

ESTADOS UNIDOS

PERFIL

E

OPORTUNIDADES

COMERCIAIS

2 0 1 1

Apex-Brasil

MAURICIO BORGES
Presidente

ROGÉRIO BELLINI
Diretor de Negócios

ANA PAULA GUIMARÃES
Diretora de Gestão e Planejamento

MARCOS TADEU CAPUTI LÉLIS
Coordenador da Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva (UICC)

EMANUEL TEIXEIRA FIGUEIRA JÚNIOR
LEONARDO SILVA MACHADO
Autores do Estudo (UICC)

BÁRBARA PAULA COELHO
JEAN DE JESUS FERNANDES
Colaboradores do estudo (UICC)

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: apex@apexbrasil.com.br

© 2011 Apex-Brasil

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

INTRODUÇÃO

Este estudo traça um perfil dos Estados Unidos através da apresentação de seus panoramas econômico, político e comercial. É dada maior ênfase às relações comerciais estadunidenses, mais detalhadamente, àquelas estabelecidas com o Brasil.

Além de analisar os principais dados do comércio entre Brasil e Estados Unidos, o trabalho também traz indicadores que estão envolvidos nas trocas comerciais entre esses dois países e as oportunidades de negócio para os exportadores brasileiros que desejam atuar no mercado estadunidense.

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

Parte 1	INTRODUÇÃO	Localização / População / Principais Cidades	Pag. 7
Parte 2	PANORAMA ECONÔMICO	Desempenho Econômico	Pag. 9
Parte 3	PANORAMA COMERCIAL	Política Comercial	Pag.15
		Acordos Comerciais	Pag. 18
		Características do Mercado	Pag. 20
		Ambiente de Negócios	Pag. 20
		Capacidade de Pagamento	Pag. 23
		Infraestrutura e Logística	Pag. 25
		Intercâmbio Comercial	Pag. 31
		Evolução do Comércio Exterior dos Estados Unidos	Pag. 31
		Destino das Exportações dos Estados Unidos	Pag. 32
		Principais Produtos da Pauta de Exportações dos Estados Unidos	Pag. 33
		Origem das Importações dos Estados Unidos	Pag. 35
		Principais Produtos da Pauta de Importações dos Estados Unidos	Pag. 36
		Intercâmbio Comercial Brasil-Estados Unidos	Pag. 37
		Corrente de Comércio	Pag. 37
		Saldo Comercial	Pag. 39
		Principais produtos exportados pelo Brasil para os Estados Unidos	Pag. 40
Principais produtos importados pelo Brasil dos Estados Unidos	Pag. 42		
Indicadores de Comércio Brasil-Estados Unidos	Pag. 44		
Índice de Complementaridade de Comércio (ICC)	Pag. 46		

		Índice de Intensidade de Comércio (IIC)	Pag. 47
		Índice de Diversificação/Concentração das Exportações (HHI)	Pag. 49
		Índice de Comércio Intrassetor Industrial	Pag. 51
		Índice de Especialização Exportadora (IEE)	Pag. 52
		Índice de Preços e Índice de Quantum	Pag. 54
Parte 4	OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS NO MERCADO ESTADUNIDENSE	Introdução à Metodologia de Seleção de Oportunidades Comerciais	Pag. 56
		Alimentos, Bebidas e Agronegócios	Pag. 59
		Casa e Construção	Pag. 69
		Máquinas e Equipamentos	Pag. 79
		Moda	Pag. 87
		Multissetorial e Outros	Pag. 93
Parte 5	ANEXOS	Anexo 1: Descrição da metodologia de identificação de oportunidades para as exportações brasileiras em mercados internacionais	Pag. 98
		Anexo 2: Contatos úteis	Pag. 103
		Anexo 3: SH6 classificados como exportações “expressivas”	Pag. 110
		Anexo 4: Fontes de consulta	Pag. 111

A Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva da Apex-Brasil, responsável pelo desenvolvimento deste estudo, gostaria de saber a sua opinião. Caso tenha comentários ou sugestões a fazer, por favor envie e-mail para: apex@apexbrasil.com.br.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Os Estados Unidos se configuram como um grande mercado consumidor, não apenas pelo tamanho de sua população, que deve atingir 332 milhões de pessoas em 2015, como também pelo seu poder aquisitivo. O país é o maior importador mundial, mantendo essa posição mesmo durante o período de crise nos anos de 2008 e 2009. Em 2010, os Estados Unidos importaram do mundo mais de US\$ 1,9 trilhão em mercadorias.

O mercado norte-americano foi, até o ano de 2008, o principal destino das exportações brasileiras. No referido ano, essas exportações alcançaram US\$ 27,4 bilhões e representaram 14% do total exportado pelo Brasil. Contudo, no ano de 2009, o país foi superado pela China como principal destino das exportações brasileiras. Naquele ano, as importações dos Estados Unidos provenientes do Brasil corresponderam a US\$ 21 bilhões. Em 2010, as importações dos Estados Unidos originadas do Brasil atingiram US\$ 24,9 bilhões.

O Produto Interno Bruto (PIB) dos Estados Unidos foi de US\$ 14,6 trilhões no ano de 2010, o que posiciona o país como a maior economia mundial. No mesmo ano, o PIB *per capita* do país correspondeu a US\$ 47.284 (em Paridade do Poder de Compra), configurando-se como o sétimo maior do mundo. Para o biênio 2010-2011, as previsões indicam recuperação da economia estadunidense após a recessão gerada pela crise econômica, com taxas positivas de crescimento do PIB a partir de 2010. O país continua a ser um mercado atraente para investimentos, principalmente em função da existência de importantes centros de pesquisa tecnológica, chegando a receber um terço de todo o investimento direcionado ao G7¹.

A política comercial estadunidense abrange a aplicação de um sistema geral de preferências, denominado SGP, através do qual o Brasil se encontra beneficiado com tarifas reduzidas em diversos setores e produtos.

