livre-comércio

no Mercosul), Colômbia e Venezuela a questão das tarifas é significativa, citada por pouco mais de 25% das firmas em cada caso. Entre as firmas que identificaram tal tipo de problema nos países, o item mais comumente citado foi mesmo o fato de que as tarifas são elevadas.

Tabela 5.7
Questão 13: quais são os problemas relacionados a tarifas de importação que dificultam ou impedem as exportações para os países da América do Sul?

Problemas	Total	Argentina	Bolívia	Chile	Colômbia	Equador
% de citações entre as firmas da amostra	69,7	25,3	10,1	45,5	20,2	17,2
% de citações entre as empresas que citaram alguma barreira no país						
Há tarifas reduzidas para países concorrentes do Brasil	63,8	20,0	20,0	66,7	35,0	23,5
As tarifas de importação são muito elevadas	60,9	56,0	60,0	26,7	70,0	70,6
Reduções de tarifas para produtos brasileiros são insuficientes	52,2	40,0	40,0	42,2	55,0	47,1
Problemas	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
% de citações entre as firmas da amostra	5,1	10,1	14,1	6,1	9,1	23,2
% de citações entre as empresas que citaram alguma barreira no país						
Há tarifas reduzidas para países concorrentes do Brasil	-	40,0	42,9	-	22,2	34,8
As tarifas de importação são muito elevadas	80,0	40,0	64,3	83,3	55,6	73,9
Redução de tarifas para produtos brasileiros são insuficientes	40,0	30,0	64,3	33,3	33,3	47,8

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

Com relação às barreiras não-tarifárias (**Questão 14**), a **Tabela 5.8** indica que mais de 80% das firmas da amostra assinalaram a existência de alguma barreira em algum dos países da região. A barreira mais comumente citada foi “regras de origem muito rigorosas”, identificada por 58,5% das firmas. Em um patamar inferior, mas também com razoável relevância, foram citadas “inspeção sanitária” (43,9% das firmas), “requisitos técnicos” (36,6%) e “requisitos de etiquetagem” (34,1%). Houve ainda algumas barreiras citadas por cerca de 20% das firmas: “preço de referência”, “valoração aduaneira”, “licença não-automática”, “requisitos de embalagem” e “direitos antidumping”. Da mesma forma que no caso das barreiras tarifárias, contudo, as barreiras não-tarifárias surgem como um problema menos importante quando se considera o número de empresas da amostra que citaram tal tipo de problema em cada país. Ele foi considerado relativamente mais importante na Argentina (48,5% de citações), no Chile (51,5%) e na Venezuela (41,4%). A importância das diversas barreiras varia bastante dependendo do país, mas, de forma geral, as mais importantes são “regras de origem muito rigorosas”, “inspeção sanitária”, “requisitos técnicos” e “requisitos de etiquetagem”.

Tabela 5.8
Questão 15: quais são os problemas relacionados a barreiras não-tarifárias que dificultam ou impedem as exportações para os países da América do Sul?

Problemas	Total	Argentina	Bolívia	Chile	Colômbia	Equador
% de citações entre as firmas da amostra	82,8	48,5	24,2	51,5	23,2	31,3
% de citações entre as empresas que citaram alguma barreira no país						
Regras de origem muito rigorosas	58,5	41,7	8,3	17,6	26,1	12,9
Inspeção Sanitária	43,9	29,2	37,5	19,6	34,8	51,6
Requisitos técnicos	36,6	33,3	25,0	27,5	34,8	29,0
Requisitos de etiquetagem	34,1	29,2	50,0	9,8	56,5	38,7
Preço de Referência	26,8	18,8	16,7	19,6	21,7	3,2
Valoração aduaneira	24,4	14,6	25,0	13,7	26,1	22,6
Licença não-automática	24,4	18,8	16,7	15,7	13,0	12,9
Requisitos de Embalagem	22,0	18,8	41,7	7,8	34,8	25,8
Direitos Antidumping.	20,7	14,6	4,2	5,9	8,7	9,7
Comércio administrado	14,6	12,5	8,3	3,9	8,7	6,5
Preço mínimo de importação	14,6	8,3	12,5	9,8	17,4	6,5
Problemas	Guiana	Paraguai	Peru	Suriname	Uruguai	Venezuela
% de respostas entre as firmas que exportam para o país	14,1	22,2	23,2	14,1	20,2	41,4
% de citações entre as empresas que citaram alguma barreira no país						
Regras de origem muito rigorosas	7,1	13,6	8,7	-	25,0	61,0
Inspeção Sanitária	50,0	31,8	39,1	50,0	35,0	26,8
Requisitos técnicos	35,7	31,8	34,8	42,9	30,0	26,8
Requisitos de etiquetagem	57,1	68,2	43,5	57,1	60,0	43,9
Preço de Referência	7,1	4,5	13,0	7,1	10,0	9,8
Valoração aduaneira	28,6	18,2	17,4	21,4	30,0	19,5
Licença não-automática	14,3	13,6	13,0	21,4	20,0	24,4
Requisitos de Embalagem	28,6	31,8	34,8	35,7	40,0	26,8
Direitos Antidumping.	7,1	4,5	8,7	-	5,0	12,2
Comércio administrado	14,3	9,1	8,7	14,3	10,0	14,6
Preço mínimo de importação	7,1	9,1	8,7	7,1	10,0	7,3

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

A seguir, destacam-se as informações mais importantes para cada país referentes às respostas dadas às questões 12, 13 e 14. Os percentuais para cada país apresentados nas tabelas são relativos ao total de firmas que citou pelo menos um dos itens da questão. Observa-se que, com frequência, a importância relativa de cada um dos itens é bastante diferente nos diversos países.

- **Argentina** – o principal problema que dificulta as exportações é o excesso de burocracia no país, mas a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários (que de certa forma faz parte da burocracia) também teve um número razoável de citações, bem como a existência de barreiras não-tarifárias. O principal problema com relação a tarifas refere-se ao fato de elas serem elevadas (citado por 56% das firmas), mas este resultado perde relevância visto que apenas 25,3% das firmas da amostra identificaram algum tipo de problema com tarifas no país. Já quanto às barreiras não-tarifárias, quase metade das firmas identificaram alguma, destacando-se as regras de origem muito rigorosas e os requisitos técnicos.

