

# COLÔMBIA

## PERFIL E OPORTUNIDADES COMERCIAIS

2012

# Apex-Brasil

**Mauricio Borges**  
PRESIDENTE

**Rogério Bellini**  
DIRETOR DE NEGÓCIOS

**Regina Maria Silverio**  
DIRETORA DE GESTÃO E PLANEJAMENTO

**Marcos Tadeu Caputi Lélis**  
COORDENADOR DA UNIDADE DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL E COMPETITIVA (UICC)

**Camila Torres Meyer**  
**Carla Ramos de Carvalho**  
AUTORAS DO ESTUDO (UICC)

**Jean de Jesus Fernandes**  
APOIO (UICC)

*Agradecimento especial à Embaixada do Brasil em Bogotá (Secretário Marcelo Martinez) pelas contribuições que enriqueceram o presente estudo.*

SEDE

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,

CEP 70.040-020

Brasília – DF

Tel.: 55 (61) 3426-0202

Fax: 55 (61) 3426-0263

E-mail: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)

© 2012 Apex-Brasil

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

## APRESENTAÇÃO

Este estudo traça o perfil econômico, político e comercial da Colômbia, enfatizando as relações comerciais desse país com o Brasil.

Além de analisar os principais dados do comércio entre Brasil e Colômbia, o estudo também traz os indicadores que estão envolvidos nas trocas comerciais entre esses dois países e as oportunidades de negócios para os exportadores brasileiros que desejam atuar no mercado colombiano e na região.

A seguir, são listadas as informações encontradas em cada uma das cinco partes do estudo.

<b><u>Parte 1</u></b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>Localização</b>	Pág. 8
		<b>População</b>	Pág. 8
		<b>Principais Cidades</b>	Pág. 8
<b><u>Parte 2</u></b>	<b>PANORAMA ECONÔMICO</b>	<b>Desempenho Econômico</b>	Pág. 11
<b><u>Parte 3</u></b>	<b>PANORAMA COMERCIAL</b>	<b>Política Comercial</b>	Pág. 17
		Estrutura Institucional	Pág. 17
		Acordos Comerciais	Pág. 17
		Procedimentos Aduaneiros	Pág. 23
		Tributos Domésticos	Pág. 27
		Barreiras Tarifárias	Pág. 30
		Barreiras Não Tarifárias	Pág. 31
		Subsídios	Pág. 37
		<b>Características do Mercado</b>	Pág. 42
		Ambiente de Negócios	Pág. 42
		Capacidade de Pagamento	Pág. 44
		Infraestrutura Logística	Pág. 46
		<b>Intercâmbio Comercial</b>	Pág. 51
		Evolução do Comércio Exterior da Colômbia	Pág. 51
		Destino das Exportações da Colômbia	Pág. 52
		Origem das Importações da Colômbia	Pág. 54
		Principais Produtos da Pauta de Importações da Colômbia	Pág. 55
		<b>Intercâmbio Comercial Brasil-Colômbia</b>	Pág. 51

		Corrente de Comércio	Pág. 57
		Saldo Comercial	Pág. 57
		Principais Produtos Exportados pelo Brasil para a Colômbia	Pág. 59
		Principais Produtos Importados pelo Brasil da Colômbia	Pág. 60
		<b>Indicadores de Comércio Brasil-Colômbia</b>	Pág. 62
		Índice de Complementaridade de Comércio (ICC)	Pág. 64
		Índice de Intensidade de Comércio (IIC)	Pág. 65
		Índice de Diversificação/Concentração das Exportações (HHI)	Pág. 67
		Índice de Comércio Intra-setor Industrial	Pág. 68
		Índice de Especialização Exportadora (IEE)	Pág. 70
		Índice de Preços e Índice de <i>Quantum</i>	Pág. 73
<b><u>Parte 4</u></b>	<b>OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA O BRASIL NA COLÔMBIA</b>	<b>Introdução à Metodologia de Identificação de Oportunidades para Exportação de Produtos Brasileiros</b>	Pág. 76
		<b>Alimentos, Bebidas e Agronegócios</b>	Pág. 78
		<b>Casa e Construção</b>	Pág. 94
		<b>Máquinas e Equipamentos</b>	Pág. 104
		<b>Moda</b>	Pág. 123
		<b>Multissetorial e Outros</b>	Pág. 143
<b><u>Parte 5</u></b>	<b>ANEXOS</b>	<b>Anexo 1 – Descrição da Metodologia de Identificação de Oportunidades para Exportação de Produtos Brasileiros</b>	Pág. 148
		<b>Anexo 2 - Contatos Úteis</b>	Pág. 152
		<b>Anexo 3 – Fontes de Consulta</b>	Pág. 155
		<b>Anexo 4 - SH6 classificados como <i>exportações expressivas</i></b>	Pág. 157

A Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva (UICC) da Apex-Brasil, responsável pelo desenvolvimento deste estudo, quer saber a sua opinião sobre ele. Se você tem comentários ou sugestões a fazer, por favor, envie e-mail para: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br).

## SUMÁRIO EXECUTIVO

A Colômbia possui o quinto maior território da América Latina e abriga o terceiro maior contingente populacional da região. Seu Produto Interno Bruto (PIB), medido pela paridade poder de compra (PPC), alcançou 437 bilhões em moedas internacionais em 2010, colocando a Colômbia na 28ª posição no *ranking* mundial.

O país tem buscado aumentar sua participação no comércio internacional mediante a realização de diversos acordos. Nesse sentido, cabe mencionar que a Colômbia é membro da Comunidade Andina, da qual atualmente fazem parte Peru, Bolívia e Equador, e que tem um acordo preferencial de comércio com o Mercosul (ACE 59). Esse acordo permite que o Brasil tenha reduções tarifárias em uma ampla lista de produtos.

Em maio de 2012, entrou em vigor o Tratado de Livre Comércio (TLC) da Colômbia com os Estados Unidos, o que representará um novo desafio para os exportadores brasileiros. Os dois países já possuem boa relação comercial, visto que os Estados Unidos são, ao mesmo tempo, o principal importador e o principal exportador para a Colômbia.

O Brasil também vem aumentando seu intercâmbio comercial com a Colômbia, principalmente a partir de 2004. A soma do comércio bilateral entre os dois países apresentou um crescimento médio anual de aproximadamente 20,6% de 2001 a 2011, passando de USD 796 milhões para USD 3,96 bilhões. Em 2011, as exportações brasileiras representaram 5% das importações totais colombianas, situando o Brasil na quarta posição no *ranking* dos principais fornecedores, atrás somente de Estados Unidos, China e México.

A análise das exportações brasileiras para a Colômbia, no período 2006-2011, mostra uma reorientação em direção aos produtos primários e intensivos em recursos naturais, que passaram de 13,3% do total para 27,4%, assumindo um papel importante entre os principais segmentos exportadores em 2011.

Em relação às principais oportunidades para os produtos brasileiros no mercado colombiano, este estudo apresenta os grupos de produtos em que o Brasil já se posiciona de forma mais contundente nesse mercado, com destaque para: *Cacau em pó, Chocolate e suas preparações, Colas e enzimas, Confeções, Defensivos agrícolas, Demais metais e pedras preciosas, Demais produtos de metais não ferrosos, Demais produtos químicos, Demais produtos têxteis, Fio-máquinas e barras de ferro ou aço, Higiene pessoal e cosméticos, Impressos, Minérios de alumínio, Móveis, Obras de pedras e semelhantes, Outros produtos de origem animal, Papel e suas obras, Peixes congelados, frescos ou refrigerados, Petróleo e derivados de*

*petróleo, Pólvora, Produtos químicos inorgânicos, Produtos químicos orgânicos, Relógios e suas partes, Resinas e elastômeros, Sisal em fibras, cordas e cabos, Tubos de ferro fundido, ferro ou aço e mais uma lista de 19 grupos de produtos do setor Máquinas e equipamentos, que serão detalhados ao longo deste estudo.*

Ademais, há oportunidades para as exportações brasileiras em estágio inicial ou inexistente para a Colômbia. Para essa classificação, foram encontrados 44 grupos de produtos com potencial a ser aproveitado pelo Brasil: *Água mineral e refrigerantes, Bicicletas, Brinquedos, Calçados, Cereais em grão e esmagados, Chapéus e semelhantes, Chocolate e suas preparações, Colas e enzimas, Demais preparações alimentícias, Demais preparações de carnes, peixes e crustáceos, Ferramentas e talheres, Fios de algodão, Fumo em folhas, Impressos, Lâmpadas e equipamentos de iluminação, Madeira compensada ou contraplacada, Madeira laminada, Material de escritório, Obras de marcenaria ou de carpintaria, Obras de trançaria, Óleo de soja em bruto, Óleo de soja refinado, Partes e peças para bicicleta, Plásticos e suas obras, Produtos cerâmicos, Produtos de limpeza e mais uma lista de 18 grupos de produtos relacionados ao setor Máquinas e equipamentos, que também serão detalhados ao longo deste estudo.*

**PARTE 1**

**INTRODUÇÃO**

## LOCALIZAÇÃO / POPULAÇÃO / PRINCIPAIS CIDADES

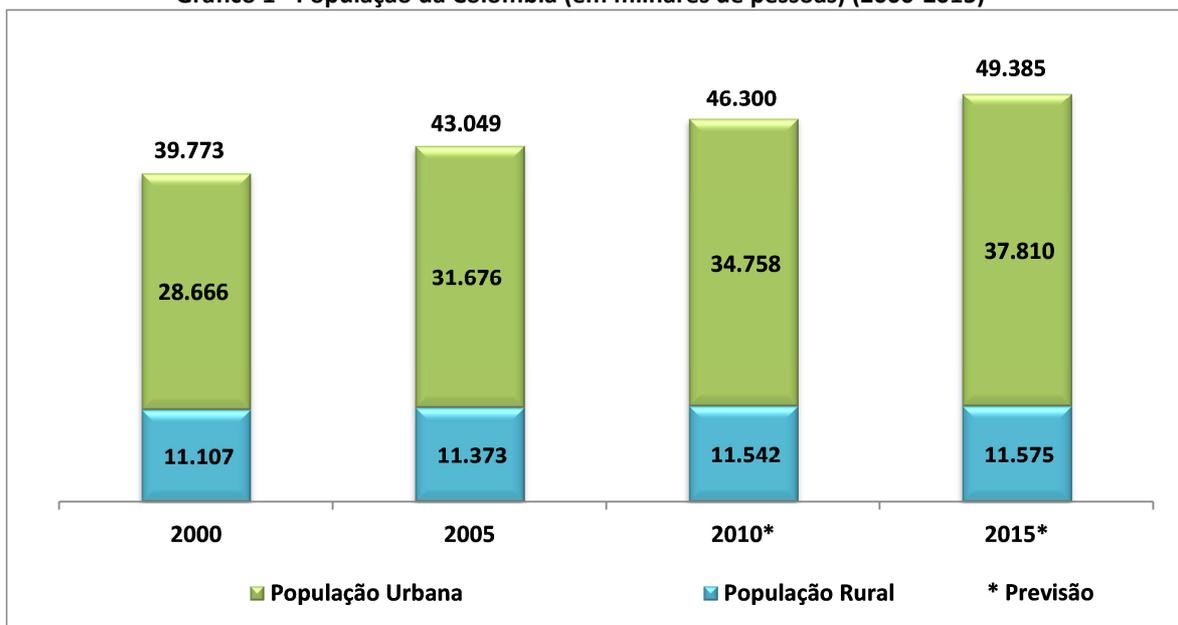
A Colômbia ocupa uma área de 1.138.910 quilômetros quadrados, posicionando-se em 26º lugar em comparação com a dos demais países. O país está situado no norte da América do Sul, na fronteira com o Mar do Caribe, entre o Panamá e a Venezuela, e também na fronteira com o Oceano Pacífico Norte, entre o Equador e o Panamá. Além desses países, a Colômbia faz fronteira com o Brasil e o Peru (Figura 1).



Fonte: CIA – The World Factbook.

A população colombiana, em 2000, era de 39,8 milhões de habitantes. Segundo estimativas da UN Population Division, tal contingente deve se ampliar nos próximos anos, alcançando 46,3 milhões e 49,4 milhões de pessoas em 2010 e 2015, respectivamente. Estima-se que 75,1% da população, ou 37,8 milhões de habitantes, tenham se situado na zona urbana em 2010 (Gráfico 1). O percentual da população urbana em relação à população total da Colômbia, nesse mesmo ano, foi semelhante ao do Peru (76,9%) e inferior ao do Chile (89%) e ao da Venezuela (93,35%). Há uma tendência de elevação da urbanização colombiana, já que, para 2015, prevê-se que a participação da população urbana atinja 76,6%.

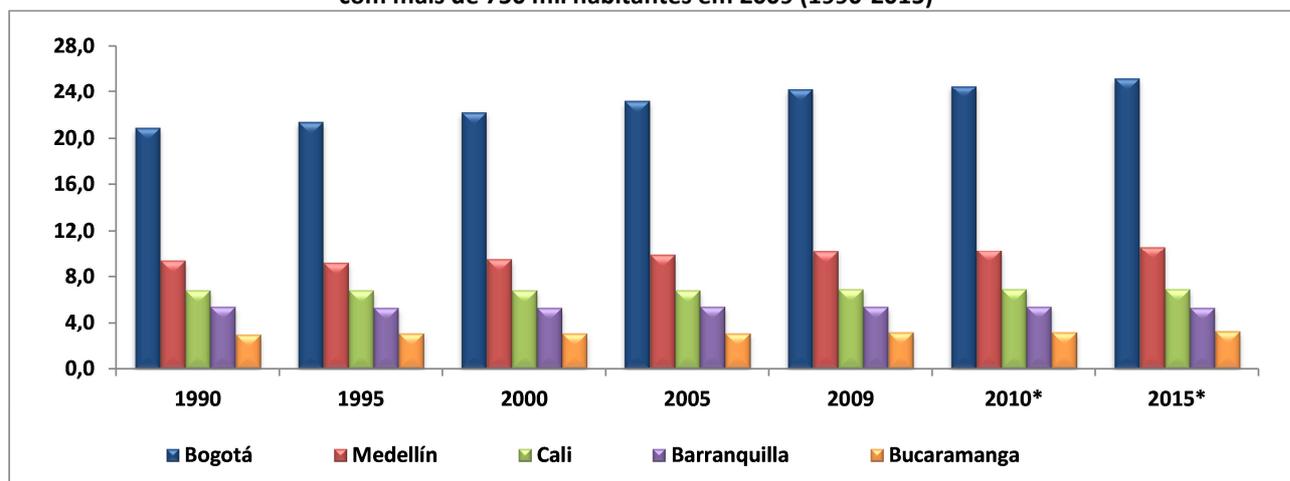
**Gráfico 1 - População da Colômbia (em milhares de pessoas) (2000-2015)**



Fonte: UN Population Division. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Em 1990, Bogotá, capital do país, reunia 20,9% da população urbana total (Gráfico 2). A segunda maior concentração, Medellín, contava com 9,4% nesse mesmo ano. Juntas, as cinco principais aglomerações reuniam 50,1% da população urbana da Colômbia (incluindo Cali, Barranquilla e Bucaramanga). Esse panorama deve se ampliar em 2015, quando essas cidades deverão atingir, em conjunto, 56,2% da população urbana colombiana residente nas cinco principais aglomerações urbanas com mais de 750 mil habitantes, segundo estimativas da UN Population Division.

**Gráfico 2 – Percentagem da população urbana colombiana residente nas cinco principais aglomerações urbanas com mais de 750 mil habitantes em 2009 (1990-2015)**



Fonte: UN Population Division. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \* Previsão.

**PARTE 2**

**PANORAMA ECONÔMICO**

## DESEMPENHO ECONÔMICO

O Produto Interno Bruto (PIB) da Colômbia, em valores correntes convertidos em dólares estadunidenses, foi de USD 289,43 bilhões em 2010. O PIB por paridade de poder de compra (PPC) do país, mais apropriado para a análise do padrão de vida das populações, alcançou 437 bilhões em moedas internacionais em 2010, colocando a Colômbia na 28ª posição do *ranking* mundial (Tabela 1). Para efeito de comparação com outros países da América do Sul, o PIB (PPC) da Venezuela, nesse mesmo ano, foi de USD 345,21 bilhões, enquanto o do Peru chegou a USD 277 bilhões e o do Chile, a USD 259 bilhões, segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI).

**Tabela 1 – Indicadores sociais e econômicos da Colômbia**

Indicadores	2010	2011e	2012p	2013p	2014p	Posição em 2010 do indicador do país no <i>ranking</i> mundial
<b>Economia</b>						
PIB PPC (I\$ bilhões) <sup>1</sup>	437	468	494	519	547	28º
PIB PPC per capita (I\$) <sup>1</sup>	9.592,91	10.155,34	10.594,99	11.007,56	11.462,61	84º
PIB PPC participação no mundo (%) <sup>1</sup>	0,59	0,59	0,60	0,60	0,60	28º
FBCF/PIB (%) <sup>2</sup>	22,38	24,20	25,20	26,10	26,90	80º
IED/PIB (%) <sup>2</sup>	2,40	4,00	3,50	3,10	3,10	63º
IED - Fluxo de entrada de invest. direto estrangeiro (US\$ milhões) <sup>3</sup>	6.899	13.234	-	-	-	34º
<b>População</b>						
População (milhões de habitantes) <sup>4</sup>	46.300	46.933	47.557	48.173	48.783	27º
População economicamente ativa (milhões de habitantes) <sup>4</sup>	21.777	22.344	22.788	23.248	23.713	26º
Taxa de Desemprego (%) <sup>4</sup>	11,80	11,50	11,00	10,50	10,00	38º
Taxa de Crescimento do Consumo Privado (%) <sup>4</sup>	7,90	7,40	7,40	7,30	7,30	46º
Índice de Gini <sup>4</sup>	58,0	58,3	58,5	58,7	58,9	3º
Índice de Desenvolvimento Humano - IDH <sup>5</sup>	0,707	0,710	-	-	-	87º

Fontes: (1) FMI. Consideram-se 184 países em seu *ranking*. (2) The Economist Intelligence Unit. 201 países. (3) UNCTAD. 233 países. (4) Euromonitor International. 209 países. (5) PNUD. 187 países. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Notas: (e) Estimativa, exceto IED; (p) Previsão em Janeiro/2012.

Ao se relativizar o tamanho da economia pelo número de habitantes pelo cálculo do PIB *per capita*<sup>1</sup> em termos de PPC, o desempenho da economia colombiana é pior, já que ocupa, no *ranking* mundial de 2010, a 84ª posição, com o valor de USD 9.592,91. O Chile, a Venezuela e o Peru, por exemplo,

<sup>1</sup> O PIB *per capita* é obtido dividindo-se o PIB pelo número de habitantes do país.

apresentaram valores de USD 15.040, de USD 12.048 e de USD 9.358, respectivamente. Sob a ótica do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH),<sup>2</sup> a Colômbia está classificada no grupo dos países com desenvolvimento humano alto, ocupando a 87ª posição no *ranking* mundial, com um índice de 0,707. O Chile ocupa a 44ª posição, com um índice de 0,802, o Peru encontra-se na 80ª posição, alcançando o índice de 0,721, e, por fim, a Venezuela, que possui um IDH de 0,734, posiciona-se na 73ª posição. Todos os países estão classificados como desenvolvimento humano alto pelo IDH.

É possível observar ainda a perspectiva de desenvolvimento socioeconômico para a Colômbia nos próximos anos. Nota-se, desde 2010, uma previsão de crescimento para o PIB (PPC) *per capita*, alcançando USD 11.463 no final do período, em 2014. Além disso, em relação à concentração de renda, há uma tendência de elevação nos anos analisados, como se verifica no Índice de Gini. A taxa de desemprego, por outro lado, deve se reduzir, alcançando 10% em 2014. Em relação ao consumo privado, após um pico de crescimento, alcançando 7,9% em 2010, há uma previsão de queda até 2014, chegando a 7,3%. Já acerca da formação bruta de capital fixo (FBCF), espera-se um aumento da participação dessa no PIB para o período 2010-2014, alcançando 26,9% no final do período. As tendências de aumento da população e da participação da população urbana já foram analisadas na seção anterior.

Segundo dados relativos à estrutura produtiva da economia colombiana, publicados pela UNCTAD Statistics, a contribuição da agricultura, da pecuária, da pesca e do extrativismo na formação do PIB, em 2009, foi de 9,2%, enquanto a da indústria foi de 35,6%. Já o setor de serviços representou 55,2% da formação do PIB.

Pela ótica da oferta agregada,<sup>3</sup> segundo a UNCTAD Statistics, as importações de bens e serviços da Colômbia representaram 20% do PIB em 2009. Os dez principais setores das importações colombianas, por CNAE três dígitos, em 2010, foram: *Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários, Construção, montagem e reparação de aeronaves, Fabricação de produtos derivados do petróleo, Fabricação de produtos farmacêuticos, Fabricação de produtos químicos orgânicos, Siderurgia, Produção de lavouras temporárias, Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados, Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio e Fabricação de caminhões e ônibus*. Esses setores tiveram uma participação de 42,4% nas importações totais do país em 2010 (COMTRADE).

---

<sup>2</sup> O IDH leva em conta três componentes: Renda Nacional Bruta (RNB) *per capita*, longevidade e educação.

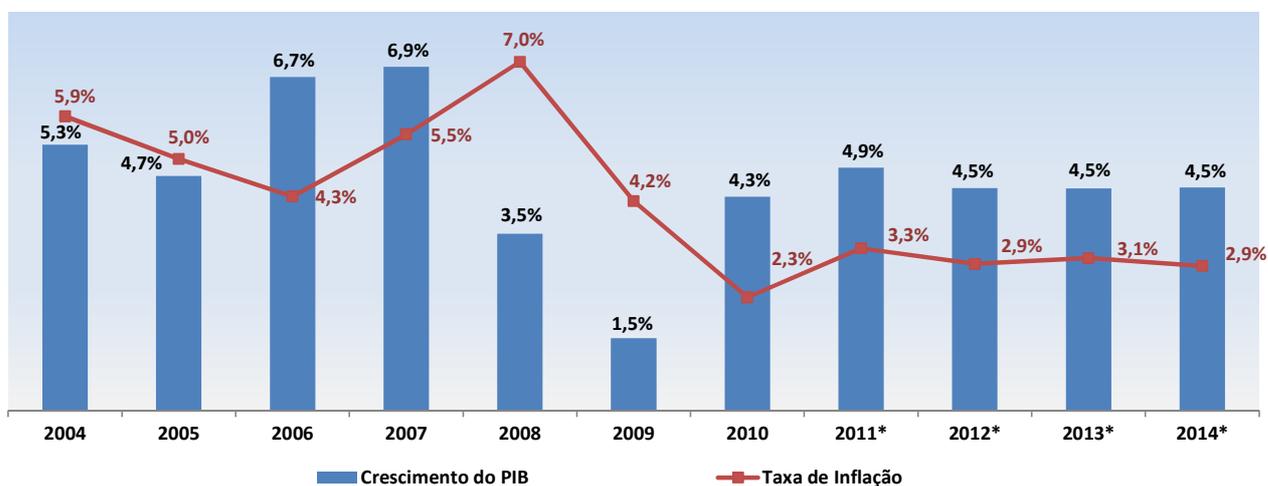
<sup>3</sup> A oferta agregada mede a produção interna do país mais as importações.

Quanto à demanda agregada,<sup>4</sup> em 2009, os gastos do consumidor representaram 62,2% do PIB, de acordo com a UNCTAD Statistics, e as exportações de bens e serviços chegaram a 16,4% do PIB do país. Os dois principais setores das exportações colombianas, por CNAE três dígitos, em 2010, foram: *Extração de petróleo e gás natural* e *Extração de carvão mineral*. Esses setores tiveram uma participação de 47,95% nas exportações totais do país em 2010 (COMTRADE).

O Gráfico 3 mostra o crescimento do PIB e a evolução da taxa de inflação da Colômbia entre 2004 e 2014. Houve uma trajetória de crescimento da economia colombiana no início do período, alcançando 6,9% em 2007, a taxa mais elevada durante o período de análise. A crise econômica mundial, iniciada em 2008, repercutiu sobre a economia do país, cuja taxa de crescimento caiu em 3,4 pontos percentuais nesse mesmo ano, quando comparado com 2007, atingindo 3,5%. O ápice da crise ocorreu em 2009, quando a taxa de crescimento do PIB foi de apenas 1,5%. O FMI espera uma recuperação da economia da Colômbia a partir de 2010, com crescimento previsto de 4,9% para 2011 e crescimento médio de 4,5% para o período 2012-2014.

Os fatores determinantes da queda do PIB, em 2009, foram o declínio das exportações colombianas, que passaram de 18,2%, no ano anterior, para 16,4% do PIB, e o da FBCF, que passou de 25%, em 2008, para 24,2% do PIB em 2009. Os gastos do governo, por outro lado, evitaram uma recessão ainda maior da economia, pois evoluíram de 16,3% para 17,2% no mesmo período (UNCTAD Statistics).

**Gráfico 3 - Crescimento do PIB (em moeda local) e da taxa de inflação da Colômbia (2004-2014)**



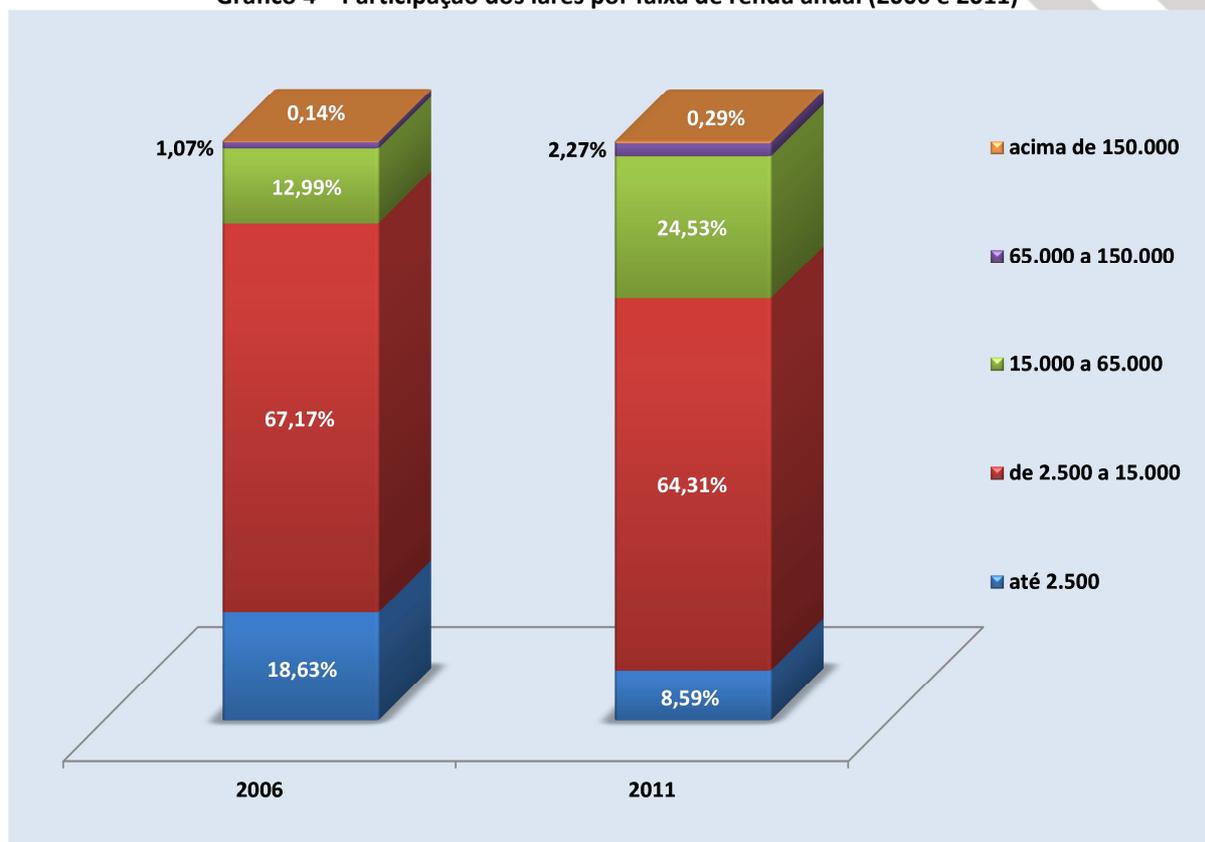
Fonte: FMI. Elaboração: UICC Apex-Brasil.  
Nota: (\*) Previsão.

<sup>4</sup> A demanda agregada é a quantidade de bens e serviços que os consumidores adquiriram no período.

Em relação ao comportamento dos preços no mercado colombiano, ocorreu um pico inflacionário em 2008 (7%), seguido de uma queda, em 2009, de 2,8 pontos percentuais. Esse pico de 2008 se deu principalmente por conta da forte elevação dos preços dos alimentos e do petróleo nos mercados mundiais, o que fez com que a taxa de inflação subisse em 1,5 ponto percentual nesse mesmo ano, quando comparado com 2007. A expectativa inflacionária para o período 2011-2014 é de, em média, 3%.

No que concerne à distribuição de renda na Colômbia, o Gráfico 4 mostra a participação dos lares por faixa de renda anual. Nota-se que, em 2011, 72,9% dos lares colombianos recebiam até USD 15 mil anuais (em 2006, esse percentual era de 85,8%). Observa-se que, entre 2006 e 2011, houve uma tendência de alteração na composição percentual das faixas de renda por lares no país. Verificou-se, no período, um aumento no número de lares que ganhavam entre USD 15 mil e USD 65 mil por ano (passou de 12,99% para 24,53%) e uma redução dos lares que recebiam renda anual até USD 2,5 mil (passou de 18,63% para 8,59%) e entre USD 2,5 mil e USD 15 mil (passou de 67,17% para 64,31%).

**Gráfico 4 – Participação dos lares por faixa de renda anual (2006 e 2011)**

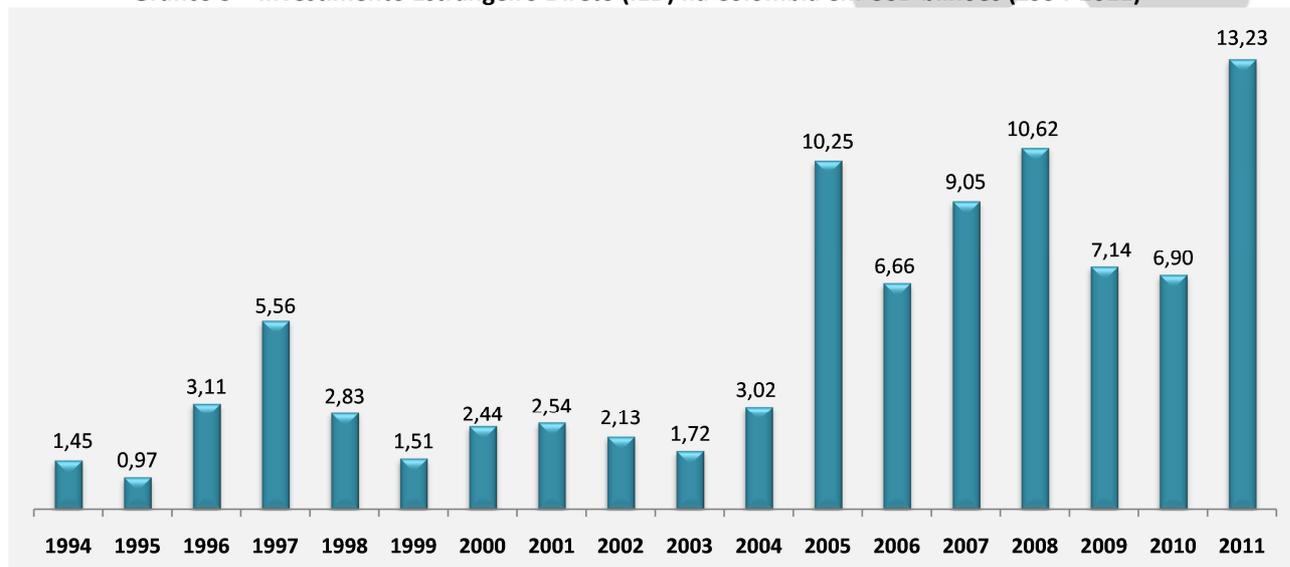


Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

O Gráfico 5 mostra a evolução da entrada de investimento estrangeiro direto (IED) no país entre 1994 e 2011. Nota-se um forte crescimento da entrada de IED na Colômbia a partir de 2005. Nos anos 2005 e 2008, o IED alcançou resultados expressivos, atingindo os valores de USD 10,25 bilhões e USD

10,62 bilhões, respectivamente. No final do período, houve a entrada recorde de USD 13,23 bilhões em IED.

**Gráfico 5 – Investimento Estrangeiro Direto (IED) na Colômbia em USD bilhões (1994-2011)**



Fonte: UNCTAD. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

ApexBrasil



**PARTE 3**  
**PANORAMA COMERCIAL**

ApexBrasil

## ESTRUTURA INSTITUCIONAL

Com a Lei-Quadro de Comércio Exterior (Lei nº 7, de 16 de janeiro de 1991) criou-se o Conselho de Comércio Exterior, o Ministério do Comércio Exterior e o Banco de Comércio Exterior, ao mesmo tempo em que entidades do setor foram reorganizadas, incluindo o Instituto Colombiano de Comércio Exterior (Incomex). A Lei de Base estabeleceu os critérios gerais da Política de Comércio Exterior.<sup>5</sup> A legislação aduaneira, por sua vez, está contida no Decreto nº 2.685, de 1999, regulada posteriormente pela Resolução nº 4.240, de 2000.

Em termos institucionais, o Decreto nº 1.071, de 1999, garantiu a autonomia da administração aduaneira, por meio da instituição da *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales* (DIAN). Outros marcos legais relevantes são: a Lei nº 383, de 1997, contra a sonegação e contrabando, a Lei nº 646, de 2001, que aprova a Convenção Internacional sobre o Sistema Harmonizado e Sistema de Codificação e o Protocolo de Emenda, a Lei nº 863, de 2003, sobre o imposto, alfândegas e regulamentos fiscais e a Lei nº 962, de 2005, de racionalização dos procedimentos administrativos.<sup>6</sup>

## ACORDOS COMERCIAIS

O Presidente da República é responsável pela gestão das relações internacionais da Colômbia e pela celebração de acordos com outros Estados. A fim de promover maior integração econômica, a Constituição colombiana permite a transferência de determinados direitos a organismos internacionais. Os acordos econômicos e comerciais celebrados no âmbito dos organismos internacionais podem ser aplicados provisoriamente, até serem aprovados pelo Congresso. Além de tal aprovação, que não possui competência para alterar o texto, os acordos internacionais devem receber um parecer favorável do Tribunal Constitucional antes que o Presidente da República possa ratificá-los.<sup>7</sup>

Como membro fundador da Organização Mundial do Comércio (OMC), a Colômbia é representada na organização por seu Ministério de Comércio, Indústria e Turismo (MCIT). Quanto aos acordos multilaterais, os mesmos são postos em pé de igualdade com as leis ordinárias. Nesse sentido,

<sup>5</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Guía para Exportar en Colombia. Bogotá. D.C., Colombia, 2004. p. 7. Disponível em: <http://www.consuladodecolombiasydney.org.au/uploadfiles/cea1.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>6</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 29. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>7</sup> Ibid., p. 15.

especificamente quanto à Colômbia na OMC, o país passou a participar, após a Rodada do Uruguai, das negociações sobre telecomunicações e serviços financeiros, além de atuar como observador no comitê responsável pelo Acordo Plurilateral sobre Compras Governamentais.<sup>8</sup>

A participação da Colômbia em organizações multilaterais, como a OMC, é considerada pelas autoridades nacionais como de alcance restrito devido à baixa influência que o país possui nas negociações multilaterais, apesar de se reconhecer a importância desse tipo de mecanismo. Ainda sobre organizações internacionais, a Constituição de 1991 aponta o Estado como responsável, por meio de acordos que preveem organismos supranacionais, pela integração econômica, social e política com outras nações, especialmente latino-americanas e caribenhas.<sup>9</sup>

Apesar de a Colômbia fazer parte da Comunidade Andina de Nações (CAN), que possui a formulação de uma política comercial comum a todos os membros, suas políticas comerciais são estabelecidas principalmente em nível nacional, o que denota o estágio incompleto da integração andina. Nesse sentido, é interessante notar que uma das prioridades da política comercial de Bogotá é o estabelecimento de acordos de preferência comercial, sendo que o acordo com os Estados Unidos, principal destino das exportações colombianas, recebe especial atenção.<sup>10</sup>

Mesmo que a regulamentação das políticas tarifárias seja de incumbência da CAN, o Presidente da República da Colômbia é responsável por regulamentar o comércio externo, cuja aplicação deve responder aos seguintes princípios, definidos pelo Congresso: (a) aprofundar a internacionalização da economia nacional; (b) promover e desenvolver o comércio exterior de bens, tecnologia e serviços, sobretudo as exportações; (c) estimular processos de integração e acordos comerciais; (d) aprofundar a modernização e eficácia da produção local; (e) assegurar o respeito às leis e a competição justa na produção local; (f) apoiar e facilitar as ações da iniciativa privada e as operações de comércio exterior; (g) coordenar, através de regulação tarifária, monetária, fiscal e cambial, a política de comércio exterior; e (h) adotar mecanismos *ad hoc* para que a economia colombiana possa superar eventuais circunstâncias adversas a seus interesses comerciais, internas ou externas.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Ibid., p. 14.

<sup>9</sup> Ibid., p. 17.

<sup>10</sup> Ibid., p. 14-16.

<sup>11</sup> Ibid., p. 16.

## Comunidade Andina

O Tratado de Cartagena, assinado em 1969, criou a Comunidade Andina de Nações (CAN), da qual atualmente fazem parte Colômbia, Peru, Bolívia e Equador, uma vez que o Chile e a Venezuela, antigos países-membros, denunciaram o Tratado de Cartagena respectivamente em 1976 e 2006, deixando a CAN. Apesar disso, as preferências comerciais fornecidas à Colômbia pela Venezuela, e vice-versa, permanecem em vigor, conforme a Decisão 641 da Comunidade Andina.<sup>12</sup>

A CAN busca o estabelecimento de uma união aduaneira. Assim, desde 1993, existe uma zona de livre comércio, abrangendo todos os tipos de tarifas, da qual participam Bolívia, Colômbia, Equador, Venezuela e, desde 2006, Peru. Quanto à união aduaneira, o que impede que a mesma seja integralmente efetivada é a não aceitação, por parte de um dos cinco países, da tarifa externa comum acordada em 1995. Vale lembrar que, entre os campos em que há regras criadas pela CAN – as quais afetam não apenas as relações comerciais entre países-membros, mas também com países terceiros –, estão taxas alfandegárias, saúde agrícola, regulamentos técnicos, medidas de contingência e propriedade intelectual.<sup>13</sup>

Como afirmado anteriormente, as políticas comerciais são decididas principalmente em nível nacional, ainda que exista a possibilidade de os membros da CAN firmarem acordos comerciais com países terceiros individualmente, desde que respeitem a Decisão 598 da entidade. Tal Decisão afirma que somente se podem negociar tais acordos caso as partes “preservem o sistema legal andino nas relações entre países membros da CAN, levem em consideração as sensibilidades comerciais nas ofertas de liberalização comercial e mantenham os câmbios adequados no que se refere a informações e consultas a respeito do curso das negociações, em um quadro de transparência e solidariedade”.<sup>14</sup>

### Acordos de escopo parcial negociados no âmbito da Aladi

No âmbito da Associação Latino-Americana de Integração (Aladi), existem acordos de abrangência parcial com diversos países e organizações. Quanto aos acordos firmados entre Colômbia e organizações regionais, existem aqueles estabelecidos com (a) a Comunidade do Caribe (Caricom, na sigla em inglês), (b) o Mercado Comum Centro-Americano (MCCA, na sigla em espanhol) e (c) o Mercado Comum do Sul (Mercosul). O acordo com a Caricom está em vigor desde 1995, garantindo a eliminação de tarifas aplicadas

---

<sup>12</sup> Comunidad Andina, Normativa Andina. *Decisión 641: Aprobación del Memorando de Entendimiento suscrito entre los Países Miembros de la Comunidad Andina y la Republica Bolivariana de Venezuela*. 9 de agosto de 2006. Disponível em: <http://www.comunidadandina.org/normativa/dec/d641.HTM>. Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>13</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 22. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>14</sup> Ibid., p. 23.

pela Colômbia aos países-membros desse bloco em 1.128 subposições. Quanto à reciprocidade, apenas 4 dos 12 países membros da Caricom suprimiram as tarifas dos produtos originários da Colômbia em 1.074 subposições. Sobre o acordo com os países do MCCA (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras e Nicarágua), ocorre a concessão unilateral de preferências tarifárias a um reduzido número de produtos originários do MCCA pela Colômbia.<sup>15</sup>

O acordo preferencial de comércio com o Mercosul foi concluído em dezembro de 2003, entre Colômbia, Equador e Venezuela, de uma parte, e os países do bloco do Cone Sul, de outra. Tendo entrado em vigor a partir de 2005, o acordo prevê uma agenda de reduções tarifárias que pretende, até 2018, liberalizar todo o comércio de bens entre o país andino e o Mercosul. Em contrapartida, não há previsão de liberalização no comércio de serviços, apesar de haver os devidos instrumentos para que as partes envolvidas estabeleçam um prazo, se assim desejarem. Além disso, o acordo incorporou as preferências tarifárias dispostas nos antigos acordos de escopo parcial entre a Colômbia e os países do bloco.<sup>16</sup>

Ainda no âmbito da Aladi, a Colômbia também possui acordos comerciais com (a) Chile, (b) Cuba, (c) México e (d) Panamá.

Em relação ao Chile, a Colômbia possuía um Acordo de Complementação Econômica, que foi ampliado para um Acordo de Livre Comércio em abril de 2008.<sup>17</sup>

Com Cuba, a Colômbia possui um Acordo de Complementação Econômica cujas bases preveem preferências tarifárias em determinado número de produtos: o país andino ingressa no mercado cubano com reduções tarifárias de 100% em animais vivos, carne bovina, laticínios, flores, batata, hortaliças, bananas, café, arroz, margarina, chocolates, cerveja, entre outros; com reduções de 80% em aves e sua carne, peixe, cebola, entre outros; com reduções entre 50% e 30% em queijo, carnes em conserva, bebidas alcoólicas, entre outros. Em novembro de 2008, por meio da aprovação de protocolos adicionais ao acordo, os países lograram incluir disposições sobre serviços, investimento, solução de controvérsias, normas sanitárias e fitossanitárias, normas técnicas e avaliação de conformidade, regras de origem e acesso a mercados.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Ibid., p. 23-24.

<sup>16</sup> Ibid., p. 24-25.

<sup>17</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=11952>. Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>18</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=1888>. Acesso em: 6 fev. 2012.

Com o México, o acordo, que inicialmente incluía também a Venezuela, que o denunciou em 2006, prevê um programa de redução linear de tarifas que duraria dez anos, para ser concluído a contar de 1995, data de sua entrada em vigor. Em 2004, as partes negociaram a entrada, a partir de 2006, de produtos do setor automotivo no acordo, que não incluía alguns bens, sobretudo agrícolas.<sup>19</sup> Em agosto de 2009, no entanto, as partes concluíram as negociações do Acordo de Livre Comércio Colômbia-México. Assim, o acordo prevê um programa de eliminação gradual das tarifas que incidem sobre produtos industriais, sendo que os produtos automotores possuem um programa de eliminação próprio. Segundo o MCIT da Colômbia, atualmente, 92% do universo tarifário se encontra eliminado, estando o restante ainda sujeito à eliminação – ou excluído do programa de liberalização, caso de alguns produtos agrícolas. Além disso, o acordo abrange diversas áreas, tais como medidas sanitárias e fitossanitárias, padrões técnicos, regras de origem, solução de controvérsias, compras governamentais, propriedade intelectual, comércio de serviços, investimento e medidas de contingência.<sup>20</sup>

O acordo com o Panamá, por sua vez, estabelece preferências tarifárias para um reduzido número de produtos, que foi acrescido de 60 novos produtos em 2003.<sup>21</sup> Em fevereiro de 2010, os países concordaram em iniciar negociações para que se firme um acordo de livre comércio.<sup>22</sup>

### **Outros acordos e arranjos em vigor**

A Colômbia é beneficiária, sob o Sistema Generalizado de Preferências (SGP), dos seguintes regimes: Bulgária, Canadá, União Europeia, Japão, Nova Zelândia, Noruega, Rússia, Turquia, Suíça e Estados Unidos.<sup>23</sup> No caso da União Europeia (UE), onde alguns produtos recebem reduções tarifárias parciais de acordo com as Disposições Gerais do sistema europeu de preferências, os produtos colombianos recebem reduções totais devido à disposição especial denominada SGP Plus, na qual a Colômbia se encaixa. No entanto, tais benefícios se encerram em 2015.<sup>24</sup>

---

<sup>19</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 24. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>20</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=11963>. Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>21</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 24. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>22</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=1252>. Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>23</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 25. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>24</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=10158>. Acesso em: 6 fev. 2012.

A Colômbia, juntamente com os outros países sul-americanos (exceto Guiana e Suriname) e o México, faz parte do Acordo Regional Relativo à Tarifa Regional Preferencial, concluído, no âmbito da Aladi, em 1984. Tal acordo, que é limitado tanto por sua reduzida abrangência quanto por sua extensa lista de exceções, prevê preferências tarifárias comerciais entre os países-membros, sendo que esses estão classificados em quatro categorias, o que determina o grau das preferências que o país deve fornecer.<sup>25</sup>

O TLC da Colômbia com os Estados Unidos foi assinado em Washington em 22 de novembro de 2006. Em 12 de outubro de 2011, o Congresso dos Estados Unidos aprovou o acordo, fato que foi seguido pela promulgação da legislação e pela fase de implementação política do mesmo na Colômbia. O processo culminou com a publicação do Decreto nº 993, de 15 de maio de 2012, mediante a promulgação do Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.<sup>26</sup> Esse acordo foi classificado pelo Ministro do Comércio colombiano como “pedra angular” do desenvolvimento econômico do país, pois abrange, além de total liberalização do comércio bilateral, acesso aos mercados, regras de origem, procedimentos de desembaraço aduaneiro, medidas sanitárias e fitossanitárias, barreiras técnicas ao comércio, proteção comercial, compras governamentais, investimento, serviços transfronteiriços, serviços financeiros, telecomunicações, comércio eletrônico, propriedade intelectual, políticas de competição, aspectos do trabalho, meio-ambiente, transparência e solução de controvérsias.<sup>27</sup>

No âmbito da CAN, em novembro de 2008, foi assinado o Acordo de Livre Comércio Colômbia-Canadá, que entrou em vigor em agosto de 2011.<sup>28</sup> Paralelamente, o XV Conselho Presidencial Andino decidiu promover negociações para que se alcance um acordo de livre comércio com o bloco centro-americano, as quais foram iniciadas, em junho de 2006, por Colômbia, Guatemala, El Salvador e Honduras.<sup>29</sup> Assim, o acordo foi firmado em agosto de 2007, tendo sua última ratificação ocorrida no Congresso de Honduras, em março de 2010, completando os quatro Estados parte no acordo.<sup>30</sup>

A propósito do acordo CAN-UE, a decisão de que se iniciassem negociações para um acordo comercial ocorreu na *III Cúpula América Latina, Caribe e União Europeia*. Dessa forma, em maio de 2006,

<sup>25</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 25. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>26</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=14853>.

<sup>27</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=14853>. Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>28</sup> CANADÁ. Ministério de Relações Exteriores e Comércio Internacional. Disponível em: <http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/andean-andin/can-colombia-colombie.aspx?view=d>. Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>29</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 26. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>30</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=14515>. Acesso em: 6 fev. 2012.

em avaliação conjunta, decidiu-se dar procedimento ao ajuste de bases para as negociações do acordo.<sup>31</sup> Apesar de as partes terem chegado a um texto comum para o acordo, que prevê tanto preferências comerciais tarifárias quanto não tarifárias, esse ainda não foi assinado.<sup>32</sup>

O país também negociou com êxito um acordo de livre comércio com os países da Associação Europeia de Livre Comércio (EFTA, na sigla em inglês) – Noruega, Suíça, Liechtenstein e Islândia. O acordo foi firmado em novembro de 2008 e aprovado pelo Congresso colombiano em janeiro de 2010. Em julho de 2011, após a aprovação interna na Suíça e em Liechtenstein, o acordo passou a vigorar entre a Colômbia e esses dois países, aguardando, ainda, a ratificação na Noruega e na Islândia. Finalmente, cabe destacar que a Colômbia está em processo de negociação para estabelecer acordos de livre comércio com Coreia do Sul, Israel, Turquia e Panamá. No caso desse último, seria um aprofundamento do acordo já existente.<sup>33</sup>

## PROCEDIMENTOS ADUANEIROS

No período recente, importantes iniciativas têm sido adotadas a fim de simplificar as formalidades relacionadas ao comércio exterior. Nesse sentido, foi criada a *Ventanilla Única de Comercio Exterior* (VUCE), um sistema integrado que permite aos atores envolvidos no comércio exterior e no transporte internacional gerir, por meio de meios eletrônicos e de um único canal, os trâmites requeridos pelas entidades de controle competentes no que tange ao trânsito, ao ingresso ou à saída de mercadorias do território nacional.<sup>34</sup> Entre o primeiro semestre de 2004 e o de 2005, as formalidades de registro de importação foram reduzidas em 60%.<sup>35</sup>

Na Colômbia existem três regimes gerais de importação: (i) a livre importação, que pode envolver as importações com ou sem registro; (ii) o licenciamento prévio; e (iii) a importação proibida.<sup>36</sup> Para importar qualquer produto para a Colômbia é necessário preencher uma declaração de importação. Conforme o Artigo 121 do Decreto nº 2.685, de 1999, para validar a Declaração de Importação são necessários os seguintes documentos: 1) registro ou licença de importação, caso aplicável; 2) fatura comercial; 3) documento de transporte; 4) certificado de origem; 5) certificado sanitário e outros

<sup>31</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 26. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>32</sup> El Colombiano. *España pidió a la Comisión Europea acelerar firma del tratado con Colombia*. 9 jan. 2012. Disponível em: [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/espana\\_pidio\\_a\\_la\\_comision\\_europea\\_acelerar\\_firma\\_del\\_tratado\\_con\\_colombia/espana\\_pidio\\_a\\_la\\_comision\\_europea\\_acelerar\\_firma\\_del\\_tratado\\_con\\_colombia.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/espana_pidio_a_la_comision_europea_acelerar_firma_del_tratado_con_colombia/espana_pidio_a_la_comision_europea_acelerar_firma_del_tratado_con_colombia.asp). Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>33</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/index.php>. Acesso em: 6 fev. 2012.

<sup>34</sup> VUCE-Ventanilla Unica de Comercio Exterior. Disponível em: <http://www.vuce.gov.co>. Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>35</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 29. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>36</sup> Idem.

documentos exigidos pela legislação especial, conforme necessário; 6) lista de embalagem; 7) procuração, quando não há visto de alfândega e a declaração de importação foi preenchida por uma Empresa de Intermediação Alfandegária (SIA, na sigla em espanhol) ou pelo representante designado; e 8) Declaração Andina de Valor, quando necessária.<sup>37</sup>

As solicitações de registro ou de licença de importação, assim como suas modificações, deverão ser apresentadas à VUCE, e o importador deverá encontrar-se previamente registrado perante o Cadastro Fiscal Único. Quando o valor FOB das importações superar USD 1 mil, o desembaraço aduaneiro deverá ser efetuado por intermédio de uma Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA), ou seja, de empresas especializadas autorizadas pela DIAN.<sup>38</sup> No caso de registro como "usuário aduaneiro regular" ou como "usuário de alta exportação", não é necessário utilizar uma SIA.<sup>39</sup>

De acordo com o Decreto nº 2.680, o registro de importação é obrigatório para importação de mercadorias sujeitas a licenciamento e a outros requerimentos. Esse registro autoriza a importação de mercadorias sob o regime livre. Desde 1997, reduziu-se em 40% o total das posições tarifárias que necessitam dessa exigência.<sup>40</sup>

A declaração de importação deverá ser apresentada perante a Administração da Alfândega com jurisdição no local em que se encontra a mercadoria, através do sistema informatizado aduaneiro, que verificará a consistência dos dados da Declaração.<sup>41</sup> Uma vez que a declaração de importação foi apresentada e aceita, os direitos aduaneiros são pagos em bancos autorizados ou em outras instituições financeiras. A partir de então, três cenários distintos são possíveis: (i) a liberação automática das mercadorias; (ii) a verificação de documentos; ou (iii) a inspeção física das mercadorias. Os critérios de seleção e a determinação dos perfis de risco nas diversas fases dos procedimentos aduaneiros são estabelecidos pela Comissão de Seleção, de acordo com a Resolução nº 2.118, de 1999.<sup>42</sup>

Segundo estimativas oficiais, 80% das formalidades de importação são concluídas em aproximadamente 15 minutos. Caso seja necessária a inspeção dos produtos, acrescenta-se um período de

---

<sup>37</sup> Idem.

<sup>38</sup> BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Brazil Trade Net – Como Exportar – Colômbia. Brasília, 2009. p. 33. Disponível em: [http://www.fecomerciomg.org.br/pdfs/como\\_exportar\\_colombia.pdf](http://www.fecomerciomg.org.br/pdfs/como_exportar_colombia.pdf). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>39</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. Pag. 29. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>40</sup> Idem.

<sup>41</sup> CAMACHO, Carlos Manuel. Legislación Aduanera Colombiana, mar. 2010. Disponível em: [http://camara.ccb.org.co/documentos/5948\\_legislacionaduaneraacamaradecomercio.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/5948_legislacionaduaneraacamaradecomercio.pdf). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>42</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 30. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 5 fev. 2012.

14 horas, em média. Em 2004, 20% das importações foram submetidas a uma inspeção física ou a uma verificação de documentos.<sup>43</sup> Desde 1999, o Decreto nº 2.654 está em vigor, abolindo a inspeção pré-embarque.<sup>44</sup> Os documentos básicos necessários para proceder ao desembaraço aduaneiro na Colômbia estão representados no Quadro 1.