No que tange ao seu ambiente de negócios, o país ocupa ótima posição no *ranking* do Banco Mundial, onde se destaca como o quinto melhor país no mundo para se fazer negócios. Além disso, o comércio e sua distribuição são facilitados pela ampla infraestrutura de transportes disponível. A malha de transportes norte-americana, além de ser a maior do mundo, é também de boa qualidade. Como grande ator no comércio internacional, os Estados Unidos são responsáveis por 13% da movimentação dos fretes de exportação mundial.

¹ Grupo internacional formado pelos dirigentes das sete mais importantes potências econômicas e que se reúnem anualmente para coordenar a política econômica, monetária e financeira mundial. Compreende a Alemanha, Japão, Itália, França, Grã-Bretanha, Canadá e Estados Unidos.

Canadá, México e China são, simultaneamente, os maiores fornecedores e importadores dos Estados Unidos. No que tange aos dois primeiros, a robustez do comércio de viés mais regional é singularmente impulsionada pelo NAFTA. Os principais produtos importados pelos Estados Unidos em 2010 inserem-se na classificação CNAE 111 “extração de petróleo e gás natural”, representando 14,4% do total importado.

Entre as mercadorias brasileiras mais exportadas para os Estados Unidos, destaca-se o aumento da participação dos produtos ligados ao CNAE “extração de petróleo e gás natural”, composto basicamente de “óleos brutos de petróleo”, que responderam por 20% da pauta exportada em 2010. O segundo CNAE mais exportado pelo Brasil naquele ano foi o 013, de “produção de lavouras permanentes”. Os produtos primários e intensivos em recursos naturais ainda correspondem à maior parte das exportações brasileiras para aquele mercado.

Foram identificadas oportunidades em todos os complexos com os quais a Apex-Brasil trabalha, com destaque para Alimentos, Bebidas e Agronegócio; Casa e Construção; e Máquinas e Equipamentos.

LOCALIZAÇÃO / POPULAÇÃO / PRINCIPAIS CIDADES

Os Estados Unidos ocupam uma área de 9.826.675 km², a terceira maior do planeta. Sua extensão territorial representa, aproximadamente, a metade do tamanho da Rússia, e é ligeiramente maior do que o Brasil e a China. O país está situado na América do Norte, fazendo fronteira com Canadá e México (Figura 1).

Figura 1: Mapa geográfico dos Estados Unidos.



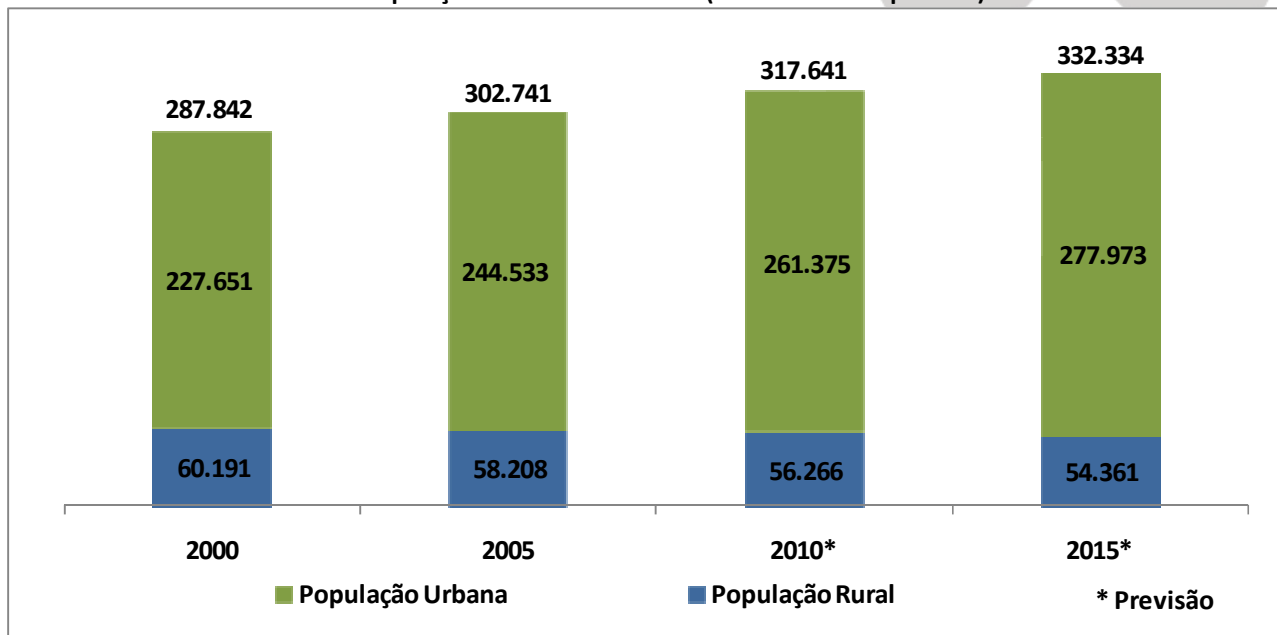
Fonte: CIA - The World Factbook.

A população estadunidense, em 2000, era de 287,84 milhões de habitantes. Segundo estimativas da *UN Population Division*, tal contingente deve se ampliar nos próximos anos, alcançando 317,64 e 332,33 milhões de pessoas em 2010 e em 2015, respectivamente. Estima-se que 82,29% da população irá se situar na zona urbana em 2010 (Gráfico 1). O percentual de população urbana em relação à população total dos Estados Unidos, em 2010, foi semelhante ao do Canadá (81%) e do México (78%), seus parceiros de Tratado Norte-Americano de Livre Comércio (NAFTA). Já em comparação com a China, que integra o BRICS², é elevado, pois a população urbana chinesa representava apenas, aproximadamente, 47% da população total, em

² Os BRICS são formados pelos seguintes países: Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul. Na Índia e na África do Sul, por exemplo, a população urbana representava, aproximadamente, 30% e 62% da população total em 2010, respectivamente. No Brasil, contudo, a população urbana representou 87% neste mesmo ano.

2010. Há uma tendência de elevação da urbanização estadunidense, já que em 2015 prevê-se que a participação da população urbana atinja 83,64%.