- **Bolívia** – as exportações para o país são prejudicadas principalmente pelo excesso de burocracia e pela falta de informações sobre procedimentos alfandegários. As tarifas de importação ainda são consideradas elevadas (60% das firmas), mas este resultado é pouco relevante visto que apenas 10% das firmas da amostra citaram algum tipo de problema com tarifas. A existência de barreiras não-tarifárias foi identificada por 24% das firmas, sendo as principais os requisitos de etiquetagem e de embalagem.
- **Chile** – os principais problemas que dificultam as exportações para o país são as tarifas e as barreiras não-tarifárias. Com relação às primeiras, 45% das firmas da amostra citaram a existência deste problema no país, sendo que o principal não é o fato de as tarifas serem elevadas, mas sim o fato de que o país concede redução de tarifas para concorrentes do Brasil. Quanto às barreiras não-tarifárias, mais da metade das firmas da amostra identificaram sua existência no Chile, com destaque para os requisitos técnicos.
- **Colômbia** – o principal obstáculo às exportações são as tarifas elevadas, mas é importante destacar que apenas 20% das empresas da amostra assinalou tal problema no país. Com relação às barreiras não-tarifárias, elas foram citadas também por pouco mais de 20% das firmas, com destaque para os requisitos de etiquetagem.
- **Equador** – os principais obstáculos são o excesso de burocracia e as tarifas elevadas. Entretanto, apenas 17,2% das firmas identificaram algum tipo de problema com tarifas, destacando-se o fato de que as tarifas de importação são elevadas. Entre as barreiras não-tarifárias (assinaladas por cerca de 31% das firmas), destacam-se as exigências de inspeção sanitária e os requisitos de etiquetagem.
- **Guiana** – a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários é o principal problema que dificulta as exportações para o país. Apenas 5% das firmas citaram algum problema com tarifas. Quanto às barreiras não-tarifárias, somente 14% das firmas da amostra identificaram alguma, com destaque para inspeção sanitária e requisitos de etiquetagem.
- **Paraguai** – os principais problemas do país são o excesso de burocracia e a falta de informação sobre procedimentos alfandegários. As tarifas não são um problema relevante, tendo sido citado algum problema relativo a elas por apenas 10% das firmas da amostra. As barreiras não-tarifárias também não se mostraram muito relevantes (citadas por apenas 22% das firmas), e a mais citada entre elas foram os requisitos de etiquetagem.
- **Peru** – a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários e as tarifas de importação elevadas são os principais entraves para exportar para o país. Os problemas com tarifas foram citados por apenas 14% das firmas. Já as barreiras não-tarifárias foram citadas com maior frequência (23,2%), destacando-se a inspeção sanitária e os requisitos de etiquetagem.
- **Suriname** – o principal entrave para exportar é a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários, citados por quase metade das firmas. Os problemas relacionados a tarifas não

foram considerados muito relevantes, tendo sido citados por apenas 6% das firmas. Já as barreiras não-tarifárias foram citadas por 14% das empresas, destacando-se a inspeção sanitária, os requisitos de etiquetagem e os requisitos técnicos.

- **Uruguai** – os principais problemas para exportar são o excesso de burocracia e as dificuldades no sistema tributário que complicam a determinação do preço no mercado de destino. As tarifas de importação não são um problema relevante (apenas 9% das firmas da amostra citaram algum problema deste tipo), assim como as barreiras não-tarifárias (apenas 20% de citações), entre as quais as mais relevantes são os requisitos de etiquetagem e de embalagem.
- **Venezuela** – o país possui grandes entraves à exportação, com destaque para o excesso de burocracia (citado por mais de 70% das firmas), a instabilidade de regras para importação no país e as tarifas de importação elevadas. Quanto a este último, contudo, apenas 23% das empresas da amostra citaram sua existência. As barreiras não-tarifárias, por sua vez, foram assinaladas por mais de 40% das firmas, sendo as mais importantes as regras de origem muito rigorosas e os requisitos de etiquetagem.

Por fim, a **Questão 16** procurou identificar as três principais áreas que o governo brasileiro deveria priorizar em seu esforço para estimular as exportações para os países da América do Sul. O maior destaque ficou com a realização de investimentos em infra-estrutura de transportes (item citado por 74,8% das firmas da amostra), coerente com a importância que havia sido atribuída aos problemas de transporte e logística na Questão 10. A seguir, com percentuais de citações próximos de 60%, ficaram “aprofundar os acordos de preferências comerciais existentes” e “negociar a redução das barreiras não-tarifárias”, o que evidencia a grande importância de investir em negociações comerciais com os países vizinhos. Outros dois itens que tiveram razoável percentual de citações referem-se a questões de promoção comercial: “promover feiras para divulgação dos produtos brasileiros na região” e “preparar um catálogo de empresas importadoras dos países da região”. Outros itens, como desburocratização, apoio a financiamentos e redução de custos portuários tiveram pouquíssimas citações.

Tabela 5.9

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?

Medidas do governo brasileiro	% de firmas
Realizar investimentos em infra-estrutura de transportes	74,8
Aprofundar os acordos de preferências comerciais existentes	61,6
Negociar a redução das barreiras não-tarifárias	56,6
Promover feiras para divulgação dos produtos brasileiros na região	32,3
Preparar um catálogo de empresas importadoras dos países da região	17,2
Outras	9,2

Fonte: Pesquisa de campo Funcex.

A seguir, resumem-se as principais conclusões extraídas dos resultados da pesquisa de campo:

- A seleção da amostra foi bastante eficaz em selecionar empresas que têm interesses comerciais na América do Sul, visto que do total de 99 firmas pesquisadas, 95 exportam para pelo menos um dos países da região. Na verdade, os países sul-americanos são o principal destino das exportações das firmas, superando a importância de outros mercados de grande porte, como Estados Unidos, Canadá e Europa.
- No caso específico do Mercosul, 2/3 das firmas vendem para lá mais de 25% de tudo o que exportam, o que significa que é um mercado de grande importância para elas. Isso já não é tão verdadeiro para os demais países da América do Sul, tal que apenas 24% das firmas exportam para eles mais de 25% do total.
- O destino mais comum das vendas das empresas para a América do Sul são Chile (84,2% das firmas vendem para lá), Argentina (81,1%) e Uruguai (81,1%). Mas os demais países também são bastante importantes, sendo que o percentual das firmas que exportam para cada um deles varia de 58% (Colômbia) até 76% (Venezuela). De forma não surpreendente, Suriname e Guiana são exceções, com percentuais relativamente baixos.
- Em geral, as firmas destinam a cada um dos países sul-americanos não mais do que 10% de tudo o que exportam. Apenas nos casos de Argentina, Chile e Venezuela há um número expressivo de firmas que exportam mais de 10% do total para cada um deles.
- O perfil dos produtos exportados pelas firmas da amostra não difere muito daquele verificado na composição das exportações brasileiras para a América do Sul, destacando-se os itens relacionados a máquinas e equipamentos, indústria automotiva, material elétrico e produtos químicos. Os únicos tipos de produtos que possuem uma grande participação na pauta brasileira para a América do Sul, mas pouca ou nenhuma representatividade entre as firmas da amostra, são os de Siderurgia e metalurgia e de Equipamentos eletrônicos.
- Com relação aos principais obstáculos que as firmas enfrentam para exportar para a América do Sul, dois problemas surgiram com grande destaque: a forte concorrência de países de fora do continente e os problemas de transporte e logística. Estes resultados confirmam duas hipóteses frequentemente relacionadas ao comércio do Brasil com os vizinhos: (i) a de que o país está em constante risco de perda de mercado, visto que as exportações para a região concentram-se em produtos com maior nível tecnológico, cuja dinâmica do mercado internacional é altamente concorrencial e nos quais o Brasil necessita investir constantemente para não perder competitividade; e (ii) que a integração física é um problema que dificulta bastante o comércio na região.
- Em um patamar secundário de importância foram citadas as dificuldades de financiamento interno (31,3% das firmas), as barreiras tarifárias e não-tarifárias existentes nos países sul-americanos (22,2%) e o custo mais alto do seguro de crédito nas vendas para os países da região (19,2%).