**Quadro 1 – Documentos básicos para o desembaraço aduaneiro na Colômbia**

Documento	Responsável	Produtos	Observações
Licença Prévia	Importador ou agente aduaneiro.	Bens inclusos nas listas por entidades competentes; importações não reembolsáveis; importações que solicitam isenção de taxas alfandegárias.	Permite ao Estado efetuar controles sobre as importações, com o objetivo de proteger a indústria nacional.
Registro ou Licença de importação	Importador ou agente aduaneiro.	Todos os produtos regulares.	O preenchimento dessa declaração se faz eletronicamente.
Fatura comercial	Nenhum (agentes comerciais).	Todos os produtos regulares.	Documento que demonstra a efetuação da compra/venda da carga.
Documento de transporte	Empresa transportadora ou responsável pelo frete.	Todos os produtos regulares.	Título de valor representativo das mercadorias. Expedido como certificação de que a mercadoria foi tomada a cargo para entrega.
Certificado de origem, quando necessário	Aduana do país de origem.	Todos os produtos regulares.	Determina o lugar de origem das mercadorias, onde se considera que foram produzidas ou fabricadas.
Certificado Sanitário	Órgão encarregado no país de origem.	Lista de produtos de acordo com as agências específicas.	Deve ser o mais completo possível.
Lista de embalagem	Órgão encarregado no país de origem.	Produtos alimentares, produtos farmacêuticos e materiais considerados perigosos ou tóxicos.	Condições especiais de acondicionamento, embalagem e rotulagem.
Declaração Andina de Valor	Importador ou agente aduaneiro.	Todos os produtos regulares.	Suporte à Declaração de Importação. Determina o valor aduaneiro (base para o pagamento dos impostos aduaneiros) das mercadorias sujeitas e especifica os custos de importação.

Fontes: Diversas.<sup>45</sup> Elaboração: UICC Apex-Brasil.

<sup>43</sup> Idem.

<sup>44</sup> Idem.

<sup>45</sup> Ministério das Relações Exteriores. Brazil Trade Net – Como Exportar – Colômbia. Brasília, 2009. p. 33. Disponível em: [http://www.fecomerciomg.org.br/pdfs/como\\_exportar\\_colombia.pdf](http://www.fecomerciomg.org.br/pdfs/como_exportar_colombia.pdf). Acesso em: 5 fev. 2012; CAMACHO, Carlos Manuel.

O certificado de origem é o meio pelo qual se determina a origem das mercadorias, devendo ser expedido com base na declaração juramentada do produtor e/ou exportador da mercadoria e na respectiva fatura comercial de uma empresa domiciliada no país de origem. As normas de origem garantem que as preferências alfandegárias se destinem aos países com os quais se tem um Acordo Comercial.<sup>46</sup> O quadro jurídico do regime de origem da CAN estabelece as seguintes categorias para a qualificação de origem da mercadoria, de acordo com as Decisões nº 416 e nº 417: (i) totalmente produzida; (ii) inteiramente fabricada com materiais originários; (iii) fabricada com materiais não originários, mas processada de modo a justificar uma mudança de posição pautal (se tal processamento não for justificado, o valor CIF dos materiais não originários não deve ultrapassar 50% do valor FOB dos bens finais); (iv) originárias de montagem (o requisito anterior também se aplica); (v) Requisitos Específicos de Origem (SROs, na sigla em inglês), determinados pela Secretaria Geral, caso as regras de origem não sejam consideradas suficientes ou adequadas. Os SROs prevalecem sobre qualquer outro critério e estão sendo usados atualmente para carros, produtos químicos e sementes oleaginosas.<sup>47</sup>

A Declaração Andina de Valor é um documento que oferece suporte à Declaração de Importação, devendo conter informações relativas à transação comercial das mercadorias importadas que tenham determinado o valor aduaneiro declarado. É um documento que determina o valor aduaneiro das mercadorias sujeitas à importação e especifica os custos incorridos na referida operação.<sup>48</sup> Desde 2000, a Colômbia tem aplicado o Acordo de Valoração Aduaneira, utilizando preços de referência que variam de acordo com a origem, no caso dos artigos de calçado e têxteis. O cálculo do imposto é feito utilizando-se métodos previstos no Acordo de Valoração. Assim, conforme a Decisão nº 571 da CAN, a Colômbia estabelece o valor CIF da transação como base tributária, expressa em dólares estadunidenses e convertida em pesos colombianos (COP) à taxa do mercado de câmbio do último dia útil da semana que antecede

---

Legislación Aduanera Colombiana, mar. 2010. Disponível em:

[http://camara.ccb.org.co/documentos/5948\\_legislacionaduaneracamaradecomercio.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/5948_legislacionaduaneracamaradecomercio.pdf). Acesso em: 5 fev. 2012; World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. Disponível em:

[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 5 fev. 2012; PROCHILE. Información Estratégica para Exportar a Colombia. Disponível em: [http://www.prochile.cl/ficha\\_pais/colombia/proceso\\_imp.php#envases](http://www.prochile.cl/ficha_pais/colombia/proceso_imp.php#envases). Acesso em: 5 fev. 2012; DIAN- Dirección de Impuestos e Aduanas Nacionales de Colombia. Disponível em: <http://www.dian.gov.co>. Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>46</sup> CAMACHO, Carlos Manuel. Legislación Aduanera Colombiana, mar. 2010. Disponível em:

[http://camara.ccb.org.co/documentos/5948\\_legislacionaduaneracamaradecomercio.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/5948_legislacionaduaneracamaradecomercio.pdf). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>47</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 33. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>48</sup> CAMACHO, Carlos Manuel. Legislación Aduanera Colombiana, Março de 2010. Disponível em:

[http://camara.ccb.org.co/documentos/5948\\_legislacionaduaneracamaradecomercio.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/5948_legislacionaduaneracamaradecomercio.pdf). Acesso em: 5 fev. 2012.

aquele em que a declaração de importação foi apresentada e aceita.<sup>49</sup>

Algumas das principais mudanças regulatórias dos últimos anos, relativas aos certificados de importação, estão estabelecidas no Decreto nº 4.406, de 2004, alterado pelo Decreto nº 1.846, de 2005, que especifica as importações sujeitas ao procedimento obrigatório de registro de importação e o caráter obrigatório do processo de licenciamento não automático para as importações temporárias que se tornam importações ordinárias (Decreto de alteração do Código Aduaneiro nº 2.685, de 1999, pelo Decreto nº 4.136, de 2004). Outras disposições sobre licenças de importação podem ser encontradas no Decreto nº 4801, de 2008, relativo às licenças anuais para o setor de petróleo e mineração, no Acordo do Setor Automotivo, de 1999 (importação de veículos), na Ordem Administrativa 003, de 2001 (importações de peças sobressalentes), e no Decreto nº 1573, de 2002 (licenças militares anuais).<sup>50</sup>

No final de 2005, foi aprovada a Lei nº 1004, através da qual o governo colombiano estabeleceu as atuais regras para o regime de Zonas Francas. De acordo com a lei, as Zonas Francas são territórios no interior da Colômbia destinados ao desenvolvimento, através da criação de empregos, da atração de capitais, da geração de economias de escala e da facilitação comercial. Dessa forma, são quatro os possíveis usuários das Zonas Francas: (i) usuário operador, que administra a região; (ii) usuário industrial de bens, responsável pela produção; (iii) usuário industrial de serviços, autorizado a realizar os serviços ligados à produção, tais como logísticos; e (iv) usuário comercial, responsável pelo comércio. A tarifa única de imposto sobre a renda aplicada nas Zonas Francas é de 15%, exceto para o usuário comercial, que paga a tarifa de 33% aplicada no restante do país. No entanto, as empresas instaladas nas Zonas Francas estão isentas de impostos aduaneiros – quando os bens ali produzidos não tenham como destino final a Colômbia –, além de desfrutarem de um processo de desembaraço aduaneiro mais ágil.<sup>51</sup>

## **TRIBUTOS DOMÉSTICOS**

As únicas taxas aplicadas às importações, além das aduaneiras, são o imposto sobre o valor agregado (IVA)<sup>52</sup> e o imposto de consumo. Os produtos importados recebem tratamento nacional quanto à aplicação dos impostos internos, com exceção de alguns veículos importados, motos, aviões e navios, que

---

<sup>49</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 31. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>50</sup> Idem.

<sup>51</sup> DELLOITTE. Doing Business in Colombia 2011. Abril de 2011. p. 35. Disponível em: <http://webserver3.deloitte.com.co/Doing%20Business%20Colombia%202011%20English%20Version%20FINAL%2026042011.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2012.

<sup>52</sup> Disposições em vigor referentes ao IVA e aos demais impostos disponíveis em: <http://www.dian.gov.co/dian/15servicios.nsf/etributario?OpenView&Count=1000&ResortAscending=0>. Acesso em: 4 fev. 2012.

estão sujeitos a taxas mais elevadas de IVA.<sup>53</sup> O IVA é cobrado sobre as vendas e importações de bens móveis e de prestação de serviços no território nacional. No caso das importações, o imposto é cobrado sobre o valor CIF acrescido dos impostos aduaneiros.<sup>54</sup> As exportações de bens e serviços estão isentas de IVA.<sup>55</sup>

A taxa geral do IVA é de 16%, ainda que possa variar de acordo com o tipo de bem ou serviço. Assim, taxas de 1,6% são aplicadas a alguns serviços específicos, tais como vigilância e limpeza; taxas de 10% são aplicadas a animais vivos, certos bens e certos serviços (locação de certos bens imóveis, certas atividades de serviços associadas ao turismo, planos de saúde, entre outros); e taxas de 20% a 35% são aplicadas a veículos. Jogos de fortuna e azar estão sujeitos ao IVA a uma taxa de 5%, enquanto serviços telefônicos móveis, a uma taxa de 20%.<sup>56</sup> A taxa de 35% é aplicada à venda de álcool etílico com uma percentagem de álcool inferior a 80% do volume, aguardentes, licores e preparações alcoólicas utilizadas para elaboração de bebidas.<sup>57</sup>

São muitas as exceções ao pagamento de IVA,<sup>58</sup> as quais são concedidas de acordo com o destino final das mercadorias. Entre outros, os seguintes produtos e serviços estão isentos de IVA: *Bens móveis para exportação, Cadernos escolares, Álcool para mistura com gasolina para veículos a motor, Serviços prestados na Colômbia, em conexão com contratos a serem utilizados no exterior, por estrangeiros, desde que o estrangeiro não tenha negócios ou atividades na Colômbia* e os *Serviços de turismo de residentes estrangeiros a serem utilizados na Colômbia*. O IVA não é aplicado à importação temporária de máquinas pesadas para indústrias de base ou de máquinas ou equipamentos para reciclagem onde não há produção nacional.<sup>59</sup>

---

<sup>53</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 27 e 39. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>54</sup> Idem.

<sup>55</sup> Deloitte, Doing Business in Colombia, Abril de 2011. p. 28. Disponível em: <http://webserver3.deloitte.com.co/Doing%20Business%20Colombia%202011%20English%20Version%20FINAL%2026042011.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>56</sup> Idem.

<sup>57</sup> Secretaría General de la ALADI, Impuesto al Valor Agregado. Disponível em: <http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/051141dd89f7eac4032575060052c8e5?OpenDocument>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>58</sup> Atum; mel; sêmen bovino; legumes/bulbos; frutas; café em grão, não torrado; milho; arroz; semente para a semeadura (cevada, aveia, sorgo, soja, nozes, algodão); cana-de-açúcar; cacau; pão; água engarrafada; sal; enxofre natural; eletricidade; material radioativo para fins médicos; vitaminas; antibióticos; sangue; medicamentos; fertilizantes; pesticidas e inseticidas; borracha natural; pneus de trator; preservativos; madeira; mudas; papel de jornal; jornais/revistas; agave (pita); tecidos de fibras vegetais; juta; cânhamo e materiais de embalagem *henequen*; lâminas de corte para máquinas; motores; máquinas agrícolas; máquinas de limpeza; cadeiras de rodas; armas; lápis; petróleo para refino.

<sup>59</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 40. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

Os seguintes bens e serviços recebem isenção de IVA por controlar e melhorar o meio-ambiente: *Venda de equipamentos nacionais ou importados e acessórios utilizados para construir, instalar, montar e/ou operar sistemas de monitoramento e de controle ambiental, Equipamento importado que não seja fabricado na Colômbia e seja usado em tratamento, reciclagem ou reprocessamento de lixo ou resíduos, tratamento de água residual, esgoto, limpeza de rios ou saneamento ambiental, para controlar e reduzir as emissões de CO2 ou outros nocivos para a atmosfera e as Entregas de gás natural para residências.*<sup>60</sup>

O montante pago em IVA pode ser deduzido do imposto de renda nos seguintes casos: (i) compra e liberação para uso doméstico de bens de capital e equipamentos de informática no caso de pessoas coletivas; (ii) aquisição de bens de capital adquiridos por *leasing* com irrevogável opção de compra (a dedução pode ser tomada pela empresa de *leasing* ou atribuída ao usuário); e (iii) aquisição de máquinas pesadas para indústrias de base.<sup>61</sup>

O imposto sobre o consumo é aplicado aos seguintes produtos: (a) cerveja, águas gaseificadas, *refajos* e misturas de bebidas fermentadas e não alcoólicas; (b) bebidas alcoólicas, vinhos, aperitivos e similares (dentro da jurisdição dos departamentos); e (c) cigarros e tabaco manufaturado (dentro da jurisdição dos departamentos).<sup>62</sup> O imposto de consumo é determinado pelo valor aduaneiro das mercadorias acrescido da margem do vendedor, de 30%, o que resulta em uma carga tributária maior sobre as importações do que sobre os bens domésticos.<sup>63</sup>

Há um imposto global sobre o consumo de gasolina normal e super, de diesel e de qualquer outro combustível derivado do petróleo para uso como carburante.<sup>64</sup> Além disso, os combustíveis estão sujeitos a uma sobretaxa sobre o consumo, destinada principalmente para os municípios nos quais esses são comercializados.<sup>65 66</sup>

---

<sup>60</sup> Deloitte, *Doing Business in Colombia*, Abril de 2011. p. 17. Disponível em: <http://webserver3.deloitte.com.co/Doing%20Business%20Colombia%202011%20English%20Version%20FINAL%206042011.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>61</sup> World Trade Organization, *Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat*. Genebra, 2006. p. 40. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>62</sup> *Ibid.*, p. 27 e 41.

<sup>63</sup> *Ibid.*, p. 27 e 41.

<sup>64</sup> Em junho de 2006, este imposto global ascendeu a COP 651,97 o galão da gasolina normal, COP 749,77 o galão de super e COP 432,11 para o combustível diesel.

<sup>65</sup> Em junho de 2006, a sobretaxa foi COP 1,110.29 por galão da regular, COP 1,517.58 por galão da super e COP 228,63 para o de combustível diesel.

<sup>66</sup> *Ibid.*, p. 41.

## BARREIRAS TARIFÁRIAS

Os direitos aduaneiros representam o principal meio de proteção alfandegária da Colômbia, sendo todos *ad valorem*. A média aritmética da tarifa aplicada apresentou um ligeiro aumento de 11,5% (1996) para 12% (2006), chegando a 12,5% (2010), sendo que os produtos agrícolas possuem uma tarifa média maior (17,2%) em relação aos demais produtos (11,8%).<sup>67</sup> A Colômbia consolidou todas suas tarifas, oferecendo, assim, maior previsibilidade ao seu regime de comércio. Não obstante, ainda é verificada uma diferença considerável entre as tarifas aplicadas e as consolidadas.<sup>68</sup> As importações oriundas dos membros da Comunidade Andina são isentas de impostos, desde que cumpram com as regras de origem. Além disso, a Colômbia concede *status* de Nação Mais Favorecida (NMF) a todos os seus parceiros comerciais e preferências tarifárias às importações de outros países no âmbito da Aladi.<sup>69</sup>

As consolidações de concessões da Colômbia estão listadas no Anexo LXXVI<sup>70</sup> do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio, de 1994.<sup>71</sup> As tarifas consolidadas variam de 15% a 227%. Conforme atualização mais recente da OMC, as médias das taxas consolidadas finais foram de 42,8% para todos os produtos, 91,4% para produtos agrícolas e 35,4% para produtos não agrícolas.<sup>72</sup>

Em geral, os produtos não agrícolas têm suas tarifas consolidadas a 35%, enquanto veículos, têxteis e confeccionados de vestuário, couro e calçado têm tarifas consolidadas a 40%. Vinte e dois subtítulos do grupo dos produtos químicos, plásticos e borracha mantêm uma tarifa consolidada de 30%.<sup>73</sup>

A tarifa média preferencial de 0% é aplicada a parceiros andinos, de 0,6% ao Chile, de 1,2% ao México e de 9,5% aos países da Caricom. Produtos agrícolas recebem uma proteção substancialmente maior (as margens preferenciais são de 16% para os países andinos e de 12% para o Chile) do que os produtos não agrícolas, com a exceção relativa da Caricom. Tarifas altas se aplicam à pesca, aos produtos têxteis e aos equipamentos de transporte. O relatório mais recente da OMC observou que não havia escalada tarifária entre produtos primários e aqueles com maior valor agregado.<sup>74</sup>

<sup>67</sup> World Trade Organization, Tariff Profile – Colombia. Disponível em:

<http://stat.wto.org/TariffProfile/WSDBTariffPFView.aspx?Language=E&Country=CO>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>68</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 27. Disponível em:

[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>69</sup> Ibid., p. 27 e 34.

<sup>70</sup> Disponível em: <http://www.fas.usda.gov/wto/co/co08.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>71</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 36 e 37. Disponível em:

[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>72</sup> World Trade Organization, Tariff Profile – Colombia. Disponível em:

<http://stat.wto.org/TariffProfile/WSDBTariffPFView.aspx?Language=E&Country=CO>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>73</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 37. Disponível em:

[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>74</sup> Ibid., p. 38.

Em 33,8% das posições tarifárias, é aplicada a tarifa mais comum, de 5%, e cerca de 3% das posições não sofrem incidência tributária. As tarifas estão distribuídas em 38 grupos, que variam entre zero e 80%. Um pouco mais de 14% das tarifas são inferiores a 10% (excluindo as tarifas zero), e aproximadamente 25% são maiores do que 15%. A taxa de 80% é aplicada a 15 tipos de produtos, entre os quais se enquadram carne e arroz.<sup>75</sup> A estrutura tarifária Andina constitui a base para a tarifa aplicada na Colômbia (Decisão nº 370).<sup>76</sup> Assim, foram estabelecidos quatro níveis, de 5%, 10 %, 15% e 20%, a partir dos quais as tarifas aumentam conforme o grau de processamento das mercadorias. Algumas exceções a essa estrutura são as tarifas aplicadas sobre os carros, de 35%, bem como sobre certas matérias-primas, insumos e bens de capital não produzidos na sub-região andina. A implementação da Decisão nº 535<sup>77</sup> tem sido repetidamente adiada, de modo que, até o presente, a aplicação da Tarifa Externa Comum (TEC) para todos os países da CAN se encontra em suspenso.<sup>78 79 80</sup>

A Colômbia tem o direito de operar contingentes pautais com o compromisso sobre as oportunidades de acesso mínimo contidas no Acordo sobre Agricultura da OMC. Em novembro de 2011, a Colômbia notificou à OMC uma lista contendo os produtos sujeitos a quotas de importação no ano de 2010.<sup>81</sup> A Colômbia também mantém quotas tarifárias para produtos agrícolas do acordo preferencial assinado com o Mercosul.<sup>82</sup>

O Decreto nº 4.271, de 2005, tornou a Divisão Administrativa Especial da DIAN responsável pela administração e monitoramento dos diversos regimes aduaneiros especiais que oferecem concessões tarifárias para os importadores. O Decreto nº 210, de 2004, concedeu ao Comitê de Importações do MCIT a responsabilidade para autorizar isenções tarifárias.<sup>83</sup>

## BARREIRAS NÃO TARIFÁRIAS

Com o intuito de proteger a saúde humana e animal, preservar as plantas, bem como de proteger a moral pública, o ambiente e os interesses vitais de segurança, a Colômbia proíbe importações de certas

<sup>75</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 36. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>76</sup> Disponível em: <http://www.comunidadandina.org/normativa/dec/D370.htm>.

<sup>77</sup> Disponível em: <http://www.comunidadandina.org/normativa/dec/anexoDEC535.pdf>.

<sup>78</sup> La Gaceta, El Ecuador y el Mercosur, 13 jan. 2012. Disponível em:

[http://www.lagaceta.com.ec/site/html/dominical.php?sc\\_id=12&c\\_id=101&pg\\_id=77850](http://www.lagaceta.com.ec/site/html/dominical.php?sc_id=12&c_id=101&pg_id=77850). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>79</sup> ElComercio.com, No a Mercosur, 24 enero. 2012. Disponível em:

[http://www.elcomercio.com/walter\\_spurrier/Mercosur\\_0\\_632936834.html](http://www.elcomercio.com/walter_spurrier/Mercosur_0_632936834.html). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>80</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 36. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>81</sup> Disponível em: [http://www.wtocommerce.org.tw/SmartKMS/do/www/readDoc?document\\_id=118796](http://www.wtocommerce.org.tw/SmartKMS/do/www/readDoc?document_id=118796).

<sup>82</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 36. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>83</sup> Ibid., p. 37.

mercadorias, tais como armas químicas, biológicas e nucleares, resíduos nucleares e tóxicos (Artigo 81 da Constituição Política), brinquedos bélicos (Lei nº 18, de 1990), material pornográfico envolvendo menores (Artigo 218 da Lei nº 599, de 2000),<sup>84</sup> tratores rodoviários para semirreboques (Circular Externa nº 062, de 9 de março de 1992) e veículos usados ou saldos da posição pautal 8703 (Circular Externa nº 091, de 29 de dezembro de 1993, SOI).<sup>85</sup>

Por meio do regime de licenciamento prévio (licenciamento não automático), algumas restrições são impostas por razões de segurança, bem como para cumprir com os acordos internacionais de controle de drogas e de medidas para controlar armas e munições, entorpecentes precursores de drogas e produtos químicos utilizados na produção de produtos farmacêuticos. A importação de bens usados ou defeituosos é restrita.<sup>86</sup>

Dois tipos de licença de importação são empregados: as licenças prévias (ou licenças não automáticas) e os registros de importação (ou licenças automáticas). Licenças não automáticas prévias são usadas para vários grupos de produtos sujeitos a restrições. A lista de bens que requerem essa licença é definida pelo Conselho Superior de Comércio Exterior e pode ser conferida no site da Aladi. O MCIT é responsável pela emissão das licenças prévias, que são igualmente aplicáveis às importações de todos os países, exceto nos casos em que uma determinada medida faça a exclusão ou que outras exceções sejam estabelecidas.<sup>87</sup>

Licenças automáticas devem ser processadas pela Direção de Comércio Exterior do MCIT como um pré-requisito para a apresentação da declaração de importação alfandegária. A Circular nº 077, de 2002, e seus anexos definem os produtos sujeitos a registro ou a licenciamento automático, o que inclui principalmente mercadorias dos setores farmacêutico, de equipamentos médicos e de produtos agrícolas.<sup>88</sup>

---

<sup>84</sup> Ibid., p. 41.

<sup>85</sup> ALADI, Importación prohibida - Colombia. Disponível em:

<http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/e0fafadcf076c91032574ef006e83c6/fa1926d98cb9eca3032574ac0054a4c4?OpenDocument>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>86</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 41. Disponível em:

[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tp\\_r\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tp_r_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>87</sup> Ibid., p. 42.

<sup>88</sup> Ibid., p. 44.

## Regulamentos Técnicos

A Lei nº 170, de 1994, define a política de normas e de regulamentos, além dos Decretos nº 2.269, de 1993, nº 300, de 1995, nº 1112, de 1996, e nº 2360, de 2001. Os Decretos nº 219 e nº 2.522, de 2000, e nº 210, de 2003, e Resoluções nº 3.742 e nº 8.728, de 2001, incluem critérios para a emissão de regulamentos técnicos.<sup>89</sup>

O MCIT é a autoridade que define políticas de qualidade e padronização, administrando o Sistema de Normalização, Acreditação, Certificação e Metrologia Nacional (SNNCM). Subordinada ao MCIT, a *Superintendencia de Industria y Comercio* (SIC) é encarregada de organizar e coordenar o sistema nacional de certificação, administrar o controle de qualidade industrial nacional, pesos, medidas e programas de metrologia, organizar o controle primário de qualidade e laboratórios de metrologia, autorizar atividades, bem como supervisionar o bom funcionamento das entidades de certificação.<sup>90</sup>

O Instituto Colombiano de Normas Técnicas (ICONTEC) é a organização nacional de normalização, sendo supervisionada pelo MCIT e funcionando em paralelo com as Unidades de Normalização Setoriais.<sup>91</sup> O ICONTEC é membro ativo dos mais importantes organismos internacionais e regionais de normalização, como a International Standardization Organization (ISO), a Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) e a International Electrotechnical Commission (IEC).<sup>92</sup>

O INCOMEX exige normas técnicas específicas para uma variedade de produtos. As especificações particulares são estabelecidas pelo ICONTEC, ou sob ISO-9000. Os certificados de conformidade devem ser obtidos a partir da SIC antes de importar produtos que estão sujeitos às normas técnicas.<sup>93</sup>

Com exceção de produtos alimentares, farmacêuticos e têxteis, marcas ou rótulos específicos não são necessários. A saber, os rótulos dos alimentos processados devem indicar: (i) nome específico do produto; (ii) ingredientes, por ordem de predominância; (iii) nome e endereço do fabricante e do importador; (iv) país de origem; (v) número de unidades; (vi) instruções para armazenamento e uso,

---

<sup>89</sup> Ibid., p. 53.

<sup>90</sup> Ibid., p. 54.

<sup>91</sup> Ibid., p. 54.

<sup>92</sup> ICONTEC. Disponível em: <http://www.icontec.org.co/index.php?section=18>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>93</sup> AUSTRADE. Doing Business in Colombia, 2011. Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Colombia/default.aspx>. Acesso em: 4 fev. 2012.

quando necessário; (vii) data de validade; (viii) outras instruções exigidas pelo Ministério da Saúde ou pela SIC.<sup>94</sup>

Rótulos de produtos farmacêuticos devem indicar, em espanhol, "Venda sob prescrição médica, odontológica ou veterinária". Devem ainda apresentar informações sobre: (i) nome genérico; (ii) nome comercial; (iii) peso líquido ou volume; (iv) peso ou quantidade de ingredientes ativos; (v) número da licença; e (vi) número de controle do lote.<sup>95</sup>

Inseticidas e outros produtos tóxicos devem exibir a caveira e ossos cruzados, a palavra "veneno", em espanhol, e informações sobre o uso e antídotos. Produtos para os quais não existem antídotos não podem ser licenciados, podendo ser utilizados apenas em programas sob o controle direto das autoridades de saúde pública.<sup>96</sup>

Os regulamentos aduaneiros colombianos estabelecem condições especiais de acondicionamento, embalagem e rotulagem para as importações de produtos alimentares, produtos farmacêuticos e materiais considerados perigosos ou tóxicos. Em relação aos produtos comestíveis, o nome dos produtos, os ingredientes, o peso, a identificação do fabricante e o número de licença oficial de produtos de saúde devem ser claramente indicados no rótulo. Em relação aos farmacêuticos, devem ser claramente indicados no rótulo o nome da marca, a droga e a indicação para uso (médico, veterinário ou odontológico), o peso, o volume do produto e da sua composição, bem como a data de validade e o número de licença oficial. No caso de resíduos perigosos ou tóxicos, deve ser mencionado no rótulo o grau de toxicidade e cumprir com as disposições da embalagem e rotulagem das Nações Unidas.<sup>97</sup>

### **Regulamentos Sanitários e Fitossanitários**

A aplicação de medidas sanitárias e fitossanitárias (SPS) na Colômbia está organizada em quatro níveis:<sup>98</sup> o primeiro nível formula a política geral; o segundo é responsável pela coordenação central técnica; o terceiro realiza o trabalho operacional em nível local; e o quarto trabalha com atividades de

---

<sup>94</sup>UK Trade & Investment Team at the British Embassy in Bogotá, *Doing Business in Colombia*, 2010. p. 11. Disponível em: [http://www.ukti.gov.uk/pt\\_pt/export/countries/americas/southamerica/colombia/doingbusiness.html](http://www.ukti.gov.uk/pt_pt/export/countries/americas/southamerica/colombia/doingbusiness.html). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>95</sup>UK Trade & Investment Team at the British Embassy in Bogotá, *“Doing Business in Colombia”*, 2010. p. 11. Disponível em: [http://www.ukti.gov.uk/pt\\_pt/export/countries/americas/southamerica/colombia/doingbusiness.html](http://www.ukti.gov.uk/pt_pt/export/countries/americas/southamerica/colombia/doingbusiness.html). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>96</sup>AUSTRADE, *Doing Business in Colombia*, 2011. Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Colombia/default.aspx>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>97</sup>PROCHILE. Información Estratégica para Exportar a Colombia. Disponível em: [http://www.prochile.cl/ficha\\_pais/colombia/proceso\\_imp.php#envases](http://www.prochile.cl/ficha_pais/colombia/proceso_imp.php#envases). Acesso em: 5 fev. 2012.

<sup>98</sup>World Trade Organization, *Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat*. Genebra, 2006. p. 57. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

apoio. O sistema SPS opera sob o princípio da harmonização das políticas dos vários setores, em particular da agricultura, da saúde pública, do ambiente, do comércio, das autoridades regionais e do setor privado.<sup>99</sup>

No campo da saúde animal, o Instituto Colombiano Agropecuário (ICA)<sup>100</sup> impõe exigências no que diz respeito aos certificados de exportação de saúde animal, à inspeção sanitária na saída e em pontos de entrada, ao registro de material genético, aos centros produtores, ao registro de importação e exportação de insumos, à quarentena temporária de equídeos e ao comércio intrarregional de animais e produtos animais. Todos os alimentos processados vendidos para consumo humano, incluindo os provenientes de importações, devem ser registrados no *Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos* (INVIMA),<sup>101</sup> que autoriza a sua comercialização em território colombiano através da concessão de registro sanitário, válido por dez anos. Cada lote de produto importado, durante o período de validade do registro, é fisicamente examinado pela autoridade de saúde. A análise de laboratório é obrigatória para os gêneros alimentícios que apresentem um maior grau de risco para a saúde pública.<sup>102</sup>

Embora o registro seja concedido automaticamente, não existe um controle documental subsequente, o que pode levar à suspensão do registro. No caso de produtos não transformados, a licença de importação sanitária deve ser solicitada ao ICA antes que possa ser feita a solicitação de uma licença de importação ao MCIT. A licença de importação sanitária do ICA é transmitida do importador para o exportador no país de origem do produto, do qual é exigida uma licença de exportação sanitária, em resposta às exigências de certificado de importação do ICA.<sup>103</sup> É necessário também um registro sanitário junto ao INVIMA (que leva de três a seis meses para ser emitido), anterior à importação, para medicamentos, cosméticos, alimentos processados, inseticidas para uso doméstico e produtos relacionados. O INVIMA concede aprovação a certos produtos que não requerem registro prévio de importação.<sup>104</sup>

Na área fitossanitária, a Resolução nº 240, de 1999, da CAN define a documentação de importação e inspeção do produto. Já a Resolução nº 239, de 1999, da CAN requer um certificado fitossanitário de exportação, que deve ser emitido pelo ICA, no caso da Colômbia, no porto de partida. Exemplos desses requisitos incluem uma licença especial fitossanitária para a exportação de batatas, um registro como um

---

<sup>99</sup> Idem.

<sup>100</sup> ICA. Disponível em: <http://www.ica.gov.co>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>101</sup> INVIMA. Disponível em: <http://web.invima.gov.co/portal/faces/index.jsp?id=1172>. Acesso em: 4 fev. 2012

<sup>102</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 58-60. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>103</sup> Ibid., p. 60.

<sup>104</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 60. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

exportador e importador de plantas ornamentais, que cobre as exportações de flores e frutos de árvores para arborização e um registro e tratamento fitossanitário de embalagens de madeira maciça.<sup>105</sup>

Em nível regional andino, foi adotado um manual sobre pesticidas químicos agrícolas (Resolução nº 630) e procedimentos para emissão de licenças de saúde fitossanitária e animal e de certificados. Ao mesmo tempo, foi concluído um catálogo sobre Pragas e Doenças em animais, que está sendo usado para decidir sobre a proibição da importação de animais, plantas e produtos que possam espalhar pragas e doenças. Nesse sentido, também têm sido levados em conta o Programa Sub-Regional Andino para Erradicação da Febre Aftosa (2002-2009) e a Decisão nº 483 sobre as regras para o registro, controle, comercialização e utilização de produtos veterinários. O comércio de produtos cosméticos dentro da CAN é regulado pela Decisão nº 516, de 2002. No início de 2006, a CAN havia iniciado trabalhos relativos à atualização das regras sanitárias que regem o comércio de bovinos, categorias de risco fitossanitário, e à avaliação do risco de introdução de Encefalopatia Espongiforme Bovina (BSE, na sigla em inglês) através da carne desossada dos Estados Unidos.<sup>106</sup> Desde agosto de 2007, o INVIMA tem aplicado uma política de tolerância zero para as salmonelas na importação de carne, e rações para animais não podem conter ingredientes de materiais de bovinos que não sejam importados de um país legalmente reconhecido como livre da BSE. A Colômbia aborda essa questão através do processo regulatório SPS da Comunidade Andina.<sup>107</sup>

### Medidas de Defesa Comercial

As principais medidas de proteção comercial dentro da CAN são: (i) para *dumping* e subsídios de países terceiros, Decisão nº 283, de 1991, e, em relação à CAN, Decisão nº 456, de 1999; (ii) para subsídios intracomunitário, Decisão nº 457, de 1999; (iii) para salvaguardas intracomunitárias, Capítulo XI do Acordo de Cartagena e Decisão nº 563, de 2003; (iv) para salvaguardas de países terceiros, Decisão nº 452, de 1999.<sup>108</sup>

A Colômbia notificou à OMC a sua legislação em matéria de medidas *antidumping* em 1995.<sup>109</sup> Desde 1996, o país tem utilizado os procedimentos *antidumping* da OMC e da CAN. Em ambos os casos, os direitos provisórios e definitivos foram aplicados.<sup>110</sup> De acordo com o último relatório de política comercial

---

<sup>105</sup> Ibid., p. 59.

<sup>106</sup> Ibid., p. 61.

<sup>107</sup> United States Trade Representative, 2009 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers. p. 131.

<sup>108</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 46. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tp\\_r\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tp_r_e/tp273_e.htm). Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>109</sup> Idem.

<sup>110</sup> Ibid., p. 47.

da OMC, as medidas *antidumping* aplicadas pela Colômbia podem ser caracterizadas, de maneira geral, (i) por terem sido adotadas em conexão com a importação de insumos (ii) pelo fato de as importações serem oriundas, principalmente, de países industrializados (iii) e pelas investigações terem resultado em direitos definitivos.<sup>111</sup> O Decreto nº 152, de 1998, autoriza a aplicação de medidas de salvaguarda a todas as importações de produtos sob investigação, independentemente da sua origem, se as importações do determinado produto têm aumentado substancialmente e o produto está sendo importado em condições tais que causem, ou ameacem causar, prejuízo grave à indústria doméstica que produz produtos similares ou diretamente concorrentes.<sup>112</sup>

Há um regime de salvaguardas especiais que se aplica a produtos originários da CAN. Os direitos e obrigações do Artigo XIX do GATT, de 1994, são mantidos em relação aos acordos preferenciais da Colômbia com o G-3 e com o Mercosul.<sup>113</sup> A aplicação de medidas de salvaguarda já esteve focada em bens de consumo no setor têxtil, em particular, sobre as importações da China.<sup>114</sup> Atualmente, a Colômbia não possui nenhuma medida de salvaguarda vigente, ainda que três investigações estejam abertas para os produtos *Sacos de polipropileno, Protetores de borracha e Tubos*.<sup>115</sup>

Filmes de PVC flexíveis que tenham um conteúdo de plastificantes de 6% em peso, originários do Brasil (subposição pautal 3920.43.00.00), estão sujeitos a uma medida de salvaguarda. A quota de importação é de 645 toneladas por ano, que terão a tarifa preferencial em vigor no Contrato do Programa de Liberalização do Comércio CAN-Mercosul. Uma tarifa de 17,6% é estabelecida para as importações acima da quota, conforme o Decreto nº 2373, de 25 de junho de 2009 (26 de junho de 2009, D.O.).<sup>116</sup>

## SUBSÍDIOS

Com uma participação considerável do Estado na economia, principalmente nos setores petrolífero e de eletricidade, a Colômbia tem buscado reverter essa tendência por meio de um programa de privatizações, conforme aponta a OMC. Em sua última notificação à Organização, havia 14 empresas de

---

<sup>111</sup> *Ibid.*, p. 48-49.

<sup>112</sup> *Ibid.*, p. 49.

<sup>113</sup> *Ibid.*, p. 49.

<sup>114</sup> *Ibid.*, p. 50.

<sup>115</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Medidas de Salvaguardia. Disponível em: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=14735>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>116</sup> ALADI. Salvaguardias Adoptadas – Colombia. Disponível em: <http://www.aladi.org/nsfaladi/salvaguardias.nsf/salvaweb/colombia>. Acesso em: 4 fev. 2012.

comércio estatais no país andino que monopolizavam a produção, a importação, a exportação, a distribuição e a venda de bebidas.<sup>117</sup>

Segundo o Conselho Nacional de Políticas Econômicas e Sociais, a falta de uniformidade de critérios verificada na aplicação, alocação e avaliação de medidas de suporte público a atividades econômicas privadas é resultado da amplitude dos programas apoiados pelo governo. Dessa forma, segundo a OMC, a otimização do uso desses recursos fiscais poderia ser obtida através de uma avaliação global dos custos e benefícios desses programas e de sua consequente racionalização.<sup>118</sup>

Incentivos à exportação também incluem o Plan Vallejo (*drawback*), ou Maquila, o Plan Vallejo Jr., o CERT (certificado de reembolso de impostos), as linhas de crédito e a política de seguro de crédito de exportação. Em 2007, o governo colombiano reativou um antigo programa, conhecido como CERT. Por meio desse, o governo concedia certificados (daí a denominação CERTs) para empresas exportadoras de certos setores. De fato, trata-se de um reembolso de determinados impostos (de renda e aduaneiros), que é calculado com base na percentagem de bens exportados, variando conforme destino e produto. Os valores reembolsados através dos CERTs são de aproximadamente 2,5% das tarifas.<sup>119</sup> Em 2008, houve a concessão desses certificados para exportadores de têxteis, calçados, couro, plásticos, alimentos, mobiliário, joias, entre outros, a fim de atenuar o impacto da valorização do peso colombiano.<sup>120</sup>

O plano *Vallejo Jr.* permite a importação livre de impostos de matérias-primas utilizadas na produção de bens exportáveis, bem como o reabastecimento de matérias-primas de origem estrangeira. Dentro do Plan Vallejo, ou Maquila, as importações de matérias-primas, insumos e semiacabados, bem como de máquinas, equipamentos e peças para a produção, transformação ou montagem de bens exportáveis são isentas de qualquer licença de importação prévia, requisitos, direitos aduaneiros, impostos, sobretaxas ou taxas (desde que sejam posteriormente reexportadas sob a forma de produtos acabados). As importações no âmbito desses planos devem ser autorizadas pela DIAN e entrar em um acordo especial

---

<sup>117</sup> World Trade Organization, Trade Policy Review – Colombia: Report by Secretariat. Genebra, 2006. p. 28. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp273\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp273_e.htm). Acesso em: 30 jan. 2012.

<sup>118</sup> Idem.

<sup>119</sup> Export.gov. Disponível em: <http://export.gov/colombia/doingbusinessincolombia/index.asp>. Acesso em: 29 fev. 2012.

<sup>120</sup> United States Trade Representative. Report on Foreign Barriers to Trade – Colombia 2009. Washington, 2009. p. 131. Disponível em: [http://ustraderep.gov/assets/Document\\_Library/Reports\\_Publications/2009/2009\\_National\\_Trade\\_Estimate\\_Report\\_on\\_Foreign\\_Trade\\_Barriers/asset\\_upload\\_file726\\_15454.pdf](http://ustraderep.gov/assets/Document_Library/Reports_Publications/2009/2009_National_Trade_Estimate_Report_on_Foreign_Trade_Barriers/asset_upload_file726_15454.pdf). Acesso em: 7 fev. 2012.

com o MCIT, que estabelece o conteúdo mínimo local e a exigência de percentual de exportação numa base de caso a caso.<sup>121</sup>

Ainda para empresas exportadoras, o governo colombiano prevê o Plan Vallejo de Servicios, um mecanismo de estímulo às exportações de serviços. As empresas que desejam receber os benefícios do plano solicitam a autorização à DIAN, que concede isenção total ou parcial dos impostos aduaneiros nas importações de bens de capital, diferimento no pagamento das taxas do IVA nas importações de bens de capital e maior agilidade no processo de desembaraço aduaneiro. Em contrapartida, os beneficiários do programa devem exportar um montante mínimo em serviços.<sup>122</sup>

Além do Plan Vallejo, outros programas do governo colombiano preveem a isenção dos impostos para importação. Empresas que obtiveram junto à DIAN o certificado de Usuário Altamente Exportador (ALTEX) não pagam IVA sobre maquinário não produzido na Colômbia. Para atingir tal classificação, as empresas devem comprovar que, nos doze meses anteriores à obtenção do certificado, exportaram pelo menos 30% de suas vendas totais. Empresas da indústria básica<sup>123</sup> também são beneficiadas pela isenção do IVA para a importação temporária de maquinário pesado não produzido na Colômbia. Uma vez encerrada a utilização do maquinário, caso o mesmo não seja reexportado, a isenção do IVA é cancelada.

Outros equipamentos que recebem isenção de IVA são aqueles destinados à proteção e à preservação do meio-ambiente, tais como máquinas de reciclagem.<sup>124</sup>

Há ainda a ajuda do governo colombiano em forma de transferências à população prejudicada por desastres climáticos. Nesse sentido, no início de 2011, em razão de prejuízos causados por desastres naturais, o governo colombiano transferiu a populações atingidas o equivalente a aproximadamente USD 36 milhões, na forma de eletricidade e gás natural.<sup>125</sup> Além disso, o governo também lançou um programa

---

<sup>121</sup> AUSTRADE. Doing Business in Colombia, 2011. Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Colombia/default.aspx>. Acesso em: 4 fev. 2012.

<sup>122</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Plan Vallejo de Servicios. Bogotá, fevereiro de 2009. p. 4-5. Disponível em: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/106\\_Manual%20Plan%20Vallejo%20de%20Servicios%202009.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/106_Manual%20Plan%20Vallejo%20de%20Servicios%202009.pdf) Acesso em: 13 fev. 2012.

<sup>123</sup> Mineração, hidrocarbonatos, química pesada, ferro e aço, metalurgia, geração e transmissão de energia elétrica e obtenção, purificação e condução de óxido de hidrogênio.

<sup>124</sup> DELLOITTE. Doing Business in Colombia 2011. Abril de 2011. p. 36. Disponível em: <http://webservice3.deloitte.com.co/Doing%20Business%20Colombia%202011%20English%20Version%20FINAL%2026042011.pdf> Acesso em: 13 fev. 2012.

<sup>125</sup> América Economía. Colombia: subsidios de energía y gas para damnificados cuestan USD 36 millones. 22 enero 2011. Disponível em: <http://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/politica/colombia-subsidios-de-energia-y-gas-para-damnificados-cuestan-us36-millone>. Acesso em: 13 fev. 2012.

de seguro agropecuário, que previne perdas derivadas de desastres climáticos aos produtores agrícolas através da compra de uma apólice de seguros junto ao governo.<sup>126</sup>

No que se refere às medidas de suporte ao setor agrícola, o governo colombiano lança mão de alguns programas, como o *Programa de Coberturas*. Destinado aos setores agrícolas exportadores – e àqueles cujos produtos concorrem com importações, esse Programa prevê suporte do governo tanto na forma de transferências como na forma de proteção a variações na taxa de câmbio que reduzam a competitividade dos produtos colombianos. Nesse sentido, em 2008, o governo colombiano auxiliou 450 produtos com incentivos que chegaram a USD 31 milhões.<sup>127</sup>

Com um propósito social, as Caixas de Compensação Familiar são instrumentos que visam reduzir as disparidades sociais verificadas na Colômbia. Nesse sentido, abrangem variados campos, tais como educação, saúde, moradia, desemprego, entre outros. Assim, as Caixas entregaram, de 2002 a 2009, aproximadamente 270 mil subsídios de moradia a seus trabalhadores afiliados<sup>128</sup> e 540 mil indenizações por falta de emprego.<sup>129</sup> Somente no ano de 2012, a previsão é de que o valor em subsídios à moradia alcance cerca de USD 226 milhões.<sup>130</sup>

No que diz respeito ao abastecimento de energia elétrica, a Colômbia tradicionalmente garante subsídios à parte da população. Nesse âmbito, existem dois tipos de subsídios: os diretos (ou cruzados) e os indiretos. No esquema de subsídios cruzados, a faixa da população que consome quantidades de energia superiores contribui, por meio do preço pago pela energia, com a parcela da população que vive em áreas mais pobres e que consome menos energia. Quanto aos subsídios indiretos, realizados por meio de recursos fiscais, são efetuados através de programas designados pelo governo. Entre esses programas estão o Fundo de Apoio Financeiro para a Energização das Zonas Não Interconectadas (FAZNI), o Fundo de Apoio Financeiro para a Energização das Zonas Rurais Interconectadas (FAER), o Fundo de Energia Social

---

<sup>126</sup> COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Invierta en Colombia: Sector Agroindustrial Colombiano*. v. 1, n. 1, dic. 2010. Disponível em: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/087\\_Perfil%20Sector%20Agroindustrial.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/087_Perfil%20Sector%20Agroindustrial.pdf). Acesso em: 13 fev. 2012.

<sup>127</sup> *Ibid.*, p. 12.

<sup>128</sup> COLOMBIA. Superintendencia del Subsidio Familiar. *Boletín de Prensa – Subsidio Familiar en Colombia: el reto de superar la pobreza*. Bogotá, 30 oct. 2009. Disponível em: <http://190.60.93.117/wps/wcm/connect/b35e0e004138b726ad19ffa58d250d8a/EL+RETO+DE+SUPERAR+LA+POBREZA.pdf?MOD=AJPERES>. Acesso em: 13 fev. 2012.

<sup>129</sup> El Empleo.com. *Subsidios de Desempleo en Colombia*. Mayo 2011. Disponível em: [http://noticias.empleo.com/colombia/investigacion\\_laboral/subsidios-de-desempleo-en-colombia/7579727](http://noticias.empleo.com/colombia/investigacion_laboral/subsidios-de-desempleo-en-colombia/7579727). Acesso em: 13 fev. 2012.

<sup>130</sup> Portal Portafolio. *Habrà \$400 mil millones para el subsidio de vivienda en 2012*. 17 enero 2012. Disponível em: <http://www.portafolio.co/economia/subsidios-vivienda-colombia-2012>. Acesso em: 13 fev. 2012.

(FOES), o Programa de Normalização das Redes Elétricas (PRONE) e a Contribuição Ambiental, sendo apenas o PRONE direcionado para a melhoria das estruturas elétricas.<sup>131</sup>

Em relação aos combustíveis, o governo colombiano não vem oferecendo subsídios, influenciando os altos preços no país. Autoridades da Ecopetrol, empresa estatal colombiana de combustíveis, consideram que a ausência desse tipo de política de controle de preços se deve à baixa justificação social que teria.<sup>132</sup>

---

<sup>131</sup> RUIZ, Maria Elena. Síndrome de los subsidios. Medellín, sept. 2011. Disponível em:

[http://www.bracier.org.br/downloads/hidroeletricidade/Maria\\_Elena.pdf](http://www.bracier.org.br/downloads/hidroeletricidade/Maria_Elena.pdf) Acesso em: 13 fev. 2012.

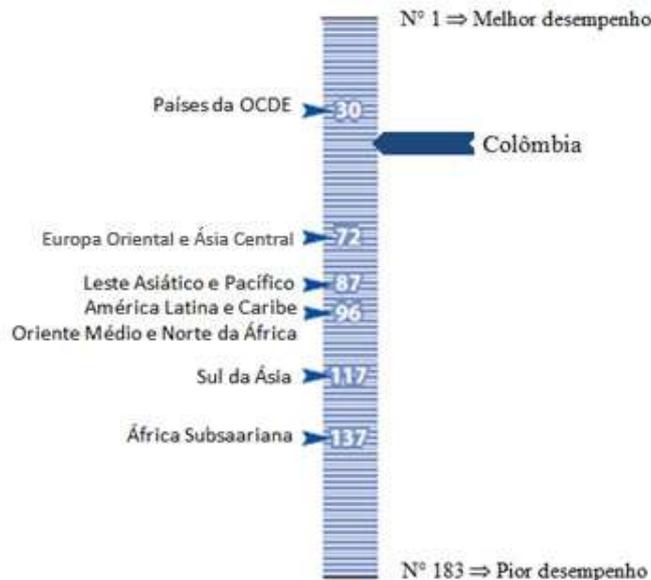
<sup>132</sup> Portal Reportero 24. Consumidor de gasolina no tendrá subsidios en Colombia. 28 mayo 2011. Disponível em:

<http://www.reportero24.com/2011/05/beatriz-de-maio-consumidor-de-gasolina-no-tendra-subsidios-en-colombia>. Acesso em: 13 fev. 2012.

**AMBIENTE DE NEGÓCIOS**

De acordo com o Doing Business 2012,<sup>133</sup> do Banco Mundial, a Colômbia ocupa a 42ª posição no *ranking* de 183 países avaliados por sua facilidade para fazer negócios. A classificação dos países leva em conta aspectos relacionados à abertura de empresas, obtenção de alvarás, contratação de empregados, emissão de registro de propriedades, obtenção de crédito, proteção de investidores, pagamentos de impostos, comércio exterior, cumprimento de contratos e fechamento de empresas, entre outros. A título de comparação mundial, a Figura 2 apresenta a classificação da Colômbia em relação às principais regiões do mundo.

**Figura 2 - Ranking Doing Business 2012: posição da Colômbia em relação às principais regiões do mundo**

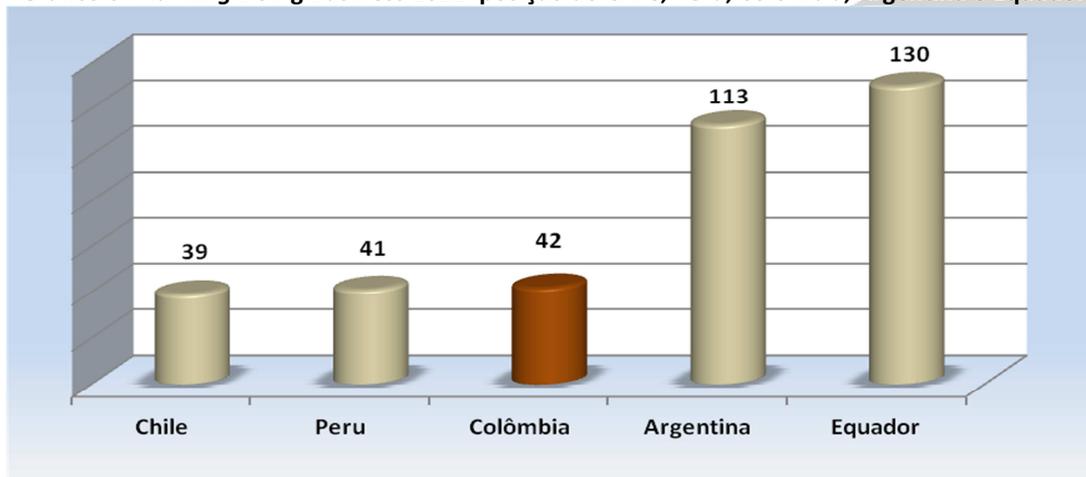


Fonte: Doing Business 2012, Banco Mundial. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A Colômbia obteve uma boa avaliação no que se refere ao ambiente para os negócios, pois está abaixo apenas dos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Além disso, foi o sétimo país que mais avançou na classificação do *ranking* Doing Business entre 2005 e 2011. A Colômbia, em comparação com Argentina, Chile, Equador e Peru, fica na terceira posição, como pode ser observado no Gráfico 6.

<sup>133</sup> Publicação anual do Banco Mundial que fornece uma avaliação quantitativa das regulações relacionadas à atividade empresarial. Disponível em: <http://www.doingbusiness.org/reports/doing-business/doing-business-2012>. Acesso em: 13 fev. 2012.

Gráfico 6 - *Ranking* Doing Business 2012: posição do Chile, Peru, Colômbia, Argentina e Equador



Fonte: Doing Business 2012, Banco Mundial. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Em termos de evolução, a Colômbia melhorou cinco posições em sua avaliação de 2011 para 2012. Essa alteração no *ranking* decorreu basicamente de modificações em três segmentos. O primeiro refere-se ao pagamento de impostos, o segundo ao fechamento de empresas e o terceiro à abertura de empresas, como pode ser observado na Tabela 2, que contém a composição e a classificação da Colômbia nos diferentes itens que compõem o *ranking* realizado pelo Doing Business em 2011 e 2012.