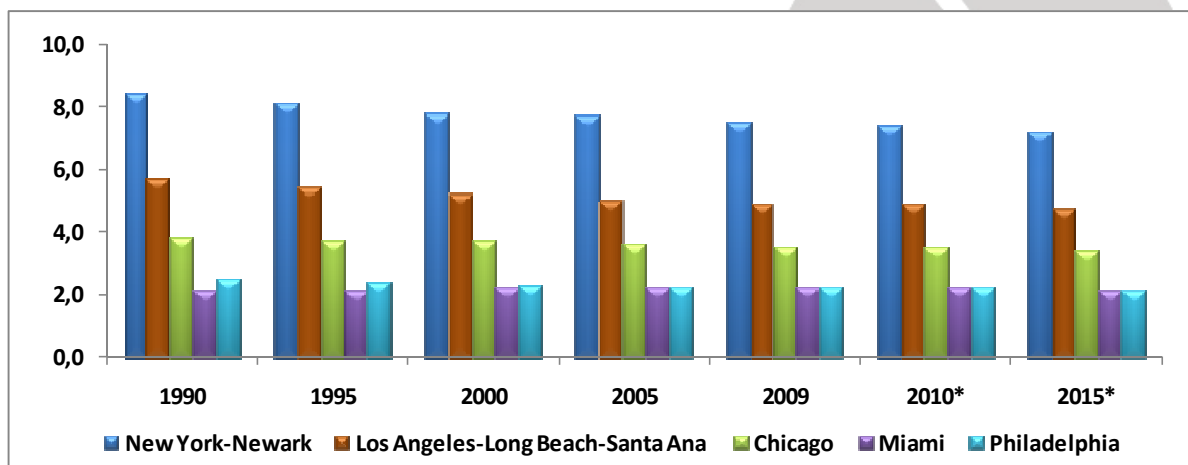
Gráfico 1: População dos Estados Unidos (em milhares de pessoas) – 2000 -2015



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

Em 2009, New York-Newark reunia 7,5% da população urbana total (Gráfico 2). A segunda maior aglomeração, Los Angeles-Long Beach-Santa Ana, contava, nesse mesmo ano, com 4,9%. Juntas, as cinco principais aglomerações urbanas concentravam 20,3% da população urbana dos Estados Unidos. Esse panorama deve se reduzir até 2015, quando essas cidades deverão atingir, em conjunto, aproximadamente 19,5% da população urbana estadunidense residente nas cinco principais aglomerações urbanas com mais de 750.000 habitantes, segundo estimativas da *UN Population Division*. Em 2009, a capital dos Estados Unidos, Washington, D.C., concentrou apenas 1,7% da população urbana do país.

Gráfico 2: Percentagem da população urbana estadunidense residente nas cinco principais aglomerações urbanas com mais de 750.000 habitantes em 2009 – Desempenho e Previsão – 1990-2015



*Previsão

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

DESEMPENHO ECONÔMICO

O Produto Interno Bruto (PIB) por Paridade de Poder de Compra (PPC) dos Estados Unidos, mais apropriado para a análise do padrão de vida das populações, alcançou US\$ 14.657 bilhões em 2010, colocando o país na 1ª posição no *ranking* mundial (Tabela 1). Para efeito de comparação com a China e os demais países que integram o NAFTA, o PIB (PPC) chinês, nesse mesmo ano, foi de US\$ 10.085,71 bilhões, enquanto México e Canadá apresentaram, respectivamente, US\$ 1.567,47 bilhões e US\$ 1.330,27 bilhões.

Tabela 1: Indicadores econômicos e sociais dos Estados Unidos

Indicadores selecionados dos Estados Unidos		
Descrição	2010	Ranking
1. Economia		
Crescimento do PIB (%) ¹	2,83	117
PIB PPP (I\$ bilhões) ¹	14.657,80	1
PIB per capita - PPP ¹ (valores correntes I\$)	47.284	7
PIB PPP participação no mundo ¹ (%)	19,74	3
Taxa de Inflação (%) ¹	1,65	145
FBKF/PIB ² (%)	11,98	173
IED/PIB (%) ²	1,20	74
IED - Fluxo de entrada de invest. direto estrangeiro (US\$ milhões, 2009) ³	129.883	1
2. População		
IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) ⁴	0,90	4
População (milhões de habitantes) ⁵	308,86	3
População economicamente ativa (milhões) ⁵	156,79	3
Taxa de desemprego (%) ⁵	9,70	51

Fontes: (1) FMI. Consideram-se 182 países; (2) *The Economist*. Consideram-se 82 países; (3) UNCTAD. Consideram-se 211 países; (4) PNUD. A ONU considera 182 países em seu ranking; (5) *Euromonitor*. Consideram-se 133 países.
Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Ao se relativizar o tamanho da economia pelo número de habitantes pelo cálculo do PIB *per capita*³ em termos de PPC, o desempenho da economia estadunidense permanece sendo a melhor, já que representa o maior PIB *per capita* (PPC) entre Canadá, México e China. No ranking mundial de 2010, ocupa a 7ª posição, com o valor de US\$ 47.284. Sob a ótica do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)⁴, os Estados Unidos estão classificados no grupo dos países com desenvolvimento humano muito alto, ocupando a 4ª posição no ranking mundial, a melhor colocação entre os países do NAFTA.

Na Tabela 2 é possível observar a perspectiva de desenvolvimento socioeconômico para os Estados Unidos nos próximos anos. Nota-se, a partir de 2011, uma previsão de crescimento para o PIB *per capita* (PPC) e uma redução da taxa de desemprego. Nesse aspecto do desenvolvimento cabe destacar a previsão de evolução do investimento estrangeiro direto (IED) a partir de 2011, alcançando US\$ 304,6 trilhões no final do período. Contudo, a concentração de renda tende a aumentar nos próximos anos, como se verifica no Índice de Gini. Em relação ao consumo privado, após uma queda -1,2%, em 2009, espera-se que o país alcance uma taxa média de 2,4% no período 2010-2014. Já acerca da formação bruta de capital fixo (FBCF), após uma tendência de

³ O PIB *per capita* é obtido dividindo-se o PIB pelo número de habitantes do país.