- Os resultados reforçam também a idéia de que as dificuldades para exportar para a América do Sul são diferentes daquelas enfrentadas pra vender para outras regiões do mundo, onde os grandes problemas relacionam-se normalmente a três itens: disponibilidade de informações sobre os mercados externos, problemas de acesso a mercados (tarifas e barreiras não-tarifárias) e dificuldade de cumprimento dos requisitos técnicos exigidos pelos países com relação aos produtos e aos processos produtivos.
- Com relação aos problemas de transporte e logística, 2/3 das empresas pesquisadas disseram enfrentar algum problema deste gênero. O mais citado foi o fato de que os custos de transporte são elevados.
- Com relação aos problemas existentes nos países de destino que dificultam as exportações para a América do Sul, o mais citado foi o excesso de burocracia. Em um grau menor, mas ainda bastante relevante, foram citados três problemas: a instabilidade de regras para importação nos países, a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários e as tarifas de importação elevadas.
- As tarifas de importação são consideradas uma barreira relevante por uma grande parte das empresas da amostra (cerca de 70%), seja por elas ainda serem consideradas elevadas, seja pelo fato de que as reduções de tarifas outorgadas para os produtos brasileiros são consideradas insuficientes, seja ainda porque os países concedem preferências tarifárias para terceiros países que concorrem com o Brasil.
- Estas informações apontam para o fato de que, embora o Brasil já tenha acordos comerciais abrangentes com quase todos os países sul-americanos, ainda há necessidade de aprofundar os acordos comerciais existentes, talvez negociando maior desgravação para produtos que não têm 100% de margem de preferência, ou mesmo encurtando os prazos de desgravação previstos nos acordos, para que se alcance mais rapidamente uma margem de preferência elevada.
- Entretanto, o real peso do problema das tarifas de importância deve ser relativizado. Quando se considera o número de empresas da amostra que citaram algum problema relacionado a tarifas de importação em cada país, este item teve, em geral, uma baixa relevância. Ele foi considerado importante apenas no Chile, citado por 45,5% das firmas, onde o maior problema é a existência de tarifas reduzidas para terceiros países. Também nos casos de Argentina (a despeito do livre-comércio no Mercosul), Colômbia e Venezuela a questão das tarifas tem alguma significância, citada por pouco mais de 25% das firmas em cada caso.
- Mais de 80% das firmas da amostra assinalaram a existência de alguma barreira não-tarifária em algum dos países da região. A barreira mais comumente citada foi “regras de origem muito rigorosas”, identificada por 58,5% das firmas. Em um patamar inferior, mas também com razoável relevância, foram citadas “inspeção sanitária” (43,9% das firmas), “requisitos técnicos” (36,6%) e “requisitos de etiquetagem” (34,1%).
- Da mesma forma que no caso das tarifas, as barreiras não-tarifárias surgem como um problema menos importante quando se considera o número de empresas da amostra que citaram tal tipo de

problema em cada país. Ele foi considerado relativamente mais importante na Argentina (48,5% de citações), no Chile (51,5%) e na Venezuela (41,4%).

- Como medidas sugeridas ao governo brasileiro no sentido de estimular as exportações para a América do Sul, as empresas colocaram em primeiro lugar os investimentos em infra-estrutura de transportes, em segundo lugar as negociações comerciais (para aprofundar os acordos existentes e para reduzir as barreiras não-tarifárias) e em terceiro lugar questões relacionadas à promoção de exportações, seja via feiras para divulgar os produtos brasileiros nos países sul-americanos, seja por meio da elaboração de um catálogo de empresas importadoras da região.

6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O desempenho das exportações brasileiras para os países sul-americanos vem sendo extremamente favorável nos últimos anos, com um ritmo de crescimento superior ao verificado nas exportações totais. Como resultado, esses países vêm retomando seu espaço na pauta de exportações brasileiras, após o forte retrocesso verificado nos anos de 1998 a 2002. Atualmente, os sul-americanos respondem por 19,4% da pauta, e as vendas continuam crescendo mais rapidamente do que as destinadas a outros países e regiões, indicando que, em breve, elas deverão superar a participação recorde de 24,1% registrada em 1997.

6.1. Perfil do comércio

A Argentina continua sendo, de longe, o principal parceiro do Brasil na região, respondendo por mais de 40% do total no período recente (embora o país já tenha representado mais de 50% em 1997-1998). A seguir destacam-se Chile, Venezuela e Colômbia. Esta estrutura reproduz o tamanho relativo das economias da região.

As vendas brasileiras para a região são dominadas pelos produtos manufaturados, que representam mais de ¾ das vendas – participação bem superior à que estes produtos têm na pauta total brasileira. Neste grupo, **o maior destaque são os bens intensivos em economias de escala, que responderam por quase 40% das exportações totais** em 2005-2006. Mas há participação expressiva também de bens intensivos em P&D e de bens de capital (ambas em torno de 15%). As *commodities* básicas e semimanufaturadas têm peso reduzido, ao contrário do que ocorre na pauta total do país.

Em termos setoriais, **71% da pauta brasileira para a região refere-se a seis setores: Indústria automotiva (26,1%), Químicos e petroquímicos (14%), Siderurgia e metalurgia (10,2%), Equipamentos eletrônicos (9,4%, dominado pelos telefones celulares), Máquinas e equipamentos (7,3%) e Material elétrico (4,3%)**. Têm razoável importância também os óleos brutos de petróleo (4,5%) e os setores Têxtil (3%) e de Celulose, papel e gráfica (2,9%).