Tabela 2 - *Ranking* da Colômbia nos itens que compõem o índice de facilidades de fazer negócio (2011 e 2012)

Item	Ranking de 2012	Ranking de 2011	Mudanças no Ranking
<b>Facilidade de fazer negócios</b>	<b>42</b>	<b>47</b>	<b>5</b>
Abertura de empresas	65	73	8
Obtenção de alvarás	29	29	sem alteração
Obtenção de eletricidade	134	131	-3
Registro de propriedades	51	54	3
Obtenção de crédito	67	64	-3
Proteção de investidores	5	5	sem alteração
Pagamento de impostos	95	120	25
Comércio exterior	87	83	-4
Cumprimento de contratos	149	149	sem alteração
Fechamento de empresas	12	29	17

Fonte: Doing Business 2012,<sup>134</sup> Banco Mundial. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

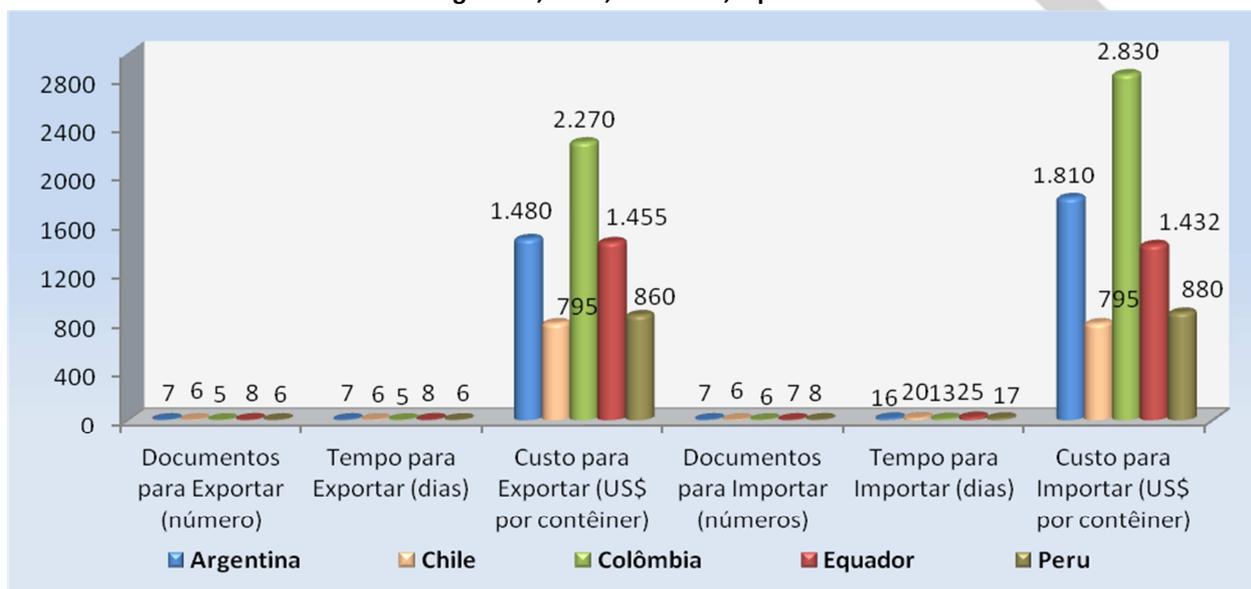
As reformas que, segundo o Banco Mundial, resultaram em melhorias para o ambiente de negócios foram: no que se refere à abertura de empresas, a redução dos custos associados com as taxas para abrir

<sup>134</sup> Os dados comparados para os componentes do *ranking* Doing Business podem ser obtidos em: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies>. Acesso em: 13 fev. 2012.

uma empresa; em relação aos impostos, a redução do custo para pagamento de impostos e taxas, com a criação de um sistema eletrônico de pagamento para a maioria desses tributos; e em relação ao fechamento de empresas, a alteração da legislação referente aos processos de insolvência para simplificá-los, a fim de reduzir o tempo e o custo desses processos.

Já o item de maior perda para a Colômbia foi o de Comércio Exterior, como se pôde observar na Tabela 2. A avaliação desse item leva em consideração seis tópicos, que são: i) número de documentos para exportar; ii) tempo, em dias, para exportar; iii) custo para exportar, por contêiner; iv) número de documentos para importar; v) número de dias para importar; vi) custo para importar, por contêiner. Esses elementos para Argentina, Chile, Colômbia, Equador e Peru podem ser observados no Gráfico 7.

**Gráfico 7 - Elementos de avaliação do item Comércio Exterior no ranking Doing Business 2012: comparativo entre Argentina, Chile, Colômbia, Equador e Peru**



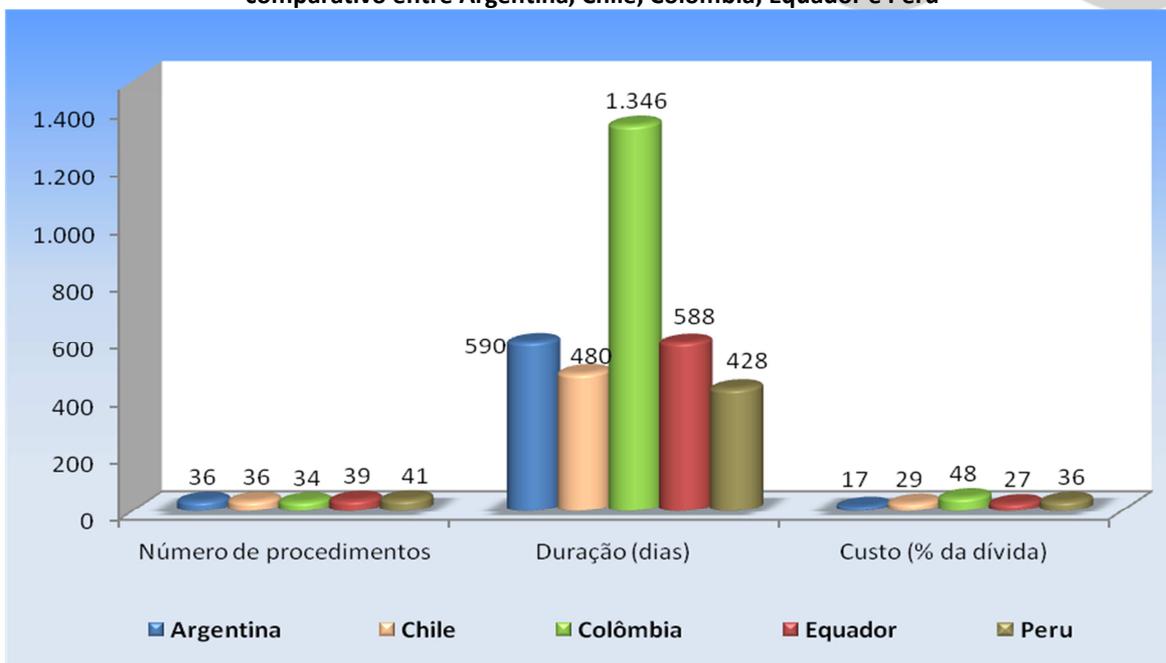
Fonte: Doing Business 2012, Banco Mundial. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Pelos dados do Gráfico 7, verifica-se que, na Colômbia, os custos por contêiner para exportar e importar são significativamente superiores aos dos demais países apresentados, chegando a USD 2.830, no caso das importações. Esses valores estão bem acima da média mundial, indicando aos investidores que pretendem expandir suas atividades em território colombiano, que os observem na avaliação da competitividade de seus produtos. Nos demais elementos que compõem o item Comércio Exterior, os valores dos países não diferem de forma significativa.

O item Cumprimento de Contratos, que é um aspecto relevante para os investidores, mede a eficiência dos tribunais na resolução de disputas relacionadas a operações de venda. Nesse, são avaliados o tempo, o custo e o número de processos envolvidos na contenda, desde o momento do registro da ação

até a efetivação do pagamento requerido por uma das partes. Os indicadores desse critério para a Colômbia e os países selecionados podem ser observados no Gráfico 8.

**Gráfico 8 - Elementos de avaliação do item Cumprimento de Contratos no ranking Doing Business 2012: comparativo entre Argentina, Chile, Colômbia, Equador e Peru**



Fonte: Doing Business 2012, Banco Mundial. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Dos elementos que compõem o item Cumprimento de Contratos, a Colômbia é, entre os países examinados, o menos burocrático, resultando em um menor número de procedimentos, porém é o mais lento e o que apresenta o maior custo, chegando a 48% de custos em relação à dívida.

## CAPACIDADE DE PAGAMENTO

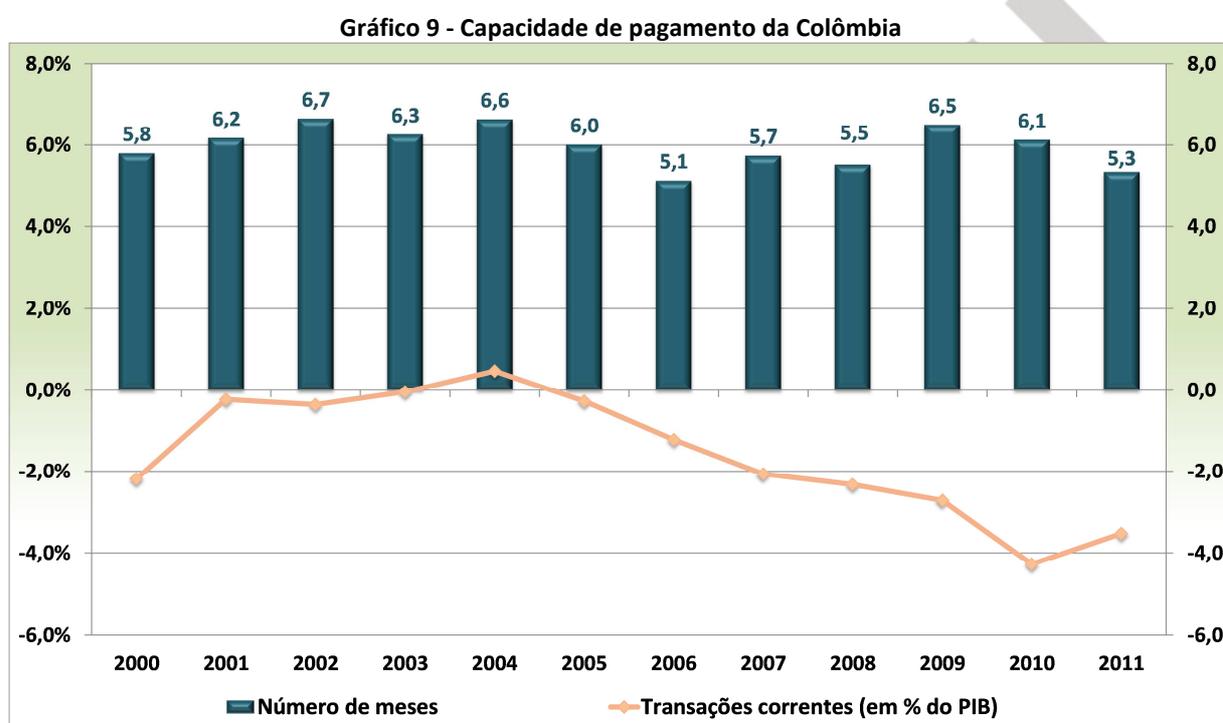
A avaliação da capacidade de pagamentos inclui não somente a avaliação financeira, como também o risco político, medido na disposição de pagar as dívidas em moeda estrangeira do governo da Colômbia, e a facilidade de aquisição de moedas estrangeiras no país. Parte dessa avaliação foi realizada com base nas medidas de risco feitas pela Standard and Poor's (S&P), que apresenta uma classificação que vai de AAA, menor risco ou melhor avaliação, até C, maior risco ou pior avaliação, assim distribuída: AAA; AA+; AA; AA-; A+; A; A-; BBB+; BBB; BBB-; BB+; BB; BB-; B+; B; B-; CCC; CC; C.

Essa medida de risco (*rating*) é realizada para dois prazos: longo prazo e curto prazo. Tem-se também uma avaliação da tendência (horizonte de seis meses a dois anos) que é apresentada de forma qualitativa, como crescimento, estabilidade, etc.

A classificação da Colômbia, no longo prazo, foi BB+. Essa avaliação foi superior à recebida pela Argentina (B) e o Equador (B-), e inferior à avaliação do Chile (A+) e do Peru (BBB-). No que se refere à

tendência, o país foi classificado como em crescimento, da mesma forma que o Chile e o Peru, enquanto Argentina e Equador foram classificados como estáveis. No curto prazo, a classificação colombiana foi B. Assim, com base nesses indicadores, a Colômbia não deverá apresentar problemas de liquidez para o pagamento das dívidas em moeda estrangeira e ainda, como sua avaliação tem tendência positiva, poderá resultar em menores taxas de juros para os investidores, tornando-se mais atrativa para investimentos diretos.

Além dessa, existem duas formas adicionais de avaliar a capacidade de pagamento de um país. A primeira é avaliar o Saldo de Transações Correntes<sup>135</sup> em relação ao PIB da economia. A segunda é verificar quantos meses de importações podem ser pagos com as reservas internacionais. O Gráfico 9 contém essas informações.



Fonte: Euromonitor Internacional. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Conforme pode ser verificado, a partir de 2005 a Colômbia passou a apresentar déficits crescentes em transações correntes. Essa tendência foi interrompida em 2011, quando o indicador foi de 3,5%. Embora déficits significativos e crescentes possam levar uma situação de fragilidade, com possível perda de reservas e crises cambiais, o patamar do déficit colombiano é considerado normal nos países em desenvolvimento, uma vez que as contas de renda e de serviços, que fazem parte das transações correntes,

<sup>135</sup> No saldo de transações correntes estão contabilizadas as receitas e despesas com exportações e importações de mercadorias, viagens, fretes, seguros, salários, juros, lucros e dividendos, entre outras. Quando as despesas superam as receitas, tem-se um déficit em conta corrente e vice-versa.

costumam ser deficitárias. Isso ocorre devido à remessa de lucros e dividendos de filiais de empresas transnacionais presentes nesses países a suas matrizes no exterior. Já o número de meses pagáveis com as reservas é bastante estável. Em todo o período, oscilou entre 5,1 e 6,7 meses, o que leva a afastar a probabilidade de que o país enfrente constrangimentos quanto a sua capacidade de pagamentos.

### INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA

A Colômbia, segundo o World Bank (2010),<sup>136</sup> possui aproximadamente 164.278 quilômetros de estradas, por onde circulam, em média por quilômetro, 157 milhões de passageiros<sup>137</sup> e 39.726 milhões de toneladas de carga.<sup>138</sup> A malha rodoviária está concentrada basicamente na costa oeste e noroeste do país, como pode ser observado na Figura 3.

Figura 3 - Malha Rodoviária da Colômbia



Fonte: geology.com, 2011.<sup>139</sup>

<sup>136</sup> World Bank. World Development Indicators 2010. USA, Apr. 2010.

<sup>137</sup> Esse resultado é obtido a partir da multiplicação do número de passageiros transportados nas rodovias pelo número de quilômetros viajados ao longo de um ano.

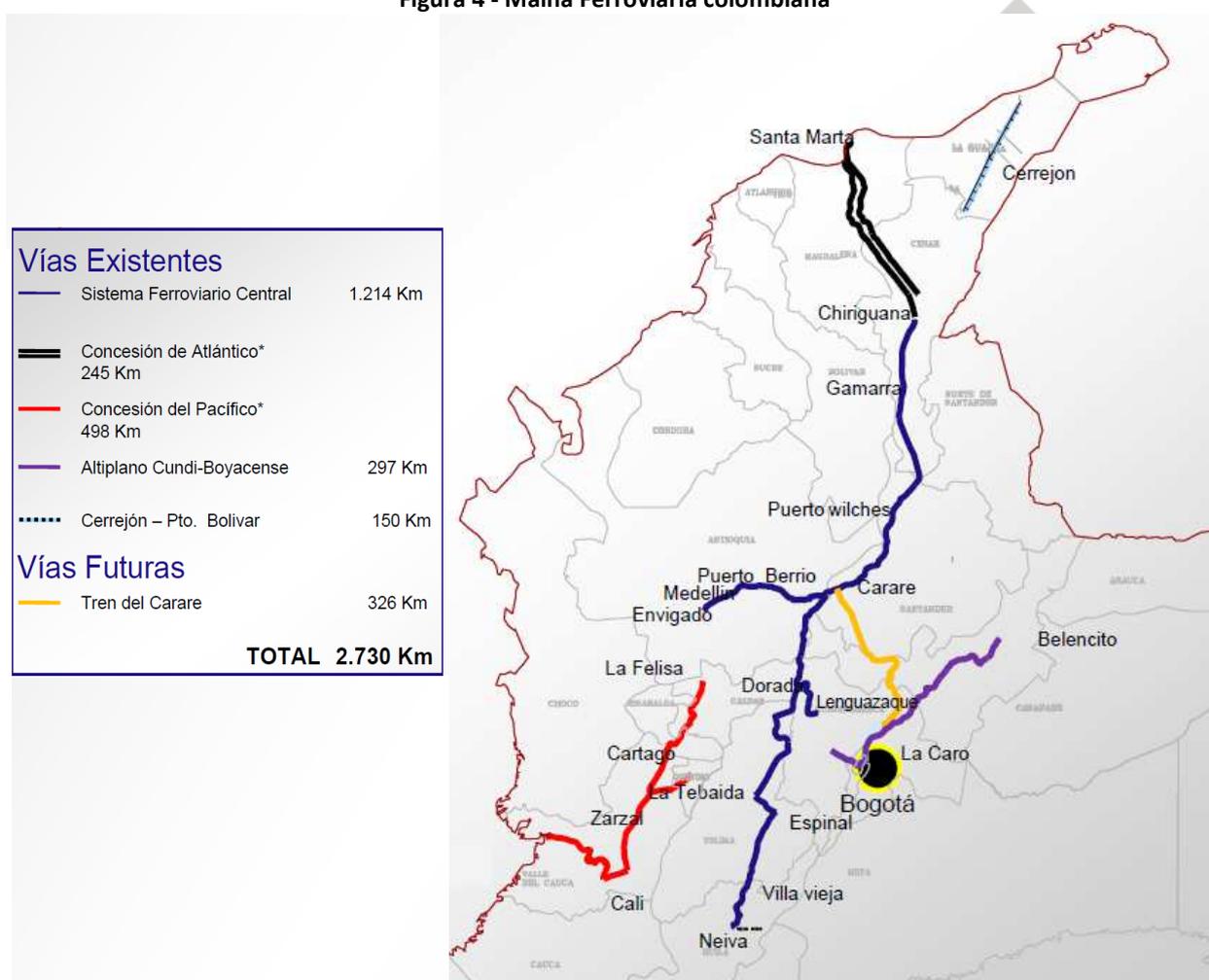
<sup>138</sup> Esse resultado é obtido a partir da multiplicação do volume de carga transportada nas rodovias pelo número de quilômetros das rodovias ao longo de um ano.

<sup>139</sup> Disponível em: <http://geology.com/world/united-arab-emirates-satellite-image.shtml>. Acesso em: 13 fev. 2012.

Essas estradas fazem ligação plena com o norte do Equador, por meio da rodovia Pan-Americana, e com o noroeste da Venezuela, através de seis rodovias principais, que são as rotas venezuelanas 12, 8, 7, 1, 6 e 3. Proporcionando uma boa competitividade na região em termos logísticos, essas estradas cruzam as regiões mais densamente habitadas e permitem ampla movimentação de carga entre o Equador e a Venezuela.

No que se refere à malha ferroviária, existem atualmente, em funcionamento, aproximadamente 1.663 quilômetros de linhas férreas na Colômbia, por onde são transportados em torno de 9.049 milhões de toneladas por quilômetro<sup>140</sup> (World Bank, 2010). A Figura 4 permite visualizar a malha ferroviária da Colômbia.

Figura 4 - Malha Ferroviária colombiana



Fonte: Departamento Nacional de Planeación – DNP.<sup>141</sup>

<sup>140</sup> Este resultado é obtido a partir da multiplicação do volume de carga transportada nas rodovias pelo número de quilômetros ao longo de um ano.

<sup>141</sup> Disponível em:

[http://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/Presentaciones\\_Renteria/CR\\_Proyectos\\_Infra\\_Espa%C3%B1ol%2823\\_jul\\_08%29.pdf](http://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/Presentaciones_Renteria/CR_Proyectos_Infra_Espa%C3%B1ol%2823_jul_08%29.pdf). Acesso em: 13 fev. 2012.

Como se pode observar na Figura 4, a malha ferroviária, além de não estar totalmente interligada, ainda está concentrada em uma pequena região do país. De fato, algumas linhas ferroviárias estão em condições muito precárias e, embora constem na rede, não possuem mais tráfego. Segundo o Index Mundi (2011),<sup>142</sup> a malha ferroviária colombiana vem se reduzindo nas últimas décadas. Em 1995, o país possuía mais de 3.200 quilômetros de estradas de ferro, e, em 2010, apenas 800 quilômetros.

No que se refere ao transporte marítimo, a Colômbia, pela classificação do World Port Source (2011), possui um porto classificado como grande, dois como médio, seis como pequeno e dois como muito pequeno. Eles estão concentrados na costa norte do país, o que os torna próximos do Canal do Panamá. Por esses portos, foram transportados aproximadamente 1.955 TEU.<sup>143</sup> A Figura 5 contém o mapa com a localização dos principais portos do país.



Fonte: World Port Source, 2011.<sup>144</sup>

<sup>142</sup> Disponível em: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=co&v=113&l=pt>. Acesso em: 13 fev. 2012.

<sup>143</sup> Twenty Feet or Equivalent Unit (TEU) ou unidade de 20 pés ou equivalente.

<sup>144</sup> Disponível em: <http://www.worldportsource.com/ports/COL.php>. Acesso em: 13 fev. 2012.

Por fim, o Banco Mundial criou dois índices referentes à infraestrutura e à logística. O de logística é um índice que vai de 0 a 5, e o de qualidade da infraestrutura varia de 0 a 7, sendo, para ambos, o zero a pior situação, e 5 a melhor para o de logística e 7 a melhor para o da qualidade da infraestrutura.

Nesses indicadores, a Colômbia recebeu uma classificação, em 2010, para a logística, de 2,77, enquanto o índice de qualidade da infraestrutura foi de 3,20. Sua pontuação é ligeiramente superior à da Venezuela, idêntica à do Equador e um pouco inferior à da Argentina. Em relação ao Chile, no que se refere à logística, seu indicador é um pouco inferior, porém, em termos de qualidade, o chileno é significativamente superior, como se pode observar no Gráfico 10.

**Gráfico 10 - Índice Logístico e de Qualidade da Infraestrutura do Banco Mundial: comparativo entre Argentina, Chile, Colômbia, Equador e Venezuela**



Fonte: World Bank, 2010. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: Índice de Logística: 0 = pior desempenho, 5 = melhor desempenho. Índice de Qualidade da Infraestrutura: 0 = pior situação, 7 = melhor situação.

Apesar de a concentração da malha rodoviária e ferroviária estar no leste e noroeste do país, e de os indicadores logísticos não demonstrarem uma vantagem em relação ao país colombiano, há um plano ambicioso de investimento do governo em infraestrutura, em parceria com o setor privado, envolvendo USD 50 bilhões para a construção de novas rodovias estaduais, portos e aeroportos (PROEXPORT).<sup>145</sup>

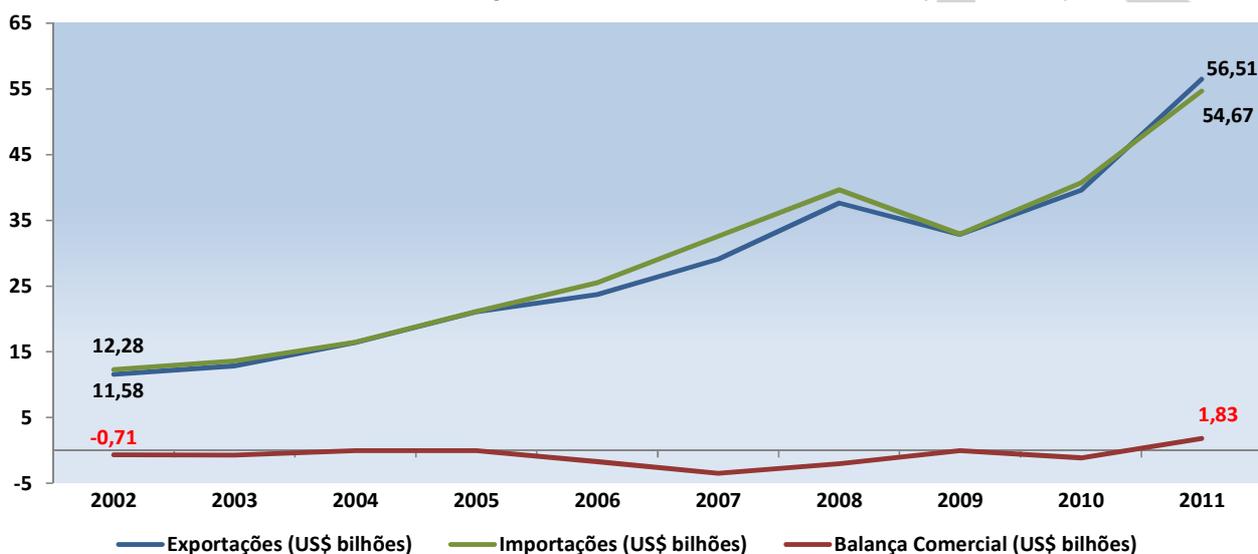
<sup>145</sup> Disponível em: <http://www.inviertaencolombia.com.co>. Acesso em: 13 fev. 2012.

### EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DA COLÔMBIA

A evolução do comércio exterior da Colômbia, no período 2002-2011, está reportada no Gráfico 11. Percebe-se, um incremento considerável dos fluxos comerciais, ou seja, das exportações mais importações. Esses saíram de USD 23,8 bilhões, no primeiro ano do período, para USD 111,2 bilhões em 2011. As importações do país cresceram, em média, 16,1% ao ano no período, enquanto as exportações apresentaram um crescimento, ligeiramente mais elevado, de 17,2%.

O ritmo de crescimento do comércio exterior colombiano acelerou a partir de 2004 até 2008. As exportações passaram de USD 16,4 bilhões, em 2004, para USD 32,9 bilhões em 2008, representando um crescimento médio anual de 24%. As importações seguiram o mesmo ritmo, com 24% de taxa média anual, passando de USD 16,5 bilhões para USD 32,9 bilhões.

Gráfico 11 - Evolução do comércio exterior da Colômbia (2002 a 2011)



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

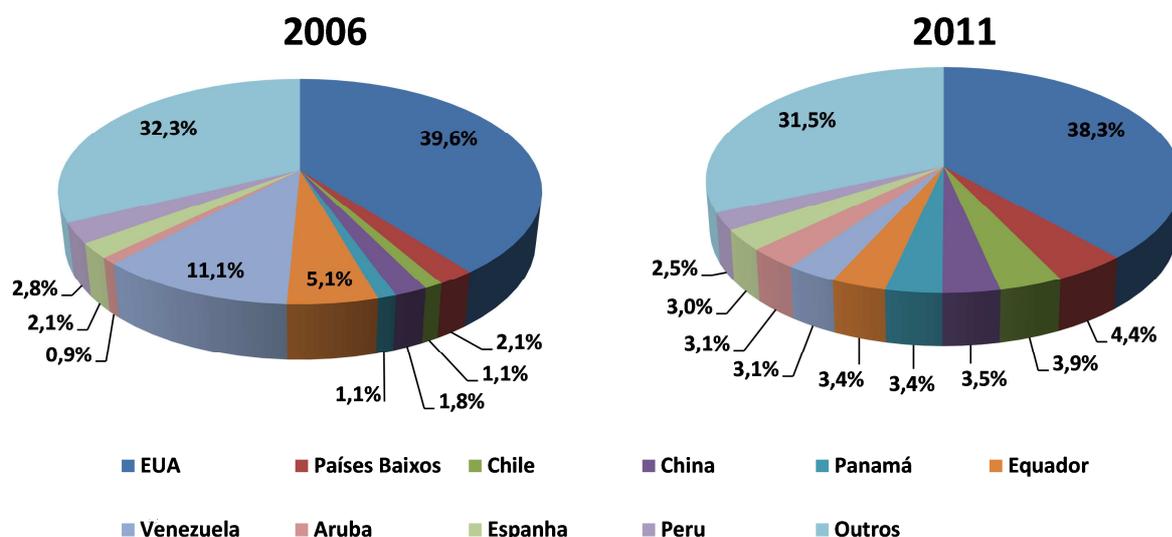
A crise financeira internacional de 2008 teve um efeito considerável na conta do comércio externo da Colômbia. As exportações e as importações começaram a arrefecer e registraram uma queda superior a 12,7% e 17,1%, respectivamente, em 2009. Isso se deu em função do reflexo da forte retração da demanda da grande maioria dos países. Já no ano seguinte, as importações voltaram a crescer, inclusive superando o nível em que se encontravam em 2008, com um valor de USD 40,6 bilhões. As exportações também seguiram essa tendência e registraram um valor recorde de USD 39,8 bilhões em 2010. Destaca-se que a Colômbia apresentou déficits sistemáticos ao longo do período 2001-2010, acumulando uma elevada cifra

de USD 10 bilhões. A situação foi revertida em 2011, quando o país apresentou um superávit de USD 1,8 bilhão frente a um déficit de USD 1 bilhão no ano anterior. A reversão do saldo se deveu principalmente ao aumento do superávit com os Estados Unidos.

## DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DA COLÔMBIA

Os principais destinos das exportações da Colômbia, em 2006 e 2011, encontram-se no Gráfico 12. Observa-se que elas são relativamente concentradas, ou seja, o conjunto dos dez principais países representa em torno de 70% do total. Os Estados Unidos foram o principal destino das exportações colombianas nos anos 2006 e 2011, e detinham, aproximadamente, 40% do total da pauta. Nesse período, as compras desse país junto ao mercado colombiano passaram de USD 9,4 bilhões, em 2006, para USD 21,7 bilhões cinco anos mais tarde. Essa evolução representa uma taxa média de crescimento de 18,8% ao ano no período. Os Países Baixos, porta de entrada para o comércio com a Europa, aparecem como o segundo destino mais relevante das vendas externas da Colômbia em 2011, com 4,4% de participação. Destacam-se ainda as participações do Chile (3,9%) e da China (3,5%) na pauta exportadora colombiana nesse mesmo ano.

Gráfico 12 – Principais destinos das exportações colombianas (2006 e 2011)



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A Venezuela, por sua vez, apresentou um decréscimo na sua participação, nesse período, de oito pontos percentuais, passando de 11,1% para 3,1% do total das exportações colombianas. A crise diplomática instaurada entre os presidentes em 2010 foi determinante para essa queda. Destaca-se ainda que, dos dez principais destinos das exportações da Colômbia, seis pertencem à América Latina. O Brasil aparece na décima primeira colocação, com 2,4% do total, o equivalente a USD 1,36 bilhão, em 2011.

A Tabela 3 mostra os dez principais setores das exportações colombianas, por CNAE três dígitos, em 2006 e 2011.<sup>146</sup> Nota-se que a pauta de exportações ficou mais concentrada em 2011, pois os dez principais setores, que antes representavam 68,18%, aumentaram sua participação para 82,27%. Os três principais permaneceram praticamente nas mesmas posições, sendo que o segmento *Extração de petróleo e gás natural* continuou em primeiro lugar. Em 2006, o setor participava com 18,61% do total das exportações, com uma cifra de USD 4,42 bilhões, e, cinco anos mais tarde, subiu para 41,23%, com valor de USD 23,29 bilhões. Tal fato representou um crescimento médio de 39,5% ao ano.

O segmento *Extração de carvão mineral* permaneceu na segunda colocação, com 13,6% do total das exportações colombianas em 2011, representando um montante de USD 7,66 bilhões. O crescimento médio anual, no período 2006-2011, foi de 22,87%. Por sua vez, o setor *Fabricação de produtos derivados do petróleo* encontrava-se no quarto lugar, com 7,3% do total da pauta exportadora colombiana em 2006, e subiu ligeiramente para terceira colocação, com 8,1% cinco anos após, embora, em termos absolutos, o setor registrasse um crescimento médio de 21,37% ao ano.

O segmento *Produção de lavouras permanentes* era responsável pela terceira posição em 2006, com 8,31% do total da pauta exportadora, representando USD 2,0 bilhões, e, cinco anos após, perdeu uma posição, participando com 6,7% do total. No mesmo sentido, seguiu o setor *Horticultura e produtos de viveiro*, que caiu do quinto lugar, com 4,4% do total, em 2005, para a sexta posição cinco anos após, com 3,2%. O segmento *Metalurgia de metais não ferrosos* seguiu comportamento inverso, saindo do sexto para o quinto lugar, com 6,6% do total das vendas do país em 2010.

---

<sup>146</sup> CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas foi elaborada, na versão um com detalhamento de três dígitos, nos anos 1990, pelo IBGE, em conjunto com os órgãos de registros administrativos, com o objetivo de alcançar uma padronização de informações econômicas do Brasil. A sua construção tomou como referência a classificação padrão elaborada pela Divisão de Estatísticas das Nações Unidas, a Internacional Standard Industrial Classification of all Economic Activities (ISIC). Essa classificação associa produtos (NCMs) aos setores da economia, com destaque na cadeia produtiva a que pertence. Mais detalhes em: <http://www.ibge.gov.br/concla/default.php>.

**Tabela 3 – Dez principais setores das exportações colombianas por CNAE três dígitos (2006 e 2011)**

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2006 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2006	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2011 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2011
111	Extração de petróleo e gás natural	4.415.065.635	18,61%	111	Extração de petróleo e gás natural	23.299.331.248	41,23%
100	Extração de carvão mineral	2.735.372.571	11,53%	100	Extração de carvão mineral	7.659.469.765	13,55%
013	Produção de lavouras permanentes	1.971.440.628	8,31%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	4.585.592.267	8,11%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	1.741.109.623	7,34%	013	Produção de lavouras permanentes	3.454.979.769	6,11%
274	Metalurgia de metais não ferrosos	1.285.261.113	5,42%	274	Metalurgia de metais não ferrosos	3.294.790.010	5,83%
271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	1.074.310.493	4,53%	012	Horticultura e produtos de viveiro	1.255.594.749	2,22%
012	Horticultura e produtos de viveiro	959.509.657	4,04%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	933.688.531	1,65%
181	Confecção de artigos do vestuário	858.965.824	3,62%	271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	813.873.937	1,44%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	598.148.792	2,52%	247	Fabricação de sabões, detergentes, produtos de limpeza e artigos de perfumaria	600.012.047	1,06%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	540.685.441	2,28%	156	Fabricação e refino de açúcar	592.792.668	1,05%
	Outros	7.550.014.194	31,82%		Outros	10.018.744.812	17,73%
<b>Total</b>		<b>23.729.883.971</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>		<b>56.508.869.803</b>	<b>100%</b>

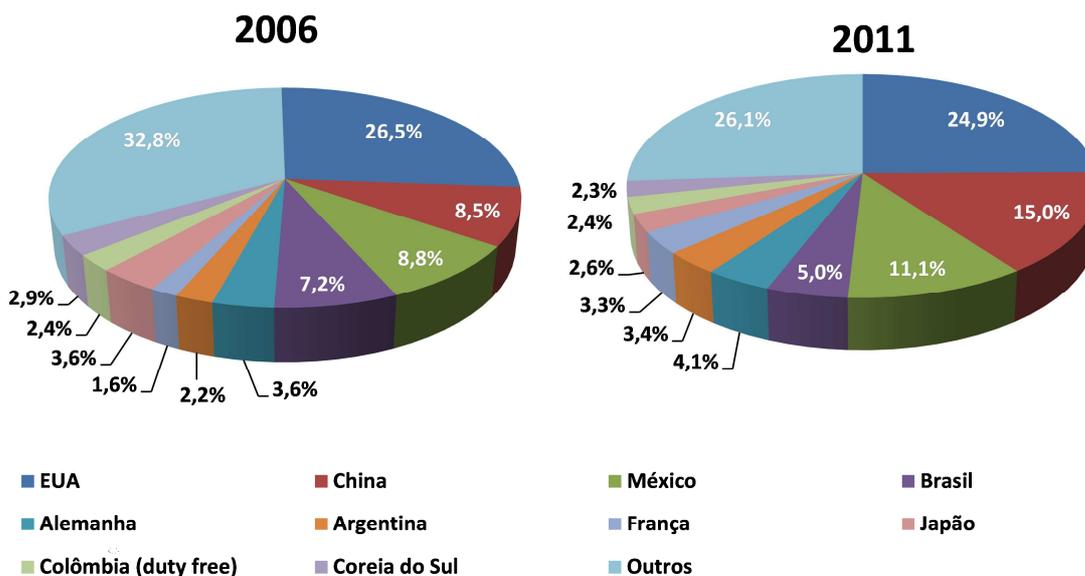
Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

De acordo com os dados apresentados, observa-se um aumento da dependência e da concentração da pauta exportadora colombiana nos produtos relacionados à produção de petróleo e seus derivados, gás natural e carvão mineral.

#### ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES DA COLÔMBIA

O Gráfico 13 mostra os dez principais países fornecedores da economia colombiana em 2006 e 2011. Destaca-se que as importações da Colômbia foram bastante concentradas, já que os cinco principais países detinham por volta de 60% do total da pauta em 2011. Os Estados Unidos constituíram-se como o maior fornecedor do mercado colombiano, passando de 26,5% do total, com um montante de USD 6,7 bilhões, em 2006, para 24,9% em 2011, representando um valor de USD 13,6 bilhões. Tal resultado significa um crescimento médio de 15,1% ao ano. A segunda classificação foi ocupada pela China, cuja participação aumentou 6,5 pontos percentuais, passando de 8,5%, em 2006, para 15,0% em 2011.

Gráfico 13 - Principais origens das importações colombianas (2006 e 2011)



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

O México e o Brasil aparecem na terceira e quarta posições, respectivamente, com 11,1% e 5,0% do total das compras externas da Colômbia em 2011. Ambos exibiram uma taxa média anual de crescimento de 22,1% e 8,3%, na ordem, no período 2006-2011. A quinta posição é ocupada pela Alemanha, cuja participação aumentou de 3,6% do total para 4,1% no período. A Argentina completa a lista dos seis maiores fornecedores para o mercado colombiano, com uma participação de 3,4% do total em 2011. Já os demais países reduziram suas parcelas, passando de 32,8%, em 2006, para 26,1% cinco anos mais tarde.

#### PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE IMPORTAÇÕES DA COLÔMBIA

Os dez principais setores das importações da Colômbia, por CNAE três dígitos, em 2006 e 2011, estão ilustrados na Tabela 4. Observa-se que esses setores têm mantido baixa relevância no total da pauta importadora, com cerca de 40%. Percebe-se ainda que o setor com o maior valor importado, em 2011, foi *Fabricação de produtos derivados do petróleo*, com uma proporção de 7% em relação ao total, representando um montante de USD 3,8 bilhões. Cinco anos antes, esse segmento nem aparecia entre os principais setores importados, demonstrando como esse tem ganhado relevância na pauta colombiana e como suas importações têm aumentado significativamente.

Em 2011, a segunda posição foi assumida por *Construção, montagem e reparação de aeronaves*, com participação de 5,9% no total importado. Em 2006, esse setor ocupava a oitava colocação, com 3,1% do total da pauta das importações da Colômbia. Outros setores que também ganharam destaque, em 2011, foram *Fabricação de ônibus e caminhões*, ocupando o terceiro lugar, com 5,3%, ou o montante de USD 2,9 bilhões, e *Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários*, que está na quarta colocação, com 5,1% em 2011.

**Tabela 4 – Dez principais setores das importações venezuelanas por CNAE três dígitos (2006 e 2011)**

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2006 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2006	Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2011 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2011
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	1.556.214.785	6,1%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	3.839.048.239	7,0%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	1.509.222.231	5,9%	353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	3.202.347.720	5,9%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	1.271.715.467	5,0%	342	Fabricação de caminhões e ônibus	2.889.236.808	5,3%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	1.202.633.725	4,7%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	2.808.036.652	5,1%
272	Siderurgia	1.149.787.122	4,5%	272	Siderurgia	2.179.735.856	4,0%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	1.013.696.679	4,0%	245	Fabricação de produtos farmacêuticos	2.119.046.902	3,9%
011	Produção de lavouras temporárias	911.488.025	3,6%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	2.015.780.090	3,7%
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	801.205.136	3,1%	011	Produção de lavouras temporárias	1.916.781.269	3,5%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	786.232.589	3,1%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	1.825.583.773	3,3%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	759.746.330	3,0%	302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	1.651.456.143	3,0%
	Outros	14.506.233.228	57,0%		Outros	30.227.768.760	55,3%
	<b>Total</b>	<b>25.468.175.317</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>54.674.822.212</b>	<b>100%</b>

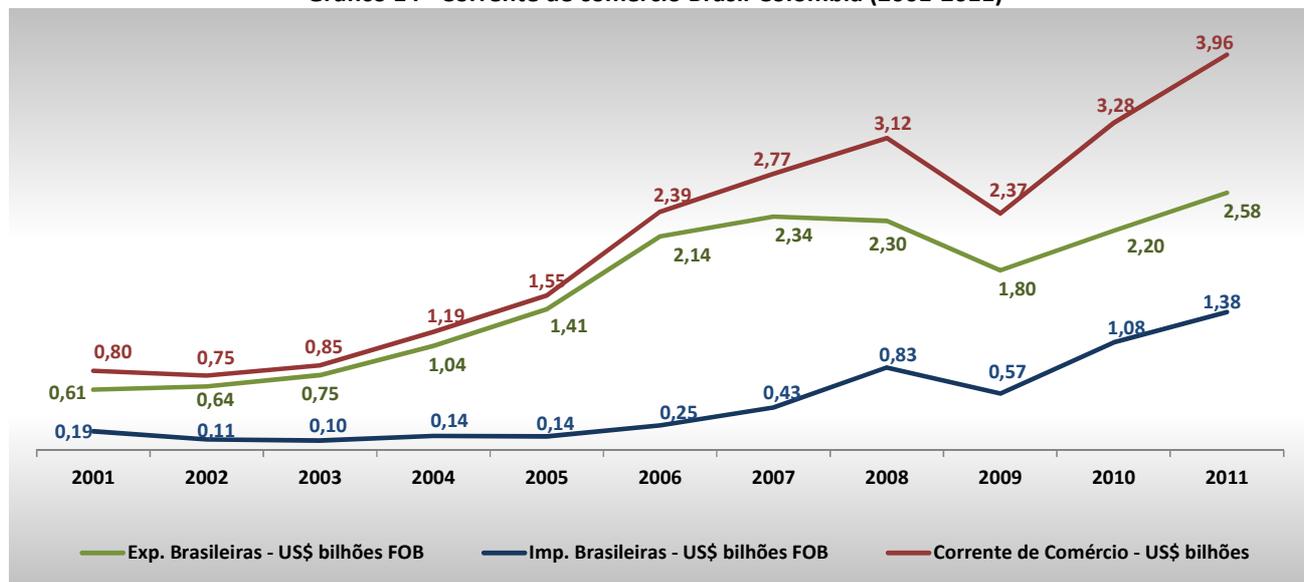
Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

As importações do segmento *Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio* teve uma considerável perda na participação em relação ao total da pauta. Em 2006, o setor ocupava o segundo lugar, com 5,9%, e, cinco anos após, passou para a nona posição, com apenas 3,3%. Nesse sentido, também seguiu o segmento *Fabricação de produtos químicos orgânicos*, que, em 2006, era responsável pela primeira colocação, com 6,1% do total da pauta importadora colombiana, com USD 1,6 bilhão, e, cinco anos após, caiu para o sétimo lugar, com uma proporção em relação ao total de apenas 3,7%.

## CORRENTE DE COMÉRCIO

O intercâmbio comercial entre Brasil e Colômbia vem aumentando significativamente desde 2004, como revela o Gráfico 14. A soma do comércio bilateral entre os dois países apresentou um crescimento médio anual de aproximadamente 20,6% de 2001 a 2011, passando de USD 796 milhões para USD 3,96 bilhões. Observa-se que, em 2009, o ritmo do fluxo do comércio se arrefeceu e apresentou uma queda de aproximadamente 25%. Porém, o fluxo comercial se recuperou em 2010 e 2011.

Gráfico 14 - Corrente de comércio Brasil-Colômbia (2001-2011)



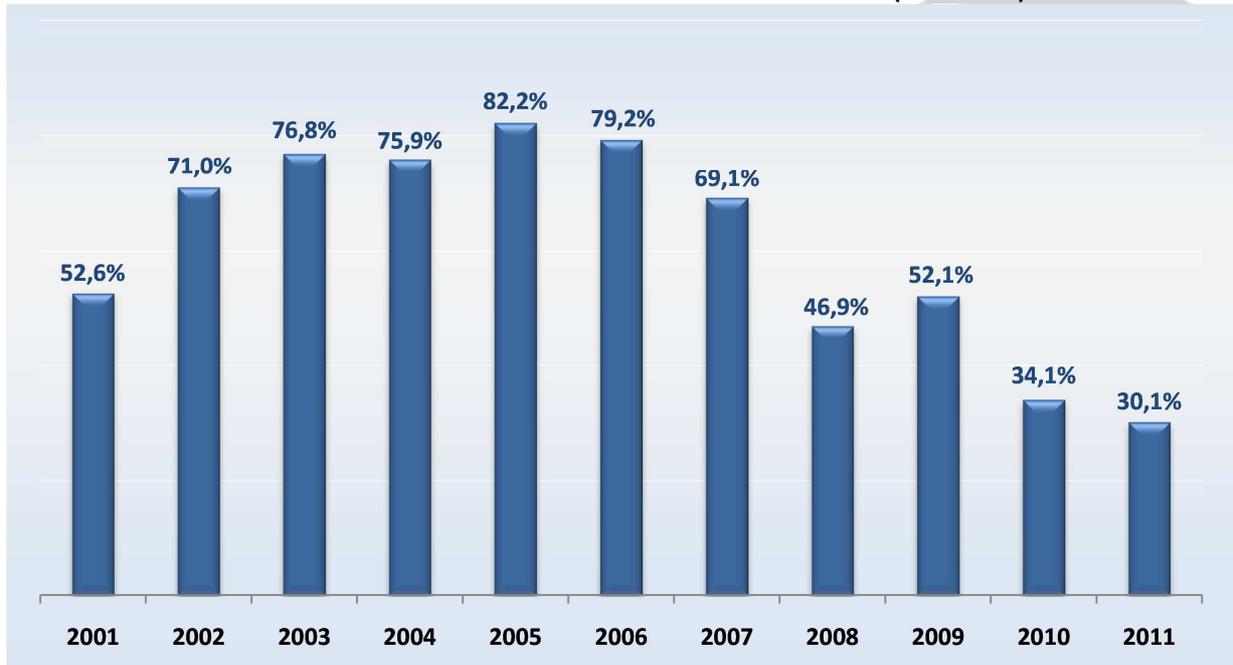
Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: Corrente de Comércio refere-se à soma das exportações e importações.

## SALDO COMERCIAL

Ao longo do período 2001-2011, o Brasil obteve saldos sempre positivos com a Colômbia, conforme se observa no Gráfico 14. Tal fato é também confirmado pelo Gráfico 15, que evidencia o quanto o saldo comercial brasileiro representou em relação à corrente de comércio bilateral. Nota-se que, em praticamente todos os anos observados, a parcela do saldo superavitário brasileiro foi superior a 50% da corrente comercial bilateral. A exceção ficou por conta apenas dos anos 2008, 2010 e 2011, quando os saldos superavitários brasileiros chegaram a 46,9%, 34,1% e 30,1%, respectivamente, da corrente de comércio bilateral. Destaque-se o ano de 2003, em que o saldo comercial favorável ao Brasil ultrapassou os 90%.

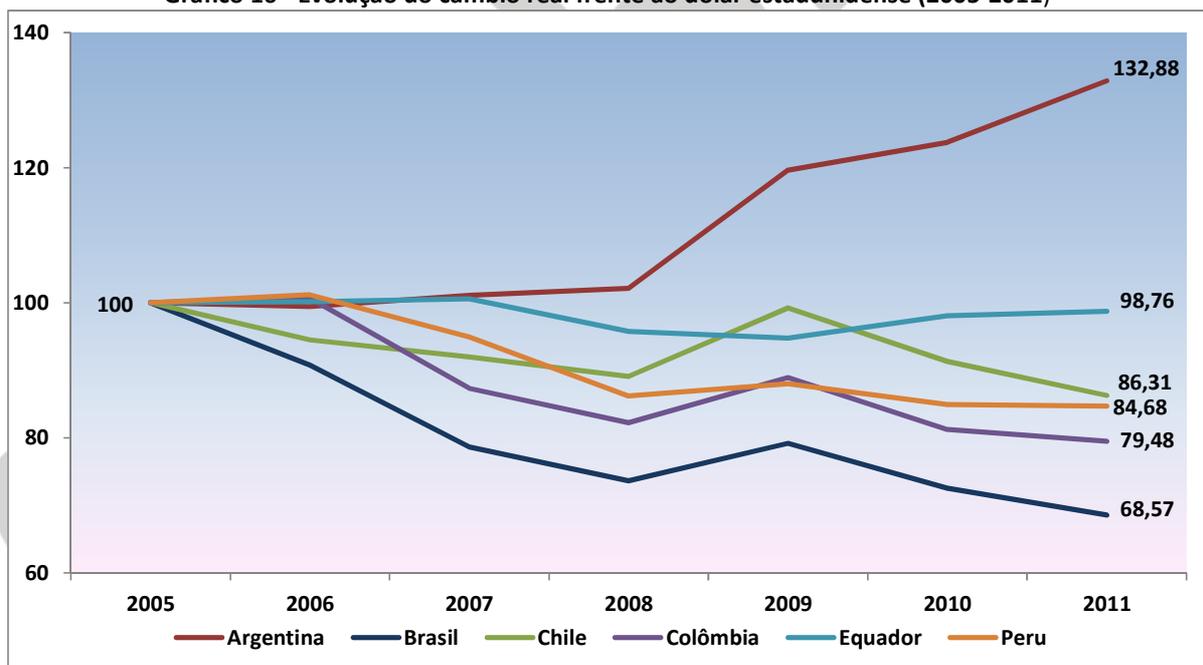
Gráfico 15 - Saldo comercial entre Brasil e Colômbia (2001-2011)



Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Um fato que pode ter contribuído para que o desempenho da balança comercial brasileira não fosse ainda mais favorável, em relação à Colômbia, foi o comportamento da taxa de câmbio real desses dois países *vis-à-vis* ao dólar estadunidense entre 2005 a 2011. O Gráfico 16 mostra a evolução da taxa de câmbio real das seguintes moedas: peso argentino, real brasileiro, peso chileno, peso colombiano, novo sol peruano e sucre equatoriano. Nota-se que a taxa de câmbio real do peso colombiano apresentou valorização, até 2011, de 21%, em relação a 2005.

Gráfico 16 - Evolução do câmbio real frente ao dólar estadunidense (2005-2011)



Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Considerando-se o conjunto das seis moedas, o peso argentino foi a única moeda que mostrou desvalorização frente à moeda estadunidense, que chegou a mais de 30% em 2011. Por outro lado, a trajetória de valorização real da moeda brasileira, no período, foi a mais intensa, isto é, atingiu quase 30%. A moeda chilena e a peruana também seguiram a mesma tendência e apresentaram um ganho em relação ao dólar de 14% e 16%, respectivamente, em 2011, na comparação com o nível observado seis anos antes.

## PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO BRASIL PARA A COLÔMBIA

Os dez setores brasileiros que mais exportaram para a Colômbia, em 2006 e 2011, segundo a classificação CNAE três dígitos, estão ilustrados na Tabela 5. Observa-se que as vendas externas brasileiras para esse mercado foram pouco concentradas. Os cinco principais segmentos industriais responderam por aproximadamente 30% do total em 2011. A primeira posição é ocupada, tanto em 2006 quanto em 2011, pelo setor *Siderurgia*, com participação relativa de 15,9% (USD 340,2 milhões) e 8,7% (USD 224,9 milhões), respectivamente. Já os setores CNAE 242, 011, 295 e 156 somente passaram a compor a lista dos dez principais exportadores em 2011. O primeiro, *Fabricação de produtos químicos orgânicos*, assumiu a segunda classificação, com um montante de USD 198,2 milhões, representando 7,7% do total. O segundo, *Produção de lavouras temporárias*, ficou na quarta posição, com 5,0% do total, o equivalente a USD 129,4 milhões. O terceiro setor, referente à *Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção*, passou a deter o sexto lugar, com valor de USD 111,9 milhões, ou 4,1% do total das vendas externas para o mercado colombiano. Já o quarto setor, *Fabricação e refino de açúcar*, representou 3,2% de participação total em 2011, com USD 106,5 milhões.

**Tabela 5 – Dez principais setores exportados pelo Brasil para a Colômbia (2006 e 2011)**

Sector CNAE	Descrição	Valor exportado em 2006 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2006	Sector CNAE	Descrição	Valor exportado em 2011 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2011
272	Siderurgia	340.230.241	15,9%	272	Siderurgia	224.921.696	8,7%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	271.285.995	12,7%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	198.223.315	7,7%
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	101.205.129	4,7%	274	Metalurgia de metais não ferrosos	133.661.438	5,2%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	96.739.532	4,5%	011	Produção de lavouras temporárias	129.406.357	5,0%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	87.115.672	4,1%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	112.710.298	4,4%
274	Metalurgia de metais não ferrosos	81.457.202	3,8%	295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	111.959.777	4,3%
251	Fabricação de artigos de borracha	56.482.674	2,6%	156	Fabricação e refino de açúcar	106.514.687	4,1%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	52.591.992	2,5%	251	Fabricação de artigos de borracha	97.081.948	3,8%
158	Fabricação de outros produtos alimentícios	52.525.861	2,5%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	93.305.404	3,6%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	50.394.014	2,4%	158	Fabricação de outros produtos alimentícios	83.731.824	3,2%
	Outros	949.854.405	44,4%		Outros	1.285.899.788	49,9%
	<b>Total</b>	<b>2.139.882.717</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>2.577.416.532</b>	<b>100%</b>

Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Observam-se, ainda por meio da Tabela 5, que alguns setores que eram bastante representativos, em 2006, deixaram de estar entre os principais em 2011. São eles: *Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio*, *Construção, montagem e reparação de aeronaves*, *Fabricação de caminhões e ônibus* e *Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão*. Isso demonstra que houve uma mudança significativa no perfil da composição dos produtos brasileiros embarcados para o mercado colombiano. Enquanto setores de menor intensidade tecnológica e escala passaram a figurar entre os primeiros colocados (siderurgia, químicos orgânicos, produção de lavoura temporária, açúcar e borracha), setores de maior valor agregado e intensidade tecnológica (caminhões, ônibus, motores, bombas, equipamentos de telefonia e aeronaves) perderam participação e deixaram de estar entre os dez principais setores mais exportados pelo Brasil para a Colômbia.

### **PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS PELO BRASIL DA COLÔMBIA**

A Tabela 6 mostra os dez setores da Colômbia que mais exportaram para o Brasil em 2006 e 2011, classificados em CNAE três dígitos. Visualiza-se que, nesse período, as compras externas brasileiras provenientes desse país cresceram mais de 458%, passando de USD 247,9 milhões para USD 1,38 bilhão. A pauta das exportações da Colômbia para o Brasil tende a ser bastante concentrada, visto que, em 2011, os cinco principais setores representaram mais de 70% do total.

O setor *Extração de carvão mineral* aparece em primeiro lugar entre os setores mais importados pelo Brasil em 2011. Passou da quinta colocação, em 2005, com 8,7% do total da pauta das exportações colombianas, com um montante de USD 21,7 milhões, para o primeiro lugar, com 25,7% da pauta, o equivalente a USD 355,5 milhões, cinco anos após.