⁴ O IDH leva em conta três componentes: Renda Nacional Bruta (RNB) *per capita*, longevidade e educação.

queda desde o início do período, com o maior crescimento negativo em 2009, de 18,3%, prevê-se que o país alcance uma taxa 6% em 2014.

Tabela 2: Desempenho e perspectivas econômicas e sociais dos Estados Unidos 2007-2014

	2007	2008	2009	2010e	2011p	2012p	2013p	2014p
PIB moeda local (cresc.) ¹	1,9%	0,0%	-2,6%	2,8%	3,2%	2,2%	2,4%	2,5%
PIB PPC Per Capita (I\$) ¹	46.577	47.155	45.934	47.132	48.387	50.040	51.762	53.574
Índice de Gini ²	46.3	46.6	46.8	47.1	47.4	47.6	47.8	47.9
Consumo Privado (cresc.) ¹	2,4%	-0,3%	-1,2%	2,0%	2,9%	2,4%	2,3%	2,4%
FBKF (crescimento) ¹	-1,8%	-6,4%	-18,3%	4,8%	6,1%	4,3%	5,4%	6,0%
Importações (cresc.) ¹	5,6%	7,5%	-25,9%	23,1%	9,9% e 12,9%	9,5% e 12,2%	8,7% e 11%*	8,8% e 11%*
IED (US\$ bilhões) ¹	265.957	324.560	129.883	171.600	204.800	231.600	264.400	304.600
População Total (milhões) ²	301,2	304,1	306,6	308,8	310,9	313,0	315,1	317,3
Part. População Urbana ²	79,7%	80,0%	80,1%	80,3%	80,5%	80,7%	80,9%	81,1%
Taxa de Desemprego ¹	4,6%	5,8%	9,3%	9,7%	9,2%	8,6%	8,3%	8,0%

Fontes: (1) *The Economist Intelligence Unit*; (2) *Euromonitor Internacional*. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Notas: (*) Previsões feitas pela Apex-Brasil, com base no *The Economist*;

(e) Estimativas;

(p) Previsões.

Segundo dados de *UNCTAD Statistics*, relativos à estrutura produtiva da economia estadunidense, a contribuição da agricultura, da pecuária, da pesca e do extrativismo na formação do PIB em 2009 foi de apenas 1,1%, enquanto que a da indústria foi de 21,7%. Já o setor de serviços representou 77,2% da formação do PIB.

Pela ótica da oferta agregada⁵, segundo *UNCTAD Statistics*, as importações de bens e serviços dos Estados Unidos representaram 14,2% do PIB em 2009. Os cinco principais setores das importações estadunidenses, por CNAE três dígitos, em 2009 foram: extração de petróleo e gás natural e fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados, de automóveis, caminhonetas e utilitários, de produtos farmacêuticos, de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio. Estes setores tiveram uma participação de 34,4% nas importações totais do país em 2009 (*UN CONTRADE*).

Quanto à demanda agregada⁶, nesse mesmo ano os gastos do consumidor representaram 70,9% do PIB, de acordo com *UNCTAD Statistics*, e as exportações de bens e serviços foram 11,6% do PIB do país. Os cinco principais setores das exportações estadunidenses, por CNAE três dígitos, em 2009 foram: fabricação de produtos farmacêuticos, de material eletrônico básico, de produtos

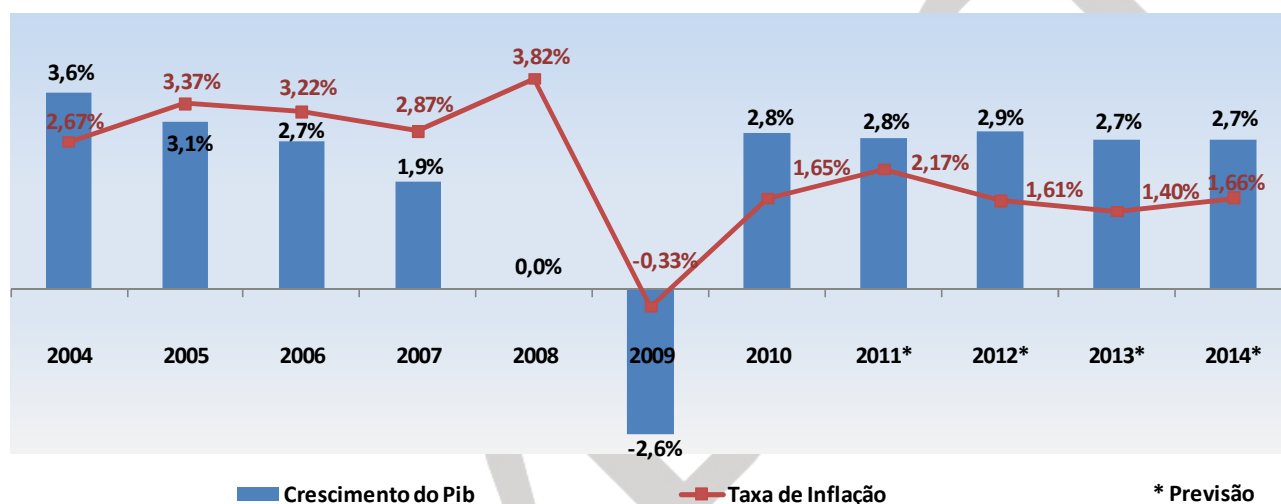
⁵ A oferta agregada mede a produção interna do país mais as importações.

⁶ A demanda agregada é a quantidade de bens e serviços que os consumidores adquiriram no período.

derivados do petróleo, de máquinas e equipamentos, de sistemas eletrônicos para processamento de dados e metalurgia de metais não-ferrosos. Esses setores tiveram uma participação de 19,8% nas exportações totais do país em 2009 (UN COMTRADE).