O perfil das exportações não se altera muito quando se analisam as vendas para cada um dos países da região, mas há singularidades importantes. Nesse sentido, deve-se destacar a grande importância das vendas de têxteis para a Bolívia; de petróleo para o Chile; de aviões e de produtos de farmacêutica e perfumaria para a Colômbia; de aviões e de produtos de papel e cartão para o Equador; de calçados e de

cimentos hidráulicos para a Guiana; de têxteis para o Paraguai; de petróleo para o Peru; de carne de frango, de calçados e de produtos da extrativa mineral para o Suriname; de têxteis, de produtos de madeira e de móveis para o Uruguai; e de carnes para a Venezuela.

A América do Sul é um destino muito importante das exportações de manufaturados do país, conforme acima destacado. De fato, embora a região responda por menos de 20% das vendas totais do país, sua participação nas vendas de manufaturados alcança 31,5%. A importância é especialmente elevada no caso dos bens intensivos em P&D, haja vista que os países da região adquirem 36,6% de tudo o que o Brasil exporta, com destaque para o setor de Equipamentos eletrônicos, que direciona nada menos que 59,5% de suas vendas externas para a região (64,5% no caso específico dos telefones celulares). A participação dos países sul-americanos nas exportações de bens intensivos em P&D só não é maior porque a região adquire poucos aviões, que é o item de maior peso neste grupo.

Nos bens intensivos em economias de escala, a região é destino de 34% das vendas totais do país. O maior destaque neste grupo são os produtos da Indústria automotiva, na qual os sul-americanos respondem por nada menos que 40% das vendas do setor, sendo que a maior parte refere-se a veículos prontos, especialmente automóveis de passageiros, veículos de carga e tratores. Entre os bens intensivos em escala cabe destacar ainda o setor de Químicos e petroquímicos: os países sul-americanos compram 28,4% de tudo o que o setor exporta.

Quanto aos bens de capital, a região responde por 28,5% das vendas externas do Brasil, com o percentual chegando a 31,7% em Máquinas e Equipamentos e a 31,5% em Material elétrico (ainda que apenas uma parte destes produtos possa ser classificada como bens de capital). Nos bens intensivos em trabalho, a participação dos países da região nas exportações totais é bem menor, de 21,8%, mas ainda assim superior à média. Isto se deve basicamente ao setor têxtil, que direciona 38% de suas vendas externas para a América do Sul.

Entre os setores mais importantes nas vendas brasileiras para a região, o único onde a participação dos sul-americanos não é muito elevada é o de Siderurgia e Metalurgia, haja vista que a região foi destino de apenas 16,3% das vendas totais, contribuindo para reduzir a participação do grupo de bens intensivos em economias de escala na América do Sul.

Quando se analisa a distribuição das exportações para a América do Sul segundo estados de origem, observa-se que estas são um pouco mais concentradas do que as exportações para o mundo. Há um predomínio absoluto dos estados das regiões Sudeste e Sul, sendo que somente São Paulo foi responsável por 45,9% de tudo o que o país exportou para a região. Juntamente com os outros estados do Sudeste, este percentual sobe para 63,8%. Já a região Sul foi origem de 22% das vendas para a América do Sul. Se a esses sete estados forem somadas as exportações da Bahia (4,9% do total para a região) e Amazonas (3,4%), tem-se que **apenas nove estados são responsáveis por 94% de tudo o que o país exporta para a América do Sul.**

Esta concentração é previsível, visto que as vendas para a região dizem respeito a bens cuja produção localiza-se, em larga medida, nesses estados. Nos demais, há maior participação de commodities de origem agrícola e mineral, produtos que têm pouca importância nas vendas para a América do Sul.

6.2. Identificação de interesses comerciais

Entendido o perfil das exportações brasileiras para a América do Sul, partiu-se para a identificação de produtos nos quais o país teria especial interesse em termos de vendas para a região. A princípio, o conceito de “interesses comerciais” parece estar relacionado a produtos cujas vendas para a região envolvem montantes mais expressivos e/ou cujo *market-share* do Brasil é elevado. Entretanto, este conceito pode ter outros entendimentos: (i) produtos nos quais o país teria um potencial de exportação para a região ainda não devidamente explorado; (ii) produtos nos quais o Brasil tenha perdido espaço (*market-share*) nos últimos anos, mas tenha chances de recuperá-lo; e (iii) produtos cujas exportações para a região, embora ainda pouco expressivas, venham crescendo de forma acelerada. Sendo assim, buscou-se estabelecer critérios que permitissem identificar produtos que estivessem relacionados a esses diferentes tipos de interesses em cada um dos países da região.

Os produtos que já atingiram um grau de maturidade na exploração dos mercados sul-americanos, cujas exportações são relativamente elevadas e nos quais o Brasil possui um *market-share* significativo nas importações dos países vizinhos, foram classificados como **interesses consolidados**. Trata-se, na verdade, de casos de sucesso do país nas exportações para a região, cuja evolução poderia ser tomada como exemplo e eventualmente replicada para outros produtos.

Em todos os 11 países, os produtos classificados como interesses consolidados têm também uma participação elevada na pauta de exportações brasileiras, como seria de se esperar. Os percentuais variam de um mínimo de 43% no Suriname a um máximo de 83% na Argentina. O Brasil também detém, de forma geral, um *market-share* relativamente elevado nas importações destes produtos em todos os países, variando de um mínimo de 27,1% no Peru e no Suriname a um máximo de 68,3% no Paraguai.

Foi possível identificar com clareza três grupos de países com características distintas em termos dos interesses consolidados, tomando como base dois indicadores: a participação que os produtos têm na pauta total de exportações brasileiras para cada país e o *market-share* do Brasil nas importações destes produtos em cada país. Os países cujas exportações brasileiras possuem maior nível de consolidação são Argentina, Paraguai, Bolívia e Uruguai, sendo que o Brasil é o maior fornecedor do país na maior parte dos produtos identificados como interesses comerciais. Em um segundo plano estão três países com nível intermediário de consolidação: Venezuela, Equador e Chile, nos quais o Brasil é o maior fornecedor em cerca de 40% dos produtos. E o terceiro grupo inclui países onde as exportações brasileiras possuem um nível mais baixo de consolidação: Peru, Colômbia, Suriname e Guiana.

Esta distribuição reflete, em grande parte, a existência de acordos comerciais do Brasil com seus parceiros sul-americanos. 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. O Chile, mesmo sendo

membro associado e concedendo 100% de margem de preferência ao Brasil na grande maioria dos produtos, está em um nível intermediário de consolidação. Isso se deve, provavelmente, ao fato do Chile possuir acordos de livre-comércio com grande número de países de fora da região, além de praticar uma tarifa uniforme e razoavelmente baixa (6%), o que o torna um mercado competitivo e de fácil acesso mesmo para fornecedores que não se beneficiam de qualquer preferência. De fato, os resultados da pesquisa de campo (Capítulo 5) mostraram que a existência de tarifas reduzidas para terceiros países é um problema de grande relevância nas exportações para esse país, mais do que para qualquer outro da região.