O setor *Fabricação de resinas e elastômeros* se manteve na segunda colocação. Em 2006, participava com 14% do total das vendas colombianas para o mercado brasileiro, representando um valor de USD 34,2 milhões. Cinco anos mais tarde, esse setor aumentou sua participação em nove pontos percentuais, passando para 23% do total, ou USD 319,5 milhões. Isso representou um elevado crescimento médio de 56,3% ao ano.

Em 2011, o setor *Coqueiras* passou a ocupar a terceira colocação, com 15% do total da pauta das exportações da Colômbia para o Brasil, com um montante de USD 207,9 milhões. Já em 2006, esse segmento estava classificado em sétimo lugar, com 7,3% da pauta, com um valor de USD 17,9 milhões, apresentando, ao longo do período, uma taxa média expressiva de crescimento de 63,17% ao ano.

Já *Fabricação de produtos químicos orgânicos*, que, em 2006, detinha a terceira classificação entre os dez principais setores exportadores colombianos para o mercado brasileiro, caiu para a oitava posição. Apesar de ter registrado um crescimento médio anual de quase 7% ao ano no período, sua participação diminuiu em oito pontos percentuais.

**Tabela 6 – Principais setores importados pelo Brasil da Colômbia (2006 e 2011)**

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2006 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2006	Setor CNAE	Descrição	Valor importado pelo Brasil da Colômbia em 2011 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2011
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	34.581.710	13,9%	100	Extração de carvão mineral	355.493.612	25,7%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	34.243.648	13,8%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	319.507.127	23,1%
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	26.618.248	10,7%	231	Coquerias	207.916.470	15,0%
274	Metalurgia de metais não ferrosos	23.504.632	9,5%	251	Fabricação de artigos de borracha	90.676.495	6,6%
100	Extração de carvão mineral	21.665.492	8,7%	153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	46.096.552	3,3%
251	Fabricação de artigos de borracha	18.655.982	7,5%	272	Siderurgia	39.659.681	2,9%
231	Coquerias	17.975.601	7,3%	261	Fabricação de vidro e de produtos do vidro	39.445.393	2,8%
176	Fabricação de artefatos têxteis a partir de tecidos - exceto vestuário - e de outros artigos têxteis	15.034.563	6,1%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	36.990.972	2,7%
331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médico-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	6.386.908	2,6%	252	Fabricação de produtos de plástico	21.881.605	1,6%
244	Fabricação de fibras, fios, cabos e filamentos contínuos artificiais e sintéticos	5.784.116	2,3%	274	Metalurgia de metais não ferrosos	21.331.763	1,5%
	Outros	43.451.762	17,5%		Outros	205.165.046	14,8%
	<b>Total</b>	<b>247.902.662</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>1.384.164.716</b>	<b>100%</b>

Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Os setores que passaram a compor a relação dos dez principais exportadores colombianos para o mercado brasileiro somente em 2011 foram: a) *Produção de óleos e gorduras vegetais e animais*, detendo o quinto lugar, com 3,3% da pauta; b) *Siderurgia*, passando a ocupar a sexta colocação, com 2,9% do total; c) *Fabricação de vidro e de produtos do vidro*, assumindo a sétima posição, com 2,8% da pauta; e d) *Fabricação de produtos de plástico*, detendo o nono lugar, com 1,6%. Por outro lado, os setores que estavam relacionados em 2006 e deixaram de compor a lista dos dez principais exportadores colombianos, em 2011, foram: *Fabricação de produtos derivados do petróleo*, *Fabricação de artefatos têxteis a partir de tecidos (exceto vestuário) e de outros artigos têxteis*, *Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médico-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos* e *Fabricação de fibras, fios, cabos e filamentos contínuos artificiais e sintéticos*.

## INDICADORES DE COMÉRCIO BRASIL-COLÔMBIA

Esta seção apresenta um conjunto de indicadores que estão envolvidos nas trocas comerciais internacionais e que também afetam o comércio bilateral existente entre Brasil e Colômbia. A sua análise é importante para a compreensão da estrutura das relações comerciais entre os dois países. Na abordagem dos indicadores, frequentemente é utilizado o conceito de Medida de Intensidade Tecnológica, empregado para classificar os setores econômicos envolvidos nas trocas comerciais entre dois países. Esse estudo adota a classificação apresentada no Quadro 2 para mensurar a intensidade tecnológica dos produtos comercializados entre Brasil e Colômbia.

**Quadro 2 – Taxonomia da medida de intensidade tecnológica e respectivos setores da economia**

MEDIDA DE INTENSIDADE TECNOLÓGICA	SETORES DA ECONOMIA
Produtos Primários	Agrícolas, Minerais e Energéticos.
Indústria Intensiva em Recursos Naturais	Indústria Agroalimentar, Indústria Intensiva em Outros Recursos Agrícolas, Indústria Intensiva em Recursos Minerais e Indústria Intensiva em Recursos Energéticos.
Indústria Intensiva em Trabalho	Bens Industriais de Consumo Não Duráveis mais Tradicionais: Têxteis, Confecções, Couro e Calçado, Cerâmico, Produtos Básicos de Metais, entre outros.
Indústria Intensiva em Escala	Indústria Automobilística, Indústria Siderúrgica e Bens Eletrônicos de Consumo. <sup>147</sup>
Fornecedores Especializados	Bens de Capital sob Encomenda e Equipamentos de Engenharia.
Indústria Intensiva em P&D	Setores de Química Fina (produtos farmacêuticos, entre outros), Componentes Eletrônicos, Telecomunicação e Indústria Aeroespacial.

Fonte: Holland e Xavier (2004).<sup>148</sup> Elaboração: UICC Apex-Brasil.

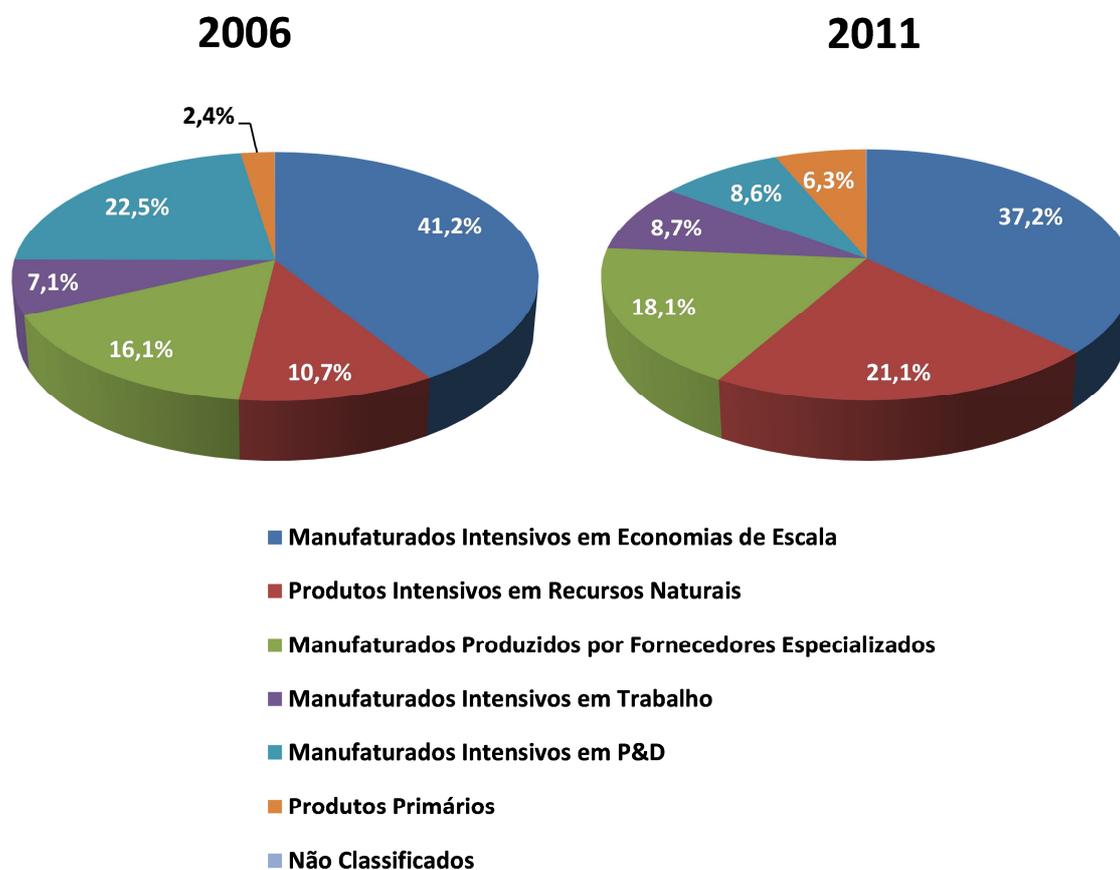
A análise das exportações brasileiras para a Colômbia, no período 2006-2011, mostra uma reorientação em direção aos produtos primários e intensivos em recursos naturais, que passaram de 13,6% do total para 27,4%, assumindo um papel importante entre os principais segmentos exportadores em 2011, conforme mostra o Gráfico 17. Em contrapartida, houve uma perda de relevância dos produtos manufaturados, especialmente os intensivos em economias de escala e os intensivos em P&D, cujas participações declinaram, respectivamente, de 41,2% para 37,2% e de 22,5% para 8,6% ao longo do

<sup>147</sup> Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) Vídeo: televisores, videocassete e câmera de vídeo; (b) Áudio: rádio, autorrádio, *CD player*, toca-discos, sistema de som etc.; (c) Outros Produtos: forno de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

<sup>148</sup> Dinâmica e competitividade setorial das exportações brasileiras: uma análise de painel para o período recente, Anais do XXXII Encontro Nacional de Economia.

período. Esse desempenho sinaliza que a pauta de exportação brasileira para a Colômbia tem se tornado mais intensiva em produtos de menor intensidade tecnológica.

Gráfico 17 – Exportações brasileiras para a Colômbia por intensidade tecnológica (2006 e 2011)



Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Em 2011, o produto mais exportado foi *Siderurgia*, pertencente ao grupo de produtos intensivos em economias de escala, com 8,7% do total, ou USD 224,9 milhões, apresentando uma queda significativa em relação a 2006, quando representava 15,9% do total, ou USD 340,2 milhões. Esse desempenho explica, em boa parte, a queda da participação dos produtos intensivos em economias de escala no total das exportações. Também houve uma redução das exportações de *Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefone e de transmissores de televisão e rádio*, que era o segundo produto mais exportado, em 2006, representando 12,7% do total, e deixou de figurar entre os 10 mais exportados em 2011. Isso explica a retração das exportações de manufaturados intensivos em P&D ao longo do período. Cabe destacar, em contrapartida, que o aumento da representatividade de produtos primários e intensivos em recursos naturais está associado ao incremento das exportações de *Fabricação de produtos químicos orgânicos e Produção de lavouras temporárias*, cuja participação conjunta atingiu 11,8% em 2011, sendo superior a de 2006, quando representava 2,15%. Os itens que mais colaboraram para esse movimento em cada grupo foram *Propeno (propileno) não saturado* e *Milho, exceto para semeadura*.

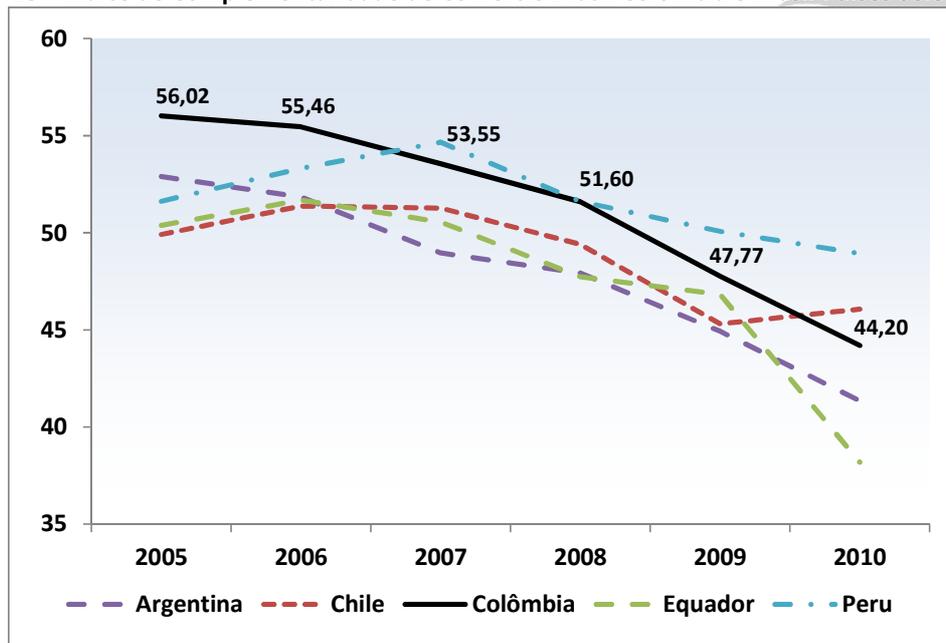
Apresentada a intensidade tecnológica dos setores econômicos no intercâmbio comercial entre Brasil e Colômbia, seguem os indicadores de comércio entre os dois países. Para efeitos de comparação com os países da América do Sul, foram incluídos também os dados de Argentina, Chile, Equador e Peru.

### **ÍNDICE DE COMPLEMENTARIDADE DE COMÉRCIO (ICC)**

O Índice de Complementaridade de Comércio (ICC) fornece informações sobre as perspectivas de integração comercial entre dois países. Entre Brasil e Colômbia, o ICC é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações da Colômbia. Por meio dessa comparação, é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil para o mundo coincidem com os produtos importados pela Colômbia. Um índice igual a zero significa que não há complementaridade entre as importações e as exportações dos países analisados. Em contrapartida, se esse índice for igual a 100, quer dizer que as pautas são perfeitamente complementares, ou seja, o que um país exporta para o mundo é exatamente o que o outro importa.

No período 2005-2010, o valor do ICC entre Brasil e Colômbia declinou, de forma gradual, de 56,0 para 44,2, o que indica uma redução do grau de complementaridade entre os dois países, conforme mostra o Gráfico 18. Considerando-se os demais países da América do Sul examinados, também se percebe uma tendência de queda generalizada, com destaque para o Equador, cuja complementaridade com o Brasil foi a que mais declinou, ao longo do período, com o ICC passando de 50,4 para 38,2. Assim, esse país se tornou aquele, na América do Sul, com o menor grau de complementaridade com o Brasil em 2010. Também houve uma queda acentuada do grau de complementaridade entre Brasil e Argentina, com o ICC passando de 52,9, em 2005, para 41,3 em 2010. No Chile, após um período de elevação, com o índice crescendo de 49,9, em 2005, até atingir seu pico de 51,3 em 2007, houve uma queda nos anos seguintes, com o ICC declinando para 46,1 em 2010. Em relação ao Peru, houve a menor retração do ICC ao longo do período, passando de 51,6 para 48,9, tornando-o o país da região com o maior grau de complementaridade com o Brasil em 2010. Constata-se, assim, que o grau de complementaridade de comércio do Brasil com seus vizinhos sul-americanos, que já não era tão elevado em 2005, com o ICC situando-se um pouco acima de 50, tornou-se ainda menor em 2010.

Gráfico 18 – Índice de Complementaridade de Comércio Brasil-Colômbia e Brasil-Países Seleccionados



Fonte: Comtrade/ONU. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

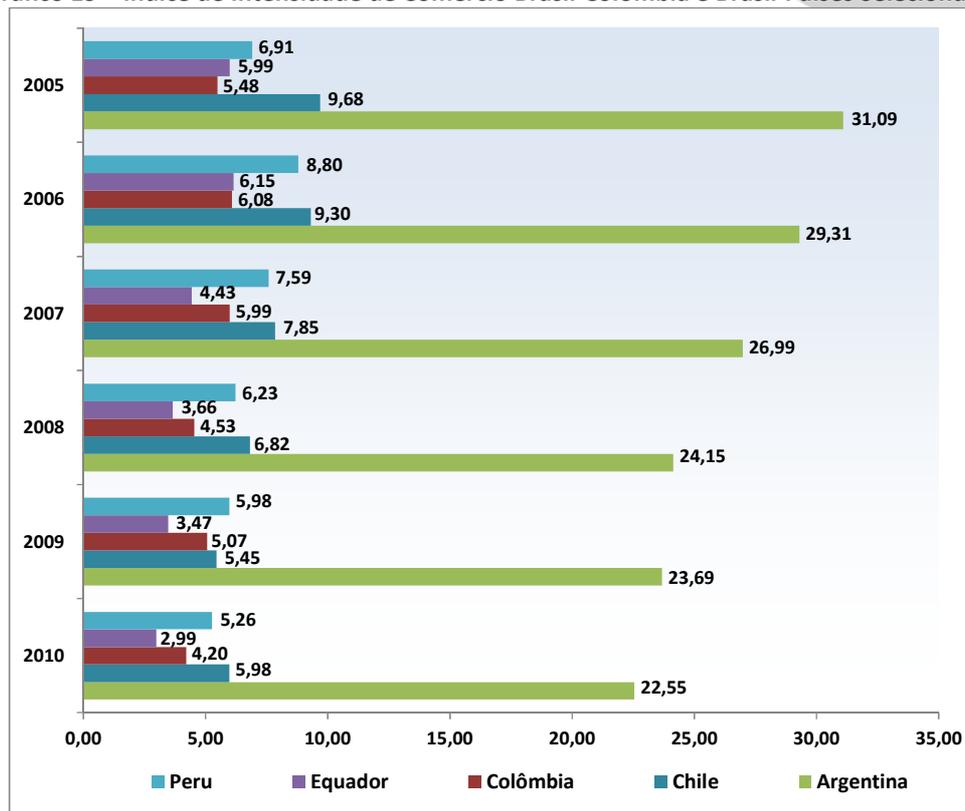
### ÍNDICE DE INTENSIDADE DE COMÉRCIO (IIC)

O Índice de Intensidade de Comércio (IIC) determina em que medida o valor das exportações de um país para outro é maior ou menor do que seria esperado, de acordo com a participação do país exportador no comércio mundial. O cálculo desse índice entre Brasil e Colômbia é obtido pela razão entre a participação das exportações brasileiras nas importações colombianas e a participação das exportações brasileiras no resto do mundo. Um valor superior à unidade significa que as exportações brasileiras para o mercado colombiano são maiores do que seria de se esperar a partir do *market share* do Brasil no comércio mundial. A análise da evolução desse índice ao longo do tempo mostra se os dois países estão apresentando maior ou menor tendência de comercializar entre si. Além disso, quanto maior o indicador, maior a intensidade de trocas entre os parceiros.

Na série do IIC do Brasil com a Colômbia, entre 2005 e 2010, conforme mostra o Gráfico 19, houve uma queda suave, passando de 5,48, em 2005, para 4,20 em 2010, sendo a menor queda observada entre os países da região examinados, tendo apresentado oscilações significativas ao longo do período. Embora tenha ocorrido uma pequena redução da intensidade de comércio Brasil-Colômbia, ela se manteve muito acima da média brasileira. Assim como ocorreu com o grau de complementaridade, também houve uma redução da intensidade de comércio do Brasil com todos os países da América do Sul analisados, especialmente com a Argentina, onde o IIC passou de 31,09 para 22,55. Embora a intensidade de comércio do Brasil com o principal parceiro do Mercosul ainda seja muito elevada, situando-se muito acima da média brasileira com os demais países, chama a atenção a magnitude de sua queda. Em relação ao Equador, a

redução também foi expressiva, tornando-se o país da América do Sul com o qual o Brasil apresentou a menor intensidade de comércio durante a maior parte do período 2005-2010, chegando a 2,99 em 2010. No que tange ao Peru, a intensidade de comércio declinou de um IIC de 6,91 para 5,26 entre 2005 e 2010, tornando-se o país da região que apresentou a terceira maior intensidade comercial em 2010. Vale destacar que, embora tenha declinado para todos os países examinados na região, os valores do IIC ainda se situam em patamares muito acima da unidade, mostrando que ainda persiste um forte viés regional nas exportações brasileiras.

**Gráfico 19 – Índice de Intensidade de Comércio Brasil-Colômbia e Brasil-Países Seleccionados**



Fonte: Comtrade/ONU. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A queda do IIC com a Colômbia não é necessariamente negativa, pois pode indicar apenas um movimento de diversificação da pauta de exportação do Brasil em direção a outros mercados, objetivo da política comercial do país nos últimos anos. Assim, o IIC com um determinado país pode declinar, ainda que a participação brasileira em suas importações aumente, desde que o ganho da participação das exportações brasileiras nos demais países do mundo seja superior àquele verificado no país em questão. De fato, entre 2005 e 2010, houve uma diversificação dos destinos das exportações brasileiras. No entanto, a queda da intensidade de comércio entre os dois países reflete, principalmente, a perda de participação das exportações brasileiras no mercado colombiano, que representavam 6,7% do total, em 2005, e declinaram

para 5,4% em 2010, embora também reflita o aumento da participação no resto do mundo, anteriormente mencionado.

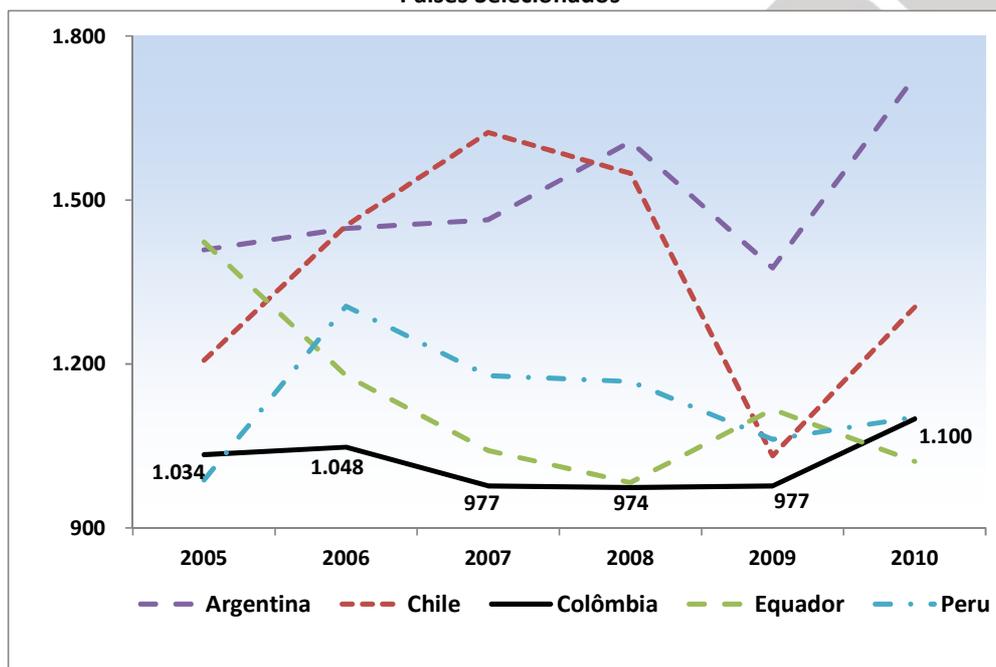
### **ÍNDICE DE DIVERSIFICAÇÃO/CONCENTRAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES – ÍNDICE DE HERFINDAHL-HIRSCHMAN (HHI)**

O Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) indica se o valor das exportações de um país está concentrado em poucos produtos. Países com HHI menor do que 1000 são considerados com baixa concentração, ou seja, o valor de suas exportações não está concentrado em alguns produtos. Países com HHI entre 1000 e 1800 são considerados de concentração moderada, e países com HHI superior a 1800 apresentam uma situação em que a pauta exportadora está concentrada em poucos setores.

Os países em desenvolvimento possuem frequentemente um HHI bastante elevado. Ainda que suas pautas exportadoras possam apresentar alguma diversificação, o valor de suas exportações está concentrado em poucos produtos primários – em geral, *commodities*, cujos preços tendem a oscilar fortemente em horizontes temporais longos, o que deixa as economias desses países muito expostas às mudanças que ocorrem no cenário internacional. Quanto maior for o valor do HHI de um país, maior também será sua dependência em relação aos diferentes contextos mundiais.

A análise do HHI mostra que a pauta de exportações brasileiras para a Colômbia é moderadamente concentrada, com o valor do indicador situando-se entre 974 e 1100 no período 2005-2010, conforme o Gráfico 20. Essa constatação condiz com a configuração da pauta de exportações brasileiras para esse país ao longo do período, pois tanto no primeiro como no último ano examinado, os dez principais produtos importados, de acordo com a classificação CNAE três dígitos, representavam aproximadamente 50% das exportações brasileiras para a Colômbia.

Gráfico 20 - Índice de Concentração das Exportações (Índice de Herfindahl-Hirschman) Brasil-Colômbia e Brasil- Países Selecionados



Fonte: Comtrade/ONU. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Percebe-se também que houve uma tendência de elevação do grau de concentração ao longo do período, com o índice passando de 1034, em 2005, para 1100 em 2010. No entanto, o valor do índice para a Colômbia cresceu menos e se manteve abaixo daqueles apresentados pelos demais países da América do Sul, na maior parte dos anos, à exceção do Peru, em 2005, e do Equador em 2010. Além disso, também ocorreu um aumento do grau de concentração das exportações brasileiras para os demais países da região, com exceção novamente do Equador, cujo índice declinou de 1423 para 1022 entre 2005 e 2010, tornando-se o país da América do Sul onde as exportações mostraram o menor grau de concentração em 2010. Seguindo os limites estabelecidos anteriormente, nos cinco países sul-americanos examinados, o índice atingiu valores pouco acima de 1000 pontos em 2010, o que caracteriza uma pauta exportadora moderadamente concentrada. A análise prévia mostra que, embora ainda moderado, o grau de concentração das exportações brasileiras para esses países sinaliza que a política de diversificação das exportações do país não tem sido plenamente bem-sucedida na região nos últimos anos.

### ÍNDICE DE COMÉRCIO INTRASETOR INDUSTRIAL

O Índice de Comércio Intra-setor Industrial mostra a dinâmica do comércio exterior entre países que têm em comum um mesmo setor produtivo. Supondo que os países A e B tenham indústrias automobilísticas desenvolvidas, essas indústrias, apesar de poderem ser competidoras no cenário internacional, são, na verdade, parceiras. Peças de veículos produzidas em grande escala no país A abastecem não apenas o mercado interno, mas também o país B. Indústrias do país B que são especialistas

na fabricação de determinados itens automotivos suprem tanto os automóveis locais quanto os do país A. Assim, as indústrias de ambos os países cooperam entre si, gerando o chamado comércio intrassetor industrial. Dessa forma, mesmo que não haja complementaridade no comércio entre os dois países, as trocas entre eles podem ser elevadas devido à existência de comércio intrassetor industrial.

É essa modalidade de comércio que explica, por exemplo, porque o valor de trocas comerciais entre países desenvolvidos que possuem estruturas econômicas similares, centradas em produtos com maior conteúdo tecnológico, é mais alto do que o comércio entre países subdesenvolvidos e em desenvolvimento que, em geral, exportam produtos primários ou intensivos em trabalho. O índice de comércio intrassetorial pode variar entre 0 e 1. Se esse indicador alcançar um valor igual a 1, todo o comércio será intrassetorial. Por outro lado, atingindo um valor 0, o comércio será tipicamente intersetor industrial, em outras palavras, os países apresentariam uma diversidade em sua pauta comercial, ou seja, um bem comercializável ou é importado ou é exportado, mas não ambos. De maneira geral, quando o índice for maior do que 0,5, prevalece o comércio intrassetor industrial, caso contrário, o comércio bilateral será intersetorial.

A Tabela 7 mostra os produtos que integram a pauta de comércio intrassetor industrial entre Brasil e Colômbia.<sup>149</sup> Esse tipo de comércio tem sido historicamente baixo entre os dois países, dado o perfil do comércio bilateral, predominantemente de produtos primários e intensivos em recursos naturais, que tem, inclusive, aumentado nos últimos anos, contribuindo para reduzir o escopo para a existência de comércio intrassetor industrial. No entanto, em alguns setores econômicos, predomina esse tipo comércio entre os dois países, representados por CNAE 2 dígitos, chegando a quatro em 2010 (*Fabricação de produtos têxteis, Fabricação de produtos químicos, Fabricação de artigos de borracha e de material plástico e Fabricação de produtos de minerais não metálicos*). Nesses setores houve, inclusive, um aumento do comércio intrassetor industrial entre 2005 e 2010, com destaque para *Fabricação de produtos de minerais não metálicos*, cujo índice de comércio intrassetor industrial mostrou o maior crescimento, chegando a 0,79 em 2010, o terceiro maior entre todos os setores. Isso mostra que praticamente todo o comércio nesse setor é intrassetor industrial.

Os outros três setores apresentavam, em 2010, um índice de comércio intrassetor industrial superior a 0,6, quais sejam, *Fabricação de artigos de borracha e de material plástico, Fabricação de produtos químicos e Fabricação de produtos têxteis*, chegando a 0,95, 0,88 e 0,63, respectivamente. Em relação ao setor *Fabricação de artigos de borracha e de material plástico*, o índice de 0,95 mostra que

---

<sup>149</sup> A classificação setorial empregada no cálculo do índice de comércio intrassetorial é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), versão 1.0, detalhada em 3 dígitos.

praticamente todo o comércio foi intrasetorial em 2010. Portanto, a partir da análise prévia, pode-se constatar que, embora ainda concentrado em poucos setores, esse tipo de comércio entre Brasil e Colômbia se intensificou ao longo do período examinado.

**Tabela 7 – Comércio Intrasetor Industrial Brasil-Colômbia**

CNAE	Descrição	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>017</b>	<b>Fabricação de produtos têxteis</b>	<b>0,240</b>	<b>0,563</b>	<b>0,538</b>	<b>0,372</b>	<b>0,454</b>	<b>0,634</b>
176	Fabricação de artefatos têxteis a partir de tecidos - exceto vestuário - e de outros artigos têxteis	0,708	0,973	0,911	0,749	0,834	0,969
<b>024</b>	<b>Fabricação de produtos químicos</b>	<b>0,524</b>	<b>0,487</b>	<b>0,507</b>	<b>0,729</b>	<b>0,756</b>	<b>0,875</b>
241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	0,374	0,387	0,713	0,893	0,816	0,955
244	Fabricação de fibras, fios, cabos e filamentos contínuos artificiais e sintéticos	0,293	0,459	0,612	0,733	0,548	0,955
246	Fabricação de defensivos agrícolas	0,211	0,274	0,207	0,329	0,937	0,723
<b>025</b>	<b>Fabricação de artigos de borracha e de material plástico</b>	<b>0,387</b>	<b>0,419</b>	<b>0,483</b>	<b>0,733</b>	<b>0,740</b>	<b>0,949</b>
251	Fabricação de artigos de borracha	0,472	0,497	0,611	0,900	0,798	0,959
252	Fabricação de produtos de plástico	0,186	0,230	0,159	0,272	0,570	0,653
<b>026</b>	<b>Fabricação de produtos de minerais não metálicos</b>	<b>0,119</b>	<b>0,055</b>	<b>0,063</b>	<b>0,226</b>	<b>0,267</b>	<b>0,792</b>
261	Fabricação de vidro e de produtos do vidro	0,205	0,093	0,103	0,382	0,502	0,891
262	Fabricação de cimento	-	-	-	0,333	0,552	0,487

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

## ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO EXPORTADORA (IEE)

O Índice de Especialização Exportadora (IEE), na relação comercial entre dois países, aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto do que o país B. Nesse estudo, o IEE compara a participação das exportações de determinados setores brasileiros para o mundo com a participação das exportações colombianas dos mesmos setores para o mundo. Um valor do IEE superior a 1 sugere que, no setor analisado, o Brasil tem vantagem de especialização exportadora em relação à Colômbia.

A ideia é a de que se um país é mais especialista do que o outro, existe oportunidade de comércio entre eles, com o país A exportando para o país B. No entanto, esse indicador só faz sentido se analisado junto ao índice de complementaridade entre os dois países. Isso porque a especialização exportadora aumenta o potencial de venda do país A para o país B, mas é preciso, sobretudo, que o país B necessite adquirir o produto exportado pelo país A.

A Tabela 8 mostra os setores em que o Brasil foi mais especialista do que a Colômbia em 2009. Em todos também há um elevado grau de complementaridade entre a pauta de exportação brasileira e a de importação colombiana, com o índice chegando a 100 em quatro setores. Vale ressaltar que alguns setores, em que o Brasil é mais especialista do que a Colômbia, apresentam uma participação relativamente elevada na pauta de importações colombianas, superior a 3%. Em três deles, a participação do Brasil ainda é baixa, especialmente em *Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários* e *Fabricação de aparelhos*

*e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio*, atingindo apenas 3,4% e 3,6%, respectivamente. Há, portanto, nesses setores, um grande potencial de crescimento das exportações brasileiras para aquele mercado, pois combinam elevada especialização exportadora brasileira e baixa participação nas importações colombianas. Em contrapartida, nos cinco setores em que o Brasil apresenta a maior especialização exportadora, a participação na pauta importadora da Colômbia é muito baixa, próxima a zero. Assim, mesmo que haja um esforço para aumentar as exportações desses produtos, o impacto não deverá ser muito significativo.

Chama a atenção ainda que, em boa parte dos produtos em que o Brasil é mais especialista do que a Colômbia, os Estados Unidos já se tornaram o principal fornecedor desse mercado. Em 2010, isso já ocorria em 22 produtos, inclusive em *Construção, montagem e reparação de aeronaves*, setor com a segunda maior participação nas importações da Colômbia (5,14%) entre os que o Brasil é mais especialista do que esse país. Nesse produto, os Estados Unidos detinham, em 2010, 32,5% das importações, ao passo que o Brasil somente 11,0%. Em apenas um produto entre os quais o Brasil é mais especialista do que a Colômbia, em 2010, o país era o principal fornecedor do mercado colombiano, em *Extração de minerais metálicos não ferrosos*, mas a sua participação não chegava a 0,1% do total importado.

**Tabela 8 – Índice de Especialização Exportadora – Colômbia**

Setor/ CNAE	Descrição	IEE 2010	ICC 2010	Participação do setor nas importações colombianas	Participação do Brasil nas importações colombianas do setor 2010	Principal Fornecedor	Participação do principal fornecedor nas importações colombianas do setor
131	Extração de minério de ferro	5.719,011,89	74,21	0,00%	0,03%	Estados Unidos	93,1%
132	Extração de minerais metálicos não ferrosos	10,58	51,59	0,05%	41,66%	Estados Unidos*	15,4%
153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	8,15	67,73	1,97%	2,40%	Argentina	53,2%
155	Moagem, fabricação de produtos amiláceos e de rações balanceadas para animais	1,49	66,07	0,53%	3,32%	Estados Unidos	44,5%
171	Beneficiamento de fibras têxteis naturais	9,50	78,45	0,01%	16,31%	Uruguai	33,5%
193	Fabricação de calçados	7,41	50,97	0,81%	6,47%	China	47,1%
223	Reprodução de materiais gravados	2,48	50,71	0,31%	6,67%	Estados Unidos	27,1%
234	Produção de álcool	947,39	100,00	0,12%	0,04%	Equador	38,8%
251	Fabricação de artigos de borracha	2,46	74,90	1,85%	10,19%	China	22,6%
272	Siderurgia	4,77	58,15	4,12%	12,68%	México	24,7%
289	Fabricação de produtos diversos de metal	1,43	68,86	0,82%	6,66%	Estados Unidos	27,8%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	10,13	62,89	2,83%	4,92%	Estados Unidos	44,5%
292	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	1,72	65,18	2,02%	2,99%	Estados Unidos	38,0%
293	Fabricação de tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura, avicultura e obtenção de produtos animais	12,80	54,76	0,18%	20,89%	Estados Unidos	37,2%
294	Fabricação de máquinas-ferramenta	15,26	55,59	0,49%	4,40%	Estados Unidos	26,2%
296	Fabricação de outras máquinas e equipamentos de uso específico	1,94	50,70	1,46%	4,29%	Estados Unidos	21,4%
297	Fabricação de armas, munições e equipamentos militares	15,63	55,24	0,62%	1,68%	Estados Unidos	46,9%
301	Fabricação de máquinas para escritório	14,50	60,51	0,14%	14,81%	China	36,4%
312	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	1,32	69,93	0,44%	5,14%	Estados Unidos	27,3%
313	Fabricação de fios, cabos e condutores elétricos isolados	1,23	83,44	0,48%	7,55%	Estados Unidos	31,9%
316	Fabricação de material elétrico para veículos - exceto baterias	8,49	82,07	0,22%	6,38%	Estados Unidos	23,8%
319	Fabricação de outros equipamentos e aparelhos elétricos	4,77	69,05	0,17%	4,61%	Estados Unidos	27,1%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	6,87	63,89	3,42%	3,60%	China	41,4%
331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médico-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	1,87	54,13	1,66%	2,30%	Estados Unidos	37,3%
332	Fabricação de aparelhos e instrumentos de medida, teste e controle - exceto equipamentos para controle de processos industriais	3,69	50,65	1,33%	3,14%	Estados Unidos	35,9%
333	Fabricação de máquinas, aparelhos e equipamentos de sistemas eletrônicos dedicados à automação industrial e controle do processo produtivo	20,79	100,00	0,17%	2,52%	Estados Unidos	56,3%
334	Fabricação de aparelhos, instrumentos e materiais ópticos, fotográficos e cinematográficos	7,60	50,25	0,28%	0,24%	Estados Unidos	42,0%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	13,51	74,60	5,26%	3,40%	Coreia do Sul	17,5%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	5,17	65,34	3,34%	4,14%	México	24,3%
343	Fabricação de cabines, carrocerias e reboques	30,13	75,25	0,09%	2,49%	Estados Unidos	23,0%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	6,90	81,86	1,44%	4,25%	Estados Unidos	31,3%
352	Construção, montagem e reparação de veículos ferroviários	765,50	85,14	0,10%	14,98%	Estados Unidos	78,0%
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	4,14	85,98	5,14%	11,01%	Estados Unidos	32,5%
401	Produção e distribuição de energia elétrica	1,14	100,00	0,00%		Equador	100,0%
525	Comércio varejista de artigos usados	122,74	100,00	0,00%		China	100,0%
742	Serviços de arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado	1,66	100,00	0,00%	0,02%	Alemanha	79,6%

Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

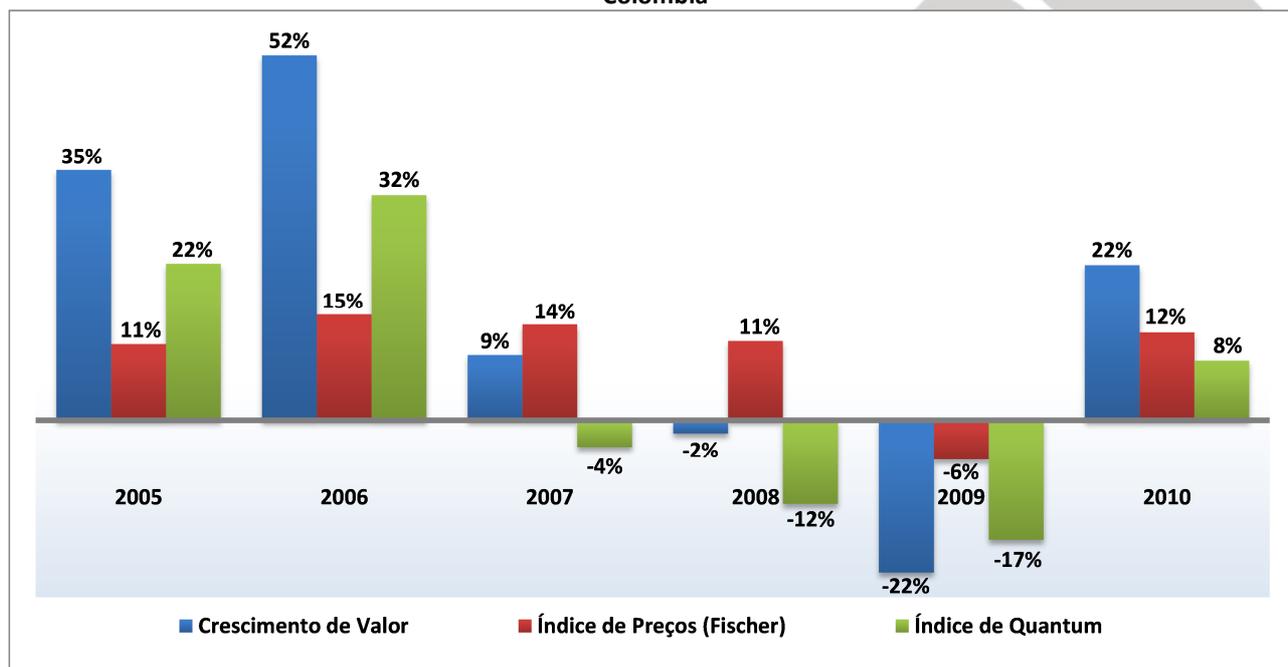
\* Nota: Principal fornecedor depois do Brasil.

## ÍNDICE DE PREÇOS E ÍNDICE DE QUANTUM

O Índice de Preços e o Índice de *Quantum* (quantidade), neste estudo, medem respectivamente a influência do preço e da quantidade dos produtos exportados no aumento ou na diminuição do valor das exportações brasileiras para o mercado colombiano. No período 2005-2010, conforme ilustrado no Gráfico 21, percebem-se dois momentos bastante distintos. Em 2005 e 2006, a evolução do valor exportado teve uma influência mais positiva do comportamento do *quantum* do que dos preços. Nesses dois anos, o *quantum* mostrou uma elevação significativa, de 22% e 32%, em 2005 e 2006, respectivamente, com os preços se elevando 11% e 15%. Em 2006, devido ao comportamento tanto do *quantum* como dos preços, o valor exportado atingiu seu pico de crescimento no período examinado, chegando a 52%. A partir de 2007, no entanto, há uma inversão dessa tendência, com os preços tendo uma maior relevância para o desempenho das exportações brasileiras para a Colômbia. Em 2007 e 2008, esses cresceram acima de 10% ao ano, enquanto o *quantum* registrou quedas sucessivas, chegando a declinar 12% em 2008.

Em 2009, ano em que a crise financeira internacional teve o maior impacto negativo sobre os fluxos de comércios globais, o valor das exportações brasileiras declinou 22% para a Colômbia, principalmente pela queda acentuada, de 17%, da quantidade exportada. Em 2010, com a recuperação econômica mundial, novamente os preços das exportações foram os maiores protagonistas da recuperação do nível de comércio bilateral Brasil-Colômbia, com uma elevação de 12%, enquanto o *quantum* exportado cresceu 8%, gerando um crescimento de 22% das exportações brasileiras para o mercado colombiano, recuperando as perdas do ano anterior.

Gráfico 21 – Crescimento de Valor, Índice de Preços e Índice de *Quantum* das exportações brasileiras para a Colômbia



Fonte: Comtrade/ONU. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

O maior dinamismo dos preços de exportação, em relação à quantidade exportada para a Colômbia, no período examinado, já reflete a mudança do perfil da pauta de exportação do Brasil para esse país. Conforme foi destacado anteriormente, as exportações brasileiras se tornaram cada vez mais dependentes de produtos primários e intensivos em recursos naturais que, à exceção de 2009, mostraram uma forte elevação de preços no mercado internacional.



## **PARTE 4**

# **OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA O BRASIL NA COLÔMBIA**

ApexBrasil

## INTRODUÇÃO À METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES PARA EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS BRASILEIROS

As oportunidades para os exportadores brasileiros no mercado colombiano foram identificadas por meio de uma metodologia desenvolvida pela Apex-Brasil que pode ser encontrada no Anexo 1. Aqui são apresentados apenas os conceitos que serão utilizados mais à frente.

O primeiro passo da metodologia consiste em levantar os produtos que a Colômbia importou de todo o mundo entre 2005 e 2010. Cruzando-se esses produtos com aqueles que o Brasil exportou<sup>150</sup> para a Colômbia nesse período, faz-se a seguinte separação:

- **Produtos brasileiros com Exportações Incipientes** – são aqueles:
  - cuja participação brasileira nas importações colombianas é muito baixa; e/ou
  - cujas exportações brasileiras para a Colômbia não são contínuas.<sup>151</sup>

Para que produtos com essas características possam ter oportunidades na Colômbia é preciso também que:

- o Brasil seja especialista<sup>152</sup> em sua exportação; e
- exista complementaridade entre a pauta exportadora brasileira e a pauta importadora colombiana, ou seja, a Colômbia precisa importar os produtos que o Brasil deseja exportar; e
- as importações colombianas desses produtos estejam crescendo.

A conjunção desses requisitos indica que há chances para as exportações brasileiras desses produtos, mas elas precisam ser trabalhadas, numa estratégia de abertura do mercado colombiano.

- **Produtos brasileiros com Exportações Expressivas** – são aqueles cuja participação nas importações colombianas é significativa e cujas vendas são contínuas. Os grupos de produtos com exportações expressivas são classificados em cinco categorias:
  - **Consolidados** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que já estão bem posicionados no mercado colombiano e têm uma situação confortável em relação aos seus principais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é a de manutenção do espaço já conquistado;

<sup>150</sup> Aqui, consideram-se os dados das importações feitas pelo país analisado oriundas do Brasil.

<sup>151</sup> Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior.

<sup>152</sup> Na relação comercial entre dois países, o indicador de especialidade exportadora aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto do que o país B. A ideia é a de que, se um país é mais especialista do que o outro, existe oportunidade de comércio entre eles, com o país A exportando para o país B.

- **Em risco** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que já estiveram consolidados no mercado colombiano e, hoje, ainda têm uma participação significativa, mas vêm perdendo, ano após ano, espaço para os concorrentes. O esforço dos exportadores brasileiros deve ser para retomar o espaço perdido ou, ao menos, reduzir a velocidade com que o Brasil perde participação para seus concorrentes;
- **Em declínio** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que nunca estiveram consolidados na Colômbia e que vêm perdendo participação nesse mercado. Aqui as oportunidades para os exportadores brasileiros são menos interessantes;
- **A consolidar** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que ainda não são consolidados na Colômbia, mas que estão crescendo nesse mercado em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Aqui estão as melhores oportunidades para os exportadores brasileiros;
- **Desvio de comércio** - é o caso dos grupos de produtos brasileiros cujas exportações para a Colômbia crescem menos do que as do principal concorrente, apesar de o Brasil ser mais especialista na exportação desses produtos do que esse concorrente. Isso pode acontecer devido à existência de acordos comerciais, proximidade geográfica, entre outros fatores que privilegiam o principal concorrente brasileiro. Para se contornar o desvio de comércio, são necessários esforços que vão além da promoção comercial.

Nas vendas do Brasil para a Colômbia, há muito mais produtos com exportações expressivas (68,05%) do que incipientes (31,95%), como mostra a Tabela 9. O mesmo não ocorre com as importações mundiais da Colômbia, que possuem mais incipientes do que expressivos, com 80,17% e 19,83%, respectivamente. Em valor, as importações colombianas provenientes do Brasil classificadas como expressivas somaram USD 1,6 bilhão, enquanto as enquadradas como incipientes alcançaram o montante de USD 757 milhões. Isso significa que a maior parte das exportações brasileiras para o mercado colombiano vem apresentando continuidade e participações significativas no mercado.

**Tabela 9 - Classificação das exportações dos produtos brasileiros importados pela Colômbia**

Classificação	Nº de SH6	Nº de SH6 (%)	Importações totais da Colômbia 2010 (US\$)	Importações totais da Colômbia 2010 (%)	Importações colombianas provenientes do Brasil 2010 (US\$)	Importações colombianas provenientes do Brasil 2010 (%)
Expressivo	1.036	19,83	15.469.168.724	38,02	1.612.555.625	68,05
Incipiente	4.189	80,17	25.213.338.929	61,98	757.080.931	31,95
Total	5.225	100,00	40.682.507.653	100,00	2.369.636.556	100,00

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A fim de apresentar as oportunidades de exportação para o mercado colombiano, os grupos de produtos brasileiros foram organizados em cinco grandes complexos: 1) *Alimentos, bebidas e agronegócios*; 2) *Casa e construção*; 3) *Máquinas e equipamentos*; 4) *Moda*; e 5) *Multissetorial e Outros* (são enquadrados nesse último aqueles produtos que permeiam mais de um complexo ou não se encaixam especificamente em nenhum). Em cada complexo são apresentados os grupos com exportações incipientes e expressivas.

ApexBrasil

## ALIMENTOS, BEBIDAS E AGRONEGÓCIOS

Segundo a Planet Retail, consultoria de análise do mercado varejista mundial, o setor varejista de alimentos na Colômbia é um dos mais sofisticados da América Latina. Nos últimos anos, os varejistas locais têm passado por um processo de modernização, numa tentativa de manter sua participação de mercado após a entrada de grandes grupos internacionais no país, como Carrefour e Makro SHV, que atuam na Colômbia desde a década de 1990. Já o Grupo Casino, da França, adquiriu uma participação de 25% do Grupo Éxito, líder varejista colombiano, aumentando sua participação na sociedade para 54,8% em 2011. A empresa continuou a liderar as vendas em 2010, devido à sua fusão com a Carulla, que foi concluída nesse mesmo ano. Apesar disso, o grupo decidiu manter algumas de suas marcas, como é o caso da Surtimax, Carulla Express e Éxito Express. De acordo com o site da empresa,<sup>153</sup> atualmente, o Grupo Éxito está presente em 68 cidades colombianas e possui, ao todo, 200 lojas Éxito, 75 lojas Carulla, 84 lojas Surtimax e sete lojas de outras marcas.

O setor supermercadista é ainda distorcido pela presença das *Cajas de Compensación Familiar*, que são organizações privadas, sem fins lucrativos, financiadas mediante recolhimento obrigatório de impostos sobre os salários. O objetivo inicial dessas era o de administrar as prestações do serviço de seguridade social. No entanto, passaram a oferecer vários benefícios como educação, atividades recreativas, habitação e segurança social básica. Algumas começaram a operar também supermercados e farmácias, sendo que as maiores cadeias de supermercado passaram a ser reconhecidas como Supermercados Cafam e Colsubsidio. Atualmente, o negócio e administração dos Supermercados Cafam são geridos pelo Grupo Éxito.

Segundo estudo do Euromonitor,<sup>154</sup> os consumidores têm buscado realizar compras em pontos de vendas mais próximos à sua casa, principalmente em grandes cidades como Bogotá. Aproveitando-se dessa tendência, os Almacenes Éxito lançaram um novo conceito de loja, denominado Éxito Express. Nesse mesmo âmbito, a rede mexicana Oxxo, de lojas de conveniência, entrou no mercado colombiano no ano de 2010.

A procura do consumidor por lojas de desconto também fez com que as grandes redes se adaptassem a esse novo modelo. Os Almacenes Éxito canalizaram os seus esforços para fortalecer a sua marca mediante a conversão de algumas de suas lojas em formato de lojas de desconto, que passaram a se denominar Surtimax. Essas lojas estão localizadas em bairros onde vivem consumidores de renda mais baixa.

<sup>153</sup> Mais informações em: <http://www.grupoexito.com.co>.

<sup>154</sup> Euromonitor Internacional. *Grocery Retailers in Colombia*. Mar 2011.

Um fator comum em hipermercados e supermercados foi o aumento nas vendas de produtos de marca própria, que oferecem preços mais baixos, tornando-se uma variável crítica durante uma crise econômica.

A Tabela 10 mostra a evolução da participação das principais marcas nas vendas de alimentos na Colômbia entre 2008 e 2011. As empresas que aparecem nessa tabela são as que foram comentadas anteriormente. O Grupo Éxito, com a soma das participações de cada uma de suas marcas, possui aproximadamente 8% do mercado. Apesar de as empresas mais atuantes serem internacionais, empresas nacionais também possuem boa participação no mercado, como pode ser verificado na tabela, destacando-se em especial as redes Alkosto, Supertiendas Olímpica e Chacharrería La 14.

**Tabela 10 – Evolução da participação das principais marcas nas vendas de alimentos na Colômbia (2008-2011)**

Marca	Razão Social	2008	2009	2010	2011
Almacenes Éxito	Almacenes Éxito SA	6,0	5,7	5,1	5,4
Carrefour	Grandes Superficies de Colombia SA	4,0	4,3	4,2	4,9
Olímpica	Supertiendas y Droguerías Olímpica SA	1,7	1,6	1,6	1,7
Éxito	Almacenes Éxito SA	-	0,2	1,0	1,5
Alkosto	Colombiana de Comercio SA	1,3	1,3	1,3	1,3
Cacharrería La 14	Cacharrería La 14 SA	1,2	1,2	1,2	1,2
Carulla	Carulla Vivero SA	1,4	1,3	1,3	1,1
Sao	Supertiendas y Droguerías Olímpica SA	0,8	1,0	1,0	1,1
Colsubsidio	Caja de Compensación Familiar Colsubsidio	0,4	0,4	0,5	0,5
Surtimax	Almacenes Éxito SA	0,2	0,4	0,3	0,4
Mercadefam	Grandes Superficies de Colombia SA	0,2	0,3	0,3	0,3
Ley	Almacenes Éxito SA	0,6	0,4	0,1	0,1
Surtifruver	Surtifruver de la Sabana Ltda	0,1	0,1	0,1	0,1
Supermercados Cafam	Caja de Compensación Familiar (CAFAM)	0,7	0,8	0,6	-
Vivero	Carulla Vivero SA	0,1	0,2	-	-
Carulla	Almacenes Éxito SA	-	-	-	-
Outros	Outros	81,2	80,9	81,3	80,2
Total	Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Euromonitor Internacional. Elaboração: Apex-Brasil UICC.

Na Figura 6, apresentam-se as fotos das fachadas de supermercados e lojas de conveniência das marcas citadas anteriormente.

Figura 6 – Fachadas de supermercados e lojas de conveniência na Colômbia



Fonte: Planet Retail.

As fotos apresentadas na Figura 7, por sua vez, são de produtos encontrados nas gôndolas dos supermercados colombianos, com seus respectivos preços de vendas.

Figura 7- Produtos em supermercado da Colômbia



Fonte: Acervo da UICC Apex-Brasil.