O Gráfico 3 mostra o crescimento do PIB (em moeda local) e a evolução da taxa de inflação dos Estados Unidos entre 2004 e 2014. Entre 2004 e 2007, houve uma tendência de queda do crescimento da economia, passando de 3,6%, em 2004, para 1,9% no final deste período. A crise econômica mundial iniciada em 2008 repercutiu sobre a economia estadunidense, cuja taxa de crescimento caiu em 1,9 pontos percentuais nesse mesmo ano, quando comparado com 2007, atingindo 0,0%. O ápice da crise ocorreu em 2009, quando a taxa de crescimento do PIB foi de -2,6%. O Fundo Monetário Internacional (FMI) espera uma recuperação da economia dos Estados Unidos a partir de 2010, com crescimento médio previsto de 2,8% para o período 2010-2014.

Gráfico 3: Crescimento do PIB (em moeda local) e da taxa de inflação dos Estados Unidos 2004-2014



Fonte: FMI. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

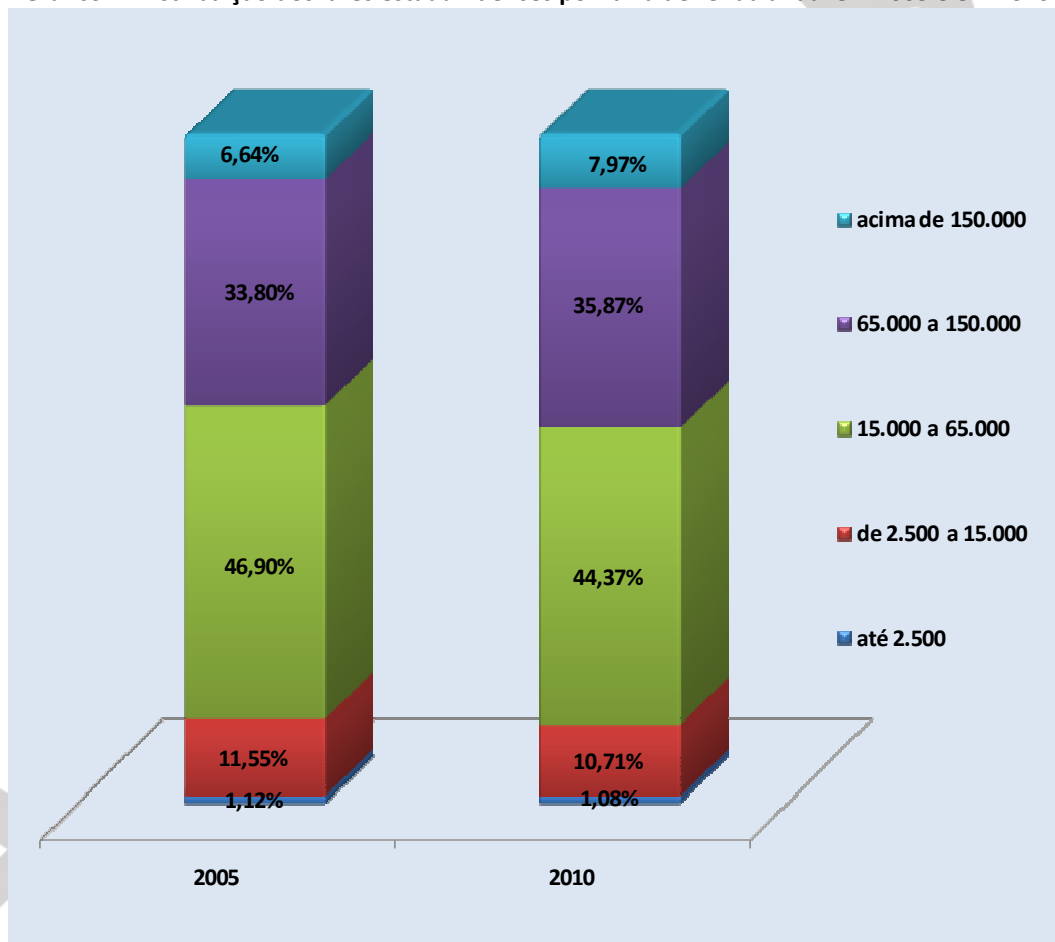
Os fatores determinantes da queda do PIB em 2009 foram o declínio das exportações dos Estados Unidos, que passaram de 13,2% no ano anterior para 11,6% do PIB, e da FBCF, que passou de 17,9%, em 2008, para 14,6% do PIB, em 2009. A demanda interna, por outro lado, evitou uma recessão ainda maior da economia, pois evoluiu de 70,4% para 70,9% do PIB no mesmo período (UNCTAD STATISTICS).

Em relação ao comportamento dos preços no mercado dos Estados Unidos, o pico inflacionário ocorrido em 2008 se deu principalmente por conta da forte elevação dos preços de alimentos e de petróleo nos mercados mundiais, o que fez com que a taxa de inflação subisse em

0,95 ponto percentual nesse mesmo ano, quando comparado com 2007. Entretanto, depois de a inflação atingir o valor crítico de 3,82%, em 2008, sofreu uma desaceleração, chegando a -0,33% em 2009 e com expectativas inflacionárias em torno de 1,7% para os anos de 2010 a 2014.

No que concerne à distribuição de renda nos Estados Unidos, o Gráfico 4 mostra a participação dos lares por faixa de renda anual. Nota-se que, em 2010, 11,79% dos lares estadunidenses recebiam até US\$ 15 mil anuais (88,21% ganhavam acima desse valor). Observa-se que, entre 2005 e 2010, houve uma tendência de alteração na composição percentual das faixas de renda por lares no país. Verificou-se, no período, uma diminuição do número de lares que ganhavam até US\$ 65.000 por ano e um aumento dos lares que recebiam renda anual superior a esse valor. No caso da economia brasileira, segundo *Euromonitor*, o percentual dos lares que recebiam mais de US\$ 65.000 era de apenas 6% em 2010, enquanto nos Estados Unidos este valor chega a 43,84%. Isto significa que a distribuição de renda dos lares estadunidenses é melhor que a dos brasileiros.