A consolidação de interesses brasileiros alcança também um grau intermediário nos mercados da Venezuela e do Equador, países com os quais o Brasil possui acordos de preferências comerciais bastante abrangentes e que não possuem grandes acordos com terceiros países. Peru e Colômbia também têm acordos comerciais abrangentes com o Brasil, mas o nível de consolidação de comércio do Brasil é mais baixo, por motivos não claramente identificados. Por fim, também no nível mais baixo, estão Guiana e Suriname, países com os quais o Brasil não possui acordos comerciais abrangentes.

O segundo tipo de interesses comerciais considerados refere-se aos **interesses ameaçados**, que incluem produtos cujas exportações brasileiras possuíam uma posição relativamente sólida nos mercados sul-americanos em um passado recente (em geral, considera-se o biênio 1997-98), com montantes relativamente elevados de exportação e *market-shares* significativos. Entretanto, essa posição se deteriorou bastante nos últimos anos (até o biênio 2004-2005), 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.

As exportações brasileiras para a América do Sul dos produtos classificados como interesses ameaçados sofreu queda de 56% entre 1997-1998 e 2004-2005 (o que significou uma redução de exportações de US\$ 2,17 bilhões) e seu *market-share* reduziu-se de 38,5% para 25,3%. As vendas para todos os países sofreram queda entre os dois biênios considerados, mas as importações totais também se reduziram em quase todos os países, com exceção de Colômbia e Equador. De qualquer forma, o país perdeu *market-share* em todos os países, com exceção da Argentina. Na verdade, as perdas de exportações brasileiras nesses produtos são explicadas por dois fatores: (i) queda das importações do país, implicando, provavelmente, substituição do produto brasileiro por oferta local; e (ii) perda de *market-share* brasileiro em favor de terceiros países.

Os dados analisados permitem inferir que o primeiro efeito foi predominante nos casos de Argentina, Uruguai e Bolívia, onde se registrou forte queda das importações na maioria dos produtos e perdas menos relevantes de *market-share*. Já nos demais oito países predominou o efeito de perda de mercado para terceiros países. Dentre estes, é interessante fazer uma diferenciação em termos de magnitude. As perdas de *market-share* foram muito significativas em termos de redução de valor exportado nos casos de Paraguai (onde a perda de espaço é explicada em larga medida pela redução a zero das exportações de cigarros), Venezuela, Chile e Colômbia. Nos quatro países restantes – Equador, Peru, Guiana e Suriname –, as perdas foram pouco significativas em termos absolutos.

A agregação de produtos em setores permitiu identificar, em cada país de destino, os concorrentes que mais tomaram espaço do Brasil no respectivo mercado importador. Nesse sentido, detectou-se uma certa regularidade na disputa setorial pelos mercados sul-americanos. No caso de Máquinas e equipamentos, os principais concorrentes do Brasil são os Estados Unidos e, em menor medida, a China e alguns países europeus. Na Indústria automotiva há grande penetração do Japão e de alguns países europeus, como Alemanha, Espanha e Itália. No setor de Siderurgia e metalurgia, os países que ganharam espaço foram bastante variados dependendo do tipo de produto, mas há certa predominância dos países europeus e, em diversos casos, também dos sul-americanos (Argentina, Venezuela, Chile). No caso de Químicos e petroquímicos destacam-se China, Índia, Argentina e, em menor medida, os Estados Unidos e os europeus. E em Equipamentos eletrônicos, os grandes concorrentes são Estados Unidos e México.

Um último ponto importante a destacar é que, a despeito da redução das exportações, o Brasil continua sendo um dos três principais fornecedores dos países sul-americanos em grande parte dos produtos classificados como interesses ameaçados, o que indica que o país ainda preserva alguma margem de competitividade, restando reforçá-la para que se possa recuperar, ao menos em parte, o espaço perdido.

O terceiro tipo de interesses comerciais diz respeito a produtos nos quais o Brasil possui uma sólida experiência exportadora para o mundo, com elevados montantes exportados, mas cujas vendas para os vizinhos sul-americanos são pouco significativas, embora estes países sejam grandes importadores destes bens. Estes foram classificados como **interesses potenciais**, representando oportunidades de exportação ainda não devidamente exploradas pelos produtores brasileiros.

Pôde-se fazer, mais uma vez, uma clara distinção entre os mercados sul-americanos. Os andinos (exceto a Bolívia) apresentam o maior número de produtos classificados como interesses potenciais. O fato mais relevante, contudo, é que suas importações destes produtos são muito expressivas, indicando um elevado potencial de ganho para o Brasil em termos de valores exportados. O país de maior destaque é a Colômbia, onde estas importações foram de mais de US\$ 4 bilhões na média do biênio 2004-2005, mas o Brasil forneceu apenas 3,7% desse montante. **Os principais obstáculos à efetiva concretização das oportunidades classificadas como interesses potenciais parecem ser de duas ordens: (i) a forte concorrência de terceiros países, especialmente nos mercados de Chile, Colômbia e Peru; e (ii) a vigência de acordos comerciais pouco profundos entre o Brasil e alguns desses países, limitando não apenas a margem de preferência, mas também a identificação e remoção de barreiras não-tarifárias de diverso tipos.**

Um segundo grupo de países onde há também um número significativo de produtos classificados como interesses potenciais inclui o Suriname e a Guiana, mas nestes casos os montantes importados são relativamente baixos, sendo reduzidas, também, as possibilidades de ganhos efetivos de valor exportado. Já nos países do Mercosul e na Bolívia os interesses potenciais são pouco significativos.

Por fim, foram identificados produtos que tinham peso insignificante nas exportações brasileiras para os países sul-americanos há alguns anos atrás (adotou-se como referência o biênio 1997-1998), mas cujas vendas cresceram de forma bastante rápida desde então, alcançando valores significativos em 2005-2006. Estes produtos foram classificados como **interesses emergentes**.

Os países que apresentam maior número de produtos classificados como interesses emergentes e também maiores montantes de importação desses produtos (acima de US\$ 1 bilhão) são Venezuela, Colômbia e Chile. Para estes, as exportações brasileiras desses produtos cresceram a taxas anuais médias acima de 100% a.a. Argentina, Equador e Peru estão em um segundo degrau de importância, com número relativamente elevado de itens identificados, forte crescimento das exportações do Brasil e montantes expressivos de importações totais dos produtos (US\$ 400 milhões a US\$ 500 milhões em 2004-2005).

Nos demais cinco países foram identificados poucos produtos nessa classificação, e suas taxas de crescimento foram bem menos expressivas. Em termos do montante importado, cabe dar algum destaque apenas ao Paraguai e à Bolívia.