Segundo estudo específico do Euromonitor Internacional sobre os hábitos dos colombianos<sup>155</sup> em relação às refeições, a maioria tem como costume realizar três refeições ao dia: café da manhã, almoço e jantar. O café da manhã inclui, normalmente, ovos fritos ou mexidos com a tradicional *arepa*, um pão de milho em formato de tortilha. As bebidas que acompanham costumam incluir suco de laranja, café quente ou chocolate quente. Já os almoços e jantares colombianos ocorrem em três etapas: a entrada, o prato principal (*el seco*) e a sobremesa. Em geral, a entrada é composta por uma sopa, e o prato principal por uma carne (bovina ou de frango), acompanhada de arroz, banana e salada. Em Bogotá, a sopa tradicional é

<sup>155</sup> Euromonitor Internacional. Consumer Lifestyles in Colombia. Mar. 2012.

o *ajiaco*, que contém frango, três tipos de batatas, abacate e um tempero colombiano picante conhecido como *guasacas*. Na costa caribenha, as sopas de frutos do mar são muito populares. *Sancocho*, uma sopa que pode conter carne, frango ou peixe, dependendo da região, e *frijoles* (feijão vermelho) com arroz também são muito comuns.

Embora os padrões alimentares sejam similares em todo o país, existem hábitos e preferências alimentares que variam dependendo da região. Por exemplo, na região costeira é comum que, no café da manhã, seja servida uma *arepa de huevo*, que consiste em uma *arepa* frita preenchida com ovo e com uma espécie de creme de leite (*sour cream*). Já em Bogotá, é comum começar o dia com um *tamal* com pedaços de carne, arroz e batatas, embrulhados em folhas de bananeira, que se assemelha à pamonha brasileira. Em Antioquia e na Região do Café, ovos fritos e *arepas* são geralmente servidos com feijão e salsichas. No entanto, muitos colombianos frequentemente fazem o desjejum com pão, suco e café ou cereais com leite, devido à praticidade e facilidade.

Nas grandes cidades, os consumidores muitas vezes não têm tempo para almoçar em casa e acabam trocando as refeições por alimentos mais leves, como saladas, pizzas e sanduíches, disponíveis em lojas que fornecem comidas já prontas ou em restaurantes *fast food*. Já em relação ao jantar, o estudo aponta que os colombianos costumam ter essa refeição em casa, especialmente durante a semana. O jantar colombiano típico consiste em uma versão mais leve do almoço ou, frequentemente, apenas pão ou *arepas* servidas com café ou chocolate quente.

Os principais aparelhos de cozinha utilizados pelas famílias colombianas incluem *freezers*, geladeiras, fornos elétricos, fornos de micro-ondas e fogões a gás. Muitos colombianos têm panelas de pressão e as usam para cozinhar pratos como *frijoles*, *ajiaco* e *sancocho*. Também é comum possuir panelas de arroz, frigideiras, liquidificadores e grelhas, especialmente projetadas para aquecer as *arepas*. Churrasqueiras também se tornaram populares entre os consumidores colombianos que procuram jantar em casa.

O café é uma parte importante da vida dos consumidores colombianos, e a tradição do cultivo do café no país tem levado a altos níveis de consumo.<sup>156</sup> Aproveitando-se dessa tendência, muitas cafeterias têm sido abertas em áreas urbanas do país, sendo Juan Valdez e Café Oma as cadeias mais populares. As lojas Juan Valdez pertencem à Federação Nacional de Cafeicultores e tiveram seu primeiro estabelecimento aberto em 2002. Atualmente, a cadeia possui 126 pontos de venda na Colômbia, 17 no Equador, nove no

---

<sup>156</sup> De acordo com o Euromonitor, o país apresentou o terceiro maior volume de vendas per capita no varejo na América Latina.

Chile, seis na Espanha e seis nos Estados Unidos. Café Oma é a cadeia mais popular, contando com 158 estabelecimentos nas principais cidades colombianas.

Outra tendência em relação ao consumo de alimentos pelos colombianos se refere ao fato de que eles se tornaram muito mais conscientes dos benefícios de hábitos alimentares saudáveis e também das questões éticas que dizem respeito à produção de alimentos. Em termos de responsabilidade corporativa, é importante notar que uma parte importante do sucesso alcançado pela Crepes & Waffle, cadeia de alimentos, está baseada no fato de que ela emprega mulheres divorciadas dos níveis socioeconômicos mais baixos. No Brasil, a rede conta com quatro lojas no Estado de São Paulo. O conceito de Comércio Justo também se tornou bem conhecido entre os consumidores mais jovens.

Em relação ao consumo de bebidas alcóolicas, segundo estudo do Euromonitor,<sup>157</sup> a cultura de beber vinho tem sido bastante desenvolvida no país. O consumo *per capita*, apurado em 2011, ainda é considerado baixo (1,12 litro), mas há um crescimento significativo quando se compara com o ano de 2006, em que o consumo *per capita* era de apenas 0,77 litro por pessoa. Categoria mais dinâmica das bebidas alcóolicas em 2011, a venda de vinhos *off-trade*<sup>158</sup> cresceu 12% quando comparada a de 2010. Dos vinhos, o Rosé foi o de maior dinamismo, crescendo 51% no mesmo período. O país vem realmente se tornando um ótimo mercado, principalmente para os vinhos do Novo Mundo, provenientes de Argentina e Chile, visto que são mais conhecidos entre os colombianos, além de terem isenção tarifária ao entrar no mercado. Ressalva-se que os vinhos provenientes de outros países situados fora da América do Sul são importados com tarifas entre 15 e 20%.

## **OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO ALIMENTOS, BEBIDAS E AGRONEGÓCIOS NA COLÔMBIA**

### **PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A COLÔMBIA**

A Tabela 11 apresenta os subgrupos de exportações incipientes, ou seja, aquelas que ainda estão em seus estágios iniciais de inserção no mercado colombiano. Podem ter participação pouco significativa nas importações colombianas ou carecerem de continuidade no período em estudo. Apesar disso, as pautas de importação da Colômbia e de exportação do Brasil são complementares, e o Brasil é especialista na exportação do produto. Teria, portanto, condições de adentrar o mercado de modo mais incisivo.

<sup>157</sup> Euromonitor Internacional. Wine in Colombia. Jan. 2012.

<sup>158</sup> *Off-trade* é a venda em varejo (lojas, supermercados) que não inclui a venda realizada em hotéis e restaurantes.

**Tabela 11 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes para a Colômbia**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das importações da Colômbia 2005 – 2010 (%)
Água mineral e refrigerantes	4	13.973.619	11,46
Cereais em grão e esmagados	42	1.286.907.926	15,47
Chocolate e suas preparações	2	5.747.637	36,65
Demais preparações alimentícias	9	30.266.047	17,93
Demais preparações de carnes, peixes e crustáceos	15	141.507.465	14,99
Fumo em folhas	2	1.189.154	9,97
Óleo de soja em bruto	1	183.459.820	16,73
Óleo de soja refinado	1	36.578.321	49,33

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

O principal grupo de produtos incipientes importados pela Colômbia foi *Cereais em grão e esmagados*, no valor total de USD 1,29 bilhão em 2010. Esse grupo é composto por 42 tipos diferentes de produtos, entre os quais cumpre destacar o *Milho*, cujo valor de exportação brasileira foi de USD 151,62 milhões. Em segundo lugar em termos de valores, está o grupo *Óleo de soja em bruto*, com USD 183,5 milhões de importações colombianas concentradas em apenas um produto. Já em relação ao bom dinamismo no país, cumpre enfatizar os grupos *Óleo de soja refinado* e *Chocolate e suas preparações*, que obtiveram uma taxa média anual de 49,33% e 36,65%, respectivamente, entre 2005 e 2010.

#### **PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A COLÔMBIA**

De modo distinto das exportações incipientes, em que os produtos brasileiros ainda estão em seus primeiros estágios de inserção de mercado, as exportações expressivas já adentraram o país importador de forma mais consistente. São mais estáveis ao longo do tempo e possuem uma parcela de mercado que pode ser considerada significativa. No complexo *Alimentos, Bebidas e Agronegócios*, as exportações expressivas encontram-se classificadas em cinco categorias: *consolidada*, *a consolidar*, *em risco*, *em declínio* e *desvio de comércio*. Essas classificações serão apresentadas a seguir.

#### **Produtos brasileiros com presença *a consolidar* e *consolidada* na Colômbia**

No caso dos produtos com presença *consolidada*, as exportações dispõem de ampla participação de mercado e não parecem ser ameaçadas por outros competidores. A estratégia, nesse caso, é a de manutenção de mercado. Os produtos com presença *a consolidar* incluem-se nos casos em que o Brasil já

tem uma boa fatia de mercado, e as exportações dos produtos brasileiros crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nessa classificação, encontram-se as melhores oportunidades, visto que há grande chance de os exportadores aumentarem ainda mais sua participação no país importador.

Essas duas classificações de grupos de produtos são apresentadas na Tabela 12. Em termos de valores importados, o grupo que mais se destaca na tabela é *Defensivos agrícolas*, cujas importações colombianas totais foram de aproximadamente USD 173 milhões em 2010, com o Brasil participando de 9,67%. Ainda há potencial de crescimento, visto que o grupo foi classificado como *a consolidar* e que a taxa média de crescimento no período foi maior para o Brasil do que para a China, seu principal concorrente.

**Tabela 12 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença *consolidada e a consolidar* nesse país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Açúcar em bruto	1	1.012.578	399.077	1.789,12	39,41	115,41	Cuba	56,87	Consolidadas
Animais vivos	1	7.089.649	6.611.757	78,25	93,26	-37,39	Canada	3,07	Consolidadas
Cacau em pó	1	13.073.973	932.275	53,02	7,13	40,27	Equador	65,06	A consolidar
Castanhas de caju	1	501.823	499.059	40,22	99,45	-13,05	Chile	0,55	Consolidadas
Cereais em grão e esmagados	3	13.105.046	5.379.139	16,72	41,05	17,08	EUA	25,88	Consolidadas
Chá, mate e especiarias	1	420.160	414.292	35,10	98,60	-49,29	EUA	0,75	Consolidadas
Chocolate e suas preparações	3	22.398.270	4.905.600	22,55	21,90	17,46	EUA	13,36	A consolidar
Defensivos agrícolas	5	173.037.957	16.739.065	4,88	9,67	1,32	China	17,89	A consolidar
Demais sucos	1	251.074	81.964	256,10	32,65	31,06	Chile	51,42	Consolidadas
Derivados de ovos	1	1.001.929	685.614	43,46	68,43	-30,47	Peru	15,19	Consolidadas
Fumo em folhas	1	620.344	421.335	17,93	67,92	-25,64	Polônia	32,08	Consolidadas
Fumo manufaturado	2	766.139	766.139	183,67	100,00	-100,00	-	-	Consolidadas
Gorduras e óleos animais e vegetais	4	7.847.958	2.805.389	21,71	35,75	3,22	EUA	22,42	Consolidadas
Leite e derivados	1	1.134.252	748.372	40,66	65,98	10,51	Uruguai	21,50	Consolidadas
Outros produtos de origem animal	2	8.701.808	1.611.287	3,11	18,52	-3,16	EUA	30,63	A consolidar
Peixes congelados, frescos ou refrigerados	1	24.439.407	645.787	28,33	2,64	17,68	Argentina	39,06	A consolidar
Sementes oleaginosas (exceto soja); plantas industriais e medicinais; gomas e sucos e extratos vegetais; outros	6	37.572.863	16.602.349	12,15	44,19	14,12	EUA	16,02	Consolidadas
Vinhos, vermouths, vinagres	1	168.507	168.507	15,45	100,00	-100,00	-	-	Consolidadas

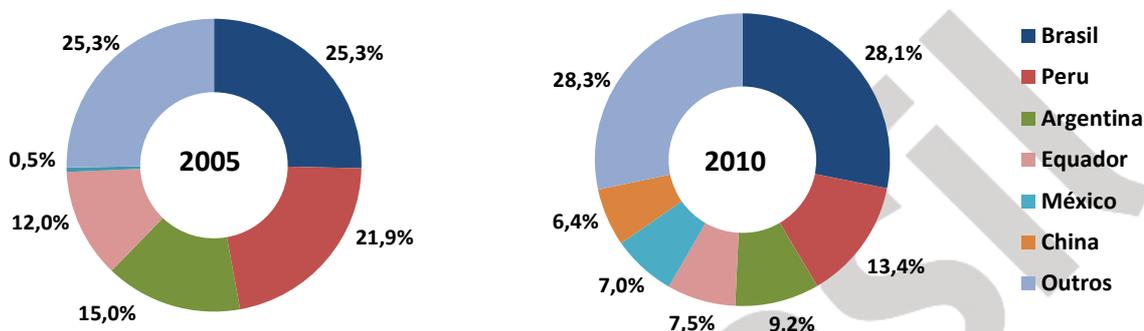
Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Outro item que apresenta um bom volume de exportação brasileira, que foi classificado como *a consolidar* e apresenta um dinamismo crescente, é *Chocolate e suas preparações*. Além de figurar, em 2010, no primeiro lugar entre os fornecedores desse grupo, o Brasil apresentou uma taxa média de crescimento anual de 22,55%. Composto de três tipos de produtos, o principal destaque vai para *Outros chocolates e preparações alimentícias contendo cacau*, cuja participação brasileira foi de 28,12%.

O Gráfico 22 apresenta os principais fornecedores desse produto e suas participações de mercado em 2005 e 2010. O Brasil, principal fornecedor tanto em 2005 como em 2010, teve sua participação aumentada em 2,8 pontos percentuais, enquanto o Peru perdeu 8,5 pontos percentuais no período. À exceção do México e da China, que aumentaram as participações no período, os demais concorrentes também reduziram suas parcelas no mercado. Cumpre ressaltar que o chocolate brasileiro está sujeito a tarifas alfandegárias maiores do que os demais concorrentes (10,6% contra 0%),<sup>159</sup> com exceção da China, que possui uma tarifa de 20%.

**Gráfico 22 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Outros chocolates e suas preparações para a Colômbia (2005 e 2010)***



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Entre os grupos de produtos com presença *consolidada*, cumpre destacar o grupo *Sementes oleaginosas*, com USD 37,6 milhões de importações colombianas e com uma participação brasileira *consolidada* de 44,19%, ocupando o primeiro lugar entre os fornecedores.

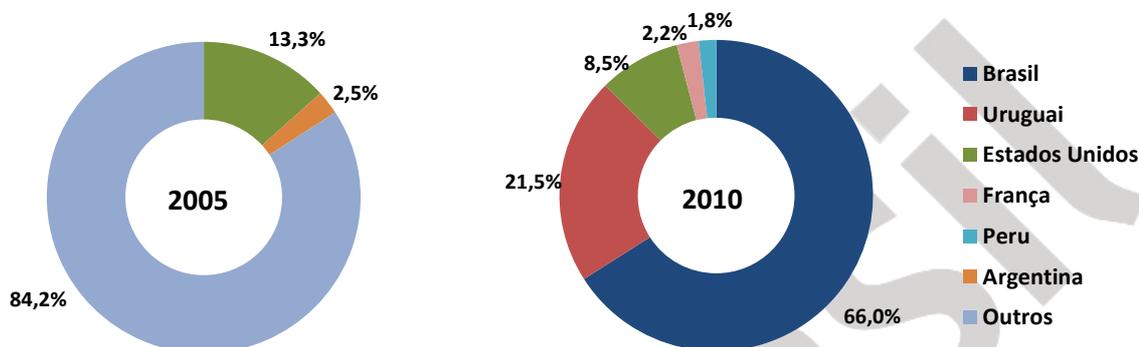
Outro destaque é o grupo *Leite e laticínios*, em que o Brasil também se posiciona em primeiro lugar entre os fornecedores, com participação de 65,98%, e que vem apresentando um bom dinamismo, com taxa média de crescimento anual de 40,66%, frente a um crescimento de 10,51% dos principais concorrentes. O responsável por esse desempenho é o produto *Queijos fundidos, exceto ralados ou em pó*, único representante do grupo.

O Gráfico 23 expõe os principais fornecedores de *Queijos fundidos, exceto ralados ou em pó* em 2010 e como as participações de mercado evoluíram a partir de 2005. O Brasil é o maior exportador, com uma parcela de 66% de participação nas importações do país em 2010, apresentando um crescimento extraordinário, visto que, em 2005, não figurava nem mesmo no *ranking* dos principais fornecedores. O

<sup>159</sup> Apesar de participarem do mesmo acordo com a Colômbia, o ACE 59, Brasil e Argentina possuem tarifas de aplicação diferentes para este produto, visto que o próprio acordo prevê cronogramas de desgravação diferentes para alguns produtos. Mais informações em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=468&refr=405>.

Uruguai, vice-líder do *ranking*, também teve um bom desempenho quando comparado o ano de 2005 com o de 2010, visto que também não aparecia no *ranking* de 2005. Realmente, o cenário apresenta-se bem distinto quando se comparam os dois anos, já que os dois principais fornecedores em 2005, Venezuela e Nova Zelândia, nem aparecem no *ranking* de 2010. Já os Estados Unidos mantiveram-se entre os principais fornecedores desse produto, passando, no entanto, da primeira para a terceira colocação. Em relação às tarifas, cumpre destacar que Argentina, Brasil e Uruguai recebem o mesmo tratamento no país, com 10,6%. Já para os Estados Unidos, França e Nova Zelândia, é aplicada uma tarifa de 20%. O Peru e a Venezuela possuem isenção tarifária quando exportam esse produto para a Colômbia.

**Gráfico 23 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de Vinhos, vermutes e vinagres para a Colômbia (2005 e 2010)**



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Por fim, entre os *consolidados* cumpre destacar o grupo *Vinhos, vermutes e vinagres*, em que o Brasil possui a totalidade do mercado. O único produto desse grupo é *Outros mostos de uva*, cujas exportações totais foram de USD 168,5 mil em 2010. O Brasil é o único fornecedor desse tipo de mosto, atuando com 100% do mercado.

### **Produtos brasileiros com presença em declínio, em risco e desvio de comércio na Colômbia**

*Em declínio* estão as exportações brasileiras que, apesar de nunca terem conseguido se consolidar no mercado colombiano, encontram-se em processo de contração. Os produtos classificados como *em risco* são aqueles que, apesar de terem uma participação significativa no mercado colombiano, vêm perdendo, ano após ano, espaço para os concorrentes. O esforço dos exportadores brasileiros consiste em reduzir a velocidade com que o Brasil perde participação para seus concorrentes.

Já as exportações classificadas como *desvio de comércio* dizem respeito à situação em que o desempenho de um concorrente é melhor do que o do Brasil, ainda que o Brasil seja especialista na exportação do produto e o concorrente não. Nesse caso, é preciso averiguar o que causa o desvio antes de

se investir no mercado. A Tabela 13 apresenta 11 tipos diferentes de grupos de produtos que foram classificados nessas categorias.

**Tabela 13 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença em declínio, em risco e em desvio de comércio nesse país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Açúcar refinado	1	108.619.498	38.625.152	21,94	35,56	79,41	Bolívia	46,23	Em risco
Álcool etílico	1	50.169.104	18.274	-63,38	0,04	46,68	Equador	38,77	Em declínio
Carne de boi industrializada	1	46.386	40.765	5,65	87,88	79,82	Espanha	12,12	Em risco
Conservas de frutas, legumes e outros vegetais	1	583.891	18.346	-15,46	3,14	17,08	Tailândia	39,55	Em declínio
Couro	5	2.196.766	98.672	-5,66	4,49	4,10	Uruguai	42,84	Em declínio
Demais preparações alimentícias	4	187.717.231	66.321.718	7,98	35,33	13,63	EUA	23,98	Em risco
Farelo de soja	1	354.516.554	705.285	-40,99	0,20	20,13	Argentina	84,13	Em declínio
Farinhas para animais	1	10.822.943	2.273.120	-0,14	21,00	26,36	EUA	41,25	Em declínio
Massas alimentícias e preparações alimentícias	3	2.782.997	127.166	-6,95	4,57	4,18	Chile	51,57	Desvio de comércio
Produtos de confeitaria, sem cacau	1	8.051.033	258.034	-1,36	3,20	11,98	México	25,81	Em declínio
Suco de laranja congelado	1	2.702.203	1.561.877	11,88	57,80	31,27	México	30,45	Em risco

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

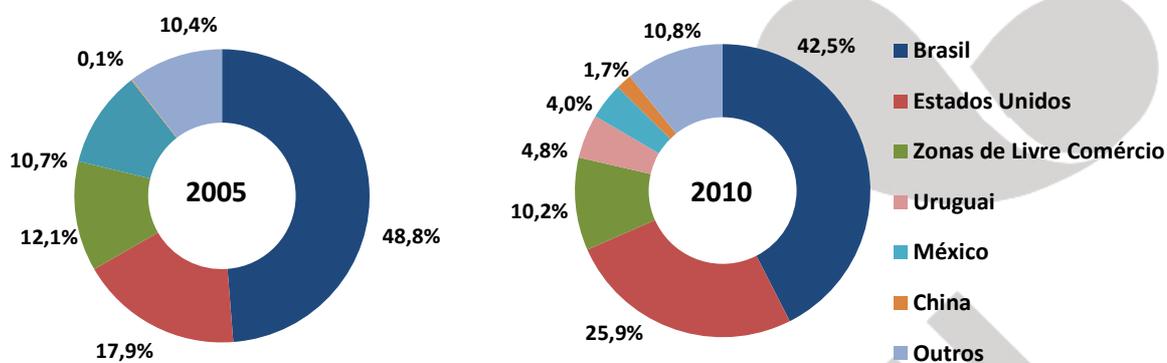
Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Entre os grupos classificados como *em risco*, o destaque vai para *Demais preparações alimentícias*, cujos valores importados pela Colômbia, em 2010, foram bem representativos, chegando a USD 187,72 milhões. Destaca-se que esse grupo apresentou, para as exportações brasileiras, os maiores valores entre os grupos selecionados, USD 66 milhões, representando 35,33% de participação em 2010. O ritmo de crescimento do Brasil no período, no entanto, foi menor do que o dos principais concorrentes, de 7,98% contra 13,63%. Isso explica por que, apesar de os produtos brasileiros ocuparem uma boa posição no mercado, com 35,33% de participação frente a 23,98% de participação do principal concorrente, há uma preocupação de que essa situação se modifique no futuro, já que o dinamismo dos concorrentes é maior do que o do Brasil.

Entre os quatro produtos que fazem parte desse grupo, o destaque vai para *Outras preparações alimentícias*, que representa quase 90% das importações de todo o grupo. O Gráfico 24 mostra a evolução da participação de mercado na Colômbia dos principais fornecedores desse produto. Conforme se pode verificar, em 2005, o Brasil detinha 48,8% de participação e, em 2010, essa participação caiu para 42,5%. Apesar dessa queda, cumpre ressaltar que o Brasil possui uma vantagem em relação à tarifa aplicada a seus produtos. Enquanto Brasil e Uruguai estão sujeitos a uma tarifa de apenas 4,9% para esse item, Estados

Unidos, China e México são submetidos a percentuais bem mais altos, de 17,1% para os dois primeiros e de 15,7% para o último. A despeito disso, Estados Unidos e China tiveram suas participações aumentadas no período.

**Gráfico 24 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Outras preparações alimentícias* para a Colômbia (2005 e 2010)**

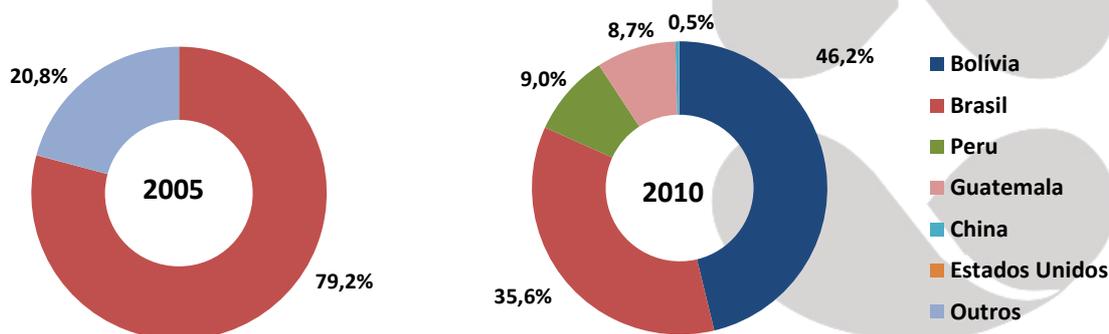


Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Outro grupo classificado como *em risco* e que merece destaque, tanto em relação às importações colombianas como em relação às exportações brasileiras, é *Açúcar refinado*. Em 2010, a Colômbia importou aproximadamente USD 109 milhões desse grupo, sendo que o Brasil foi o segundo maior fornecedor, atingindo 35,56% de mercado. Não obstante, o grupo foi classificado como *em risco* porque o dinamismo das exportações brasileiras observado no período foi bem menor do que o dos principais concorrentes no mercado. Enquanto as exportações brasileiras cresceram a uma taxa média de 21,94%, os concorrentes tiveram uma taxa de 79,41%. O principal responsável por esse crescimento foi a Bolívia, já que detinha 46,23% de participação no mercado colombiano em 2010.

O único produto que faz parte do grupo *Açúcar refinado* é *Outros açúcares de cana, de beterraba e sacarose quimicamente pura, no estado sólido*. O Gráfico 25 retrata a evolução desse produto no mercado colombiano, considerando a participação dos principais fornecedores em 2005 e 2010. Pode-se notar a perda de participação do Brasil em detrimento do aumento de participação da Bolívia, do Peru e da Guatemala. Enquanto as exportações brasileiras saíram de um patamar de 80% de participação do mercado para apenas 36%, Bolívia, Peru e Guatemala conquistaram espaço, saindo de 0% de participação, em 2005, para 46,2%, 9% e 8,7%, respectivamente, em 2010. O que se percebe quando são analisadas as tarifas alfandegárias aplicadas pela Colômbia aos principais fornecedores é o benefício concedido à Bolívia e ao Peru, que, por fazerem parte da Comunidade Andina, são isentos de pagamento de tarifas. O Brasil está em um patamar intermediário, com 10,6% de tarifa, enquanto para Guatemala, China e Estados Unidos aplica-se a tarifa de 20%.

Gráfico 25 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Outros açúcares de cana, de beterraba e sacarose quimicamente pura, no estado sólido* para a Colômbia (2005 e 2010)



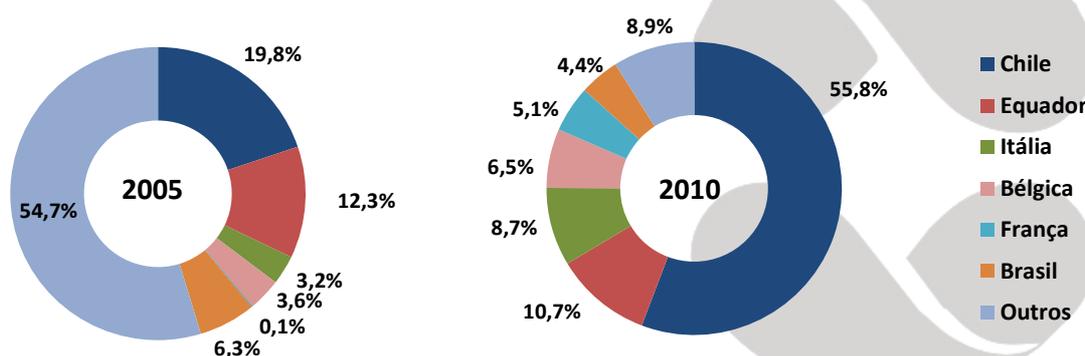
Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

O grupo *Massas e preparações alimentícias* foi o único classificado como *desvio de comércio*. Em 2010, o Brasil apresentava apenas 4,57% de participação no mercado colombiano frente à concorrência do Chile, com 51,7% no mesmo ano. O grupo é composto por três produtos, sendo que *Waffles e wafers* correspondeu, em 2011, a 92% das importações colombianas desse grupo. O Gráfico 26 apresenta os principais fornecedores desse produto e suas participações de mercado em 2005 e 2010.

Nota-se, pela análise do gráfico, o excelente desempenho do Chile, que teve sua participação nas importações colombianas aumentada em 36 pontos percentuais, passando de aproximadamente 20% do mercado para 55%. As perdas ficaram para Brasil e Equador, que viram suas participações declinarem.

Enquanto as exportações dos principais concorrentes do Brasil cresceram, em média, 2,79% no período 2005-2010, as brasileiras decresceram 4,62%. Um dos fatores a ser considerado, e que pode ter afetado o desempenho das exportações brasileiras, é a diferença de tarifas alfandegárias cobradas pela Colômbia em relação aos principais concorrentes. Enquanto o Brasil paga 8% de tarifa, Chile e Equador são isentos. Em compensação, França, Itália e Bélgica tiveram suas participações aumentadas no período, apesar de estarem sujeitas a uma tarifa de 20%.

Gráfico 26 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Waffles e wafers* para a Colômbia (2005 e 2010)



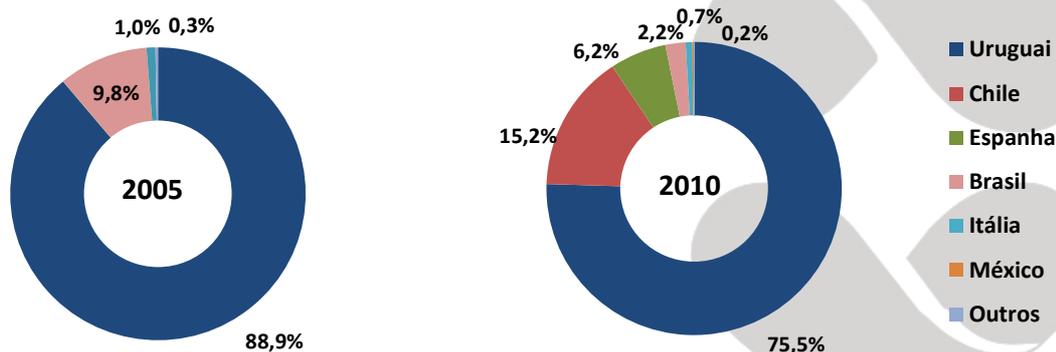
Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Em relação aos grupos classificados como *em declínio*, destaca-se o grupo *Couro*.<sup>160</sup> A Colômbia importou, em 2010, USD 2,2 milhões e, apesar de os principais concorrentes apresentarem uma taxa média de crescimento, entre 2005 e 2010, de apenas 4,10%, houve um decréscimo médio das exportações brasileiras de 5,66%. *Outros couros e peles inteiros, de bovinos ou de equídeos, preparados após curtimenta ou secagem* é responsável por 56% das importações do grupo.

O Gráfico 27 apresenta a evolução da participação de mercado dos principais fornecedores desse produto no mercado colombiano. Observa-se que Espanha e Chile abriram mercado na Colômbia no período observado, já que não exportaram nenhum valor em 2005 e, em 2010, suas participações foram de 15,2% e 6,2%, respectivamente. O Uruguai, apesar de ser o principal fornecedor, com 75,5% de participação em 2010, vem perdendo mercado para os outros países, visto que possuía 88,9% em 2005. O Brasil também teve sua participação diminuída, alcançando apenas 2,2%, em 2010, frente a 9,8% que detinha em 2005. As tarifas aplicadas pela Colômbia ao produto em análise beneficiam México e Chile com isenção total de pagamento. O Brasil tem uma tarifa aplicada próxima à do Uruguai (5,9% frente a 5,1%). Já Espanha e Itália estão sujeitas à tarifa de 15%.

<sup>160</sup> Nesse caso, as exportações referem-se principalmente a itens categorizados como *Curtimento e outras preparações de couro*, o que justifica sua inclusão no rol de *Agronegócios* e não no de *Moda* como se poderia supor.

**Gráfico 27 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Outros couros e peles inteiros, de bovinos ou de equídeos, preparados após curtimenta ou secagem* para a Colômbia (2005 e 2010)**

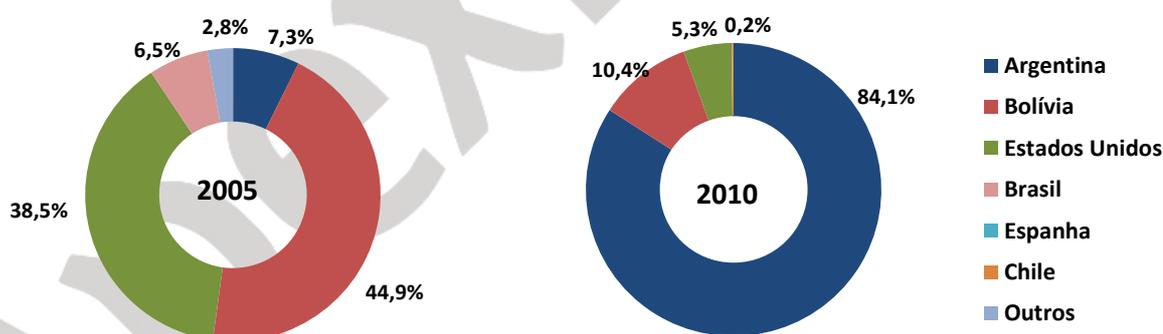


Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Ressalta-se também o grupo *Farelo de soja*, que também apareceu como destaque entre os grupos *em declínio* para o complexo *Alimentos*. Apenas um produto faz parte do grupo, denominado *Farelo de soja*. As importações foram de USD 354,5 milhões em 2010, o maior número entre os apresentados anteriormente na Tabela 13. Desse valor, o Brasil participa com apenas 0,20%, enquanto o principal concorrente, a Argentina, está bem consolidado no mercado, com 84,1% de participação.

Pela análise do Gráfico 28, nota-se que a Argentina conseguiu um aumento 76,3 pontos percentuais quando comparado o ano de 2005 com o de 2010. Obviamente, tal desempenho foi ocasionado em detrimento da participação de mercado de outros *players*, como foi o caso da Bolívia, dos Estados Unidos e do Brasil. Ressalva-se que, apesar da queda de 34,5 pontos percentuais de participação, a Bolívia possui vantagem em relação à tarifa aplicada a esse produto, visto que, enquanto esse país é isento, Argentina e Brasil estão sujeitos a uma tarifa de 6,9%. Já Espanha e Estados Unidos são obrigados a recolher 15% de tarifa quando exportam esse produto para a Colômbia.

**Gráfico 28 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Farelo de soja* para a Colômbia (2005 e 2010)**

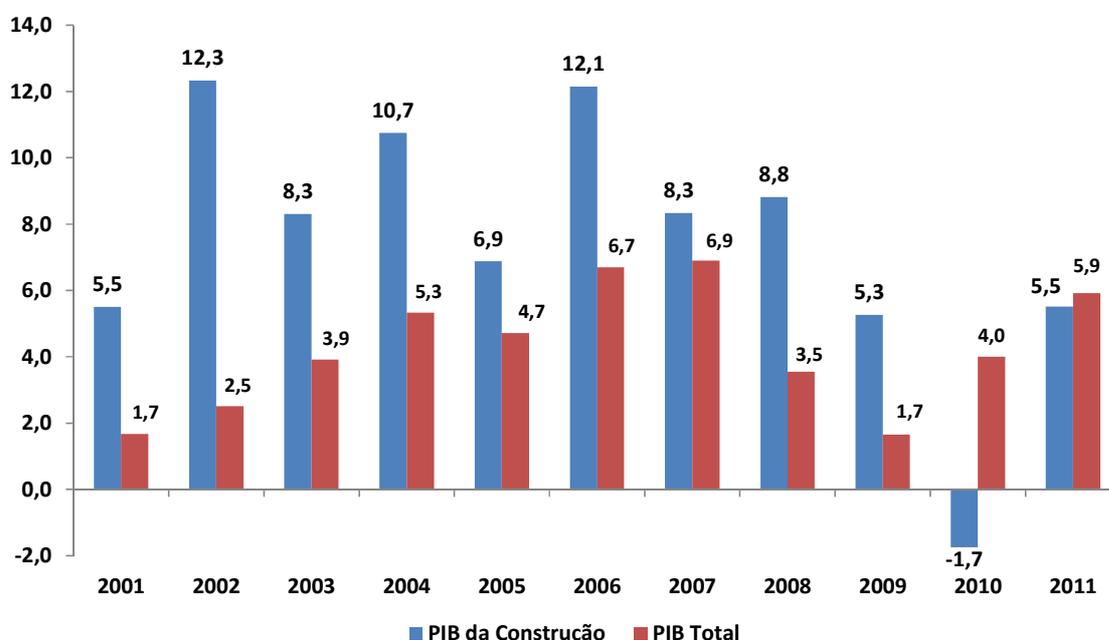


Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

## CASA E CONSTRUÇÃO

Em 2011, o PIB da Colômbia chegou a COP 449,9 bilhões,<sup>161</sup> equivalentes a USD 328,4 bilhões.<sup>162</sup> Para esse resultado, a construção contribuiu com COP27,3 bilhões, correspondentes a 6,1% do produto total. O Gráfico 29 revela a evolução do PIB da construção, comparando-o com o PIB total. Nos dez primeiros anos da série, o setor se expandiu a patamares muito superiores àqueles da totalidade da economia. O revés nessa trajetória ocorreu em 2010, quando tanto a construção civil quanto as edificações tiveram desempenho fraco, de 2,1% e 1,3%, nessa ordem, e levaram o PIB setorial a diminuir 1,7%. Já a partir de 2011, ocorre a retomada: o PIB da construção cresceu 5,5%, parcela muito próxima à do PIB total, de 5,9%.

Gráfico 29 – PIB total e PIB da construção, série dessazonalizada, variação anual, a preços constantes (2001-2011) (%)



Fonte: DANE. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A recuperação de 2011 foi impulsionada por ambos os componentes da construção, como evidencia o Gráfico 29. No que diz respeito às edificações, sua expansão foi de 4,8% no período, estimulada pelo segmento de moradias de interesse social.<sup>163</sup> Vários indicadores corroboraram esse avanço:<sup>164</sup> no mês

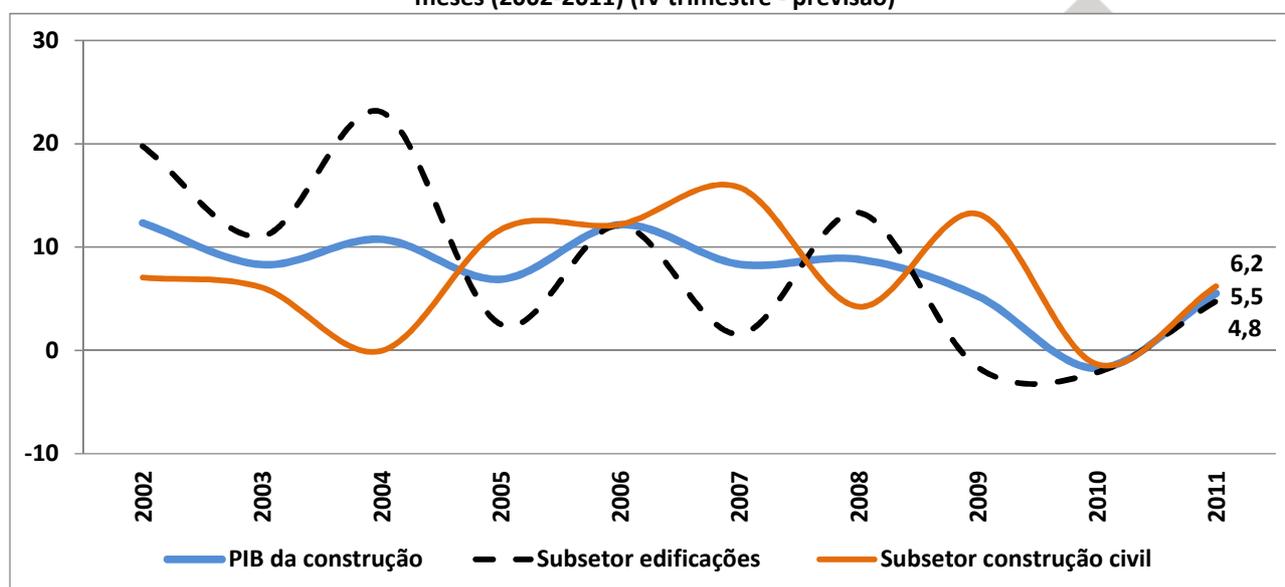
<sup>161</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Cuentas nacionales trimestrales, Anexos estadísticos de oferta - Precios Constantes - I trimestre de 2012.

<sup>162</sup> Calculados a preços correntes pelo FMI.

<sup>163</sup> O termo "moradias de interesse social" ou "*viviendas de interés social*" (VIS) compreende as moradias econômicas subsidiáveis e as de interesse prioritário (VIP). Aquelas se destinam a famílias com renda entre 1 e 2,4 salários mínimos colombianos e seu valor varia entre 70 e 135 salários mínimos. Estas, por sua vez, têm como foco as famílias que recebem entre 2,5 e 4 salários mínimos e têm valor fixado entre 50 e 70 salários mínimos. Fonte: Apresentação "Políticas para facilitar e promover o desenvolvimento

de outubro de 2011, por exemplo, houve incremento tanto de vendas (19%) como de novos empreendimentos (21%) e lançamentos (5%). Ademais, observou-se aumento dos licenciamentos: de janeiro a setembro, foram licenciados 18,1 milhões de metros quadrados, número 54% maior do que o registrado no mesmo período de 2010. O crédito foi um dos fatores de estímulo, uma vez que os desembolsos para aquisição de moradias atingiram níveis máximos históricos. De janeiro a outubro, foram desembolsados COP 6,2 bilhões, 19% a mais do que no mesmo íterim do ano anterior. Mesmo diante de números tão positivos, a carteira de hipotecas,<sup>165</sup> que inclui créditos concedidos a pessoas físicas para a construção de moradias ou compra de unidades novas ou usadas, ainda registou crescimento real de 13% durante o mês de outubro.

**Gráfico 30 – PIB da construção, subsetor de edificações e construção civil, série dessazonalizada, variação doze meses (2002-2011) (IV trimestre - previsão)**



Fonte e elaboração: DANE. Indicadores económicos alrededor de la construcción, IV trimestre de 2011, Boletín de Prensa, Bogotá D.C., 03 de abril de 2012.

Já o crescimento de 6,2% das obras civis, pela variação doze meses, reflete a execução de diversas iniciativas como canais de condução e obras de engenharia para reverter os danos causados por fortes chuvas,<sup>166</sup> especialmente no segundo semestre. Essa intensa expansão do subsetor de construção civil em fins de 2011 fica mais evidente no Gráfico 31. Comparando-se os crescimentos das obras civis do terceiro e quarto trimestres de 2011 com os mesmos períodos de 2010, os aumentos chegaram a 29,2% e 17,8%, respectivamente.

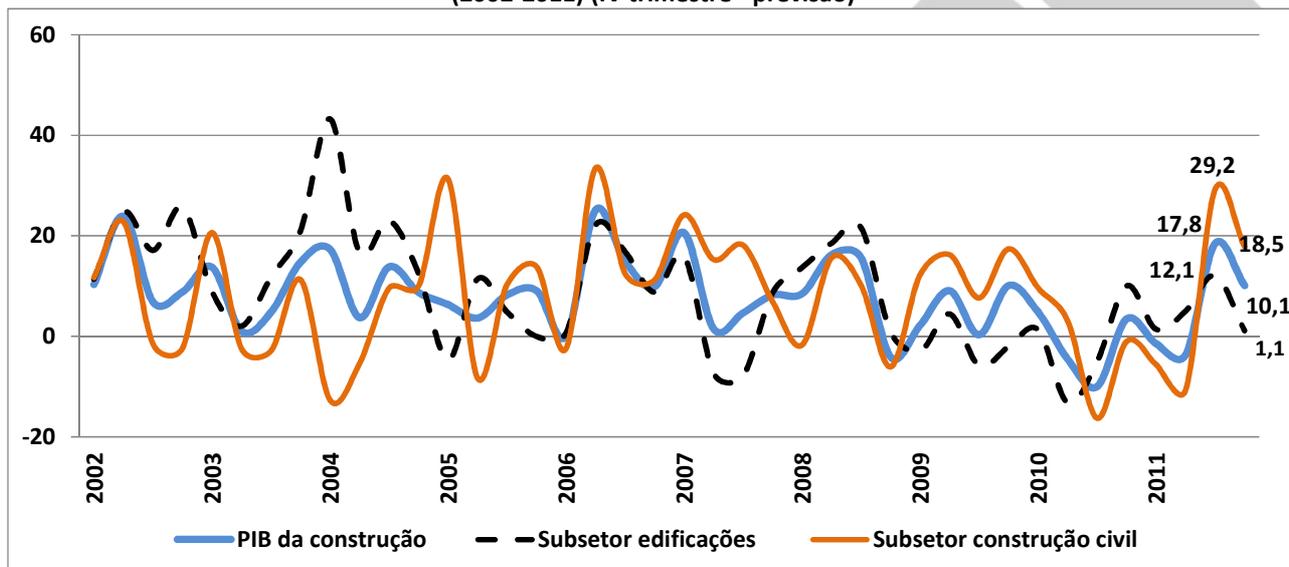
urbano e o acesso à moradia”, realizada por representante do Ministério da Moradia, Cidade e Território, em Cartagena, Colômbia, 14 junho 2012.

<sup>164</sup> Perspectivas del mercado de vivienda nueva y del sector edificador en 2012 ¿Continuará la fiesta? – Informe Económico – n. 33. Diciembre de 2011 - Cámara Colombiana de la Construcción – CAMACOL.

<sup>165</sup> DANE. Glosario de Indicadores Económicos Alrededor de la Construcción.

<sup>166</sup> Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe – CEPAL – Informe Macroeconómico de junho de 2012.

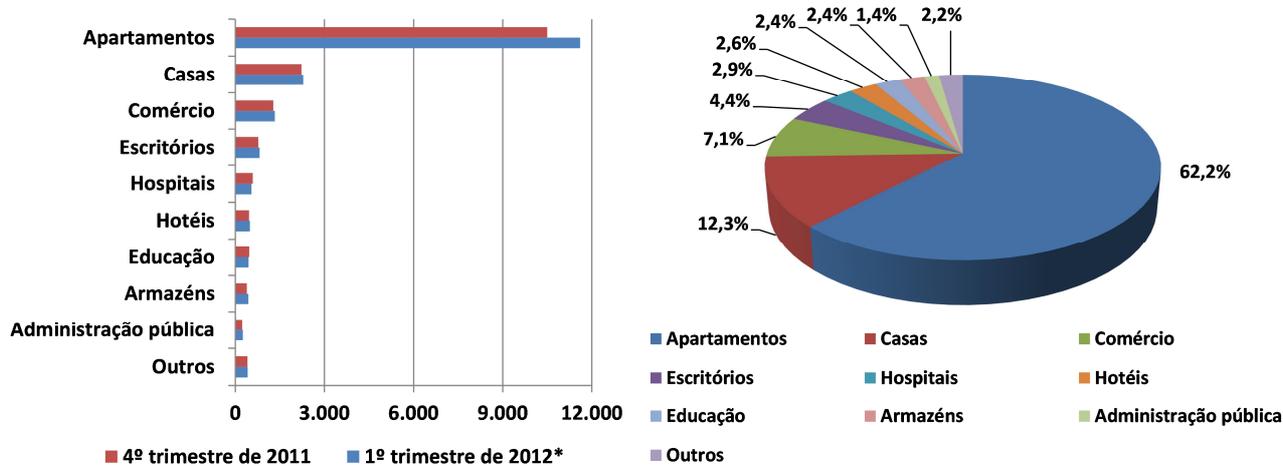
Gráfico 31 – PIB da construção, subsetor de edificações e construção civil, série dessazonalizada, variação anual (2002-2011) (IV trimestre - previsão)



Fonte e elaboração: DANE. Indicadores económicos alrededor de la construcción, IV trimestre de 2011, Boletín de Prensa, Bogotá D.C., 03 de abril de 2012.

Em maior nível de detalhe, com relação ao setor de edificações, os Gráficos 32 e 33 revelam a área em processo de construção, por categoria, no primeiro trimestre de 2012, comparando-a com a do trimestre anterior. Os valores são apresentados tanto em metros quadrados como em representatividade no conjunto das edificações. Nos primeiros três meses de 2012, estavam em processo de construção 18,7 milhões de metros quadrados, valor, esse, 7,6% maior do que o do trimestre anterior, de 17,3 milhões de metros quadrados. Os apartamentos foram a principal categoria em processo de construção no início de 2012, com representatividade de 62,2%, seguidos pelas casas, com 12,3%, e estabelecimentos comerciais, representando 7,1%.

Gráficos 32 e 33 – Área total em processo de construção, segundo destinos – IV trimestre de 2011, I trimestre de 2012 (número em m<sup>2</sup>) e I trimestre de 2012 (participações em %)

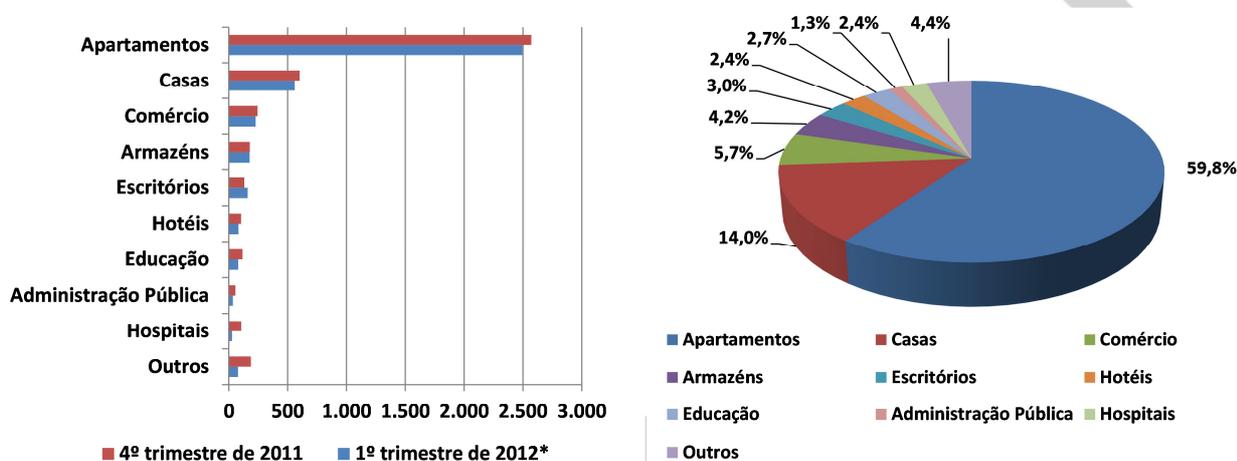


Fonte: DANE. Censo de Edificações I trimestre de 2012, Boletín de Prensa, Bogotá D.C., 4 jun. 2012. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

\*Nota: Previsão

Outra possibilidade de avaliação setorial, com foco no desempenho recente das edificações, é feita por meio do levantamento da área das obras novas. De acordo com o DANE,<sup>167</sup> esse indicador é um termômetro da conjuntura do setor e corresponde às obras que no momento do censo de edificações ingressaram na pesquisa. Como ilustram os Gráficos 34 e 35,<sup>168</sup> no primeiro trimestre de 2012, as novas obras ocuparam 3,9 milhões de metros quadrados, valor 8,7% menor do que o do período anterior, de 4,3 milhões de metros quadrados. As categorias que mais colaboraram para esse decréscimo foram os apartamentos, os hospitais e as casas, que em conjunto somaram 4,6 pontos percentuais dos 8,7 mencionados. Em contraposição, os escritórios registraram o único crescimento na área iniciada.

**Gráficos 34 e 35 – Área total de construção iniciada, segundo destinos – IV trimestre de 2011, I trimestre de 2012 (número em m<sup>2</sup>) e I trimestre de 2012 (participações em %)**



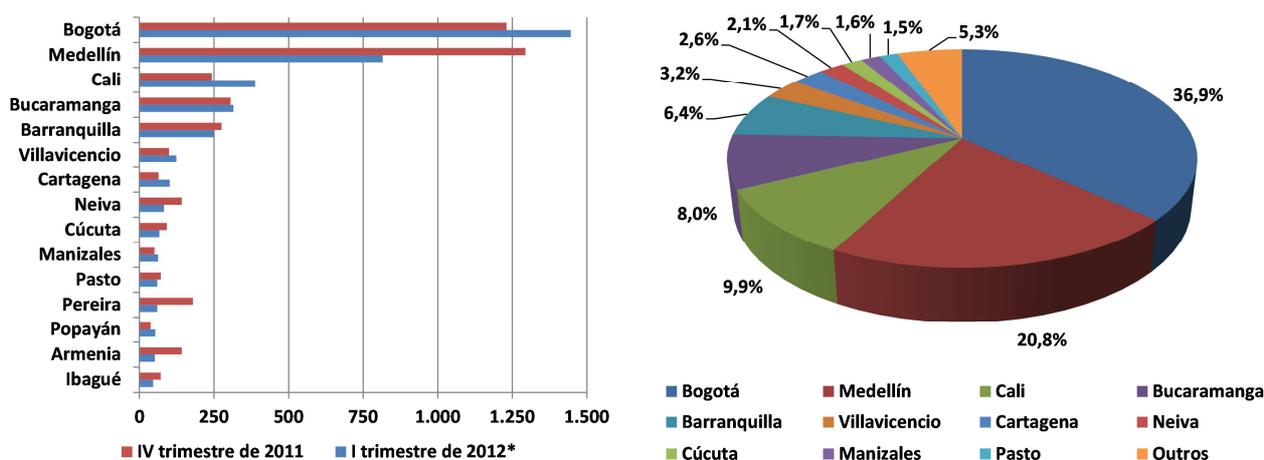
Fonte: DANE. Censo de Edificações I trimestre de 2012, Boletín de Prensa, Bogotá D.C., 04 de junio de 2012. Elaboração: UICC Apex-Brasil.  
Nota:\*Previsão.

Os Gráficos 36 e 37 mostram a evolução das construções novas ou iniciadas, no mesmo período coberto pelos gráficos anteriores, a partir de outro prisma: o componente geográfico. No primeiro trimestre de 2012, as áreas urbanas de Bogotá e metropolitana de Medellín responderam, em conjunto, por 57,7% das novas construções. No que diz respeito a Bogotá, as áreas destinadas a novos empreendimentos aumentaram 17,6% entre os dois trimestres. Em contraposição, as de Medellín encolheram 36,9%. Em termos regionais, portanto, Medellín explica a diminuição de 8,7% no total de novas construções ao ter contribuído com 11,1 pontos percentuais negativos para a variação trimestral. Além de Bogotá, Cali, Bucaramanga, Cartagena, Manizales, Villavicencio e Popayán apresentaram aumento de novas áreas em construção.

<sup>167</sup> DANE. Glosario de Indicadores Económicos Alrededor de la Construcción.

<sup>168</sup> DANE. Censo de Edificações I trimestre de 2012, Boletín de Prensa, Bogotá D.C., 4 jun. 2012.