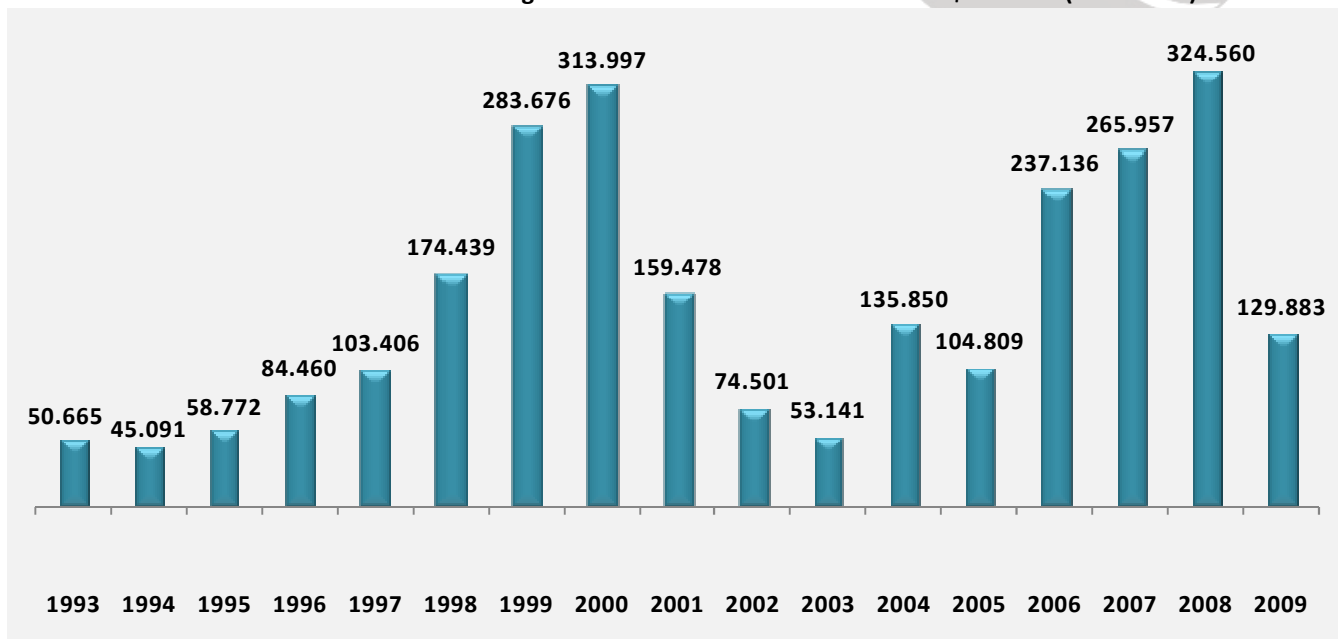
Gráfico 4: Distribuição dos lares estadunidenses por faixa de renda anual em 2005 e em 2010



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

A economia dos Estados Unidos encontra-se em 1º lugar entre os países que integram o NAFTA, atraindo investidores estrangeiros para a região. O Gráfico 5 mostra a evolução da entrada de investimentos estrangeiros diretos no país entre 1993 e 2009. Nota-se o forte aumento da entrada de IED no país, especialmente a partir de 2006. No ano de 2008, o fluxo de entrada de IED alcançou US\$ 324,5 bilhões, reduzindo para US\$ 129,8 bilhões no final do período.

Gráfico 5: Investimento Estrangeiro Direto nos Estados Unidos em US\$ milhões (1993-2009)



Fonte: UNCTAD. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Grande parte das importações estadunidenses está sujeita a barreiras tarifárias. No entanto, além das tarifas de importação, existem diversos outros mecanismos que podem dificultar a entrada de mercadorias, tais como: procedimentos aduaneiros, cotas tarifárias, licenciamentos, subsídios, regulamentos nacionais e exigências relacionadas a certificação e proibição de importações, entre outros.

É oportuno lembrar que as mercadorias importadas pelos Estados Unidos estão sujeitas a tarifas distintas – incluindo isenção total de tarifas –, as quais dependem de sua classificação na lista tarifária dos Estados Unidos e do país de origem do produto. As tarifas distinguem-se em *ad valorem*, específicas ou compostas⁷. Podem ser aplicáveis aos produtos tanto a tarifa da nação mais favorecida, isto é, aquela estabelecida nas negociações multilaterais da OMC, quanto uma tarifa preferencial em razão de acordos preferenciais de comércio.

De acordo com os dados da OMC, todas as tarifas de importação dos Estados Unidos foram consolidadas. A média das tarifas de importação *ad valorem* aplicadas pelos Estados Unidos é de 3,5% – sendo que a média da tarifa aplicada aos bens é de 3,3%, e a média aplicada aos produtos agrícolas é de 5,3%⁸. Algumas mercadorias estão, no entanto, sujeitas a cotas tarifárias. De acordo com a OMC, existem cotas em 9,5% das linhas tarifárias norte-americanas⁹. As cotas anuais aplicam-se às importações de produtos lácteos, ração animal, chocolate, têxteis, algodão, amendoim, açúcar, tabaco e trigo. Dentre os produtos sujeitos a cotas tarifárias, destacam-se: anchovas, vassouras, álcool etílico, leite e creme de leite, azeitonas e alguns tipos de peixe, entre outros produtos¹⁰.

As barreiras não tarifárias objetivam, muitas vezes, proteger a economia e a segurança dos Estados Unidos, bem como a saúde dos seus consumidores, o meio ambiente e a moral pública. Essas restrições e essas proibições são estabelecidas por meio de leis e regulamentos administrados por órgãos governamentais dos Estados Unidos, que podem especificar a proibição da entrada de determinadas mercadorias, limitar a entrada a alguns portos, requisitar a certificação e estabelecer a necessidade de licenciamentos. Assim, a liberação da importação só será realizada quando as condições estabelecidas forem atendidas¹¹.

Entre os produtos cuja importação é proibida destacam-se derivados de mamíferos marinhos, camarões e atuns provenientes de países que não estejam em conformidade com as leis ambientais norte-americanas. Além disso, é vetada a entrada de narcóticos e drogas e qualquer mercadoria produzida de

⁷ *Importing into the United States*. Disponível em http://www.customs.gov/xp/cgov/trade/trade_outreach/diduknow.xml.