6.3. Tarifas e preferências

Feita a identificação dos interesses comerciais do Brasil na América do Sul, partiu-se para o **levantamento das tarifas aplicadas pelos países nas importações dos produtos identificados como interesses comerciais do Brasil**. Dado que o Brasil possui acordos comerciais com quase todos os países da região, foram levantadas também as preferências existentes atualmente e as que serão concedidas no futuro de acordo com os cronogramas de desgravação previstos nos acordos. **Foi possível identificar diferentes prioridades para as negociações comerciais com cada um dos países da região.**

No caso dos países do Mercosul, a única grande exceção ao livre-comércio dentro do bloco, em termos de aplicação de tarifas, é a Indústria automotiva. Em junho de 2008, encerra-se o prazo do atual regime, e os últimos Protocolo firmados entre Brasil e Argentina e Brasil e Uruguai não estabeleceram nenhuma data futura a partir da qual vigoraria o livre-comércio no setor. Apesar da boa recuperação da indústria automotiva na Argentina nos últimos anos, o que tende a reduzir o espaço para atritos essa área, não há motivo para acreditar que, ao aproximar-se o mês de junho de 2008, não haverá pressões para o estabelecimento de um novo Protocolo Adicional mantendo limitações ao comércio intrabloco no setor. A grande importância da Indústria automotiva entre os interesses comerciais brasileiros no Mercosul, não somente entre os consolidados, mas também entre os ameaçados, potenciais e emergentes, deixa claro que o Brasil deve pressionar pelo estabelecimento de uma Política Automotiva definitiva para o Mercosul, a qual contemple a eliminação de toda e qualquer restrição ao comércio intrabloco no setor.

No caso da Bolívia, a grande maioria dos produtos identificados como interesses comerciais do Brasil já se beneficiam de tarifa zero nas vendas para o país, e ainda haverá uma nova rodada de desgravações em 2011. Restaria, assim, um grupo bastante restrito de produtos (12 entre os interesses ameaçados, 11 entre os potenciais e nove entre os emergentes) nos quais a indústria brasileira teria um real interesse em negociar melhores preferências tarifárias no âmbito do ACE-36, levando-se em conta que os interesses consolidados não necessitam de melhorias tarifárias.

Quadro similar é verificado no caso do Chile, havendo pouquíssimos itens que não têm margem de preferência de 100% e que também não alcançarão tal margem no final do período de desgravação

(2011). Tendo em vista ainda o fato de que as tarifas de importação aplicadas pelo Chile são reduzidas (com alíquota linear de 6%), o Brasil teria muito pouco a ganhar com a renegociação do ACE 35. Seria interessante, apenas, renegociar as condições de acesso de diversos produtos relacionados à indústria automotiva, os quais já gozam de 100% de preferência, mas apenas dentro de uma quota. Além das quotas, a margem atual é de apenas 33% e tais quotas estão previstas para serem eliminadas apenas em 2011. Novas negociações deveriam buscar a antecipação desse prazo.

No caso da Colômbia, os termos do ACE- 59 não são tão favoráveis ao Brasil. Pouco mais de 20% dos produtos classificados como interesses comerciais do Brasil no país já gozam de margem de preferência de 100%, e o cronograma de desgravações futuras é excessivamente longo, chegando até 2018 em alguns produtos. Ainda assim, restará um grande número de produtos de interesse comercial do Brasil cujas margens de preferência não chegarão a 100%, os quais referem-se basicamente a três setores: Indústria Automotiva, Têxtil e de Siderurgia e metalurgia. Além disso, as tarifas aplicadas pelo país são relativamente elevadas, em média de 12%, mas podendo alcançar até 35%.

Sendo assim, o Brasil teria muito a ganhar com a renegociação dos termos do ACE 59 com a Colômbia, com esforços em duas frentes: reduzir os prazos-limite para desgravação de diversos produtos (ao menos aqueles cujos prazos estabelecidos estejam além de 2011) e melhorar as condições finais de acesso para os produtos automotivos, têxteis e de Siderurgia e metalurgia, obtendo, se possível, um prazo razoável para que se alcance margens de 100%. Estas mesmas recomendações são válidas no caso da Venezuela, que também participa do ACE-59 e cujas condições de acesso dos produtos identificados como interesses comerciais brasileiros não são muito favoráveis. Destaca-se a importância de melhorar as condições finais de acesso para os produtos da Indústria Automotiva.

Quanto a Peru e Equador, as condições de acesso no âmbito dos ACE's 58 e 59 são mais favoráveis ao Brasil do que as existentes nos acordos com Colômbia e Venezuela. A exemplo destes dois, contudo, os cronogramas de desgravação são excessivamente longos. Sendo assim, o principal item de negociação do Brasil com esses países seria a redução dos prazos-limite para desgravação dos produtos que constam das listas de interesses comerciais brasileiros.

Na Guiana, a prioridade brasileira deveria ser a extensão do atual acordo (Acordo de Alcance Parcial, que vigora desde 2004), 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 muito abrangente.

Já no caso do Suriname, o Brasil não tem nenhum acordo que lhe dê preferências comerciais no país. Em termos das tarifas *ad valorem* aplicadas pelo país aos produtos de interesse comercial do Brasil, elas são bastante baixas na sua maioria, embora haja alguns itens gravados com alíquotas de até 40%. Na verdade, o grande problema de acesso ao mercado do Suriname são as tarifas específicas, que são aplicadas a 80% dos produtos selecionados como interesses comerciais do Brasil. Parece útil que o Brasil procure negociar um Acordo de Alcance Parcial (a exemplo do que

existe com a Guiana) que contemple não somente a concessão de margens de preferência sobre as tarifas *ad valorem* (especialmente nos poucos produtos que têm tarifas mais elevadas), mas também, e principalmente, a eliminação das tarifas específicas.

6.4. Interesses comerciais dos estados da federação

A terceira etapa do trabalho consistiu na **identificação dos interesses comerciais do setor industrial em cada uma das unidades da federação**. Dada a impossibilidade de reproduzir para cada UF a mesma metodologia adotada para o total das exportações brasileiras, optou-se por agregar as listas de produtos classificados como interesses consolidados, ameaçados, potenciais e emergentes para cada país sul-americano e identificar a interseção dessa relação com a pauta exportadora de cada UF para esse mesmo mercado, no biênio 2005-2006.

Como seria de se esperar, há um maior número de produtos (e valores mais elevados de exportação) nos estados das regiões Sudeste e Sul e nos estados da Bahia e do Amazonas, os mesmos nove que têm maior participação nas vendas totais brasileiras para a região. Os setores com maior número de produtos classificados como de interesse são também aqueles nacionalmente mais relevantes: Indústria automotiva, Equipamentos eletrônicos, Químicos e petroquímicos, Máquinas e equipamentos, Siderurgia e metalurgia e Material elétrico. Os países de destino mais importantes também são os mesmos: Argentina, Chile, Venezuela e Colômbia.