Gráficos 36 e 37 – Área total de construção iniciada, por áreas urbanas e metropolitanas – IV trimestre de 2011, I trimestre de 2012 (número em m<sup>2</sup>) e I trimestre de 2012 (participações em %)



Fonte: DANE. Censo de Edificações I trimestre de 2012, Boletín de Prensa, Bogotá D.C., 4 jun. 2012. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota:\*Previsão.

Ainda com relação às edificações, há boas chances de que o bom desempenho de 2011 se repita em 2012. Na percepção da Cámara Colombiana de la Construcción (Camacol),<sup>169</sup> mesmo em um cenário de desaceleração da economia europeia, o impacto sobre o crescimento da economia colombiana não seria muito significativo. A economia colombiana poderia suportar o impacto de uma crise à medida que o consumo e o investimento permanecessem robustos. Além disso, a entidade considera boa a margem de manobra do governo, com espaço para cortes na taxa de juros e política fiscal anticíclica. Para a Camacol, pelo lado da demanda, seria importante a continuidade dos subsídios à taxa de juros. Já pelo lado da oferta, são relevantes o impulso a macroprojetos e a ampliação da oferta de solo disponível para o lançamento de novos projetos. Se o crédito seguir fluindo e a confiança de consumidores e empresários perdurar, há espaço para uma nova fase de crescimento do setor.

Por outro lado, com respeito ao setor de construção civil, pode-se conhecer seu comportamento no biênio 2011 – 2012 com maior profundidade por meio do Indicador de Investimento em Obras Civas (IIOC). Trata-se de um índice estatístico que permite acompanhar a evolução do investimento realizado em obras de infraestrutura no país a partir dos pagamentos efetuados por entidades públicas e empresas privadas.<sup>170</sup> Conforme a Tabela 14, de abril de 2011 a março de 2012, os pagamentos referentes a obras de infraestrutura aumentaram 8%. Entre os tipos de construção, os que mais contribuíram para o resultado positivo foram construções para mineração, centrais geradoras elétricas e tubulação para o transporte a

<sup>169</sup> Perspectivas del mercado de vivienda nueva y del sector edificador en 2012 ¿Continuará la fiesta? *Informe Económico*: Cámara Colombiana de la Construcción – Camacol, n. 33. Dic. 2011.

<sup>170</sup> Indicadores económicos alrededor de la construcción I trimestre de 2012, *Boletín de Prensa*, Bogotá D.C., 4 jul. 2012.

longa e curta distância (5,1 pontos percentuais), e hidrovias, portos, represas, aquedutos, redes de esgoto e outras obras portuárias (5 pontos percentuais). As boas perspectivas para o setor de edificações devem se repetir para as obras civis. De acordo com a Economist Intelligence Unit (EIU),<sup>171</sup> grandes projetos de infraestrutura, expansão na mineração e na produção de energia devem manter a construção civil aquecida em 2012.

**Tabela 14 – Indicador de Investimento em Obras Civis (IIOC) - Variação percentual e contribuição em 12 meses, segundo tipos de construção (I trimestre de 2012 - previsão)**

Tipos de construção	2012-2011	
	Variação doze meses (%)	Contribuição (pontos percentuais)
Total nacional	8,0	8,0
Estradas, ruas, vias, pontes, viadutos, túneis e construção subterrâneas	-5,9	-2,2
Vias férreas, pistas de aterrissagem e sistemas de transporte de massa	-41,4	-0,8
Hidrovias, portos, represas, aquedutos, redes de esgoto e outras obras portuárias	31,3	5
Construções para mineração, centrais geradoras elétricas e tubulação para o transporte a longa e curta distância	12,3	5,1
Outras obras de engenharia*	29,5	0,9

Fonte e elaboração: DANE. Indicadores económicos alrededor de la construcción I trimestre de 2012, Boletín de Prensa, Bogotá D.C., 4 jul. 2012.

\*Nota: Inclui estádios e outras instalações esportivas para partidas ao ar livre, parques etc.

## **OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO CASA E CONSTRUÇÃO NA COLÔMBIA**

### **PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A COLÔMBIA**

No que diz respeito ao complexo *Casa e Construção*, a classificação incipiente refere-se às exportações brasileiras em estágios iniciais no mercado alvo, quer por sua baixa participação, quer por sua descontinuidade ao longo do período em estudo (2005-2010). Nessa categoria, porém, é possível selecionar alguns grupos de produtos que reúnem condições para melhorar esse posicionamento. O Brasil é especialista na exportação desses itens e há complementaridade entre sua pauta de exportação e a pauta de importação do mercado-alvo, nesse caso, a Colômbia. Além disso, as importações colombianas desse grupo de produtos são crescentes, dinâmicas. Manifestam, portanto, oportunidades a serem exploradas. Os produtos que se enquadram nesse conjunto de critérios recebem a denominação *a desenvolver*.

<sup>171</sup> The Economist. *Country Report Colombia*, July 2012.

Entre os grupos de produtos mostrados na Tabela 15, pode-se enfatizar *Ferramentas e talheres*, uma vez que apresenta um vasto número de produtos (33) e alto valor importado pela Colômbia em 2010 (USD 90 milhões). Entre os produtos com oportunidades para os exportadores brasileiros, incluem-se: *Chaves de fendas, Martelos, Vários tipos de facas e lâminas cortantes, Alicates e tesouras* e ainda *Talheres de metal comum*.

**Tabela 15 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes para a Colômbia**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das importações da Colômbia 2005 – 2010 (%)
Ferramentas e talheres	33	89.894.287	16,08
Lâmpadas e equipamentos de iluminação	6	51.395.400	18,03
Madeira compensada ou contraplacada	13	24.055.089	44,79
Madeira laminada	3	6.895.471	14,60
Obras de marcenaria ou de carpintaria	8	6.614.166	-3,79
Obras de trançaria	14	1.189.347	16,96
Produtos cerâmicos	21	61.542.821	14,17

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Um dos grupos que merece destaque são *Outras ferramentas intercambiáveis de perfuração ou de sondagem, incluídas as partes, de metais comuns*. As importações colombianas do produto saltaram de USD 9,1 milhões, em 2005, para USD 33,9 milhões em 2010, após crescerem 30% ao ano, em média, no período. Os maiores fornecedores desse produto para a Colômbia, em 2010, foram Estados Unidos e Canadá, que juntos concentraram cerca de 70% das vendas. Interessante notar que as *Ferramentas intercambiáveis* estadunidenses e canadenses sujeitam-se ao pagamento de tarifas de importação de 15%.<sup>172</sup> O Brasil, ao contrário, beneficia-se de isenção tarifária para seus produtos,<sup>173</sup> o que o coloca em vantagem em uma eventual ação de abertura de mercado.

## PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A COLÔMBIA

Em contraposição à categoria de exportações incipientes, a de caráter expressivo abrange os grupos de produtos brasileiros cujas vendas para a Colômbia encontram-se em estágio mais avançado, contínuas e com participação de mercado significativa. De acordo com a análise da demanda colombiana, da oferta brasileira e do comportamento dos concorrentes, as exportações expressivas subdividem-se, para o complexo *Casa e Construção*, em quatro outras classificações: *a consolidar, em risco, em declínio e desvio de comércio*.

<sup>172</sup> Percentual tarifário em vigor antes da entrada em vigor do Tratado de Livre Comércio entre Colômbia e Estados Unidos.

<sup>173</sup> Em virtude do Acordo de Complementação Econômica nº 39, assinado entre os países do Mercosul e da Comunidade Andina.

## **Produtos brasileiros com presença a consolidar na Colômbia**

No caso dos produtos com presença *a consolidar*, incluem-se as exportações que já dispõem de situação confortável no mercado, com boa parcela nele, e exportações que crescem em ritmo superior ou semelhante ao dos concorrentes. Trata-se das melhores oportunidades de consolidação da presença brasileira no mercado. Já o termo *em risco* diz respeito aos grupos de produtos cujas exportações chegaram a se consolidar no mercado, mas que, no presente, são ameaçadas por um desempenho mais efetivo dos concorrentes. Há que se trabalhar, portanto, para recuperar o espaço perdido. As exportações *em declínio*, por sua vez, englobam produtos que também vêm sofrendo com a competição de outros exportadores, mas que nunca chegaram a se consolidar no mercado. *Em desvio de comércio*, por fim, retrata a circunstância em que o Brasil é mais especialista na exportação de um grupo de produtos do que o principal fornecedor do mercado, mas tem menor participação do que ele. Isso pode ocorrer, por exemplo, em consequência da assinatura de acordos comerciais, que garantem ao maior fornecedor uma vantagem competitiva. Logo, os grupos de produtos com exportações *em desvio* devem ser analisados caso a caso.

A Tabela 16 traz os grupos de produtos cujas exportações nacionais para a Colômbia inserem-se nos critérios da categoria *a consolidar*. As importações colombianas do grupo *Móveis* somaram USD 78,2 milhões, dos quais USD 7,7 milhões providos pelo Brasil. A participação de mercado brasileira foi de 9,9%, enquanto a do principal concorrente, a China, chegou a 45,6%.

**Tabela 16 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença *a consolidar* nesse país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)
Móveis	9	78.181.469	7.730.183	31,04	9,89	32,16	China	45,55
Obras de pedras e semelhantes	15	44.709.128	12.812.048	18,42	28,66	17,34	Estados Unidos	18,17
Sisal em fibras, cordas e cabos	1	71.111	20.333	217,98	28,59	117,89	Índia	50,16

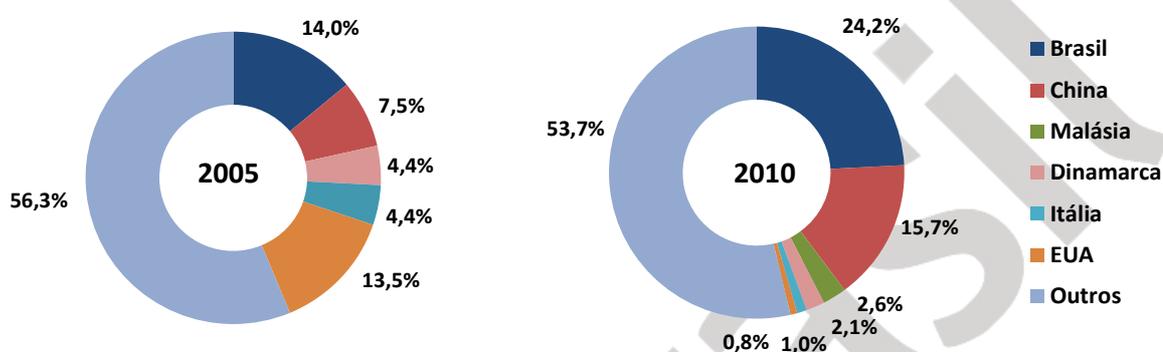
Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Há oportunidades para *Móveis de madeira para cozinha, Outros móveis de madeira, Móveis de plástico, Partes de móveis, Assentos com armação de madeira e Edredons, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes*, com destaque para *Móveis de madeira para quartos de dormir e Outros móveis de metal*. Dos produtos mencionados, as importações colombianas concentram-se em *Outros móveis de metal* (22,5%) e *Edredons e similares* (20,3%). Por outro lado, as exportações brasileiras contemplam principalmente *Outros móveis de metal* (32,5%) e *Móveis de madeira para quartos de dormir* (23,7%). O

Gráfico 38 explicita a competição no mercado colombiano para esse produto em dois momentos (2005 e 2010). Em 2005, o Brasil já ocupava a liderança do *ranking*, com participação de 14,0%, percentual, esse, muito próximo ao do segundo colocado, Estados Unidos, que detinham outros 13,5%. Passados cinco anos, o Brasil logrou aumentar sua parcela em cerca de dez pontos percentuais, enquanto seu maior concorrente de outrora praticamente saiu do mercado. Em contraposição, a participação chinesa praticamente dobrou no íterim em análise, passando de 7,5% para 15,7%. As tarifas de importação aplicadas pela Colômbia aos produtos de origem brasileira, chinesa e estadunidense podem dar pistas sobre o bom desempenho nacional. Se por um lado a alíquota para os móveis brasileiros é de apenas 0,9%, como resultado do ACE 59, por outro, para China e Estados Unidos, vale o percentual de 15%, de acordo com o regime de NMF.

**Gráfico 38 - Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Móveis de madeira para quartos de dormir* para a Colômbia (2005 e 2010)**



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

### **Produtos brasileiros com presença em declínio, em risco e desvio de comércio na Colômbia**

Embora o cenário para as exportações *em risco*, *em desvio* e *em declínio* não seja tão favorável quanto aquele das vendas *a consolidar*, são amplas as oportunidades a serem exploradas. Nesses casos, a participação de mercado brasileira é significativa, como se pode conferir na Tabela 17. A estratégia para o mercado, nesses casos, deve passar pela reversão do quadro inicial de perda de participação.

No que diz respeito aos *Produtos cerâmicos*, em 2010, as vendas nacionais atingiram a soma de USD 10,2 milhões, cerca de 10% das compras totais da Colômbia desse conjunto de itens. Tal valor englobou produtos como *Tijolos, produtos e peças cerâmicas refratárias de materiais variados, Ladrilhos e artigos semelhantes de cerâmicas vidrados ou esmaltados, Alquidares, gamelas e outros recipientes similares para usos rurais e Pias, lavatórios, banheiras, bidês e assemelhados*. O principal concorrente brasileiro para essa gama de itens, em 2010, foi a China, que proveu 40% das compras colombianas.

**Tabela 17 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença *em risco*, *em declínio* e *em desvio de comércio* nesse país**

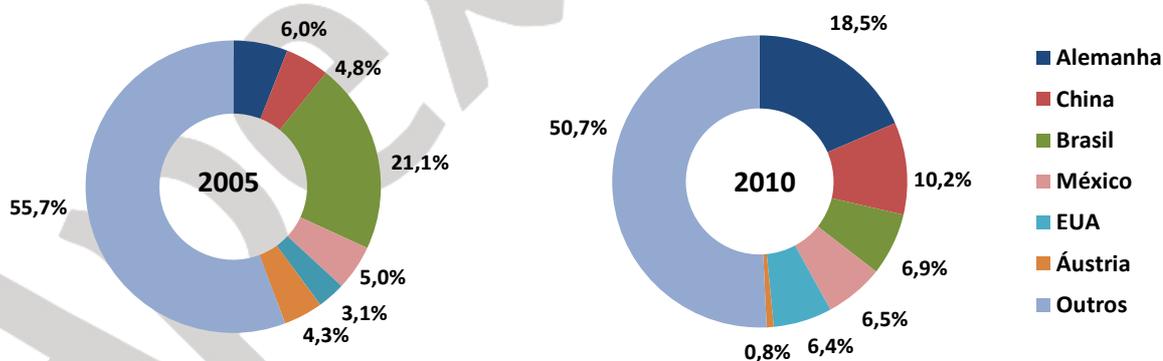
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Demais madeiras e manufaturas de madeiras	3	1.613.385	490.378	29,07	30,39	83,42	China	42,56	Em risco
Ferramentas e talheres	29	47.860.808	5.091.333	10,70	10,64	15,96	China	33,32	Em declínio
Lâmpadas e equipamentos de iluminação	3	6.176.255	236.525	5,80	3,83	22,65	China	57,09	Em declínio
Obras de marcenaria ou de carpintaria	2	10.091.766	1.726.353	-19,80	17,11	5,66	China	34,19	Desvio de comércio
Obras de metais	13	53.055.197	2.956.597	-0,40	5,57	13,90	Estados Unidos	28,71	Em declínio
Painéis de fibras ou de partículas de madeira	5	62.342.273	1.576.810	-12,93	2,53	21,49	Chile	39,69	Em declínio
Produtos cerâmicos	8	113.454.643	10.163.005	1,41	8,96	22,88	China	39,58	Em declínio

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Um dos produtos que exemplifica o declínio do grupo *Cerâmicos* é *Tijolos e peças cerâmicas semelhantes, refratários, contendo mais de 50% em peso de magnesianos ou de óxido de cromo*. Em 2005, o Brasil era líder de mercado, com participação de 21,1% e exportações de USD 3,7 milhões. Já em 2010, sua parcela de mercado havia diminuído para 13,8%. Em contraposição, os produtos alemães ganharam espaço na preferência do consumidor colombiano, no mesmo período, ao saltarem de 6% de representatividade para 18,5%. Outro competidor que obteve bom desempenho no mercado foi a China, que dobrou sua fatia de mercado. É importante notar que essa diminuição da presença brasileira ocorreu mesmo com o diferencial tarifário a favor do Brasil. Enquanto os *Tijolos* brasileiros se beneficiam de isenção de imposto de importação, pelo ACE 59, os alemães e chineses estão sujeitos a 15%.<sup>174</sup>

**Gráfico 39 - Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Tijolos e peças cerâmicas semelhantes, refratários, contendo mais de 50% em peso de magnesianos ou de óxido de cromo* para a Colômbia (2005 e 2010)**



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

<sup>174</sup> Pelo Regime da Nação Mais Favorecida.

As perspectivas para a economia colombiana mostram-se favoráveis para o período 2012-2016,<sup>175</sup> o que pode traduzir-se em estímulo a diversos segmentos demandantes de *Máquinas e equipamentos*. Um dos indicadores econômicos que corrobora essa visão otimista é o crescimento de 7,7% do PIB real no terceiro trimestre de 2011, de acordo com o DANE, citado pela EIU. Tal percentual é especialmente alto se for levado em conta o clima econômico mundial de incerteza provocado pela crise da dívida pública em vários países europeus. Espera-se que a Colômbia não seja tão afetada, uma vez que sua parceria comercial com os Estados Unidos, economia em recuperação, é muito mais intensa do que com a Europa. Por esse motivo, as exportações colombianas não devem sofrer grandes revezes.

*Mineração* e *Construção* foram os principais setores a provocar a guinada do PIB no terceiro trimestre de 2011.<sup>176</sup> Se, por um lado, o aumento na produção de petróleo favoreceu a expansão de 18,9% do PIB real da *Mineração*, por outro, projetos de infraestrutura contribuíram para que a *Construção* crescesse 18,4% reais no período.<sup>177</sup> A esse respeito, houve investimentos para melhorias em comunicações e transportes – vias, pontes, estradas e túneis –, além de obras para a recuperação de estragos causados pelas enchentes e deslizamentos que atingiram Barranquilla e outras cidades do oeste do país em maio de 2011.<sup>178</sup> Por sua vez, pela ótica da demanda, o consumo permanece aquecido, com desemprego em queda e maior acesso ao crédito.

O Gráfico 40 revela o desempenho da economia colombiana, por setores, entre 2009 e 2010.<sup>179</sup> A *Mineração* coloca-se novamente em destaque ao alavancar a expansão do PIB total, de 4,3%, (em vermelho), com crescimento de 19,7%. Além da *Mineração*, apresentaram crescimento acima da média apenas *Hotéis e restaurantes*, *Administração pública*, *defesa e contribuições obrigatórias para o regime de previdência social* e *Comércio, reparo de motos e veículos motorizados, motos e bens de uso doméstico e pessoal*. Já o produto da indústria manufatureira expandiu-se 2,9%, o dobro do percentual obtido no biênio 2008-2009, em meio às turbulências internacionais iniciadas pela crise do *subprime* nos Estados Unidos. Por fim, *Construção* e *Agricultura, caça, silvicultura e pesca* tiveram resultados magros, de apenas 0,3% e 0,1% de crescimento, respectivamente, entre 2009 e 2010. É importante lembrar, entretanto, que a *Construção*

<sup>175</sup> Segundo análise da Economist Intelligence Unit (EIU), empresa de consultoria e pesquisa, em sua publicação *Country Report: Colombia*, de fevereiro de 2012.

<sup>176</sup> Idem.

<sup>177</sup> DANE, Cuentas nacionales trimestrales.

<sup>178</sup> Disponível em: <http://noticias.r7.com/internacional/noticias/enchente-arrasta-carros-e-onibus-em-cidade-colombiana-20110516.html>.

<sup>179</sup> Em virtude de a informação objeto desta seção estar contida em fontes diversas, publicadas em datas distintas, optou-se por usar os dados mais recentes possíveis, ora de 2010, ora de 2011.

foi objeto de um impulso notável em meados de 2011. O desempenho desse e de outros setores relevantes para a demanda de *Maquinários* serão objeto de análise mais detalhada nessa seção.

**Gráfico 40 – Variação real do PIB colombiano, por setor, entre 2009 e 2010 (%)**



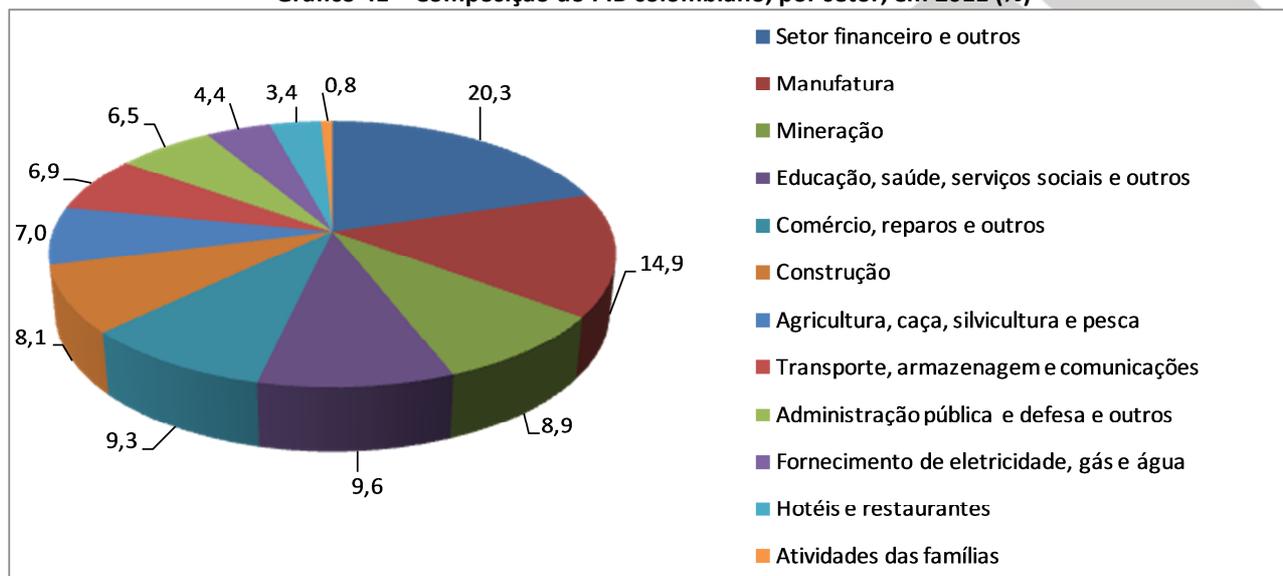
Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Para se desenhar o perfil de uma economia, é relevante conhecer não somente os setores com maior expansão, que podem indicar uma demanda aquecida por maquinário, mas também os de maior representatividade no PIB – dado que traz uma noção de volume. De acordo com o Gráfico 30, o setor *Intermediação financeira, transações imobiliárias, alugueis e negócios* foi o que mais contribuiu para a formação do PIB em 2010, com participação conjunta de 20,3%. Em seguida, encontra-se *Indústria manufatureira*, com 14,9% de representatividade, o que equivale a um produto de USD 43,5 bilhões.<sup>180</sup> As parcelas de *Mineração* e *Construção* somadas, por sua vez, chegam a 17%, traduzidos em USD 49,7 bilhões.

A comparação dos dados setoriais consolidados para a América Latina revela que tanto a *Mineração* como a *Construção* são especialmente importantes na formação do PIB colombiano. Enquanto a contribuição da *Mineração* para o produto da região é de 7,2%, na Colômbia chega a 8,9%. De modo similar, a parcela correspondente à *Construção* é de 8,1%, ao passo que a média regional é de 6,5%. Entre as principais economias da região, apenas Chile, Peru e Venezuela dependem mais da *Mineração* do que a Colômbia (percentuais de 19,9%, 11,6% e 25,6%, respectivamente). No que diz respeito à *Construção*, apenas na Venezuela verifica-se maior participação no PIB, de 10,5%.

<sup>180</sup> A preços constantes de 2011, convertidos às taxas cambiais do mesmo ano.

Gráfico 41 – Composição do PIB colombiano, por setor, em 2011 (%)



Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A seguir, busca-se apresentar informações adicionais relativas à *Indústria, Construção, Mineração e Agricultura*, que indiquem de modo mais específico demandas potenciais para *Máquinas e equipamentos* em cada setor.

## INDÚSTRIA MANUFATUREIRA

A Tabela 18 lista os principais ramos da *Indústria* colombiana em 2010.<sup>181</sup> A seleção, composta por 14 segmentos, respondeu por cerca de dois terços da produção bruta nesse ano. O processo que dá origem a *Derivados do petróleo* é o que mais gera recursos, com representatividade de 12%. Outras atividades centrais da manufatura colombiana são a fabricação de *Outros produtos químicos, Bebidas e Amiláceos e rações para animais*. Com respeito à distribuição geográfica,<sup>182</sup> Bogotá concentrou 30% de toda a produção bruta do país no período, seguida por Medellín (14,4%), Cali (10,2%), Cartagena (6,7%) e Barranquilla (5,3%).

<sup>181</sup> Nomenclatura de acordo com a Terceira Revisão da Classificação Industrial Internacional Uniforme de todas as atividades econômicas – CIIU Versão 3.

<sup>182</sup> DANE. Boletín de Prensa Encuesta Anual Manufacturera, 30 dic. 2011.

**Tabela 18 – Produção bruta dos principais grupos industriais - Maiores participações (2010) (%)**

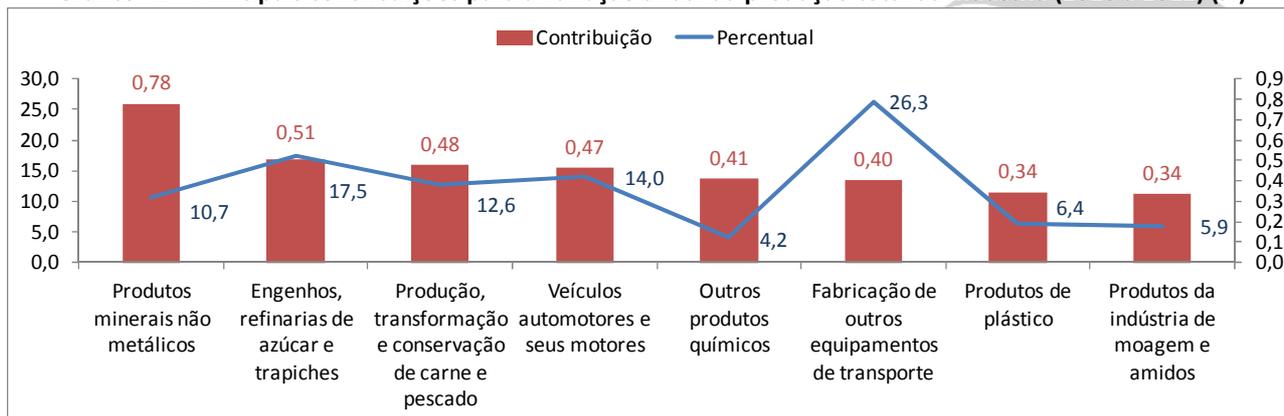
Descrição	Participação (%)
Produtos derivados do refino do petróleo	12,0
Outros produtos químicos	8,7
Bebidas	6,4
Moagem, fabricação de produtos amiláceos e de rações balanceadas para animais	5,5
Produtos minerais não metálicos	4,4
Substâncias químicas básicas	4,3
Produtos de plástico	4,3
Indústrias básicas de ferro e aço	4,0
Abate e preparação de carne e pescado	3,8
Produtos de papel e papelão	3,8
Outros produtos alimentícios	3,6
Produtos lácteos	3,4
Vestuário, exceto de peles	3,0
Frutas, legumes, hortaliças, óleos e gorduras	2,5
<b>Subtotal</b>	<b>69,7</b>

Fonte e elaboração: DANE. Encuesta Anual Manufacturera – EAM 2010.

Após a identificação dos principais subsetores manufatureiros na Colômbia (cenário pouco mutável em curto prazo), é oportuno verificar quais são os grandes responsáveis pela expansão do setor como um todo em período recente. Em outras palavras, trata-se de caracterizar aqueles que mais contribuíram para a variação percentual da produção industrial total, que, em 2011, chegou a 4,9%<sup>183</sup> em relação a 2010. Para esse cálculo, são levados em conta tanto o crescimento de um subsetor como sua representatividade na economia. Dessa forma, procura-se equalizar o efeito de fortes crescimentos de subsetores pouco representativos ao de pequenos aumentos de subsetores de grande porte. O Gráfico 42 demonstra que, em 2011, *Produtos minerais não metálicos*, *Engenhos, refinarias de açúcar e trapiches* e *Produção, transformação e conservação de carne e pescado* foram os principais responsáveis pelo aumento da produção, respondendo, conjuntamente, por cerca de um terço dessa (1,77 pontos percentuais em 4,9%). Outros setores que apresentaram expansão da produção real acima da média, ainda que com menor contribuição, foram: *Carroceria para veículos automotores* (42,3%), *Fabricação de calçados* (19,9%), *Outros produtos têxteis* (11,9%), *Produtos de cerâmica não refratária, para uso não estrutural* (8,5%), *Partes, peças e acessórios para veículos automotores* (8,4%) e *Maquinaria de uso geral* (8,4%).

<sup>183</sup> O DANE divulga dois totais para a variação acumulada anual da indústria manufatureira: tanto incluindo a trilha de café (*total con trilla*) como a excluindo (*total sin trilla*). A trilha é o processo pelo qual o café é descascado, seco e classificado. O percentual de 4,9% refere-se ao total sem a trilha de café.

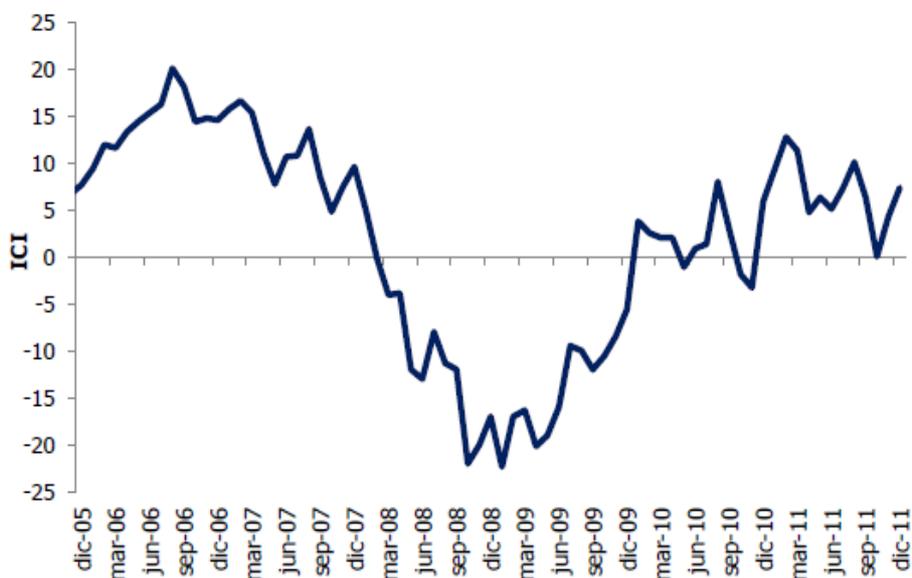
**Gráfico 42 – Principais contribuições para a variação anual da produção total da indústria (2010 a 2011) (%)**



Fonte: DANE. Muestra Mensal Manufacturera, fevereiro de 2012. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Findas as considerações sobre os principais setores e subsetores mais dinâmicos da manufatura colombiana, vale acrescentar mais um indicador positivo: a melhoria do Índice de Confiança Comercial da Indústria (ICI), divulgado pela Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (Fedesarrollo).<sup>184</sup> Segundo a instituição, o índice leva em consideração o volume atual de pedidos, o nível de estoques e as expectativas de produção para os três meses seguintes, e tem antecipado corretamente o comportamento da indústria. Sua evolução está exposta no Gráfico 43, em que se observa um movimento ascendente do índice a partir de outubro de 2011.

**Gráfico 43 – Índice de Confiança Industrial (ICI) (dezembro de 2005 a dezembro de 2011) (%)**



Fonte e elaboração: Fedesarrollo. Encuesta de Opinión Empresarial, dezembro de 2011.

<sup>184</sup> Entidade privada sem fins lucrativos, estabelecida em 1970, que se dedica à pesquisa em temas de política econômica e social. Mais informações em: <http://www.fedesarrollo.org.co>.

Pesquisa da Fedesarrollo junto ao empresariado,<sup>185</sup> realizada em dezembro de 2011, constatou que o ICI apresentou aumento de 3,16 pontos percentuais nesse mês, chegando a 7,36%, nível superior tanto ao de dezembro de 2010 quanto ao da média de 2011, de 7,07%. O crescimento do ICI deveu-se principalmente à melhoria nas expectativas de produção para os três meses seguintes.

## MINERAÇÃO

Como já mencionado, outro setor dinâmico da economia colombiana, que pode gerar demanda por máquinas, equipamentos e veículos importados, é o de *Mineração*. De acordo com o Euromonitor, produtos da mineração, principalmente carvão e petróleo, são a mais importante fonte de exportações para a Colômbia. O país é o quinto maior exportador mundial de carvão, gerando, em 2011, USD 8,4 bilhões em divisas<sup>186</sup> com a venda do produto. A Colômbia tem ainda vastas reservas minerais subexploradas de carvão e petróleo e depósitos de ouro, prata, cobre, níquel, minério de ferro, platina, bauxita, gesso, rocha calcária, fosfatos, enxofre e urânio.<sup>187</sup>

Já o petróleo é a principal *commodity* exportada pela Colômbia. Em 2011, as exportações do produto somaram USD 28 bilhões.<sup>188</sup> O país dispõe de reservas confirmadas de 1,3 bilhão de barris, o que o qualifica como o quinto maior produtor da América do Sul. Embora a produção atual seja de 650 mil barris por dia, pretende-se aumentá-la para um milhão de barris/dia até 2015. Para tanto, foi desenhada uma estratégia agressiva de exploração e aquisição, que contará com recursos estimados entre USD 18 bilhões e USD 19 bilhões, a serem gastos em melhoramentos da infraestrutura até a próxima década. Há também a exploração de petróleo no Oceano Pacífico, em uma área que, segundo analistas, pode conter reservas significativas. Investimentos nas plantas industriais existentes estão em andamento. Além do petróleo, o país conta com reservas confirmadas de gás natural na ordem de um trilhão de metros cúbicos.

Vale ressaltar, por fim, que *Extração de petróleo e Exploração de minas, pedreiras e poços* foram os principais destinos dos investimentos estrangeiros diretos (IED) na Colômbia, contabilizando USD 4,9 bilhões em 2010, cerca de dois terços de todo o fluxo de IED recebido pelo país no período. Grandes empresas de mineração estão presentes no país, tanto de capital nacional quanto de estrangeiro. Entre elas, podem-se elencar as brasileiras Votorantim, que explora ferro na região de Boyacá,<sup>189</sup> e a MPX, que atua na exploração de ouro, prata e cobre nas localidades de La Guajira e Cesar. De acordo com o FDI

<sup>185</sup> Encuesta de Opinión Empresarial (EOE).

<sup>186</sup> DANE. Colombia, exportaciones por sector económico, según CIU Revisión 3.

<sup>187</sup> Euromonitor. *Colombia: Country Profile*, 6 Jan. 2012.

<sup>188</sup> DANE. Colombia, exportaciones por sector económico, según CIU Revisión 3.

<sup>189</sup> COLOMBIA. Ministerio de Minas y Energía. *Anuario Estadístico Minero Colombiano*.

Markets,<sup>190</sup> a *holding* EXP, a que pertence à MPX, anunciou, em julho de 2010, investimentos de USD 334,4 milhões para a exploração de quatro minas nas concessões de La Guajira. A expectativa da empresa é extrair mais de 20 milhões de toneladas de carvão mineral por ano em suas minas no país até 2021.<sup>191</sup> A companhia investe inclusive em soluções logísticas integradas para auxiliar no escoamento da produção, que alimentará termelétricas no Brasil e no Chile. Parte dessa solução é, também, a construção de um porto em La Guajira, a cerca de 150 quilômetros das minas. Os investimentos iniciais são estimados em USD 284 milhões, e o início das operações deve ocorrer no final de 2013.

## CONSTRUÇÃO

De modo similar à *Mineração*, a *Construção*<sup>192</sup> é um dos setores dinâmicos da economia colombiana que pode criar oportunidades para o setor de *Máquinas e equipamentos*. Segundo o DANE, o PIB da construção, no terceiro trimestre de 2011, registrou um aumento real de 18,4% em relação ao mesmo período de 2010. As obras civis foram a categoria que mais contribuiu para esse resultado, apresentando aumento de 20,9%.

As licenças de construção aprovadas para os 35 municípios do Censo de Edificações aumentaram 17%, também na comparação entre os dois trimestres, e a área nova ou iniciada obtida, a partir do referido censo, foi 20,8% maior. Por sua vez, a área licenciada para moradia e a área nova para o mesmo fim registraram aumentos de 13,7% e 11,8%, nessa ordem. O valor dos créditos individuais desembolsados para a compra de moradias também aumentou, apresentando 11,1%. O índice de preços de moradias novas seguiu a mesma tendência, com variação anual positiva de 9%. Por fim, resta comentar o aumento de 22,8% do IIOC, resultado determinado principalmente pelas construções para a mineração e as centrais geradoras elétricas, que registram incremento de 47,6%.

## AGRICULTURA

De acordo com o Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural,<sup>193</sup> a estagnação do produto da agricultura em 2010, apontada anteriormente no Gráfico 40, reflete graves perdas provocadas pela estação de chuvas de fins de 2010. Entre os estragos, contabilizaram-se mais de 370 mil animais mortos, entre bovinos e aves, além de inundações que atingiram 1,324 milhão de hectares de áreas destinadas à

---

<sup>190</sup> Empresa de monitoramento de investimentos.

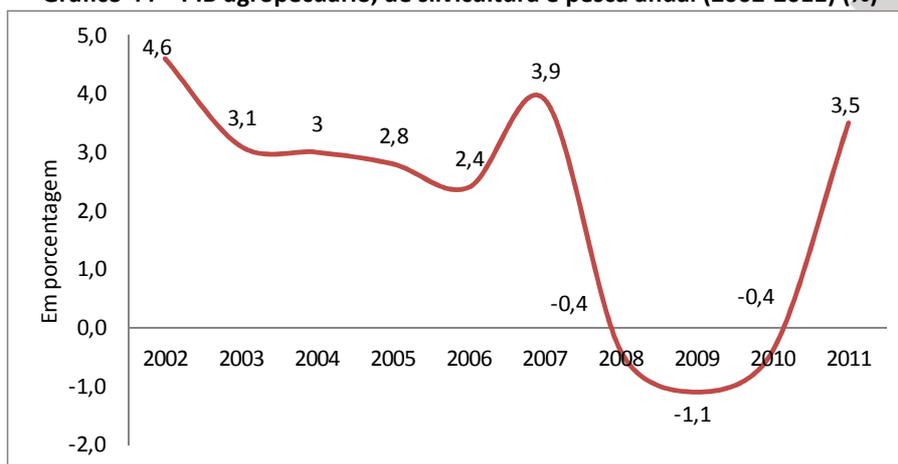
<sup>191</sup> Mais informações em: <http://www.mpx.com.br>.

<sup>192</sup> Todo o item foi elaborado com base no boletim de imprensa do DANE - Indicadores Económicos Alrededor de La Construcción III Trimestre de 2011, 28 dic. 2011.

<sup>193</sup> No relatório *Perspectivas Agropecuarias - Segundo Semestre de 2011*.

produção de alimentos e à criação de gado.<sup>194</sup> Para minimizar os prejuízos, o governo elaborou um plano de alívio<sup>195</sup> para os produtores agropecuários afetados, no valor de COP 2 bilhões, equivalentes a USD 1,08 bilhão.<sup>196</sup> Entre as medidas do plano constam: empréstimos para reforma, melhoramento e saneamento básico da propriedade rural; criação de incentivo à propriedade rural (*Incentivo a la Vivienda Rural*) equivalente a 50% do valor do crédito; ativação de novas linhas de crédito subsidiadas para a recuperação produtiva de agricultores e pecuaristas; capitalização do Fundo Agropecuario de Garantías (Fondo Agropecuario de Garantías) para cobrir em até 100% as obrigações creditícias de pequenos e médios produtores. Nesse contexto, o Ministério da Agricultura colombiano estima que o crescimento de 2011 possa ficar entre 2,5% e 4,5%, provavelmente 3,5%, graças ao bom comportamento esperado para as produções de café, flores, cereais, palma, produtos florestais e silvicultura e ao desempenho moderado para as de legumes, tubérculos, frutas e hortaliças. O Gráfico 44 mostra a evolução do PIB da agricultura, suas quedas acentuadas no período 2008-2010 e a expectativa de forte recuperação para 2011.

**Gráfico 44 – PIB agropecuário, de silvicultura e pesca anual (2002-2011) (%)**



Fonte e elaboração: DANE. Perspectivas Agropecuarias - Segundo Semestre de 2011 (prognóstico) do Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR).

A seguir, passa-se à análise das importações colombianas, com o intuito de identificar o tipo de maquinário mais importado pelo país, seus principais fornecedores, as categorias de importação mais dinâmicas e como o Brasil se insere nesse contexto.

<sup>194</sup> COLOMBIA. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. *Boletín de Prensa*, n. 214, 23 dic. 2010.

<sup>195</sup> COLOMBIA. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. *Boletín de Prensa*, n. 001, 4 enero 2011.

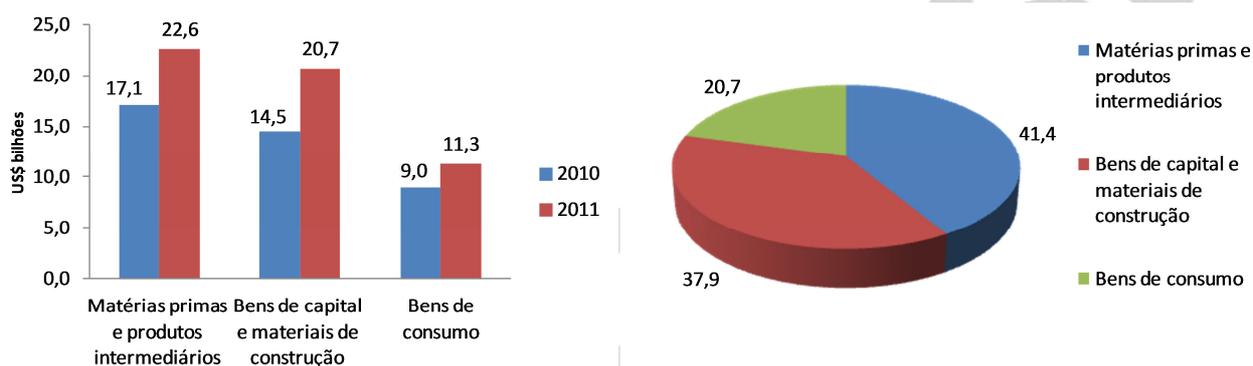
<sup>196</sup> De acordo com a taxa de câmbio média de 2011 de 1,848 peso colombiano por dólar estadunidense, divulgada pela Economist Intelligence Unit no relatório *Colômbia Country Report*, fev. 2012.

## IMPORTAÇÕES COLOMBIANAS

Em 2011, as importações colombianas alcançaram a cifra de USD 54,7 bilhões, de acordo com as estimativas preliminares da DIAN.<sup>197</sup> Uma das maneiras de analisar o perfil dessas importações é estratificá-las segundo sua destinação econômica:<sup>198</sup> bens de capital, intermediários e de consumo. Tal dado permite saber se há concentração em bens que servem para a produção de outros bens, tais como máquinas, equipamentos, material de transporte e construção,<sup>199</sup> se são absorvidos na produção de outros<sup>200</sup> ou se servem prontamente ao uso dos indivíduos.

O Gráfico 45 revela que matérias-primas e produtos intermediários responderam por 41,4% das importações colombianas em 2011, alcançando USD 22,6 bilhões. Essa cifra é 32% maior do que a de 2010, de USD 17,1 bilhões. Já as importações de bens de capital e materiais de construção foram as que mais cresceram no período, com 42,7%, atingindo o valor de USD 20,7 bilhões em 2011. Sua participação também é alta, de 37,9%. Tais constatações evidenciam que as importações colombianas possuem um foco na atividade produtiva, o que é positivo para os exportadores de *Máquinas e equipamentos*.

**Gráfico 45 – Importações colombianas por classificação CUODE – valores (2010 e 2011) e participações (2011) (%)**



Fonte: DIAN. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Para efeito de comparação, no Brasil, em 2011, as compras de matérias-primas e bens intermediários representaram 45,1% das importações e as de bens de capital, 21,2%,<sup>201</sup> cerca de metade da colombiana. As importações brasileiras de bens de consumo representaram 17,7% e as de combustíveis e lubrificantes, 16%. Embora a classificação utilizada pelo Brasil ainda tenha a categoria dos combustíveis,

<sup>197</sup> De acordo com Anexos Estadísticos de Comercio Exterior, Enero-Diciembre, 2010-2011.

<sup>198</sup> Classificação Segundo o Uso e Destino Econômico – CUODE.

<sup>199</sup> SANDRONI, Paulo. *Novo Dicionário de Economia*. Disponível em: <http://www.ens.ufsc.br/~soares/dicionario.htm>.

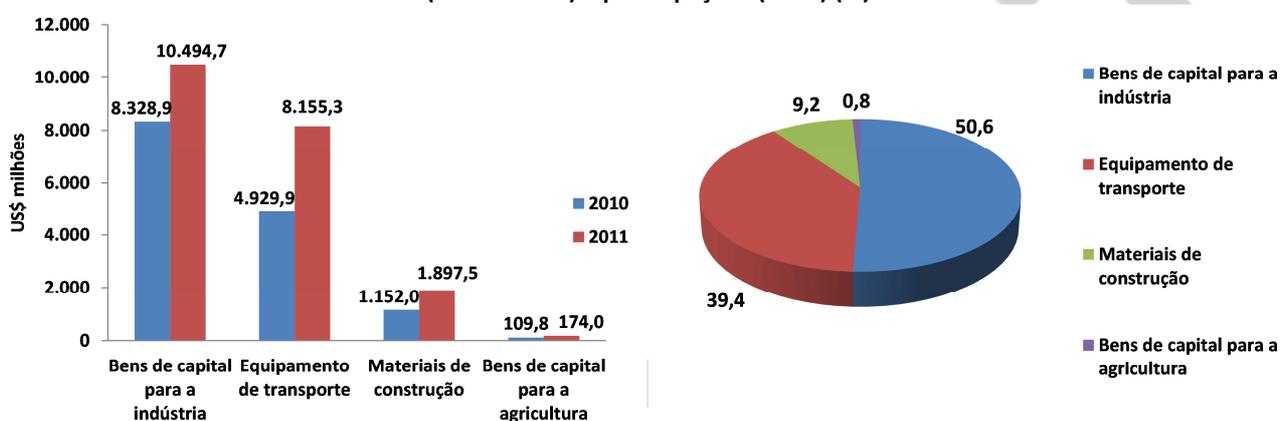
<sup>200</sup> Idem.

<sup>201</sup> BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). *Relatório Balança Comercial Brasileira*: dados consolidados 2011.

que na CUODE entra como uma subclassificação de matérias-primas e bens intermediários, pode-se perceber que a Colômbia importa mais *Máquinas e equipamentos* do que o Brasil, em termos relativos.

O Gráfico 46 estratifica as importações colombianas de bens de capital e materiais de construção em quatro categorias. Em 2011, as compras concentraram-se em equipamentos para a indústria (50,6%) e o transporte (39,4%). No que diz respeito ao uso pela indústria, as maiores parcelas do total de USD 10,5 bilhões foram despendidas em maquinário industrial (41,7%) e máquinas e aparelhos de escritório (25,3%). Outro dado que chama a atenção são os fortes crescimentos dos valores das importações entre 2010 e 2011, de 65,4% para os equipamentos de transporte, 64,7% para materiais de construção, 58,4% para bens de capital para a agricultura e 26% para bens de capital para a indústria, refletindo o momento promissor pelo qual atravessa a economia colombiana.

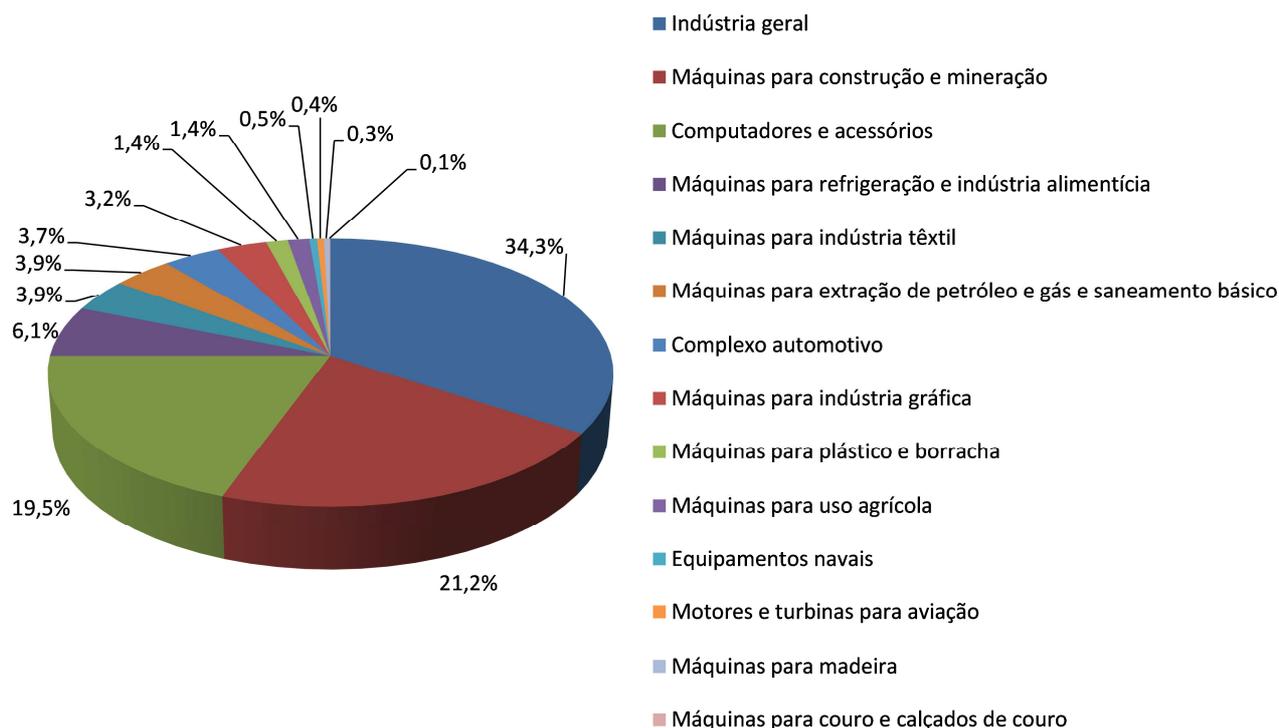
**Gráfico 46 – Importações colombianas por classificação CUODE – bens de capital e materiais de construção - valores (2010 e 2011) e participações (2011) (%)**



Fonte: DIAN. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Por fim, passa-se à análise das importações colombianas por uma classificação alternativa, elaborada pela Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ). De acordo com essa segmentação, ilustrada no Gráfico 47, as compras colombianas somaram USD 7,3 bilhões em 2011, praticamente o dobro do valor importado em 2006, de USD 3,6 bilhões. As máquinas utilizadas pela indústria geral responderam por 34,3% do total importado, as máquinas para construção e mineração, por 21,2% e computadores e acessórios, por 19,5%.

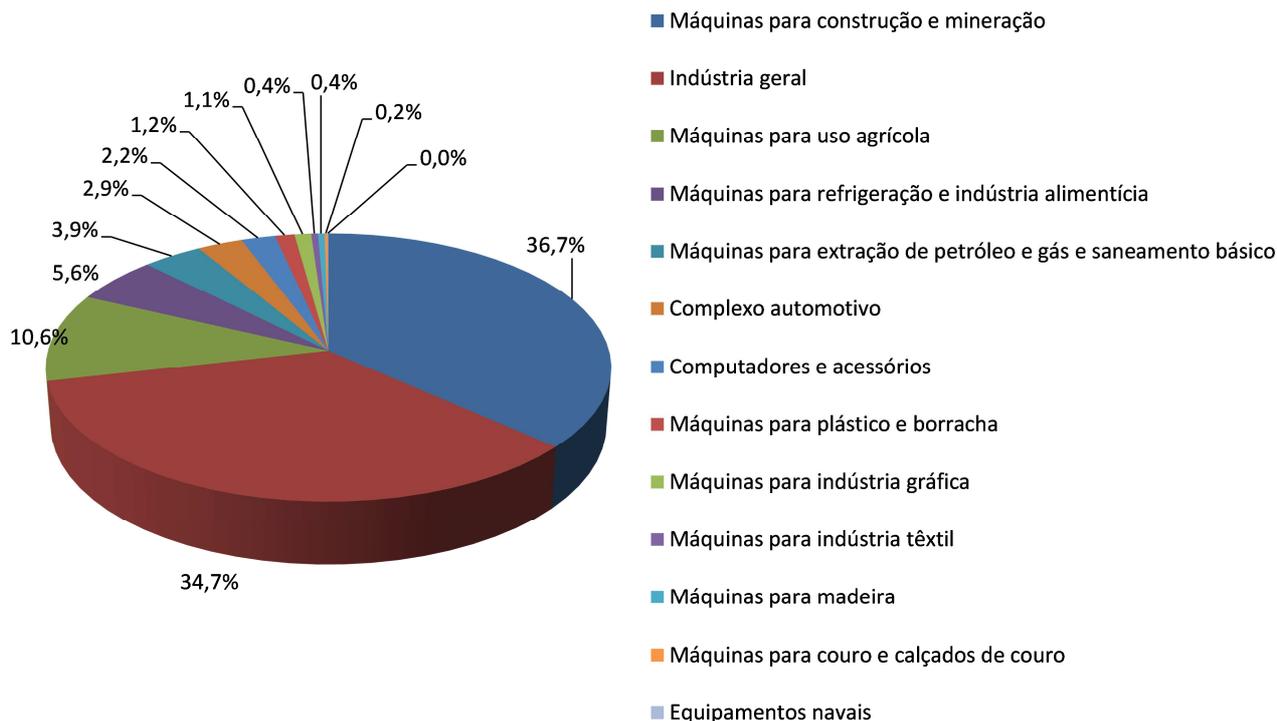
Gráfico 47 – Importações colombianas totais segundo a classificação da ABIMAQ (participações em 2011) (%)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Já as importações colombianas de maquinário brasileiro, valoradas em USD 277 milhões, apresentam um perfil distinto do anterior. Como mostra o Gráfico 48, cerca de um terço do maquinário nacional exportado destina-se à construção e à mineração, outros 34,7% referem-se a equipamentos utilizados pela indústria geral e, por fim, 10,6% são empregados na agricultura. Esse percentual, em termos relativos, é muito maior do que aquele que as máquinas agrícolas têm na participação das importações mundiais de maquinário da Colômbia, de 0,5% somente, indicando que a indústria brasileira apresenta um desempenho diferenciado no segmento agrícola. O oposto ocorre em relação a computadores e acessórios, com representatividade de 19,5% das importações totais colombianas, que participa com apenas 2,2% nas exportações brasileiras de máquinas.