⁸ OMC. Disponível em http://stat.wto.org/TariffProfiles/US_E.htm.

⁹ OMC. Disponível em http://stat.wto.org/TariffProfiles/US_E.htm.

¹⁰ The Economist Intelligence Unit. US Customs and Border Protection (www.customs.gov).

¹¹ Maiores informações a respeito das exigências relacionadas à importação de mercadorias e os órgão governamentais responsáveis podem ser encontradas em www.customs.gov.

forma a violar os direitos de propriedade intelectual¹², mercadorias que tenham relação com grupos terroristas e mercadorias produzidas por meio de trabalho forçado¹³.

Outras barreiras não-tarifárias que podem dificultar e retardar a exportação consistem em padrões e certificações específicas (lã, produtos de pele de animal, bebidas alcoólicas) e no atendimento às exigências do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos e da *Food and Drug Administration* (inspeções para animais vivos, plantas, inseticidas, alimentos, bebidas, drogas e cosméticos)¹⁴.

O licenciamento é exigido para produtos como peixes, plantas, animais, medicamentos, bebidas alcoólicas, tabaco, armas de fogo, explosivos, entre outros.¹⁵ Um novo procedimento para aprovação das primeiras importações de frutas e vegetais sujeitas a medidas sanitárias e fitossanitárias entrou em vigor em 2007¹⁶. Esse procedimento é aplicável a todas as plantas, animais e produtos de origem animal que estejam sendo importados pela primeira vez, podendo durar até três anos¹⁷. Entre as mercadorias sujeitas a licenciamento de importação compulsório encontram-se armas e munições e produtos provenientes de países como Cuba, Irã, Mianmar, Coreia do Norte e Sudão¹⁸.

Além disso, vale ressaltar que o governo dispõe de diversas maneiras de proteger sua indústria nacional de importações consideradas desleais. As principais são as medidas *antidumping* e compensatórias. A retaliação é obrigatória quando ocorre alguma violação aos acordos de comércio ou a qualquer prática injustificável de comércio, e seu efeito deve ser equivalente ao valor correspondente aos danos sofridos pelos Estados Unidos.

Medidas *antidumping* consistem em um importante instrumento de política comercial nos Estados Unidos. Os direitos *antidumping* podem ser significativos – até 280% – e podem, dessa forma, afetar substancialmente os preços domésticos nos Estados Unidos, já que grande parte desses direitos são aplicados a bens intermediários, como aço e produtos químicos. O percentual das importações norte-americanas diretamente afetadas por medidas *antidumping* é de menos de 0,1%¹⁹.

Além de barreiras tarifárias e não tarifárias, existem outras medidas que podem afetar a competitividade dos produtos importados, como a assistência do governo dos Estados Unidos aos produtores domésticos. Essa assistência pode acontecer de diversas formas, e as mais comuns são as isenções tributárias, tanto federais quanto estatais, além dos programas de crédito.

¹² Os Estados Unidos são importantes produtores e exportadores de bens e serviços que demandam alto nível de conhecimento. Portanto, os Estados Unidos buscam assegurar a proteção da propriedade intelectual de diversas formas, como acordos de livre comércio, acordos bilaterais de propriedade intelectual e acordos bilaterais de investimentos, além das negociações no âmbito da OMC.

¹³ OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV. Para maiores informações, ver *Importing into the United States*. Disponível em http://www.customs.gov/xp/cgov/trade/trade_outreach/diduknow.xml.

¹⁴ *Importing into the United States*. Disponível em http://www.customs.gov/xp/cgov/trade/trade_outreach/diduknow.xml.

¹⁵ WTO Document G/LIC/N/3/USA/5, 29 Fevereiro 2008.

¹⁶ OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV.

¹⁷ OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV.

¹⁸ *The Economist Intelligence Unit*.

¹⁹ OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV.

Entre 2003 e 2004, existiam 430 programas de subsídios. Entre eles, 42 em nível federal e o restante em nível subfederal. Os setores de agricultura e energia são os principais beneficiários do apoio do governo federal. Esse apoio doméstico pode afetar o mercado mundial na medida em que os Estados Unidos encontram-se entre os maiores produtores e consumidores mundiais de numerosos produtos.

Quanto à redução e isenção tributárias, os pequenos produtores estadunidenses de vinho e cerveja, por exemplo, beneficiam-se tanto de uma redução do imposto federal quanto de uma taxa de crédito. Esses benefícios não estão disponíveis aos produtos importados. Os vinhos importados e nacionais estão sujeitos a um imposto de US\$ 1,07 a US\$ 3,40 por galão. Pequenos produtores – com uma produção anual de até 150.000 galões – recebem um crédito de US\$ 0,90 pelos primeiros 100.000 galões produzidos. Além disso, créditos decrescentes são disponibilizados às vinícolas que produzem entre 150.000 e 250.000 galões por ano. Já a cerveja, importada e nacional, está sujeita a um imposto federal de US\$ 18,00 por barril de 31 galões. Esse imposto pode ser reduzido a US\$ 7,00 quando se tratar dos 60.000 primeiros barris produzidos em um ano por uma empresa nacional que tenha uma produção anual de até dois milhões de barris de cerveja. Essa redução de impostos não se aplica à cerveja importada.

Vale mencionar, ainda, que os Estados Unidos cobram um imposto sobre certos produtos importados e nacionais, como combustíveis, alguns automóveis, caminhões e trailers, materiais esportivos, armas de fogo e munições, bebidas destiladas, tabaco e papel²⁰. Além disso, as importações estão sujeitas ao imposto de manutenção portuária e à taxa de processamento de mercadorias. Essa taxa, que consiste em 0,21% do valor de importação, não é aplicada às importações de alguns parceiros preferenciais²¹, embora incida sobre importações com valor acima de US\$ 2.000. O valor mínimo e máximo são US\$ 25,00 e US\$ 485,00.