No caso de São Paulo, observa-se que a distribuição dos interesses comerciais segundo países e setores reproduz, grosso modo, o perfil dos interesses comerciais do país. Nos estados da região Sul, os interesses concentram-se nos países do Mercosul e no Chile (em grande parte devido à proximidade geográfica), mas o perfil setorial não é muito diferente daquele referente ao país como um todo, embora surjam com grande importância setores como os de Calçados, Têxteis e Celulose, papel e gráfica. Em Minas Gerais, há destaque absoluto para a Indústria automotiva e para a Siderurgia e metalurgia, e a Colômbia é um mercado de especial interesse.

No Rio de Janeiro, há especial destaque para os produtos de Farmacêutica e perfumaria, e no Espírito Santo há grande importância da indústria de alimentos (chocolate e produtos de confeitaria) e bebidas (café). No caso do Amazonas, os interesses são fortemente concentrados no setor de Equipamentos eletrônicos (especialmente celulares e televisores), devendo-se destacar também as motocicletas. Já na Bahia os interesses referem-se basicamente à Indústria automotiva e ao setor de Químicos e petroquímicos.

Deve-se considerar com muita atenção, contudo, os estados onde há menor número de produtos classificados como interesses comerciais na América do Sul – e onde, naturalmente, os interesses são bem mais concentrados em termos de produtos e países. Observa-se, primeiramente, que os setores de maior relevância são, com frequência, diferentes dos seis acima destacados, incluindo-se, por exemplo, Têxteis, Calçados, Minerais não-metálicos, Produtos alimentícios, Madeira e mobiliário e Abate de animais. Um segundo ponto é que os principais países de destino também não são sempre aqueles acima mencionados, embora, de forma geral, a Argentina, a Venezuela e o Chile continuem tendo papel destacado. Estas informações são importantes no sentido de que **a promoção dos**

interesses comerciais dos estados menores pode envolver prioridades bem diferentes daquelas estabelecidas para o país como um todo.

6.5. Pesquisa de campo

Finalmente, a quarta etapa do trabalho envolveu a realização de uma **pesquisa de campo com 99 empresas industriais exportadoras**. O principal objetivo foi identificar as principais dificuldades e obstáculos que as firmas brasileiras enfrentam nas exportações para a América do Sul. É importante destacar que quase todas as empresas da amostra (95) já exportam para pelo menos um país da região.

Quando questionadas sobre os obstáculos gerais que dificultam as exportações, dois problemas surgiram com grande destaque: a forte concorrência de países de fora do continente e os problemas de transporte e logística. Estes resultados confirmam duas hipóteses freqüentemente relacionadas ao comércio do Brasil com os vizinhos: (i) o Brasil corre risco constante de perda de mercado nesses países, visto que as exportações para a região não são de produtos onde o país detém vantagens comparativas naturais, mas se concentram em produtos com maior nível tecnológico, nos quais a dinâmica do mercado internacional é altamente concorrencial e o país necessita investir constantemente para não perder competitividade; e (ii) a integração física é, sem dúvida, um problema que dificulta bastante o comércio na região. Com efeito, 2/3 das empresas pesquisadas disseram enfrentar algum problema relacionado a transporte e logística na região, sendo o item mais citado o fato de que os custos de transporte são elevados.

Em um patamar secundário de importância, foram citadas ainda as barreiras tarifárias e não-tarifárias existentes nos países sul-americanos, as dificuldades de financiamento interno e o custo mais alto do seguro de crédito nas vendas para os países da região.

Os resultados reforçam também a idéia de que as dificuldades para exportar para a América do Sul são diferentes daquelas enfrentadas para vender para outras regiões do mundo, onde os grandes problemas relacionam-se normalmente a três itens: disponibilidade de informações sobre os mercados externos, problemas de acesso a mercados (tarifas e barreiras não-tarifárias) e dificuldade de cumprimento dos requisitos técnicos exigidos pelos países com relação aos produtos e aos processos produtivos.

Questionadas sobre os problemas existentes nos países de destino que dificultam as exportações para a América do Sul, o item citado pelas empresas com mais freqüência foi o excesso de burocracia. Em um grau menor, mas ainda bastante relevante, foram citados três problemas: a instabilidade de regras para importação nos países, a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários e as tarifas de importação elevadas.

Com relação a este último item, observou-se que as tarifas são ainda consideradas uma barreira relevante por grande parte das empresas da amostra (cerca de 70%), seja por elas ainda serem consideradas elevadas, seja pelo fato de que as reduções de tarifas outorgadas para os produtos brasileiros são consideradas insuficientes, ou ainda porque os países concedem preferências tarifárias para terceiros países que concorrem com o Brasil. Estas informações apontam para o fato de que, embora o Brasil já tenha acordos comerciais abrangentes com quase todos os países sul-americanos, ainda há necessidade

de aprofundar esses acordos, talvez negociando maior desgravação para produtos que não têm 100% de margem de preferência, ou mesmo encurtando os prazos de desgravação previstos nos acordos, para que se alcance mais rapidamente uma margem de preferência elevada.

Entretanto, o real peso do problema das tarifas deve ser colocado na perspectiva devida. Quando se considera o número de empresas da amostra que citaram algum problema relacionado a tarifas de importação, este item teve, em geral, uma baixa relevância. Ele foi considerado importante apenas no Chile, citado por 45,5% das firmas, onde o maior problema é a existência de tarifas reduzidas para terceiros países – resultado do grande número de acordos comerciais que o país possui com países de fora da região. Também nos casos de Argentina (a despeito do livre-comércio no Mercosul), Colômbia e Venezuela a questão das tarifas tem alguma significância, citada por pouco mais de 25% das firmas em cada caso.

A existência de barreiras não-tarifárias foi um item ainda mais relevante, visto que mais de 80% das firmas da amostra assinalaram a existência de tais barreiras em algum dos países da região. O item mais comumente citado foi “regras de origem muito rigorosas”, assinalado por mais da metade das firmas. Em um patamar inferior, mas também com razoável relevância, foram citadas “inspeção sanitária”, “requisitos técnicos” e “requisitos de etiquetagem”.

Da mesma forma que no caso das tarifas, contudo, as barreiras não-tarifárias surgem como um problema menos importante quando se considera o número de empresas da amostra que citaram tal tipo de problema em cada país. Ele foi considerado relativamente mais importante na Argentina (48,5% de citações), no Chile (51,5%) e na Venezuela (41,4%).