**Gráfico 48 – Importações colombianas do Brasil segundo a classificação da ABIMAQ (participações em 2011) (%)**



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A seguir, passa-se à análise das oportunidades de exportações de equipamentos para a Colômbia, de acordo com a metodologia desenvolvida pela Apex-Brasil.

## **OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS NA COLÔMBIA**

### **PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A COLÔMBIA**

No que diz respeito ao complexo *Máquinas e Equipamentos*, foram identificadas oportunidades de exportação para a Colômbia para grupos de produtos cuja inserção nesse mercado-alvo ainda se encontra em estágio inicial. Embora, no presente, as vendas brasileiras sejam pouco relevantes – por um critério de continuidade ou de participação de mercado –, há chances de intensificação do comércio, uma vez que o Brasil é especialista na exportação desse conjunto de produtos e que há complementaridade entre as pautas de importação colombiana e de exportação brasileira. Nesse caso, a estratégia mais apropriada seria a de abertura de mercado.

A Tabela 19 revela os grupos de produtos que cumprem os critérios mencionados. Pode-se citar, por exemplo, *Aparelhos para filtrar ou depurar*, cujas compras colombianas, em 2010, atingiram a quantia de USD 27,3 milhões, depois de se expandirem à taxa média anual de 29,6% ao longo do período 2005-

2010. Há oportunidades para *Desnatadeiras centrífugas, Secadores de roupa, centrífugos, Partes e peças para esses aparelhos*, com destaque para *Filtros de entrada de ar para motores de ignição por centelha ou por compressão*, cujas importações corresponderam a cerca de 80% do valor relativo a todo o grupo de produtos.

**Tabela 19 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes para a Colômbia**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das importações da Colômbia 2005 – 2010 (%)
Aparelhos mecânicos para projetar ou pulverizar líquidos e pós	4	37.166.273	32,43
Aparelhos para filtrar ou depurar	4	27.281.289	29,26
Compressores e bombas	9	146.041.306	32,40
Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas	3	9.823.962	15,39
Laminadores de metais	3	883.684	69,26
Máquinas e aparelhos para moldar borracha ou plástico	4	33.152.080	10,30
Máquinas e aparelhos para encher, fechar recipientes	3	2.818.432	19,99
Motores para embarcações	3	44.887.747	25,72
Torneiras e válvulas	3	249.006.781	25,14
Aparelhos para interrupção, protetores de energia e suas partes	6	27.456.287	12,95
Demais materiais elétricos e eletrônicos	102	457.211.419	16,79
Lâmpadas, tubos elétricos e faróis	8	67.967.060	17,98
Pilhas, baterias e acumuladores elétricos	11	35.077.415	13,49
Aparelhos e dispositivos elétricos de ignição ou arranque	2	9.589.761	14,15
Automóveis	8	781.448.077	8,44
Demais veículos automotores e suas partes	13	133.650.212	61,12
Tratores	3	126.841.415	-9,61
Veículos de carga	5	710.887.273	20,49

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

## PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A COLÔMBIA

Além das oportunidades relacionadas às exportações incipientes, há aquelas de caráter expressivo. Ao contrário da classificação anterior, as vendas expressivas caracterizam-se por maior grau de inserção no país importador e subdividem-se, na análise da Colômbia, em quatro outras categorias: *consolidadas, a consolidar, em risco, em declínio e desvio de comércio*.

### **Produtos brasileiros com presença consolidada e a consolidar na Colômbia**

A seguir, são apontados os grupos de produtos com exportações *consolidadas* e *a consolidar*. No primeiro caso, incluem-se as exportações que contam com ampla aceitação na Colômbia, traduzindo-se em

altos percentuais de participação de mercado e boas taxas de crescimento médio anual. Nessa situação, o espaço conquistado pelo Brasil dificilmente seria ameaçado por outros competidores no curto prazo. A estratégia de abordagem da Colômbia para esses produtos pode ser de monitoramento. As vendas *a consolidar*, por sua vez, apresentam bom desempenho no mercado, ainda que com participações nas vendas menores e crescimentos relativamente menos robustos do que os da categoria anterior. Trata-se, portanto, das oportunidades mais explícitas, uma vez que há espaço para impulsionar o crescimento das exportações e aumentar a presença dos produtos brasileiros no mercado. Nesse estágio, pode-se contar com uma vasta gama de ferramentas de promoção de exportações, como feiras, rodadas de negócios, entre outras possibilidades.

Entre os grupos de produtos listados na Tabela 20, é importante destacar *Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator*, tendo em vista que *Maquinários de uso agrícola* é o terceiro maior subconjunto exportado pelo Brasil para a Colômbia, conforme pode ser observado no Gráfico 48.<sup>202</sup> Outra característica distintiva desse grupo é o grande número de empresas que exportaram para a Colômbia entre 2006 e 2011, contabilizando 139. Dessas, 52 realizaram suas vendas de forma contínua, o que reforça o argumento de que o Brasil insere-se de uma forma mais marcante nesse segmento de mercado. Além disso, as exportações em 2011 de *Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator* foram bem distribuídas entre os vários exportadores, à exceção de uma única empresa, que respondeu, isoladamente, por cerca de 40% do valor exportado naquele ano. Para que se possa fazer uma comparação entre os grupos, cita-se *Máquinas e aparelhos para fabricação industrial de alimentos e bebidas*. Nesse caso, a quantidade de firmas exportadoras, no mesmo período, caiu para 66. Ademais, em 2011, as vendas nacionais concentraram-se em apenas três exportadores, que responderam, em conjunto, por cerca de 70% do valor exportado.

Nesse cenário, identificaram-se oportunidades para uma ampla gama de itens, tais como: *Arados e charruas, Grades de discos para trabalho do solo, Semeadores, plantadores e transplantadores, Espalhadores de estrume e distribuidores de adubos ou fertilizantes, Cortadores de grama diversos, Ceifeiras, Chocadeiras e criadeiras, Máquinas e aparelhos para fins variados: colheita, Preparação de alimentos ou rações para animais, Máquinas utilizadas na indústria de laticínios; na agricultura, horticultura, silvicultura, avicultura ou apicultura, além de partes e peças para vários maquinários, com destaque para Máquinas para limpeza ou seleção de ovos, frutas ou outros produtos agrícolas; e limpeza, seleção ou peneiração de grãos ou de produtos hortícolas secos*. Em 2010, metade das importações

---

<sup>202</sup> Cabe esclarecer que o subconjunto *Maquinário de uso agrícola* integra a classificação utilizada pela ABIMAQ, enquanto a de *Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator* teve origem na Secretaria de Comércio Exterior do MDIC. Ainda que as duas metodologias não sejam coincidentes e que haja diferenças entre os itens contidos em suas categorias, os produtos, como os próprios nomes indicam, são de mesma natureza.

colombianas concentrou-se em dois SH6: *Outras máquinas e aparelhos para colheita* e *Outras máquinas e aparelhos para avicultura*. Já 75% das vendas brasileiras, traduzidas em USD 9,7 milhões, contemplaram três itens: *Outras máquinas e aparelhos para colheita*, *Máquinas para limpeza, seleção ou peneiração de grãos ou de produtos hortícolas secos* e *Máquinas e aparelhos para preparação de alimentos ou rações para animais*.

**Tabela 20 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença a consolidar nesse país**

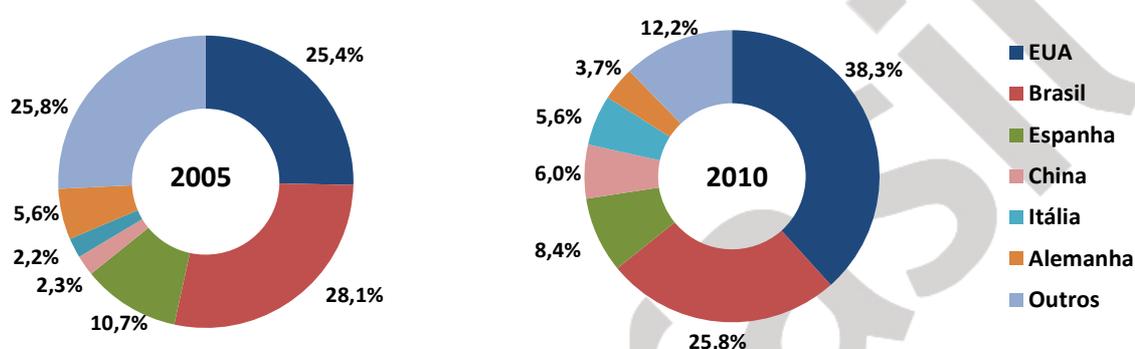
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Partes e peças de aviões e helicópteros	2	120.422.312	1.681.767	50,27	1,40	-4,61	Estados Unidos	80,23	A consolidar
Aparelhos de ar-condicionado	2	28.968.514	2.217.622	66,21	7,66	18,88	China	28,84	A consolidar
Aparelhos mecânicos para projetar, pulverizar líquidos e pós	2	16.146.571	1.515.611	8,95	9,39	8,64	Estados Unidos	26,67	A consolidar
Demais máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	48	165.305.755	19.543.121	20,49	11,82	12,63	Estados Unidos	21,33	A consolidar
Laminadores de metais	2	5.512.088	3.367.839	28,88	61,10	-7,47	China	15,47	Consolidadas
Máquinas e aparelhos de terraplanagem, perfuração	6	536.978.216	66.806.662	30,28	12,44	28,14	Estados Unidos	55,57	A consolidar
Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator	20	49.738.529	12.844.053	11,62	25,82	14,21	Estados Unidos	38,33	A consolidar
Máquinas e aparelhos para fabricação de pasta celulósica e papel	3	20.614.020	2.072.471	17,58	10,05	12,41	Itália	28,22	A consolidar
Máquinas e aparelhos para fabricação industrial de alimentos e bebidas	6	37.544.121	3.434.844	14,82	9,15	18,57	Alemanha	15,43	A consolidar
Máquinas e aparelhos para moldar borracha e plástico	4	59.444.715	2.954.446	8,71	4,97	4,98	Alemanha	24,30	A consolidar
Rolamentos e engrenagens	5	118.777.274	7.312.161	18,67	6,16	17,72	Estados Unidos	47,45	A consolidar
Turbinas hidráulicas e rodas hidráulicas	1	7.206.154	3.049.100	166,26	42,31	42,88	Alemanha	34,59	Consolidadas
Aparelhos transmissores e receptores	4	757.206.988	42.008.982	90,74	5,55	112,11	China	46,24	A consolidar
Circuitos integrados e microconjuntos eletrônicos	1	41.726.920	8.141.004	45,86	19,51	-14,03	México	59,04	A consolidar
Fios, cabos e condutores para uso elétrico	5	177.089.903	14.103.452	22,85	7,96	31,79	Estados Unidos	30,98	A consolidar
Geradores e transformadores, elétricos	18	348.526.878	32.823.046	27,77	9,42	15,22	Estados Unidos	26,27	A consolidar
Mobiliário médico-cirúrgico	1	461.293	19.225	15,16	4,17	-4,80	China	54,90	A consolidar
Aparelhos eletromecânicos térmicos, de uso doméstico	5	7.422.027	727.117	59,02	9,80	37,58	China	54,45	A consolidar
Autopeças	21	584.252.965	37.702.152	11,36	6,45	11,44	Estados Unidos	30,56	A consolidar
Chassis e carrocerias para veículos automóveis	2	119.394.866	36.056.623	14,35	30,20	-2,94	Não informado	52,70	Consolidadas
Motocicletas	1	15.650.739	2.897.837	146,38	18,52	-2,79	China	59,88	A consolidar
Pneumáticos e câmaras de ar	9	424.177.622	58.231.044	13,12	13,73	15,76	China	28,76	A consolidar

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

No que diz respeito à análise da concorrência, o Gráfico 49 explicita como os principais fornecedores de *Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator* ganharam ou perderam participação de mercado em 2010 com relação às suas posições de 2005. No início do período em estudo, o Brasil era o principal fornecedor para o grupo de produtos, com participação de 28,5%, seguido de perto pelos Estados Unidos. Passados cinco anos, os produtos estadunidenses tornaram-se os mais importados, após um ganho de participação de 12,5 pontos percentuais. Não se trata, aqui, de fato isolado, afinal os Estados Unidos são o maior parceiro comercial da Colômbia para nove dos vinte grupos de produtos elencados na Tabela 20. Os itens brasileiros, em contraposição, perderam espaço no mercado colombiano, ainda que não muito significativo. De modo geral, as importações colombianas ficaram mais concentradas, uma vez que a representatividade dos três maiores provedores subiu de 64,2% para 72,5%.

**Gráfico 49 - Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator* para a Colômbia (2005 e 2010)**



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Para a análise do imposto de importação aplicado aos seis maiores fornecedores, foi calculada a tarifa média relativa ao conjunto dos 20 SH6 que compõem o grupo *Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator*.<sup>203</sup> À exceção dos produtos brasileiros, todos os demais estão sujeitos ao percentual de 4,61%,<sup>204</sup> que não chega a ser alto. O Brasil leva vantagem nesse aspecto, uma vez que os itens brasileiros entram na Colômbia com imposto de apenas 0,63%.<sup>205</sup>

### **Produtos brasileiros com presença em declínio, em risco e desvio de comércio na Colômbia**

Ainda que o cenário inicial para as exportações brasileiras *em declínio* e *em desvio* não seja tão favorável quanto aquele das vendas *consolidadas* e *a consolidar*, há oportunidades a serem exploradas. No caso dos produtos *em declínio*, a participação brasileira não é tão significativa e o ritmo de crescimento das

<sup>203</sup> Market Access Map.

<sup>204</sup> Pela Cláusula da Nação Mais Favorecida.

<sup>205</sup> Pelo Acordo de Complementação Econômica nº 59 - ACE 59.

exportações nacionais não acompanha a expansão do mercado. Já nos casos em que se verifica *desvio de comércio*, o Brasil apresenta vantagem comparativa nas exportações e o concorrente, não. Ainda assim, o concorrente tem melhor desempenho que o Brasil no mercado. Isso pode advir de acordos comerciais, que garantam aos concorrentes algum tipo de benefício *artificial*.

A Tabela 21 apresenta diversos grupos de produtos com presença *em declínio* e apenas um *em desvio de comércio*. Entre aqueles incluídos na primeira categoria, pode-se analisar com maior detalhe *Máquinas e aparelhos de elevação de carga, descarga etc.* Em 2010, as importações colombianas dos seis SH6 que compõem o grupo totalizaram USD 62,3 milhões, dos quais USD 5,3 milhões foram providos pelo Brasil. No período 2005-2010, houve crescimento nas vendas nacionais, mas em ritmo mais brando do que o dos concorrentes, um dos fatores que levou à condição *em declínio*.

No que diz respeito à concentração das exportações nacionais em relação ao número de empresas exportadoras, durante o período 2006-2011, 77 firmas forneceram maquinário à Colômbia. Desse total, 21 o fizeram de forma contínua, o que demonstra maior domínio do mercado. Em 2011, as três maiores exportadoras nacionais detiveram cerca de dois terços de participação no valor total exportado.

No grupo, as oportunidades abrangem *Elevadores e monta-cargas, Aparelhos elevadores ou transportadores, pneumáticos, Lâminas para bulldozers ou angledozers, Outros aparelhos elevadores ou transportadores para mercadorias, de ação contínua, Outras máquinas e aparelhos de elevação, de carga e de descarga e Partes e peças para elevadores, monta-cargas ou escadas rolantes.* Enquanto as importações colombianas concentraram-se principalmente em *Elevadores e monta-cargas* (43%), as exportações brasileiras incluíram, em especial, *Elevadores e monta-cargas, Outros aparelhos elevadores ou transportadores para mercadorias, de ação contínua e Partes e peças* (81%, em conjunto).

**Tabela 21 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença em declínio e em desvio de comércio nesse país**

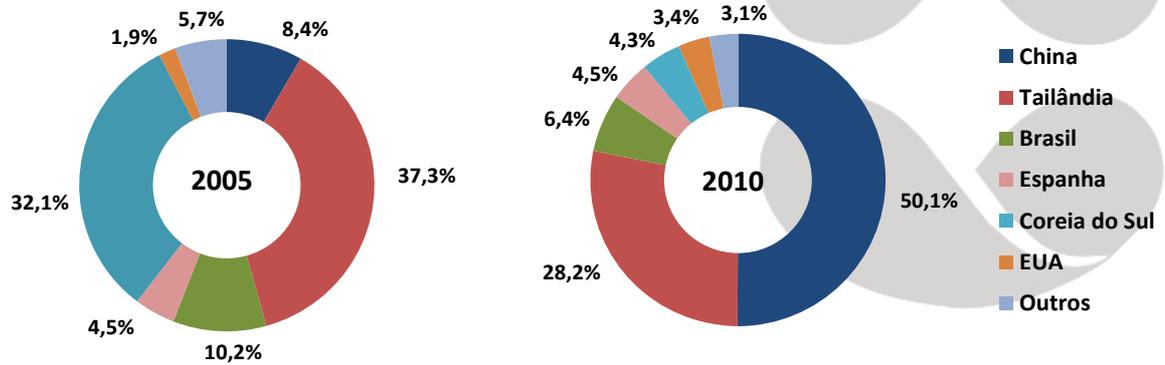
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Aparelhos para filtrar ou depurar	7	191.480.586	5.903.189	12,17	3,08	28,51	Estados Unidos	50,86	Em declínio
Aquecedor e secador	5	77.056.330	1.300.883	-6,31	1,69	21,77	Estados Unidos	48,63	Em declínio
Compressores e bombas	9	274.217.199	37.503.612	7,15	13,68	15,31	Estados Unidos	46,56	Em declínio
Computadores e acessórios	3	129.228.736	6.141.245	-7,47	4,75	6,56	Estados Unidos	41,96	Em declínio
Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas	4	33.876.508	4.501.842	-1,32	13,29	7,96	Japão	40,19	Em declínio
Máquinas de lavar roupas e suas partes	1	1.046.914	153.977	-14,38	14,71	13,21	China	33,83	Em declínio
Máquinas e aparelhos para encher, fechar, etc. recipientes	3	73.660.230	4.909.079	1,38	6,66	10,51	Alemanha	23,69	Em declínio
Máquinas e aparelhos de elevação de carga, descarga, etc	6	62.251.052	5.255.610	5,33	8,44	19,48	China	25,23	Em declínio
Máquinas e aparelhos para trabalhar pedra e minério	7	96.037.869	2.735.302	-16,96	2,85	29,31	Estados Unidos	47,77	Em declínio
Motores para veículos automóveis	2	19.378.256	553.352	-23,03	2,86	22,96	Estados Unidos	75,04	Em declínio
Outros motores de pistão	1	65.870.204	507.517	-27,09	0,77	35,17	Estados Unidos	69,09	Em declínio
Refrigeradores e congeladores	6	50.895.907	3.881.012	5,69	7,63	27,23	Estados Unidos	25,99	Em declínio
Torneiras e válvulas	3	31.396.574	898.926	4,25	2,86	20,95	Estados Unidos	47,62	Em declínio
Aparelhos para interrupção, proteção de energia e suas partes	14	213.975.550	10.879.739	4,06	5,08	15,06	Estados Unidos	30,64	Em declínio
Condensadores elétricos, ficos, variáveis ou ajustáveis	5	4.301.487	748.721	-5,30	17,41	7,43	Estados Unidos	14,73	Em declínio
Demais materiais elétricos e eletrônicos	20	55.491.887	4.082.953	-7,19	7,36	6,46	Estados Unidos	38,53	Em declínio
Ferramentas eletromecânicas com motor, de uso manual	3	21.290.640	1.985.586	-10,89	9,33	18,99	China	49,33	Em declínio
Lâmpadas, tubos elétricos e faróis	2	12.648.877	623.943	-14,10	4,93	8,15	China	38,98	Em declínio
Pilhas, baterias e acumuladores elétricos	1	14.250.311	158	-83,38	0,00	-4,72	China	38,56	Em declínio
Aparelhos e dispositivos elétricos de ignição ou arranque	5	29.973.780	3.817.381	4,42	12,74	13,64	Estados Unidos	36,72	Em declínio
Aparelhos elétricos de iluminação ou sinalização para automóveis	3	28.900.942	1.494.651	8,79	5,17	14,72	China	29,55	Em declínio
Automóveis	1	1.340.042.664	65.583.876	22,08	4,89	32,15	Não informado	23,31	Em desvio
Demais veículos automotores e suas partes	2	23.559.399	416.207	-6,82	1,77	17,95	China	43,37	Em declínio
Ônibus	1	67.209.036	2.574.409	-24,10	3,83	17,92	Alemanha	23,68	Em declínio
Reboques, semi-reboques e suas partes	3	14.219.223	784.884	-26,80	5,52	5,02	Estados Unidos	43,51	Em declínio
Tratores	1	44.579.995	10.780.181	0,64	24,18	23,58	Japão	21,67	Em declínio
Veículos de carga	2	274.563.154	8.758.505	0,65	3,19	17,60	México	46,36	Em declínio
Trens e materiais para vias férreas	3	3.509.470	90.185	-20,16	2,57	3,77	Estados Unidos	48,69	Em declínio

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

O Gráfico 50 mostra a evolução da concorrência no mercado de *Elevadores e monta-cargas* entre 2005 e 2010. De início, chama a atenção o espaço conquistado pela China em cinco anos, já que as vendas do país saltaram de 8,4% para 50% de participação. Em termos absolutos, trata-se de um aumento de USD 1,3 milhão para USD 13,5 milhões. Em parte, esse espaço parece ter sido tomado da Coreia do Sul, que perdeu quase 30 pontos percentuais de representatividade no mesmo período. Os produtos brasileiros permaneceram como os terceiros mais vendidos, ainda que tenha havido pequena perda de participação.

Gráfico 50 - Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Elevadores e monta-cargas* para a Colômbia (2005 e 2010)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Por fim, cabe esclarecer que o Brasil beneficia-se de um percentual tarifário diferenciado daquele aplicado a seus concorrentes pela Colômbia.<sup>206</sup> Enquanto os produtos brasileiros pagam tarifa de importação de 4,9%,<sup>207</sup> os demais estão sujeitos ao percentual de 12,5%.<sup>208</sup> Nesse quesito, portanto, o Brasil leva vantagem considerável sobre seus concorrentes.

<sup>206</sup> Market Access Map.

<sup>207</sup> Em consequência do Acordo de Complementação Econômica nº 59 - ACE 59.

<sup>208</sup> Pela Cláusula da Nação Mais Favorecida.

O complexo *Moda* é, por definição da Apex-Brasil, composto pelos setores *Têxteis e vestuário*, *Calçados* e *Higiene e cosméticos*. Inicialmente, o estudo abordará aspectos mais qualitativos referentes a cada um dos setores que compõem o complexo e, posteriormente, serão apresentadas as principais oportunidades para os exportadores brasileiros.

### SETOR DE TÊXTEIS E VESTUÁRIO

De acordo com estudo do Euromonitor Internacional sobre o mercado de vestuário na Colômbia,<sup>209</sup> a tendência de moda *fast-fashion* está em crescimento no país, direcionada, em grande parte, pela maior procura por roupas casuais e por um crescente interesse dos consumidores locais por marcas estrangeiras, como Zara e Mango. Essas cadeias de lojas, que entraram na Colômbia em 2008, têm planos de expansão do número de lojas no país. Embora essas marcas detenham uma pequena participação no mercado, já vêm se tornando bem conhecidas no país e aumentando suas vendas ano após ano. Conhecidas por uma rápida atualização de seus estilos de acordo com as tendências da moda internacional, atraem grande número de jovens, interessados em se manter por dentro da moda e desfrutar das tendências globais.

Apesar do crescimento da presença de marcas estrangeiras no país, o governo colombiano e as associações locais da indústria continuam a promover a indústria doméstica da moda, principalmente por meio do incentivo aos produtores para direcionarem suas produções a produtos de maior valor agregado e alta qualidade.

Nesse sentido, o grupo varejista colombiano Crystal Vestimundo manteve a liderança na venda de confecções em 2010. Em seguida, está uma empresa multinacional, a Adidas, e, após, três empresas nacionais (Manufacturas Eliot SA, Confecciones Leonisa SA e Arturo Calle), que completam o *ranking* das cinco empresas que mais vendem confecções no país.

As maiores empresas, como o Grupo Crystal Vestimundo e as Confecciones Leonisa SA, têm investido em tecnologia avançada em suas unidades de produção para permitir respostas rápidas às mudanças de consumo e estilos. Com o objetivo de se manterem competitivas frente às crescentes marcas multinacionais, essas empresas nacionais terão de alavancar a sua capacidade de produção e incrementar gastos em publicidade para atrair os consumidores mais jovens.

<sup>209</sup> Apparel in Colombia, Euromonitor Internacional, Sept. 2011.

Outra tendência no mercado colombiano é o aumento do número de lojas de desconto e promoções, conhecidas como *outlets*. Já estão presentes no país as seguintes marcas: Armi, Pronto, Studio F, Levi's, Chevignon, Americanino, Nike e Adidas. Alguns centros especializados somente nesse tipo de loja, como o La Floresta e o Outlet Centro Comercial Bima,<sup>210</sup> ambos em Bogotá, tiveram um crescimento de suas vendas, em 2010, de 10% para 30%. Isso se deve ao fato de os compradores colombianos desejarem produtos de alta qualidade e de marcas renomadas com bons preços. As Figuras 8 e 9 mostram as fachadas desses centros.

**Figura 8 - Floresta Outlet em Bogotá**



Fonte: Bogotá Travel Guide.

**Figura 9 - Outlet Centro Comercial Bima**



Fonte: Skyscrapercity.

<sup>210</sup> Mais informações em: <http://www.outletccb.com.co>.

Devido à conjuntura econômica positiva do país, prevê-se um incremento nas vendas de vestuário na Colômbia, tanto em volume como em valor. A redução das taxas de juros e os baixos níveis de inflação deverão ocasionar uma recuperação do poder de compra e um aumento da confiança do consumidor, o que leva a um aumento dos gastos totais das famílias. Outro aspecto positivo é a expansão da população de meia idade, segmento que possui renda mais elevada e que tem aumentado a demanda por produtos *high-end*, tais como roupas de grife e calçados. Ademais, o número crescente de mulheres que entram no mercado de trabalho também leva a um incremento do consumo dessa categoria de produtos.

A Colômbia tem uma indústria forte de vestuário, com produção de roupas voltadas tanto para o mercado interno como para o mercado externo. As exportações se concentram principalmente no mercado europeu e estadunidense, e inclui marcas conhecidas, como a Ralph Lauren e a Levi's. O país também se tornou uma referência criativa para a moda na América do Sul, com a presença de designers que já possuem renome internacional, como Esteban Cortázar, e marcas já conhecidas, como a de moda praia OndadeMar. A Colômbia vem se tornando um importante *hub* da moda latino-americana, já que diversas exposições são realizadas no país anualmente, conforme pode ser verificado na Tabela 22.

**Tabela 22 – Eventos relacionados ao setor *Moda* na Colômbia.**

Data	Feira	Setores/produtos exibidos	Local	Site
24 a 26/01/2012	Colombiatex de las Américas	têxteis e insumos, máquinas e equipamentos para a indústria de vestuário e calçados	Medellín	<a href="http://colombiatex.inexmoda.org.co/">http://colombiatex.inexmoda.org.co/</a>
14 a 17/02/2012	Salón de la Moda	produtos de moda e confecção	Bogotá	<a href="http://www.salondelamoda.com">http://www.salondelamoda.com</a>
15 a 18/02/2012	EICI - Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología	matérias-primas, couro, máquinas e tecnologia para fabricantes de calçado e roupas de couro	Bogotá	<a href="http://www.eici.com.co/">http://www.eici.com.co/</a>
14 a 17/02/2012	International Footwear and Leather Show – IFLS	artigos terminados de couro (roupas e sapatos)	Bogotá	<a href="http://www.ifls.com.co">http://www.ifls.com.co</a>
24 a 26/07/2012	Colombia Moda 2012	vestuário e calçados	Medellín	<a href="http://colombiamoda.inexmoda.org.co">http://colombiamoda.inexmoda.org.co</a>

Fonte: <http://www.nferias.com/eici/> e <http://www.eventseye.com/>. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A recente estabilidade econômica e o suporte governamental para o desenvolvimento do setor varejista da moda fez com que o país se tornasse atrativo para os investidores estrangeiros. Esses três pontos – forte indústria do vestuário, emergente centro da moda no continente sul-americano e aumento da participação na economia global – levaram os lojistas a buscar, cada vez mais, roupas de alta qualidade, com estilo e alinhadas com as últimas tendências mundiais.

A participação dos colombianos em atividades esportivas ainda é baixa e, com isso, segundo dados de 2011 do Euromonitor, 38,8% da população está acima do peso. O governo e as empresas especializadas

em esporte estão buscando mudar essa tendência mediante o fortalecimento das organizações desportivas, melhoria dos parques e atração de eventos nacionais e internacionais na área esportiva para o país. Como resultado, o interesse do colombiano em buscar um estilo mais saudável vem aumentando, o que beneficia empresas como Nike e Adidas, atuantes no país. Entre 2005 e 2010, por exemplo, a Adidas teve um crescimento de 290% em suas vendas, enquanto a Nike apresentou um crescimento de 258% no mesmo período.

As empresas locais também estão lucrando com a venda de roupas esportivas e o aumento da tendência *fitness*. Novas coleções conseguem integrar a tecnologia com a moda, produzindo artigos inovadores que zelam pela beleza, praticidade e melhoria no desempenho do atleta. Em 2010, o Grupo Crystal Vestimundo lançou a nova linha de roupas atléticas masculinas e femininas, a Cardio Fit, que faz parte de uma marca do grupo, a Punto Blanco. Essas roupas não possuem costura, têm proteção UV, além de propriedades antibacterianas e material de absorção do suor. Essa é uma das únicas grandes marcas nacionais que oferecem roupas com alta tecnologia e alto desempenho atlético equiparáveis à qualidade das multinacionais. A linha está disponível nas lojas Punto Blanco e também na cadeia de supermercados Almacenes Éxito, e vem se tornando popular entre aqueles consumidores que não podem pagar pelos preços mais altos de Nike e Adidas.

Dados do Euromonitor indicam que o valor total consumido pelo colombiano com vestuário, em 2011, foi de USD 9,6 bilhões. A Tabela 23 apresenta a participação de cada tipo de categoria de vestuário na venda varejista total do setor em 2011. Observa-se uma maior concentração de vendas nas roupas femininas, que juntas participam com 46% das vendas totais, consideradas as categorias *Demais roupas femininas*, *Roupas íntimas* e *Trajes de dormir femininos*.

**Tabela 23 – Participação de cada categoria nas vendas varejistas de vestuário em 2011**

Descrição das categorias	Participação em 2011
Acessórios	2%
Demais roupas femininas	31%
Demais roupas masculinas	27%
Roupas de criança	17%
Roupas íntimas, trajes de banho e trajes de dormir femininos	15%
Roupas íntimas, trajes de banho e trajes de dormir masculinos	3%
Outros	5%

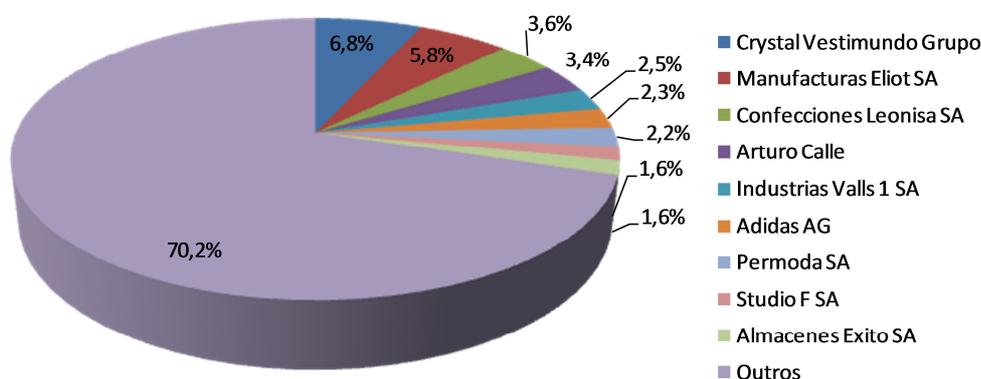
Fonte: Euromonitor International. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Em relação à atitude dos consumidores colombianos no que diz respeito à moda, o recente estudo Consumer Lifestyles in Colombia,<sup>211</sup> também do Euromonitor, aponta vários hábitos e tendências. Os consumidores colombianos tendem a buscar uma combinação de estilo e qualidade na escolha da roupa. Nos últimos anos, os hábitos de moda de consumidores das classes mais altas foram altamente influenciados por tendências internacionais da moda, e há um crescente interesse por marcas internacionais. Os costumes também variam de acordo com o clima das cidades, visto que as mulheres que moram nas cidades mais frias tendem a se vestir com roupas escuras, como nas cores preta, marrom ou azul, enquanto as consumidoras que vivem em regiões mais quentes tendem a usar cores mais claras, como azul claro, branco ou marrom claro.

Em relação ao consumidor masculino, o estudo aponta que o uso de ternos no local de trabalho tem se tornado menos comum nos últimos anos. Atualmente, há maior procura por camisas casuais, que são mais confortáveis e menos dispendiosas. Durante os finais de semana, os homens vestem camisetas e camisas polo combinadas com calça *jeans*. O estudo também mostra que os consumidores mais jovens preferem usar marcas internacionais, como Nike, Adidas e Diesel. Em contrapartida, os consumidores mais velhos estão mais preocupados com a qualidade e a durabilidade das roupas que compram e tendem a concentrar suas compras em marcas nacionais conhecidas, como Arturo Calle e Leonisa.

O Gráfico 51 apresenta a participação das principais redes especializadas em vestuário nas vendas totais do setor. O grupo Crystal Vestimundo lidera as vendas, com 6,8% do total. Fazem parte desse grupo as marcas Gef, Baby Fresh e Galax, conforme se pode observar na Tabela 24, que apresenta as vendas por marca. A Manufacturas Eliot ocupa o segundo lugar, com 5,8% de participação, com a marca Pat Primo.

**Gráfico 51 – Participação das principais redes especializadas em vestuário nas vendas totais do setor na Colômbia em 2010 (por razão social)**



Fonte: Euromonitor International. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

<sup>211</sup> Consumer Lifestyles in Colombia, Euromonitor Internacional, Mar. 2012.

**Tabela 24 – Evolução da participação das principais marcas nas vendas de vestuário na Colômbia (2007-2010)**

Marca	Razão Social	2006	2007	2008	2009	2010
Pat Primo	Manufacturas Eliot SA	4,4	4,7	4,7	4,2	5,8
Gef	Crystal Vestimundo Grupo	5,1	4,5	4,5	4,8	5,5
Arturo Calle	Arturo Calle	3,1	3,2	3,2	3,3	3,4
Leonisa	Confecciones Leonisa SA	4,4	3,9	3,8	3,7	3,4
Punto Blanco	Industrias Valls 1 SA	2,7	2,3	2,4	2,6	2,5
Adidas	Adidas AG	1,2	0,9	1,3	1,5	1,9
Studio F	Studio F SA	1,0	1,2	1,4	1,7	1,6
Nike	Nike Inc	0,6	0,8	1,1	1,3	1,5
Offcorss	CI Hermeco SA	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3
Pronto	Permoda SA	1,4	1,6	1,5	1,2	1,1
Danny	Danny Venta Directa SA	1,5	1,5	1,6	1,5	1,2
Tennis	Tennis SA	1,5	1,8	1,6	1,3	1,1
Totto	Nalsani SA	-	-	-	1,1	1
Baby Fresh	Crystal Vestimundo Grupo	0,8	0,7	0,7	0,8	0,9
Zara	Inditex, Industria de Diseño Textil SA	-	-	0,7	0,8	0,9
Armi	Permoda SA	0,9	1,0	1,0	0,9	0,9
Chevignon	Vivarte SAS	-	0,8	0,8	0,7	0,7
Alberto	Incoco SA	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7
Naf Naf	Vivarte SAS	-	0,7	0,7	0,7	0,6
Caty	CI Formas Intimas SA	0,7	0,6	0,5	0,6	0,6
Mango	Punto Fa SL (Mango)	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Gino Pascalli	Cristalltex SA	-	-	-	-	0,5
Ritchi	Ritchi SA	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5
Americanino	Meta Apparel SpA	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5
Reebok	adidas AG	0,0	0,1	0,2	0,3	0,4
Vélez	Cueros Velez SA	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Galax	Crystal Vestimundo Grupo	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
Bershka	Inditex, Industria de Diseño Textil SA	-	-	0,1	0,2	0,2
Levi's	Levi Strauss & Co	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Esprit	Esprit Holdings Ltd	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Outros		65,2	64,3	63,0	61,8	59,6
Total	Total	100	100	100	100	100

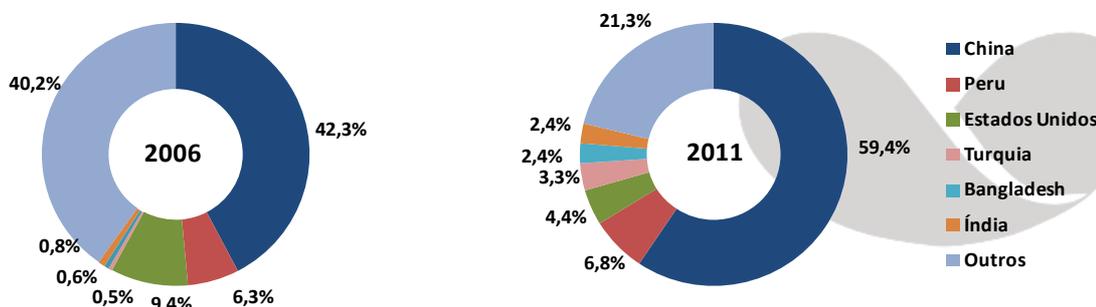
Fonte: Euromonitor International. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Esse setor pode ser dividido em três segmentações diferentes: têxteis, que são os insumos para a produção das roupas, vestuário e o setor de cama, mesa e banho. Será analisado, a seguir, o comportamento dos principais concorrentes em cada um desses segmentos.

O Gráfico 52 apresenta as características do segmento de vestuário, composto pelos capítulos 61 e 62 do Sistema Harmonizado. Observa-se que as importações são oriundas principalmente da China, que detinha aproximadamente 60% de participação em 2011. Já o Brasil apresentou uma participação bem pequena nesse segmento e não figura entre os principais fornecedores. Segundo dados do Global Trade

Information System (GTIS), esse segmento é superavitário para a Colômbia, haja vista que as importações totais são de USD 561 milhões e as exportações totais, de USD 630 milhões.

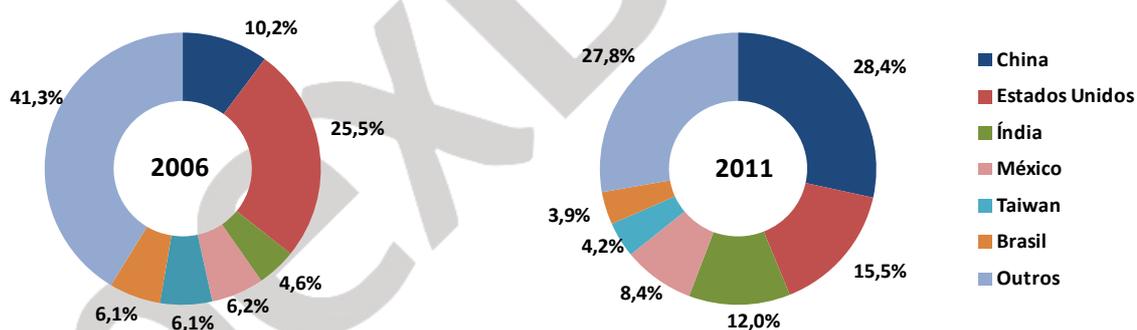
**Gráfico 52 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Vestuário* para a Colômbia (Capítulos 61 e 62) (2006 e 2011)<sup>212</sup>**



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Já com relação ao segmento de têxteis, a Colômbia possui um déficit comercial de USD 1,2 bilhão, segundo a mesma fonte de dados. De acordo com a análise do Gráfico 53, nota-se que as importações colombianas têm sua origem, em grande parte, no mercado asiático (China, Índia, Taiwan). No entanto, cabe mencionar também as importações originárias dos Estados Unidos, que, apesar de terem reduzido significativamente quando comparado o ano de 2006 ao de 2011, ainda representam 15,5% das importações totais de têxteis da Colômbia. O Brasil ocupa a sexta colocação no *ranking*, mas também teve sua participação reduzida, saindo de 6,1%, em 2006, para 3,9% em 2011.

**Gráfico 53 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Têxteis* para a Colômbia (Capítulos 50 a 60) (2006 e 2011)**

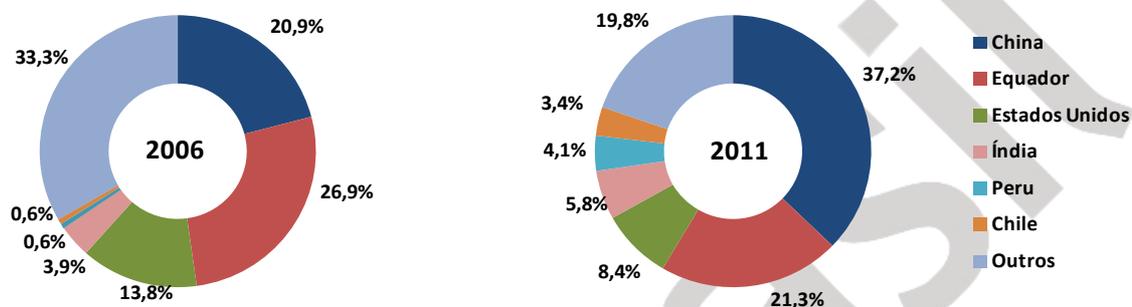


Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

<sup>212</sup> Cabe mencionar que se optou por utilizar os anos mais recentes (2006 e 2011), pois os dados já estavam disponíveis na fonte GTIS. Entretanto, para a seleção das oportunidades e dos principais produtos (SH6), não foi possível a utilização dessa fonte, e o período analisado concentrou-se nos anos compreendidos entre 2005 e 2010.

O segmento de cama, mesa e banho é deficitário para a Colômbia, o que demonstra que a indústria colombiana realmente concentra-se na produção de vestuário (capítulos 61 e 62). O déficit da balança comercial de cama/mesa/banho é de USD 71 milhões, segundo o GTIS. O Gráfico 54 apresenta uma análise dos principais fornecedores desses produtos para o mercado colombiano. Novamente a China ocupa o primeiro lugar, com 37,2% do mercado e crescimento de participação se comparado ao ano de 2006, quando detinha apenas 20,9% de participação. Destaca-se nesse segmento a atuação do Equador, que apesar de ter apresentado redução em sua fatia de mercado, ainda se posiciona em segundo lugar no ranking dos principais fornecedores de 2011.

**Gráfico 54 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Cama, mesa e banho* para a Colômbia (Capítulos 57 e 93) (2006 e 2011)**



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

## SETOR DE CALÇADOS

Segundo dados do DANE,<sup>213</sup> a Colômbia possui uma indústria calçadista que responde por 3,1% do PIB industrial do país. O setor de calçados e suas partes registrou um valor de exportações de USD 51,7 milhões em 2011, um crescimento de 16% quando comparado ao ano de 2010, de acordo com dados da Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM).<sup>214</sup> Quando se considera apenas as exportações totais de calçado terminado, o valor alcançado foi de USD 33,9 milhões. Já as compras externas de calçados e suas partes atingiram um valor de USD 490,8 milhões em 2011, sendo USD 477,5 milhões referentes à importação de calçados terminados. Apesar de ter uma indústria desenvolvida, que possui oferta exportável, dados mostram que o setor está cada vez mais dependente das importações, já que essas aumentaram 50% em 2011, em relação a 2010, gerando um déficit comercial setorial de USD 443,1 milhões. Ainda segundo o relatório da instituição, os principais estados importadores

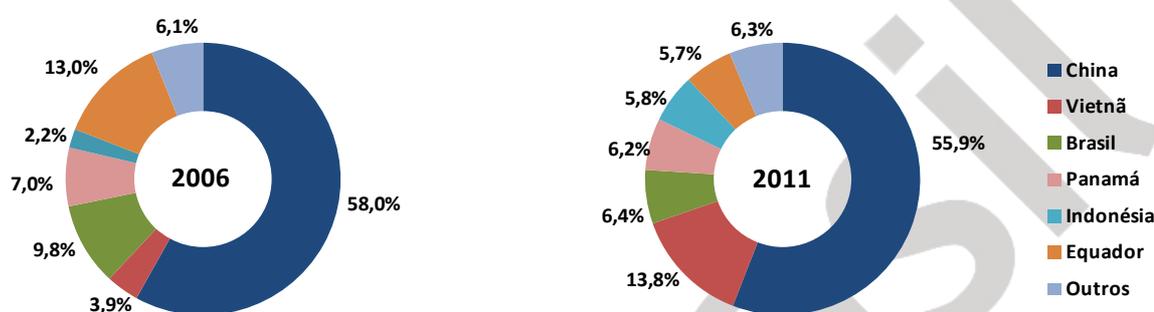
<sup>213</sup> DANE. *Boletín de Prensa*, Encuesta Anual Manufacturera – EAM 2010.

<sup>214</sup> Mais informações em: <http://www.acicam.org>.

de calçado terminado foram Bogotá e Cundinamarca (31%), Valle del Cauca (17%), Antioquia (15%) e Atlántico (13%).

As importações de calçados são oriundas principalmente da China, que detinha 55,9% da participação em 2011, conforme pode ser verificado no Gráfico 55. O Vietnã também obteve excelente desempenho no país no último ano, já que sua participação passou de 3,9%, em 2006, para 13,8% em 2011. É interessante observar que o Brasil, apesar de ter crescido a uma taxa média anual de 12,82% no período, perdeu 3,4 pontos percentuais de participação. Isso ocorreu porque a taxa média de crescimento anual das exportações vietnamitas, indonésias e chinesas, no mesmo período, foi muito maior, de 58,55%, 48,65% e 22,11%, respectivamente.

**Gráfico 55 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de Calçados para a Colômbia (2006 e 2011)**



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Dados do Euromonitor indicam que o valor total consumido pelo colombiano com calçados, em 2011, foi de USD 2,3 bilhões. A Tabela 25 apresenta a participação de cada tipo de calçado na venda varejista total do setor em 2011. Observa-se uma maior concentração de vendas nos calçados femininos, que participaram com 52% das vendas totais.

**Tabela 25 – Participação de cada categoria nas vendas varejistas de calçados em 2011**

Descrição das categorias	Participação em 2011
Calçados femininos	52%
Calçados masculinos	34%
Calçados de crianças	14%

Fonte: Euromonitor International. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Em relação aos calçados usados pelos consumidores colombianos, o estudo Consumer Lifestyles in Colombia<sup>215</sup> aponta que a decisão pelo tipo de calçado varia de acordo com os eventos que frequentam, as

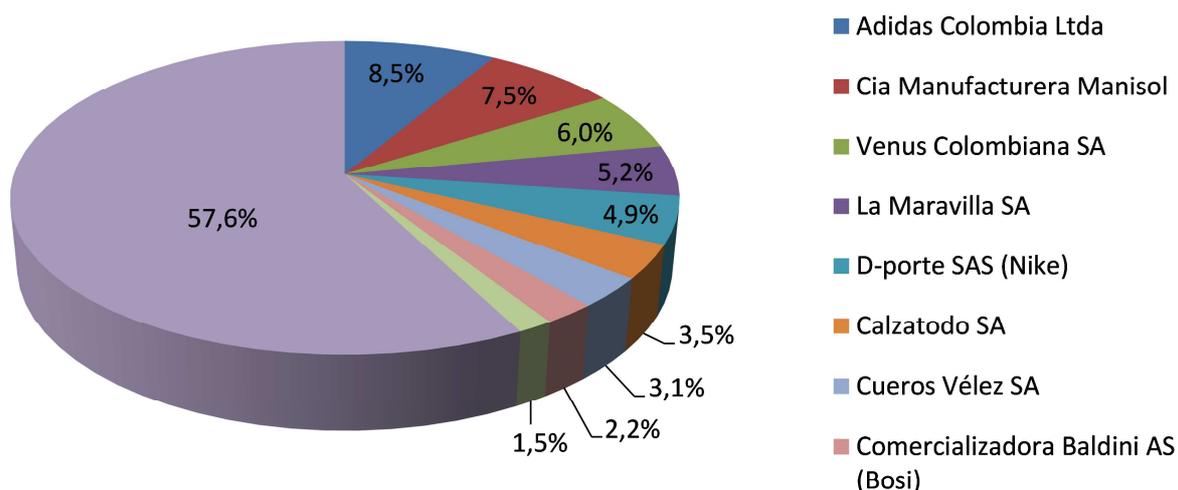
<sup>215</sup> Consumer Lifestyles in Colombia, Euromonitor Internacional, Mar. 2012.

atividades das quais participam e a região onde vivem. O público feminino que mora nas cidades mais frias do país, por exemplo, tendem a usar botas de salto alto clássicas, principalmente de couro, nas cores preta, marrom escuro ou azul escuro. Em geral, essas botas podem ser usadas com *jeans* ou *leggings*. Já nas regiões mais quentes, as mulheres tendem a usar sandálias de cores mais claras, prezando mais pelo conforto. As decisões dos consumidores também são fortemente influenciadas pelas tendências internacionais de calçados e pelas marcas multinacionais. Adidas e Nike estão entre as marcas preferidas quando se trata de comprar tênis, especialmente entre os consumidores mais jovens.

Homens que vivem em cidades mais frias costumam usar sapatos de couro clássicos, que tendem a combinar com a cor de suas roupas, geralmente nas cores preto, marrom escuro ou azul escuro. A nova geração de homens que não usam ternos para trabalhar começou a usar sapatos mais casuais e que combinam com o estilo informal - tendência adotada pela maior parte dos colombianos. A maioria dos estudantes colombianos usa uniforme para ir à escola e, como parte desse, usa sapatos de couro preto ou tênis preto.

A indústria de calçados, na Colômbia, é composta de várias empresas fabricantes. As principais estão representadas no Gráfico 56 e são responsáveis por 42,4% das vendas. O restante das empresas tem menos de 1% de participação de mercado, não sendo representativas para essa análise. Observa-se a liderança da Adidas Colombia Ltda., em 2010, com 8,5% de participação, seguida de perto pela Cia Manufacturera Manisol, com 7,5%.

**Gráfico 56 – Participação dos principais fabricantes de calçados nas vendas totais do setor na Colômbia em 2010 (por razão social)**



Fonte: Euromonitor International. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Já quando se analisa a distribuição das marcas das indústrias de calçados nas vendas do setor na Colômbia, conforme a Tabela 26, verifica-se que a Adidas continua em primeiro lugar, mas passa a ser seguida pela sua concorrente de calçados esportivos, a Nike. Segundo o relatório Footwear,<sup>216</sup> do Euromonitor Internacional, essa alta participação das duas marcas se explica principalmente pelo grande incremento de suas vendas em 2010, já que ambas cresceram aproximadamente 26% na comparação com o ano anterior. Ambas as marcas têm trabalhado para expandir a presença no varejo colombiano nos últimos anos mediante investimentos na conscientização da importância do conceito *fitness* para a saúde da população. O principal segmento-alvo dessas empresas é o público feminino que está no mercado de trabalho e que possui renda mais elevada.

As estratégias da Nike e da Adidas têm sido realmente eficientes, pois além do crescimento das vendas em 2010, pode-se observar, no Gráfico 26, o aumento da participação nas vendas totais calçadistas no período 2007-2010.

---

<sup>216</sup> Footwear in Colombia, Euromonitor Internacional. Sept. 2011.

**Tabela 26 – Evolução da participação das principais marcas nas vendas de calçados na Colômbia (2007-2010)**

Marca	Razão Social	2007	2008	2009	2010
Adidas	Adidas Colombia Ltda	3,3	4,5	5,8	6,9
Nike	D-porte SAS	2,7	3,4	4,2	4,9
Bata	Cia Manufacturera Manisol	2,7	2,6	3,1	3,2
Reindeer	La Maravilla SA	5,5	4,2	3,7	3,1
Vélez	Cueros Velez SA	2,4	2,6	3,0	3,1
Venus	Venus Colombiana SA	2,1	2,0	2,6	2,7
Bosi	Comercializadora Baldini SA	2,0	2,2	2,4	2,2
Hush Puppies	La Maravilla SA	3,7	2,8	2,5	2,1
Hunt	Venus Colombiana SA	1,3	1,3	1,6	1,7
Reebok	Adidas Colombia Ltda	0,3	0,8	1,3	1,6
Studio F	Studio F SA	0,8	1,0	1,3	1,5
Bubble Gummers	Cia Manufacturera Manisol	1,0	1,0	1,2	1,2
Verlon	Cia Manufacturera Manisol	0,9	0,9	1,1	1,1
North Star	Cia Manufacturera Manisol	0,9	0,8	1,0	1,0
Frattini	Calzatodo SA	0,9	0,9	1,0	1,0
Venus Kids	Venus Colombiana SA	0,7	0,7	0,9	0,9
Arturo Calle	Arturo Calle	0,8	0,8	0,9	0,9
Gumballs	Calzatodo SA	0,7	0,7	0,8	0,8
Power	Cia Manufacturera Manisol	0,6	0,5	0,6	0,7
Recreo	Venus Colombiana SA	0,5	0,5	0,6	0,7
Throwing	Calzatodo SA	0,6	0,6	0,7	0,7
Stardus	Calzatodo SA	0,5	0,5	0,6	0,6
Mussi	Mussi Zapatos SAS	0,5	0,5	0,5	0,5
Zara	Texmoda SA	-	0,3	0,4	0,4
Santorini	Ilanko SA	0,4	0,4	0,4	0,4
24 Walks	Calzatodo SA	0,3	0,3	0,3	0,3
Weinbrenner	Cia Manufacturera Manisol	0,2	0,2	0,3	0,3
Discovery	Calzatodo SA	0,2	0,2	0,2	0,2
Stradivarius	Texmoda SA	-	0,1	0,1	0,1
Outros		63,7	62,8	57,1	55,2
<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Euromonitor International. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Outro destaque vai para as marcas Bosi e Vélez, que também vêm apresentando bom desempenho em termos de participação no período em análise. Os consumidores colombianos das classes mais altas são mais exigentes e tendem a se concentrar mais em qualidade e estilo e não se preocupar tanto com o preço dos sapatos. Por isso, a preferência é por marcas internacionais ou marcas nacionais de nível superior, como Bosi ou Cueros Vélez. Fundada em 1975, em Medellín, a Bosi se posiciona no mercado colombiano como uma empresa produtora de calçados e acessórios de couro de alta qualidade, inovadores, marcados pela influência italiana, com designs atualizados e exclusivos. A empresa produz calçados para os públicos feminino, masculino e infantil, e atende diversos perfis, como: moderno, jovem, casual, executivo e

esportivo. Atualmente, a Bosi conta com 110 lojas na Colômbia, sendo seis delas franquias. Além disso, possui lojas em outros países, como Costa Rica, Equador, Estados Unidos, Honduras e Venezuela.<sup>217</sup>

**Figura 10 – Loja da Marca Bosi na Colômbia**



Fonte: [http:// www.mybosi.com.br](http://www.mybosi.com.br)

A outra marca, Vélez, é uma empresa produtora e comercializadora de calçados, acessórios e artigos de couro. Possui, ao todo, 140 lojas nacionais e internacionais, estando presente na Costa Rica, Panamá e Venezuela. A atuação no exterior é feita por meio de franquias, mas a empresa também possui distribuidores em diversos países. O conceito da empresa é a criação de produtos com design contemporâneo e com riqueza de detalhes artesanais. Preza pelo estilo diferenciado, sofisticado e exclusivo, com edições limitadas.<sup>218</sup>

**Figura 11 – Loja da Marca Vélez na Colômbia**



Fonte: <http://www.velez.com.co>

<sup>217</sup> Disponível em: <http://www.mybosi.com>.

<sup>218</sup> Disponível em: <http://www.velez.com.co>.

A empresa Venus Colombiana SA, que está posicionada em terceiro lugar nas vendas de calçados no país, com 6% de participação, segundo o Gráfico 56 apresentado anteriormente, faz parte do grupo empresarial equatoriano Plasticaucho Industrial SA. As principais marcas fabricadas ou distribuídas pela empresa são: Venus (tênis de lona), Hunt (tênis esportivo), Recreo (calçado infantil), Vereda (botas de plástico) e Ipanema (sandálias).

Em relação aos consumidores de menor poder aquisitivo, a tendência é optar por marcas nacionais com preços mais acessíveis, como a Manisol ou La Maravilla. A empresa Manisol faz parte do grupo Bata, que possui 178 lojas na Colômbia, tem plantas produtivas em 20 países e atua no comércio varejista de mais de 70 países. A empresa, que teve origem na antiga Tchecoslováquia e conta com sua matriz atualmente na Suíça, possui diversas marcas e distintos conceitos de lojas, com o objetivo de satisfazer a segmentos de mercado diferentes. As principais marcas utilizadas pela empresa são: Bubblegummers (calçados infantis), Power (calçado esportivo), Bata (calçados cômodos e suaves), North Star (calçado juvenil), Sandak (sandálias e acessórios para praia) e Weinbrenner (calçados para aventureiros).

Já a empresa La Maravilla tem sede na cidade de Cali e possui as marcas Hush Puppies e Reindeer, que são vendidas no país. A Reindeer conta com 74 pontos de vendas próprios e também com um canal de vendas diretas, denominado Shoexpress, que possui 6,5 mil consultoras de vendas cadastradas. Essa marca é exportada para México, Equador, Venezuela, Peru, Chile, Porto Rico, Costa Rica, Israel, Estados Unidos e Canadá.<sup>219</sup> A Hush Puppies possui 21 lojas próprias na Colômbia, nas cidades de Bogotá, Cali, Medellín, Pereira e Villavicencio.<sup>220</sup>

Nessa linha de sapatos mais acessíveis, foi inaugurada na Colômbia, em 2008, a rede Payless ShoeSource. A empresa, ainda com uma participação bem pequena no mercado, deve ganhar força comercializando suas marcas próprias e promovendo uma “democratização” da moda e do design de calçados. Segundo estudo do Euromonitor, a empresa espera que sua participação no mercado chegue a 4% até 2014, já que vem se esforçando para promover a venda de produtos com estilo atualizado com as tendências de moda a preços relativamente baixos. Em 2011, a estilista colombiana Silvia Tcherassi foi contratada para lançar uma marca exclusiva de calçados com conceito *high-fashion*.

O grupo, de origem estadunidense, tem presença global em 14 diferentes países, possuindo um total de 667 pontos de vendas, segundo relatório da empresa, disponível na internet.<sup>221</sup> Na Colômbia, já existem 62 lojas, sendo 17 delas em parceria com dois varejistas locais mediante o formato “loja dentro de

<sup>219</sup> Disponível em: <http://www.reindeer.com.co>. Acesso em: 16 mar. 2012.

<sup>220</sup> Disponível em: <http://www.hushpuppies.com.co>. Acesso em: 16 mar. 2012.

<sup>221</sup> 2010 Annual Report. Disponível em: <http://www.collectivebrands.com/investors>. Acesso em: 20 mar. 2012.

loja” (do inglês, *store-in-store*).<sup>222</sup> Os principais concorrentes dos produtos comercializados pela marca, na Colômbia, são: Bata, Calzatodo e Spring Shoes. Apesar de estadunidense, a Payless ShoeSource produz a maior parte dos seus calçados na China (84%) e no Vietnã (13%), sendo que os restantes 3% provêm de uma variedade de países, incluindo Brasil, Índia, Indonésia e Tailândia.

Em relação à presença brasileira no país, cumpre destacar a atuação da Azaleia, que iniciou suas operações na Colômbia em 1999. Sua cadeia de distribuição está formada por lojas próprias, franquias e produtos comercializados por outras lojas varejistas. Ao todo são 16 lojas no país, sendo três delas *outlets*. Estão presentes no país as marcas Azaleia (calçado feminino), Dijean (calçado feminino juvenil), Funny (calçado infantil feminino), Olympikus (calçado esportivo), OLK (calçado casual) e Opanka (sandálias).<sup>223</sup> Já a Via Uno possui duas lojas franqueadas na capital do país.

Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), outras marcas brasileiras atuantes no país, e que operam mediante representação ou venda direta a outros lojistas, são: Grendene, Alpargatas, Beira Rio, Bottero, Klin, Piccadilly, Ramarim, Dakota, Miucha, Pampili, Pé com Pé e Jorge Bischoff.

## **SETOR DE HIGIENE E CUIDADOS PESSOAIS**

Segundo o estudo Consumer Lifestyle, do Euromonitor, quando se trata de comprar produtos de beleza ou de higiene pessoal, o preço não é o principal fator de decisão de compra entre os consumidores de classe mais elevada, visto que normalmente esses são fiéis às marcas. Além disso, eles se interessam bastante pela compra de produtos inovadores.

Uma tendência observada é o aumento dos consumidores do sexo feminino no mercado de trabalho, o que levou ao aumento da demanda por uma ampla gama de produtos de beleza. Esses incluem maquiagem, tais como máscara, batom e sombras, além de cremes para a pele, hidratantes corporais e cremes antissinais, mesmo a partir de uma idade muito jovem, como uma medida preventiva.

Nos últimos anos, os consumidores do sexo masculino, na Colômbia, mudaram suas atitudes em relação à higiene pessoal, tornando-se muito mais preocupados com a boa aparência. A crescente demanda por produtos masculinos foi refletida no aumento de 7% das vendas em valor de produtos de

---

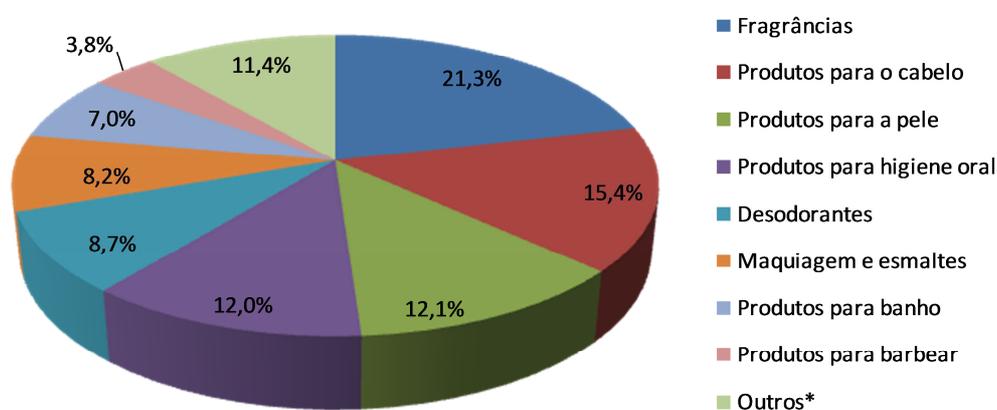
<sup>222</sup> Estabelecimentos que concedem espaços para outras marcas, gerando pontos de vendas, só que de produtos distintos, dentro de suas unidades. O conceito *store in store*, ou loja dentro de loja, já tem sido bastante utilizado em supermercados, academias, livrarias e postos de combustíveis, que agregam cafeterias, tabacarias, chaveiros, lavanderias, lotéricas, entre outros. Disponível em: <http://varejo.espm.br/1801/varejistas-apostam-no-modelo-store-in-store>. Acesso em: 20 mar. 2012.

<sup>223</sup> Disponível em: <http://www.azaleia.com.co>. Acesso em: 16 mar. 2012.

cuidados pessoais entre 2005 e 2010. Isso fez com que um número crescente de varejistas dedicasse espaços maiores dentro de suas lojas a esses produtos.

Os produtos de beleza e higiene masculinos mais populares são os para cabelos, cuidados faciais e os desodorantes. Os consumidores também procuram soluções inovadoras, e isso aumentou a demanda por produtos como desodorantes com características antibacterianas e proteção clínica. O Gráfico 57 apresenta a participação das principais categorias de artigos de beleza e cuidados pessoais nas vendas totais do setor em 2011. Observa-se a liderança das fragrâncias, com 21,3% de participação, seguidas pelos produtos para o cabelo, com 15,4%.

**Gráfico 57 - Participação das principais categorias de artigos de beleza e cuidados pessoais nas vendas totais do setor em 2011**



Fonte: *Euromonitor International*. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: Foram classificados como Outros as demais categorias com menor participação, como: produtos para bebês, produtos femininos para depilação, produtos para proteção solar, conjuntos e kits.

## OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO *MODA* NA COLÔMBIA

### PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A COLÔMBIA

A Tabela 27 apresenta os subgrupos de exportações incipientes, ou seja, aquelas que ainda estão em seus estágios iniciais de inserção no mercado colombiano. Podem ter participação pouco significativa nas importações colombianas ou carecerem de continuidade no período em estudo. Apesar disso, as pautas de importação da Colômbia e de exportação do Brasil são complementares, e o Brasil é especialista

na exportação do produto. Teria, portanto, condições de adentrar o mercado de modo mais incisivo. Três grupos de produtos encontram-se nessa situação: *Calçados, Chapéus e semelhantes* e *Fios de algodão*.

**Tabela 27 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes para a Colômbia**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das importações da Colômbia 2005 – 2010 (%)
Calçados	16	69.374.688	15,99
Chapéus e semelhantes	11	21.600.624	16,76
Fios de algodão	40	137.181.857	16,34

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

O principal grupo de produtos incipientes importados pela Colômbia foi *Fios de algodão*, no valor total de USD 137 milhões em 2010. Outro destaque é o grupo *Calçados*, com USD 69 milhões de importações, divididas entre 16 produtos. Desses, os maiores destaques foram *Calçados para esporte, com sola de borracha ou plástico, Calçados impermeáveis de borracha ou plástico* e *Calçados para outros esportes, de couro natural*. Os principais fornecedores desses tipos de calçados, em 2010, foram o Panamá e o Equador. Outro subgrupo com bom dinamismo no país é o de *Chapéus e semelhantes*, que obteve uma taxa média anual de 16% entre 2005 e 2010. O principal fornecedor desse subgrupo, em 2010, foi a China, com aproximadamente 70% do mercado.

## PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A COLÔMBIA

De modo distinto das exportações incipientes, em que os produtos brasileiros ainda estão em seus primeiros estágios de inserção de mercado, as exportações expressivas já adentraram o país importador de forma mais consistente. São mais estáveis ao longo do tempo e possuem uma parcela de mercado que pode ser considerada significativa. No complexo *Moda*, as exportações expressivas encontram-se classificadas em três categorias: *consolidadas, a consolidar* e *em declínio*. Essas classificações serão apresentadas a seguir.

### **Produtos brasileiros com presença *a consolidar* e *consolidada* na Colômbia**

No caso dos produtos com presença *consolidada*, as exportações dispõem de ampla participação de mercado e não parecem ser ameaçadas por outros competidores. A estratégia, nesse caso, seria a de manutenção de mercado. Os produtos com presença *a consolidar* incluem-se nos casos em que o Brasil já tem uma boa fatia de mercado e as exportações dos produtos brasileiros crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nessa classificação, encontram-se as melhores oportunidades, visto que há grande chance de os exportadores aumentarem ainda mais sua participação no país importador.

Essas duas classificações de grupos de produtos são apresentadas na Tabela 28. Em termos de valores importados, o grupo que mais se destaca na tabela é *Higiene pessoal e cosméticos*, cujas importações colombianas totais foram de aproximadamente USD 380 milhões em 2010, em que o Brasil obteve uma participação de 12,58%.

**Tabela 28 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença consolidada e a consolidar nesse país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Artigos de joalheria de metais preciosos	1	2.144.613	964.891	55,04	44,99	63,73	Colômbia	37,95	Consolidadas
Fios de algodão	5	2.587.795	1.249.247	27,64	48,27	1,34	Peru	26,99	Consolidadas
Pedras preciosas e semipreciosas	2	35.935	17.782	16,01	49,48	6,59	China	34,53	Consolidadas
Produtos do couro	4	5.550.661	2.852.608	22,74	51,39	14,04	China	12,36	Consolidadas
Confecções	18	33.237.667	4.003.631	12,20	12,05	4,31	China	28,89	A consolidar
Demais metais e pedras preciosas	5	21.556.301	5.697.727	24,22	26,43	29,05	China	38,26	A consolidar
Demais produtos têxteis	29	126.804.061	14.103.872	13,06	11,12	8,22	Colômbia	20,90	A consolidar
Higiene pessoal e cosméticos	27	382.366.895	48.113.064	20,71	12,58	14,06	México	39,63	A consolidar

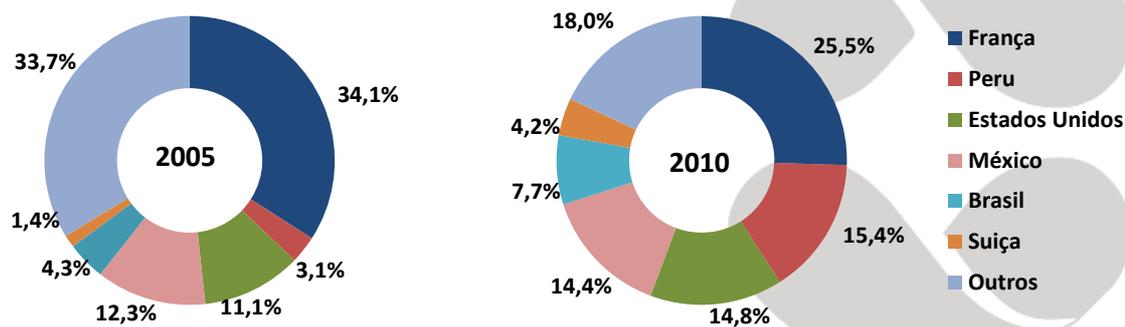
Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Entre os principais itens importados desse grupo estão *Outras preparações capilares, Outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados, Xampus para os cabelos, Desodorantes corporais e antiperspirantes, Dentifrícios e Sabões, produtos ou preparações tensoativos de toucador, incluídos os de uso medicinal.*

Um destaque desse grupo é o produto *Outros produtos de beleza ou de maquiagens preparados*, cujas importações totais colombianas, em 2010, foram de USD 58,5 milhões. Nesse item, estão incluídos os cremes de beleza, protetores e produtos de maquiagem. O Gráfico 58 apresenta a evolução da participação de mercado dos principais fornecedores desse produto. Observa-se a liderança da França no mercado, apesar da perda de 8,6 pontos percentuais de participação de mercado em 2010, em relação a 2006. Por outro lado, o Peru, segundo lugar no *ranking*, ganhou presença na Colômbia, passando de 3,1% de participação, em 2005, para 15,4% em 2010. O Brasil ocupa a quinta posição, com 7,7% de participação, representando um aumento de 3,4 pontos percentuais em 2010, em relação a 2005.

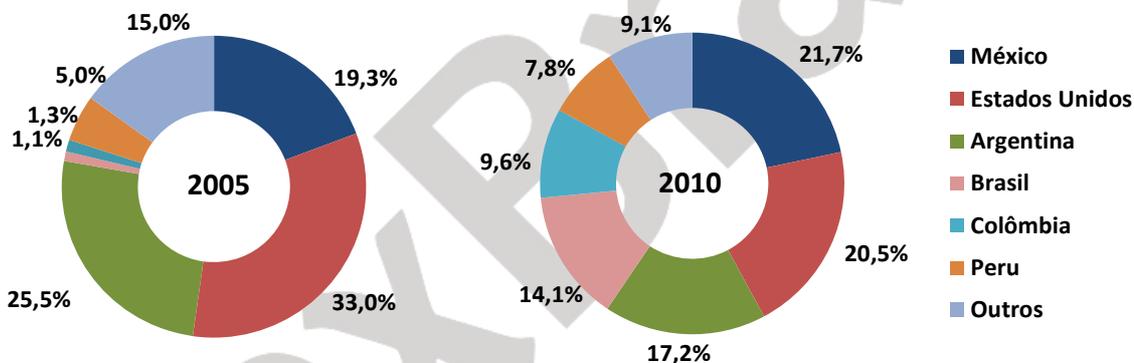
Gráfico 58 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Outros produtos de beleza ou de maquiagens preparados para a Colômbia (2005 e 2010)*



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Outro destaque vai para *Desodorantes*, cujas importações colombianas totais foram de USD 39,3 milhões. O México aparece como principal fornecedor em 2010, com 21,7% de participação de mercado, seguido pelos Estados Unidos, que detêm outros 20,5%. O Brasil situa-se logo após a Argentina no *ranking*, com 14,1% em 2010, e melhorou sua participação, em relação a 2005, em 13 pontos percentuais. Nota-se também que a Colômbia aparece em quinto lugar no *ranking*, participação que se refere às empresas que estão inseridas nas zonas francas do país.

Gráfico 59 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de *Desodorantes para a Colômbia (2005 e 2010)*



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

### Produtos brasileiros com presença em declínio na Colômbia

*Em declínio* estão as exportações brasileiras que, apesar de nunca terem conseguido se consolidar no mercado colombiano, encontram-se em processo de contração. A Tabela 29 apresenta o grupo de *Calçados, Fios sintéticos ou artificiais, Partes de calçados e Tecidos de algodão*, que foram classificados nessa categoria.

**Tabela 29 - Grupos de produtos brasileiros com exportações em declínio na Colômbia**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Calçados	10	249.483.963	20.484.140	10,25	8,21	20,13	China	51,39	Em declínio
Fios sintéticos ou artificiais	12	97.384.840	8.090.556	4,63	8,31	23,13	China	19,30	Em declínio
Partes de calçados	2	5.748.626	510.970	-9,80	8,89	20,18	China	31,07	Em declínio
Tecidos de algodão	27	179.864.548	8.174.274	-11,60	4,54	6,27	China	40,01	Em declínio

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Entre as mercadorias que apresentam oportunidades no mercado colombiano, mesmo em uma situação inicialmente desfavorável, vale comentar o grupo *Calçados*. Como destaca a Tabela 29, em 2011, a Colômbia importou o equivalente a USD 250 milhões, distribuídos em dez tipos de produtos. A participação brasileira para esse grupo de produtos foi de 8,21%.

## OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO MULTISSETORIAL E OUTROS NA COLÔMBIA

### PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES NA COLÔMBIA

Entre os grupos de produtos listados para o complexo *Multissetorial e outros* no mercado colombiano, foram identificadas oportunidades para produtos brasileiros que ainda não são explorados ou que o são de modo inicial. Daí o termo incipiente, utilizado para nomear os produtos com essas características. Para a definição dessas oportunidades, foi levado em conta se, ao longo de cinco anos (2005-2010), houve crescimento das importações do grupo de produtos. Ademais, para se ter certeza da capacidade do Brasil de aproveitar as oportunidades ainda não exploradas, considerou-se a especialidade, ou não, brasileira na exportação desses produtos, e, ainda, se as pautas de importação da Colômbia e de exportação do Brasil são complementares. Oito grupos de produtos passaram por esses filtros e são apresentados como oportunidades na Tabela 30.

**Tabela 30 - Grupos de produtos com exportações incipientes para a Colômbia**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das importações da Colômbia 2005 – 2010 (%)
Bicicletas	1	6.746.459	28,83
Brinquedos	15	102.738.304	17,50
Colas e enzimas	9	16.989.238	25,01
Impressos	13	58.522.435	13,11
Material de escritório	14	30.990.434	9,81
Partes e peças para bicicleta	10	52.925.038	8,20
Plásticos e suas obras	38	184.277.791	12,76
Produtos de limpeza	13	66.413.182	14,57

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual de crescimento.

Entre os grupos apresentados, destaca-se *Plásticos e suas obras*, que teve o valor mais alto das importações colombianas, USD 184,3 milhões. Entre os produtos com oportunidades, pode-se citar *Chapas, folhas, tiras, fitas, películas, de polímeros de propileno, sem suporte, não reforçadas, Caixas, caixotes, engradados, artigos semelhantes, de plásticos e Tubos rígidos, de polímeros de etileno.*

## PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS NA COLÔMBIA

### Produtos brasileiros com presença *a consolidar* e *consolidada* na Colômbia

No caso dos produtos com presença *consolidada*, as exportações dispõem de ampla participação de mercado e não parecem ser ameaçadas por outros competidores. A estratégia, nesse caso, seria a de manutenção de mercado. Os produtos com presença *a consolidar* incluem-se nos casos em que o Brasil já tem uma boa fatia de mercado e as exportações dos produtos brasileiros crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nessa classificação, encontram-se as melhores oportunidades, visto que há grande chance de os exportadores aumentarem ainda mais sua participação no país importador.

Essas duas classificações de grupos de produtos são apresentados na Tabela 31. Em termos de valores importados, o grupo que mais se destaca na classificação *consolidada* é *Alumínio em bruto*, cujas importações colombianas totais foram de aproximadamente USD 60 milhões em 2010, sendo que o Brasil obteve uma participação de 72,83%, seguido pela Venezuela, com 19,52%.

**Tabela 31 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença *a consolidar* e *consolidada* nesse país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Alumínio em bruto	1	57.904.535	42.171.872	15,82	72,83	-22,77	Venezuela	19,52	Consolidadas
Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	3	53.295.184	23.529.285	7,33	44,15	6,40	China	9,48	Consolidadas
Ligas de alumínio	1	30.761.900	11.697.475	506,70	38,03	-5,55	Venezuela	51,97	Consolidadas
Minérios de manganês	1	8.244.147	7.850.207	24,55	95,22	12,86	México	4,63	Consolidadas
Colas e enzimas	6	77.707.935	10.207.629	21,31	13,14	15,75	EUA	27,72	A consolidar
Demais produtos de metais não-ferrosos	18	61.177.544	10.301.138	33,47	16,84	19,54	China	22,05	A consolidar
Demais produtos químicos	23	282.169.564	24.654.936	12,03	8,74	12,19	EUA	44,69	A consolidar
Fio-máquinas e barras de ferro ou aço	8	112.723.485	31.989.228	18,55	28,38	13,59	México	41,16	A consolidar
Impressos	6	75.723.548	4.853.500	36,18	6,41	11,38	Espanha	24,06	A consolidar
Minérios de alumínio	1	3.362.624	423.353	38,88	12,59	0,27	Guiana	59,32	A consolidar
Papel e suas obras	28	222.845.232	62.155.420	10,87	27,89	8,87	Chile	15,90	A consolidar
Petróleo e derivados de petróleo	4	12.943.555	1.774.682	24,28	13,71	1,79	China	42,53	A consolidar
Pólvora	2	21.333.996	1.733.802	37,99	8,13	21,78	Chile	33,11	A consolidar
Produtos químicos inorgânicos	27	77.895.674	14.441.091	21,91	18,54	11,47	China	14,79	A consolidar
Produtos químicos orgânicos	41	238.689.920	39.222.633	13,36	16,43	4,96	EUA	40,89	A consolidar
Relógios e suas partes	4	4.042.654	265.487	28,30	6,57	14,03	EUA	40,68	A consolidar
Resinas e elastômeros	25	598.460.435	80.824.254	26,11	13,51	5,32	EUA	49,47	A consolidar
Tubos de ferro fundido, ferro ou aço	10	319.038.980	32.690.459	29,22	10,25	32,63	China	28,82	A consolidar

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.  
Nota: \*Taxa média anual.

Já com relação às exportações *a consolidar* entre os grupos de produtos constantes na Tabela 31, pode-se evidenciar *Resinas e elastômeros*. Em 2010, a Colômbia importou aproximadamente USD 600 milhões entre os 25 produtos que fazem parte desse grupo. Desse valor, USD 80,82 milhões foram providos pelo Brasil, o que garantiu uma participação de 13,51%. Há oportunidades para diversos tipos de *Resinas e elastômeros*, destacando-se, principalmente, *Polietileno, Polipropileno, Policarbonatos, Outros polímeros de etileno, em formas primárias e Resinas alquídicas*.

Outro grupo de destaque é *Tubos de ferro fundido, ferro ou aços*. Em 2010, o Brasil exportou USD 32,69 milhões para o mercado colombiano, garantindo uma participação de 13,51%. Os Estados Unidos se posicionam como principal concorrente e representam uma ameaça, já que obtiveram 49,47% de participação em 2010. O grupo possui dez diferentes produtos, mas *Outros tubos de ferro ou aço, sem costura, para revestimento de poços, de suprimento ou produção* é o que possui maior participação, já que representa 62% das importações do grupo.

#### **Produtos brasileiros com presença em declínio, em risco e em desvio de comércio na Colômbia**

No complexo *Multissetorial e outros* resta, ainda, três classificações para as exportações expressivas: *em declínio, em desvio de comércio e em risco*. *Em declínio* são as exportações brasileiras que, apesar de nunca terem conseguido se consolidar no mercado colombiano, encontram-se em processo de contração. Já as exportações *em desvio de comércio* dizem respeito à situação em que o desempenho de um concorrente é melhor do que o do Brasil, ainda que esse seja especialista na exportação do produto e seu concorrente não. Nesse caso, é preciso averiguar o que causa esse desvio antes de investir no mercado. Já os produtos classificados como *em risco* são aqueles que apesar de terem uma participação significativa no mercado colombiano, vêm perdendo, ano após ano, espaço para os concorrentes. O esforço dos exportadores brasileiros consiste em reduzir a velocidade com que o Brasil perde participação para seus concorrentes. A Tabela 32 apresenta os grupos de produtos do complexo que se encontram nessas situações.

**Tabela 32 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Colômbia e presença *em declínio*, *em desvio de comércio* e *em risco* nesse país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no subgrupo	Valor das importações da Colômbia 2010 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Colômbia 2010 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Colômbia 2005-2010 (%)	Participação brasileira nas importações da Colômbia 2010 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Colômbia 2005-2010 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Colômbia 2010	Participação do principal concorrente nas importações da Colômbia 2010 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Colômbia
Armas e munições	2	49.505.266	3.974.118	-10,69	8,03	3,51	Israel	38,81	Em declínio
Celulose	1	32.371.559	16.239.501	7,64	50,17	16,76	Chile	48,77	Em risco
Demais produtos de borracha e suas obras	22	110.065.643	6.144.195	7,12	5,58	17,02	EUA	38,71	Em declínio
Demais produtos metalúrgicos	37	255.231.728	18.933.204	-1,51	7,42	21,13	EUA	22,08	Em declínio
Demais produtos minerais	15	36.729.081	10.775.136	25,01	29,34	25,02	EUA	32,46	Desvio de comércio
Extratos tanantes e tintoriais	26	193.618.815	14.101.472	6,92	7,28	10,00	EUA	23,15	Em declínio
Ferro-ligas	5	33.080.662	7.440.468	8,73	22,49	32,15	México	31,69	Desvio de comércio
Instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes e peças	24	396.243.761	22.844.814	9,47	5,77	19,04	EUA	37,93	Em declínio
Material de escritório	2	8.912.235	1.861.585	7,80	20,89	12,27	China	32,11	Em declínio
Material esportivo	1	29.637.777	736.856	0,59	2,49	34,89	China	72,92	Em declínio
Minérios de cromo	1	343.314	29.517	-8,98	8,60	27,30	EUA	50,69	Em declínio
Obras diversas	7	17.401.371	1.303.190	-8,89	7,49	15,36	China	42,66	Em declínio
Plásticos e suas obras	30	437.624.814	28.983.839	8,00	6,62	13,82	EUA	18,24	Em declínio
Produtos de limpeza	7	72.793.196	3.271.190	6,88	4,49	14,17	EUA	39,60	Em declínio
Produtos farmacêuticos	14	943.382.334	68.202.750	9,66	7,23	18,49	EUA	18,36	Em declínio
Produtos laminados planos de ferro ou aço	25	547.972.950	92.385.979	-8,99	16,86	18,60	México	27,98	Em declínio
Produtos para fotografia	7	60.826.327	6.824.689	-8,11	11,22	3,19	EUA	36,93	Em declínio
Produtos semimanufaturados de ferro ou aço	2	30.768.758	918.764	-47,23	2,99	103,60	México	88,09	Em declínio
Vidro e suas obras	21	153.649.033	25.785.165	3,61	16,78	19,70	México	28,92	Em declínio

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: \*Taxa média anual.

Entre as mercadorias que apresentam oportunidades no mercado colombiano, mesmo que em uma situação inicialmente desfavorável, vale comentar os grupos *Celulose* e *Vidros e suas obras*. Em relação ao primeiro, cumpre destacar que, apesar de ter sido classificado como *em risco*, o Brasil é o principal fornecedor desse produto para a Colômbia, já que possui uma participação de 50,17%. O problema é o dinamismo, visto que, enquanto a exportação dos principais concorrentes cresceram em média 16,76% no período 2005-2010, as exportações brasileiras cresceram em um ritmo menor, de apenas 7,64% no mesmo período. Já a situação do grupo *Vidro e suas obras* é um pouco diferente, visto que o Brasil, além de possuir uma participação menor, 16,78% contra 19,70% de participação do México, vem crescendo em um ritmo bem inferior.



**PARTE 5**  
**ANEXOS**

ApexBrasil

## ANEXO 1 - DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES PARA EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS BRASILEIROS

O trabalho de identificação de oportunidades para as exportações brasileiras se inicia com o levantamento de todos os produtos (SH6) que o mercado-alvo importou nos últimos seis anos. Esses produtos são separados em dois grupos: produtos com exportações expressivas e produtos com exportações incipientes.

Para identificar quais produtos têm exportações expressivas, são realizados três passos na seguinte ordem:

1) identificam-se os produtos, cuja participação média das exportações brasileiras em relação à média do total importado pelo mercado-alvo tenha sido superior a 1% nos últimos seis anos;

2) desconsidera-se o primeiro *quartil* formado pelos produtos identificados no passo 1. Consideram-se, assim, apenas os produtos que estão entre os 75% com maior participação nas exportações brasileiras para o mercado-alvo;

3) verifica-se, então, se as exportações dos produtos identificados ao final do passo 2 são contínuas. Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior. Analisando-se, por exemplo, um período de quatro anos, se determinado produto foi vendido apenas nos dois primeiros anos, suas exportações são descontínuas. Se, no entanto, as vendas do produto iniciaram no terceiro ano e se repetiram no quarto, suas exportações são consideradas contínuas.

Os produtos com *exportações incipientes* são aqueles excluídos em um dos três passos anteriormente descritos. Dessa maneira, assegura-se que todos os produtos importados pelo mercado-alvo, mesmo os que não são exportados pelo Brasil, participaram da análise de oportunidade.

Uma vez separados, os produtos que têm exportações expressivas dos que têm exportações incipientes são agregados em grupos. A partir de então, os grupos de produtos com exportações expressivas e incipientes são analisados separadamente por meio de diferentes critérios metodológicos.

## Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações expressivas

Os grupos de produtos com *exportações expressivas* são classificados em cinco categorias: *consolidados, em risco, em declínio, desvio de comércio* e *a consolidar*. A classificação é feita considerando-se:

- O posicionamento do Brasil em relação a seus concorrentes em cada grupo de produtos. Isso é verificado por meio da análise da participação brasileira e do principal concorrente nas importações do mercado-alvo no último ano do período considerado e do crescimento médio das exportações brasileiras em relação ao crescimento médio das exportações dos concorrentes.
- A especialização do Brasil na exportação de produtos daquele grupo em relação à especialização exportadora do principal concorrente, definida a partir do cálculo da Vantagem Comparativa Revelada (VCR) de cada país.<sup>224</sup>

Um grupo de produtos é considerado *consolidado* quando o Brasil já tem, no mínimo, 30% de participação no mercado-alvo, e o crescimento médio das exportações brasileiras é igual ou superior ao crescimento médio das exportações dos concorrentes, no período considerado. A característica principal desses grupos de produtos é que eles já gozam de uma situação confortável no mercado-alvo, que demanda apenas esforços para sua manutenção.

Os grupos de produtos considerados *em risco* são aqueles em que o Brasil tem uma participação de mercado igual ou superior a 30%, mas o crescimento médio das exportações dos concorrentes supera em mais de 50% o crescimento médio das exportações brasileiras, o que significa que a posição do Brasil encontra-se ameaçada.

Grupos de produtos com *desvio de comércio* são aqueles cujo crescimento médio das exportações brasileiras é inferior ao das exportações dos concorrentes, apesar de o Brasil apresentar vantagens na exportação do grupo de produtos observado ( $VCR_{BR} > 1$ ), ao contrário de seu principal concorrente ( $VCR_{Conc.} < 1$ ). Isso indica que há algum elemento não determinado pela simples observação dos fluxos comerciais globais favorecendo o principal concorrente do Brasil no mercado-alvo. Esse elemento pode ser a existência de acordos comerciais, a proximidade geográfica, entre outros. Para se contornar o desvio de comércio são necessários esforços que normalmente vão além da promoção comercial.

---

<sup>224</sup> A VCR é calculada pela participação do grupo de produtos nas exportações totais brasileiras para o mundo em relação à participação do mesmo grupo nas exportações mundiais totais.

Um grupo de produto está *em declínio* se não há diferença de especialização na exportação entre o Brasil e o principal concorrente ( $VCR_{BR} > 1$  e  $VCR_{Conc.} > 1$  ou  $VCR_{BR} < 1$  e  $VCR_{Conc.} < 1$ ) e a variação média das exportações brasileiras é negativa. A situação de declínio também acontece quando, ao mesmo tempo, o crescimento das exportações do Brasil é positivo, porém inferior a 15%,<sup>225</sup> e a taxa de crescimento dos concorrentes é o dobro da taxa de crescimento brasileira.

Nos grupos de produtos classificados como *a consolidar* a participação do Brasil no mercado-alvo é inferior a 30%, mas as exportações brasileiras acompanham o ritmo dos concorrentes ou são mais aceleradas. Esses são os grupos de produtos que apresentam as melhores oportunidades para o aumento das exportações brasileiras. Por isso mesmo eles são investigados mais profundamente.

Nesse caso, são levantados os produtos representados por códigos SH6 mais significativos. Para isso, utilizam-se duas variáveis:

- 1) contribuição de cada produto para o crescimento total das exportações brasileiras do grupo;
- 2) tendência de crescimento de cada produto, calculada comparando-se o valor exportado pelo Brasil no último ano do período analisado com a média do valor exportado nos últimos três anos. Produtos que contribuíram para o crescimento de seu grupo mais do que a média e que foram mais exportados do que a média dos últimos três anos no último ano são considerados mais determinantes para o desempenho positivo do grupo.

### **Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações incipientes**

No caso das *exportações incipientes*, as variáveis adotadas para seleção dos principais grupos de produtos levam em conta apenas a demanda do mercado-alvo (dados de importações), já que o Brasil ainda não se estabeleceu no país com esse conjunto de produtos.

Em primeiro lugar, determina-se o dinamismo do grupo de produtos em relação ao próprio mercado e às importações mundiais. O dinamismo do grupo de produtos em relação ao próprio mercado compara o crescimento das importações do mercado-alvo do grupo de produtos com o crescimento de suas importações totais. Já o cálculo do dinamismo em relação às importações mundiais compara o

---

<sup>225</sup> A taxa média anual de crescimento abaixo de 15% foi definida como valor máximo para um grupo caracterizar-se como *em declínio* porque, acumulada em um período de seis anos, representa um crescimento total de aproximadamente 100% no valor exportado pelo Brasil. Assim, ainda que a taxa de crescimento das exportações brasileiras seja menos da metade da taxa dos concorrentes, considera-se que a variação total das vendas do Brasil para o mercado foi significativa, e o grupo de produtos não poderia ser caracterizado como *em declínio*.

crescimento das importações do mercado alvo do grupo de produtos com o crescimento das importações mundiais daquele mesmo grupo. Em relação ao dinamismo, um grupo de produtos pode estar *em decadência*, apresentar *baixo dinamismo*, *dinamismo intermediário*, ser *dinâmico* ou *muito dinâmico*. Apenas os grupos intermediários, dinâmicos e muito dinâmicos prosseguem na análise.

Em seguida é medida a participação desses grupos no total importado pelo mercado-alvo e se houve crescimento nas importações no último biênio do período analisado. Para aqueles de participação mais relevante e crescimento nos últimos dois anos, é avaliada a competitividade brasileira no mercado, por meio do Índice de Especialização Exportadora (IEE) e a complementaridade das pautas de exportação brasileira e de importação do mercado-alvo, por intermédio do Índice de Complementaridade de Comércio (ICC).

Como mencionado na seção de Indicadores de Comércio deste estudo, o IEE aponta, na relação comercial entre dois países, se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto que o país B. Mais especificamente, o IEE compara a participação das exportações de determinados setores brasileiros para o mundo com a participação das exportações do mercado alvo dos mesmos setores para o mundo. Um valor do IEE superior a 1 sugere que, no setor analisado, o Brasil tem vantagem de especialização exportadora em relação ao mercado em análise.

No entanto, esse indicador só faz sentido se analisado junto ao índice de complementaridade de comércio entre os dois países. Isto porque a especialização exportadora indica o potencial de venda do país A para o país B. Mas é necessário, sobretudo, que o país B necessite adquirir o produto exportado pelo país A. Para tanto, o Índice de Complementaridade de Comércio (ICC) fornece informações sobre as perspectivas de integração comercial entre dois países. O ICC é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações do mercado alvo. Por meio dessa comparação, é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil para o mundo coincidem com os produtos importados pelo mercado analisado.

Os grupos de produtos que atenderem a esse conjunto de critérios são classificados como *a desenvolver*, ou seja, são aqueles em que o Brasil apresenta maiores chances de abertura de mercado. Portanto, representam as principais oportunidades do conjunto de exportações incipientes, sendo analisados com mais profundidade.

Por fim, são definidos os principais produtos dentro de cada grupo *a desenvolver*, selecionados novamente com o auxílio do IEE e levando-se em conta a tendência de crescimento das importações desses produtos.

Representações Diplomáticas do Brasil na Colômbia

**Embaixada do Brasil em Bogotá**

Calle 93, 14-20, Piso 8  
Bogotá, D.C. – Colombia  
Apartado Aéreo 90540  
Tel.: (571) 218-0800  
Fax: (571) 218-8393

Representações Diplomáticas da Colômbia no Brasil

**Embaixada da Colômbia**

SES Avenida das Nações quadra 803 lote 10  
CEP: 70.444-900 – Brasília / DF  
Caixa Postal 70443  
Tel.: (61) 3214-8900  
Fax: (61) 3224-4732  
Escritório da Aditância de Defesa, do Exército e Naval: (61) 3225-3254  
Escritório da Aditância Aeronáutica: (61) 3223-9701  
Site: [www.embajadaenbrasil.gov.co](http://www.embajadaenbrasil.gov.co)  
E-mails: [ebrasili@cancilleria.gov.co](mailto:ebrasili@cancilleria.gov.co)  
Expediente: segunda a sexta-feira das 9h às 13h e das 15h às 17h (com exceção de terça-feira: 10h30 às 13h e das 15h às 17h)

**Setor Consular da Embaixada**

SES Av. das Nações, Qd. 803, Lote 10  
Brasília – DF  
CEP: 70443-900  
Tel.: (61) 3226-8997  
Fax (61) 3224-4732

**Consulado-Geral em Manaus**

Rua 24 de Maio nº 220, Ed. Rio Negro Center, Sala 1008 - Centro

Manaus – AM  
CEP: 69010-250  
Tel.: (92) 234-6777  
Fax (92) 622-6078

**Consulado Honorário no Rio de Janeiro**

Rua Xavier da Silveira, 80, Apartamento 401 - Copacabana  
Rio de Janeiro – RJ  
CEP: 22061-010  
Tel.: (21) 2547-1446

**Consulado-Geral em São Paulo**

Rua Tenente Negrão, 140, conj. 92 - Itaim Bibi  
São Paulo – SP  
CEP: 04530-030  
Tel.: (11) 3078-0322 / 3078-0262  
Fax (11) 3078-0298

**Consulado em Tabatinga/AM**

Rua General Sampaio, 623  
Tabatinga – AM  
CEP: 69640-000  
Tel.: (92) 412-2104

**Consulado Honorário em Salvador**

Endereço/CEP Av. Tancredo Neves, 1485, sala 1406,  
Esplanada Trade Center - Caminho das Árvores  
Salvador - BA  
CEP:41820-021  
Tel.: (71) 3272-9709 / 3272-9710

**Consulado Honorário em Curitiba**

Av. Sete de Setembro, 5402, 6º andar – Batel



ApexBrasil

Curitiba – PR

CEP: 80420-000

Tel.: (41) 243-8854 / 342-1314

**Consulado Honorário em Fortaleza**

R. Joaquim Emidio de Castro, 160 - Cidade dos Funcionários

Fortaleza - CE

Tel.: (85) 486-6041

**Consulado Honorário em Recife**

Av. Conselheiro Aguiar, 1555 sala 39

Boa Viagem

Recife – PE

CEP: 51.111-011

Tel.: (81) 465-9995

**Consulado Honorário em São Gabriel da Cachoeira/AM**

Crispiano da Silva, 237, Fortaleza

São Gabriel da Cachoeira – AM

CEP: 69750-000

Tel.: (92) 417-1245



ApexBrasil

### Organismos Internacionais

Associação Latino-Americana de Integração (Aladi): <[www.aladi.org](http://www.aladi.org)>

Banco Mundial: <[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal): <[www.eclac.org](http://www.eclac.org)>

Fundo Monetário Internacional (FMI): <[www.imf.org](http://www.imf.org)>

Iniciativa para a Integração da Infraestrutura Regional Sul-Americana (IIRSA): <[www.iirsa.org](http://www.iirsa.org)>

Organização Mundial do Comércio (OMC): <[www.wto.org](http://www.wto.org)>

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD): <[www.pnud.org.br](http://www.pnud.org.br)>

SICE - The Organization of American State's Foreign Trade Information System: <[www.sice.oas.org](http://www.sice.oas.org)>

UN Population Division: <[www.un.org/esa/population](http://www.un.org/esa/population)>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD): <[www.unctad.org](http://www.unctad.org)>

### Órgãos Governamentais da Colômbia

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE): <<http://www.dane.gov.co>>

Departamento Nacional de Planeación (DNP): <[www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co)>

Ministerio de Agricultura e Desarrollo Rural (MADR): [www.minagricultura.gov.co](http://www.minagricultura.gov.co)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.mincomercio.gov.co>

Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio: <[www.minvivienda.gov.co](http://www.minvivienda.gov.co)>

### Órgãos do Brasil

Alice Web: <[aliceweb.desenvolvimento.gov.br](http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br)>

Embaixada brasileira em Caracas: <[caracas.itamaraty.gov.br](http://caracas.itamaraty.gov.br)>

Fundação Certi: <[www.certi.org.br](http://www.certi.org.br)>

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC): <[www.desenvolvimento.gov.br](http://www.desenvolvimento.gov.br)>

Ministério das Relações Exteriores (MRE): <[www.itamaraty.gov.br](http://www.itamaraty.gov.br)>

### Outras fontes

Austrade (Australian Trade Commission): [www.austrade.gov.au](http://www.austrade.gov.au)

Azaleia: <http://www.azaleia.com.co>

Bosi: <<http://www.mybosi.com.br>>

Cámara Colombiana de la Construcción (CAMACOL): <http://camacol.co/>

Central Intelligence Agency (CIA): <[www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/](http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/)>

Collective Brands 2010: <http://www.collectivebrands.com/investors>

Comtrade/ONU: <comtrade.un.org>

ESPM: [www.espm.br/](http://www.espm.br/)

Euromonitor Internacional: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (Fedesarrollo): <http://www.fedesarrollo.org.co>

Geology.com: <<http://geology.com>>

Hush Puppies: <http://www.hushpuppies.com.co>

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX): [www.icex.es](http://www.icex.es)

Office of the United States Trade Representative: [www.ustr.gov](http://www.ustr.gov)

Planet Retail: <[www.planetretail.net](http://www.planetretail.net)>

Reindeer: <http://www.reindeer.com.co>

The Economist Intelligence Unit: <[www.eiu.com](http://www.eiu.com)>

Vélez: <http://www.velez.com.co>

World Port Source [www.worldportsource.com](http://www.worldportsource.com)



ApexBrasil

**ANEXO 4 - SH6 CLASSIFICADOS COMO EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS**

<b>SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS</b>									
010511	240120	283699	293090	321519	370790	390810	400299	440929	490890
030379	240391	283720	293369	330112	380120	390890	400400	441011	491000
040630	240399	283919	293420	330113	380130	390920	400510	441112	491191
040700	250410	284180	293810	330119	380400	390940	400591	441113	511211
051110	250490	284290	300230	330190	380610	390950	400610	441114	520411
051199	250610	284330	300390	330210	380690	391000	400690	441192	520420
080132	250810	284700	300420	330410	380850	391190	400811	441510	520531
090700	250840	284910	300432	330420	380891	391220	400821	441700	520542
100510	251400	284920	300439	330430	380892	391231	400829	441872	520710
110812	251611	290516	300440	330499	380893	391290	400911	441879	520823
110814	251810	290539	300450	330510	380894	391610	400912	470329	520829
120929	251990	290543	300490	330520	380899	391620	400931	480254	520832
120991	252210	290545	300510	330590	380991	391690	400942	480255	520839
120999	252410	290629	300610	330610	380992	391710	401011	480256	520842
130219	252490	290711	300630	330620	380993	391723	401031	480257	520843
130220	252620	290723	300640	330690	381010	391729	401036	480269	520849
130231	252910	290819	300660	330720	381090	391731	401039	480431	520852
150500	253090	290944	300670	330790	381119	391732	401110	480439	520859
151530	260200	290960	320120	340111	381121	391740	401120	480540	520922
151800	260600	291470	320210	340119	381210	391910	401130	480592	520929
152110	261000	291531	320290	340120	381400	392010	401140	480593	520931
160300	270799	291539	320412	340130	381590	392043	401161	480640	520932
170111	271220	291570	320414	340211	381600	392049	401162	480820	520939
170199	271290	291614	320416	340213	382312	392061	401163	481019	520942
170490	271312	291712	320417	340219	382319	392062	401192	481029	520943
180500	280110	291735	320419	340290	382410	392091	401193	481092	520949
180620	280120	291811	320420	340530	382440	392119	401290	481151	520952
180631	280300	291815	320619	340540	382490	392190	401310	481159	520959
180690	280620	291819	320620	340700	382550	392321	401390	481320	521019
190110	280920	291821	320649	350300	390110	392329	401490	481840	521029
190520	281122	292111	320720	350510	390120	392330	401610	481910	521031
190532	281810	292119	320740	350610	390190	392350	401693	481920	521039
190540	281820	292211	320810	350691	390210	392390	401695	481930	521049
200899	281830	292212	320820	350699	390220	392410	401699	481940	521119
200911	282110	292213	320890	350790	390290	392490	410712	481950	521142
200979	282590	292241	320910	360300	390319	392520	410719	482110	521151
210310	282760	292242	320990	360490	390390	392590	410791	482190	531100
210610	282890	292250	321000	370110	390421	392610	411420	482290	540110
210690	282990	292320	321100	370130	390422	392630	411510	482340	540219
220430	283090	292390	321290	370243	390610	392690	420330	482390	540220
220710	283230	292421	321310	370244	390740	400219	420500	490110	540231
230400	283329	292610	321410	370254	390750	400220	420600	490199	540244
230910	283660	292910	321511	370320	390799	400270	430219	490400	540245

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS									
540411	611241	691090	720837	730419	750210	821410	841861	843290	845590
540600	611300	700231	720838	730429	750890	821420	841869	843311	846229
540710	620891	700232	720839	730431	760110	821490	841891	843319	846330
540742	621210	700319	720840	730439	760120	821520	841899	843320	846591
540744	630251	700510	720851	730512	760612	821599	841920	843359	846599
540771	630260	700521	720852	730630	760711	830120	841939	843360	846610
540772	630419	700529	721123	730690	760720	830150	841950	843390	846620
540773	640199	700600	721129	730711	760810	830220	841989	843420	846630
550200	640220	700711	721190	730719	760900	830230	841990	843610	846692
550410	640299	700719	721391	730890	761210	830241	842091	843621	846694
550969	640340	700721	721399	731100	761290	830260	842119	843629	846721
551110	640351	700910	721499	731210	761519	830790	842121	843680	846722
551229	640359	701090	721550	731412	761610	830810	842122	843691	846729
551611	640391	701110	721610	731520	761699	830820	842123	843699	846781
560110	640399	701328	721621	731590	810890	830990	842129	843710	846789
560121	640419	701337	721631	731811	820110	831000	842139	843780	846791
560210	640520	701342	721632	731813	820120	831110	842199	843790	846799
560221	640620	701349	721633	731819	820130	831120	842230	843850	846810
560229	640699	701820	721640	731821	820140	840734	842240	843860	846890
560311	680223	701911	721921	731822	820150	840820	842290	843880	847141
560312	680293	701912	721922	731829	820160	840890	842330	843890	847150
560313	680300	701919	721923	732010	820190	840991	842430	843991	847190
560314	680410	701931	721932	732020	820210	840999	842481	843999	847290
560392	680421	701940	721933	732090	820220	841090	842519	844180	847340
560394	680422	701959	721934	732112	820231	841231	842549	844250	847410
560729	680430	710310	721935	732190	820240	841311	842691	844316	847420
570242	680510	710399	722012	732219	820291	841330	842810	844391	847431
570299	680520	710490	722020	732290	820310	841340	842820	844831	847432
570500	680530	710692	722220	732393	820510	841360	842839	844832	847439
580620	680610	711320	722300	732410	820730	841391	842890	844842	847480
581100	680690	711510	722530	732510	820740	841410	842911	845090	847490
590699	680790	711620	722540	732591	820750	841430	842920	845121	847720
591000	681299	711719	722592	732619	820760	841459	842940	845130	847730
591131	681320	720221	722620	732620	820790	841480	842951	845140	847780
591132	681381	720229	722692	732690	820840	841490	842952	845180	847790
591140	681591	720230	722699	740400	820890	841520	842959	845190	847890
591190	690210	720293	722720	740620	820900	841583	843131	845230	847960
600410	690220	720299	722790	740721	821110	841590	843142	845290	847982
600632	690310	720510	722850	741300	821191	841620	843210	845310	848041
600643	690320	720529	722990	741521	821192	841720	843221	845320	848049
610422	690390	720719	730230	741533	821210	841790	843229	845390	848050
610712	690890	720720	730290	741539	821220	841830	843230	845490	848071
610822	690990	720827	730300	741819	821290	841840	843240	845530	848120

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS									
848130	850213	851150	853180	853669	854720	870880	902110	903290	940591
848140	850239	851190	853210	853690	854790	870891	902129	910610	940599
848240	850300	851220	853222	853710	860719	870893	902131	910700	950691
848310	850421	851240	853225	853720	860799	870894	902139	911090	960321
848330	850431	851290	853229	853810	860800	870895	902410	911290	960340
848340	850433	851430	853230	853890	870190	870899	902590	930630	960390
848350	850434	851490	853321	853922	870210	870911	902810	930690	960610
848390	850440	851531	853329	853932	870323	871120	902820	940161	960622
848420	850450	851539	853339	854110	870422	871419	902830	940169	960910
848490	850490	851610	853340	854330	870423	871620	902890	940210	960920
850110	850520	851680	853510	854411	870600	871639	902910	940320	961310
850120	850590	851712	853590	854420	870790	871690	902990	940340	961700
850140	850610	851769	853620	854442	870810	880330	903039	940350	961800
850151	850811	852321	853630	854449	870821	901110	903084	940360	999999
850152	850870	852352	853641	854460	870829	901730	903090	940370	
850153	851110	852871	853649	854520	870830	901839	903210	940390	
850211	851120	852910	853650	854620	870840	901849	903220	940490	
850212	851130	853120	853661	854690	870850	901920	903289	940560	

ApexBrasil