Como medidas sugeridas ao governo brasileiro no sentido de estimular as exportações para a América do Sul, as empresas colocaram em primeiro lugar os investimentos em infra-estrutura de transportes, em segundo lugar as negociações comerciais (aprofundamento dos acordos existentes e redução das barreiras não-tarifárias) e em terceiro lugar questões relacionadas à promoção de exportações, seja através da realização de feiras para divulgar os produtos brasileiros nos países sul-americanos, seja por meio da elaboração de um catálogo de empresas importadoras da região.

6.6. Recomendações

Em síntese, os resultados deste trabalho apontam claramente para a importância de algumas iniciativas que parecem ter grande potencial para alavancar as exportações brasileiras para a América do Sul. São elas:

1 – Aprofundar as negociações comerciais, visando não apenas a melhoria das condições dos acordos já existentes (ou a celebração de novo acordo, no caso do Suriname), mas também a identificação e eliminação de barreiras não-tarifárias.

Este segundo item é de especial interesse, visto que há constantes reclamações por parte dos países sul-americanos quanto às barreiras existentes em suas vendas ao Brasil. Neste sentido, as negociações comerciais alcançariam o duplo objetivo de promover as exportações brasileiras e de satisfazer antigas

demandas dos vizinhos, o que geraria não somente um maior grau de integração comercial regional, mas também cumpriria com os objetivos da política externa brasileira para a região.

A estratégia de negociação deve, porém, incorporar duas dimensões fundamentais, como forma de aumentar a sua eficiência em termos de aumento das exportações. A primeira refere-se à **priorização de setores e produtos**. 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 destes tipos de interesse, as negociações deveriam priorizar os produtos e setores que têm maiores interesses ameaçados, potenciais e emergentes, pois é nestes que se encontram as maiores perspectivas de ganhos de comércio, e nos quais há, provavelmente, maiores dificuldades de acesso das firmas brasileiras aos mercados sul-americanos.

Concentrar a atenção nos bens consolidados seria pouco proveitoso. Nesse tipo de produtos, o importante é monitorar a evolução das exportações para a região, com o intuito de identificar rapidamente a eventual ocorrência de perdas significativas nas vendas, o que os tornaria interesses ameaçados.

A segunda dimensão refere-se ao **enfoque predominante nas negociações com cada um dos países**, tendo em vista que a composição dos interesses comerciais é distinta entre eles. Há uma questão comum às negociações com todos os países, referente à **eliminação de barreiras não-tarifárias e adoção de diversas medidas de facilitação de comércio**. Nestes casos, é necessário, antes de tudo, um esforço de coordenação e cooperação entre os países, de forma a identificar, de forma mais clara, quais são as barreiras existentes e quais medidas seriam mais efetivas em termos de facilitar os fluxos de comércio com cada país.

Com relação à negociação de preferências comerciais, porém, o enfoque deve ser distinto dependendo do país, tendo em vista 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. Neste sentido, **as negociações com Argentina, Paraguai, Uruguai, Bolívia e Chile 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%, ou alcançarão tal margem nos próximos anos (casos de Bolívia e Chile). 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. No caso do Chile, deve-se levar em conta também a necessidade de encontrar meios de contrabalançar as vantagens obtidas por terceiros países com os quais o país também tem acordos comerciais bastante amplos.

Nos casos de Colômbia e Venezuela, as negociações devem envolver a melhoria das preferências previstas nos acordos comerciais já existentes e a redução dos prazos previstos para a desgravação de diversos produtos, que alcançam 2018, em alguns casos. As negociações devem envolver principalmente os produtos da Indústria automotiva, da Siderurgia e metalurgia e da indústria Têxtil.

Com Equador e Peru, a prioridade das negociações deveria ser a revisão dos prazos de desgravação previstos nos acordos comerciais já existentes, uma vez que os cronogramas são bastante longos e

prevêem, para a maioria dos produtos de interesse do Brasil, margens de preferência de 100% somente a partir de 2013 ou 2014.

No caso da Guiana, o Brasil deveria 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.

Finalmente, **no caso do Suriname deve-se avaliar os eventuais benefícios de se negociar um Acordo de Alcance Parcial** (a exemplo do que existe com a Guiana) através do qual se conceda não somente redução das tarifas *ad valorem*, mas também, e principalmente, a eliminação das tarifas específicas.

2 – Investir constantemente em inovação, aumento de produtividade e aumento da escala de produção, de forma a preservar uma posição competitiva forte nos setores prioritários, os quais não são baseados em vantagens comparativas naturais e nos quais o mercado internacional é muito dinâmico e a concorrência é baseada em diferenciação de produto, tecnologia e qualidade. Deve-se destacar também que há, entre os setores prioritários, grande número de empresas transnacionais, várias delas com atuação em diversos países sul-americanos. Nestes casos, o mais importante é garantir as condições para que estas empresas concentrem no Brasil a maior parte de suas atividades na região, contribuindo para que o país se constitua, cada vez mais, em base de exportação para todo o continente.

3 – Investir em infra-estrutura para reduzir os custos de transporte e permitir uma logística mais eficiente. Muitas vezes, o custo de transporte entre o Brasil e os mercados vizinhos é maior do que o registrado por empresas localizadas em outros continentes. Isto se deve às limitações do transporte terrestre na região (especialmente nas rotas para os países andinos), associadas ao custo relativamente elevado do transporte marítimo, em virtude da extensão das rotas, envolvendo, muitas vezes, a necessidade de contornar todo o continente. Neste sentido, a solução mais eficiente parece ser investir no transporte rodoviário e ferroviário.

4 – Apoiar as indústrias dos estados menores (Nordeste, Norte e Centro-Oeste), levando em conta que seus interesses comerciais na América do Sul podem ser razoavelmente diferentes daqueles predominantes nos estados mais desenvolvidos, tanto em termos de produtos quanto de países de destino. Além disso, é necessário apoiar os esforços de diversificação da pauta de exportações industriais destes estados, sendo que a América do Sul pode ser uma ótima porta de entrada dessas indústrias na atividade exportadora, permitindo que elas ganhem experiência e competitividade para, em um segundo momento, conseguir exportar para o resto do mundo. No caso específico dos estados do Norte e do Centro-Oeste, estas iniciativas devem estar acopladas a investimentos em infra-estrutura de estradas e rodovias que permitam a esses estados aproveitar sua proximidade geográfica em relação, principalmente, aos países andinos.

5 – Não descuidar das iniciativas de promoção comercial, embora estas iniciativas sejam certamente menos importantes nas vendas para a região do que naquelas voltadas aos demais países do mundo.



Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

www.funcex.com.br

Endereço/Adress

Av. Rio Branco, 120, Grupo 707, Centro
20.040-001 Rio de Janeiro RJ - Brasil

Telefones/Calls

(55.21) 2509-2662, 2509-4423

Fax

(55.21) 2221-1656

E-mail

funcex@funcex.com.br