Questões relacionadas à segurança continuam a provocar mudanças nos procedimentos aduaneiros. O *SAFE Port Act*, de 2006, aumentou as exigências dos procedimentos de segurança relativos às cargas, além de ampliar os requisitos em relação às informações que devem ser prestadas pelos importadores²².

Por fim, as leis aduaneiras norte-americanas determinam que os produtos importados devem ser identificados com o nome do país de origem em inglês a fim de informar o consumidor sobre o país em que o produto foi produzido ou manufaturado. Existem, no entanto, algumas exceções dispondo que somente os contêineres devem ser identificados. Caso o artigo não seja devidamente identificado no momento da importação, uma taxa de 10% sobre o valor aduaneiro do produto será exigida²³.

²⁰ OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV.

²¹ OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV.

²² OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV.

²³ OMC. *Trade Policy Review*. Estados Unidos, 2008. Parte IV.

ACORDOS COMERCIAIS

Os Estados Unidos estabelecem relações de comércio em diversas frentes, como na multilateral, na regional e na bilateral. Os Estados Unidos têm negociado diversos acordos preferenciais de comércio e, atualmente, contam com dezessete acordos de livre comércio vigentes. Outros três acordos foram celebrados, mas ainda não se encontram em vigor. Além disso, os Estados Unidos concedem preferências unilaterais aos países em desenvolvimento sob diversas formas²⁴.

No âmbito das relações multilaterais da OMC, os Estados Unidos concedem o tratamento da nação mais favorecida a todos os membros da organização, exceto Cuba. Além disso, os Estados Unidos não concedem a tarifa da nação mais favorecida à Coreia do Norte, que não é país membro da OMC²⁵. A média da tarifa aplicada, no ano de 2008, foi de 3,5%. No entanto, a tarifa aplicada ao setor agrícola (conforme definição da OMC) foi de 5,3% no mesmo ano. Quanto aos produtos manufaturados, a média das tarifas aplicadas nesse ano foi de 3,3%. Vale ressaltar, entretanto, que aproximadamente 9,5% de todas as linhas tarifárias estão sujeitas a cotas tarifárias²⁶. De fato, as tarifas aplicadas aos produtos que ultrapassam determinada cota consistem nas principais formas de protecionismo para alguns produtos agrícolas.

Quanto aos acordos regionais, os Estados Unidos fazem parte do NAFTA (*North America Free Trade Area*), formado por México, Canadá e Estados Unidos; e do CAFTA-DR (*Dominican Republic - Central America - United States Free Trade Agreement*), composto por Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua e Estados Unidos. Entre outras iniciativas, destacam-se a participação dos Estados Unidos na APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation*) e na ASEAN (*Association of South East Asian Nations*) por meio de Acordos Quadro de Comércio e Investimentos²⁷. Por fim, estão conduzindo negociações com os países do Oriente Médio para, futuramente, formar o MEFTA (*US-Middle East Free Trade Area*)²⁸.

Em âmbito bilateral, os Estados Unidos mantêm acordos de livre comércio com: Austrália, Bahrain, Chile, Israel, Jordânia, Marrocos, Cingapura, Peru e Omã. Vale ressaltar que acordos de livre comércio foram celebrados com Colômbia e Panamá, mas ainda não se encontram em vigor²⁹. Em 2007 foi assinado um acordo de livre comércio com a Coreia do Sul – KORUS FTA.

24 USTR. Disponível em <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements>

25 USITC. Disponível em <http://dataweb.usitc.gov/scripts/query.asp>

26 WTO. Trade Policy Review. WT/TPR/S/200/Rev.1. p. 18

27 USTR. <http://www.ustr.gov/trade-agreements/other-initiatives>.

28 MEFTA. http://www.bilaterals.org/rubrique.php3?id_rubrique=174&lang=en.

29 <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements>

A maioria dos acordos comerciais prevê, entre outros aspectos, a eliminação total das tarifas de importação para os produtos manufaturados e certa liberalização no comércio de bens agrícolas.³⁰

No ano de 2008, as exportações dos Estados Unidos para os países com os quais existem acordos comerciais de livre comércio representaram US\$ 527 bilhões, aproximadamente 41% do total das suas exportações. As importações provenientes dos países com os quais mantêm acordos de livre comércio totalizaram US\$ 632,4 bilhões no ano de 2008, aproximadamente 30,1% do total das suas importações. Além disso, os Estados Unidos concedem preferências tarifárias unilaterais por meio do Sistema Geral de Preferências (SGP), da Lei de Crescimento e Oportunidades para a África (*African Growth and Opportunity Act - AGoa*), da Lei de Recuperação Econômica da Bacia do Caribe (*Caribbean Basin Economic Recovery Act - CBERA*) e a Lei de Preferência Comercial para a Região Andina (*Andean Trade Preference Act - ATPA*).³¹ A concessão dessas preferências tarifárias está condicionada aos objetivos da política estadunidense e ao atendimento de suas exigências específicas.

No âmbito do SGP, os Estados Unidos concedem isenção de direitos aduaneiros a alguns produtos de países em desenvolvimento elegíveis. Um total de 131 países em desenvolvimento, entre eles o Brasil, é beneficiário desse tratamento.³² Os produtos elegíveis são identificados conforme sua classificação tarifária em nomenclatura própria (*Harmonized Tariff Schedule of the United States - HTSUS*).³³ No ano de 2008, o valor total de importações estadunidenses sob o SGP foi de US\$ 24,5 milhões, representando apenas 1,16% do total das importações no mesmo ano. O valor das importações brasileiras beneficiadas pelo SGP foi de US\$ 2,7 milhões, aproximadamente 11,2% do total das importações SGP no ano de 2008.³⁴ Vale ressaltar que os principais beneficiários do SGP dos Estados Unidos são Índia, Tailândia e Brasil.

³⁰ Para maiores informações, ver http://ustraderep.gov/Trade_Agreements/Bilateral/Section_Index.html.

³¹ WTO. *Trade Policy Review*. WT/TPR/S/200/Rev.1. p. 19

³² USTR. <http://www.ustr.gov/trade-topics/trade-development/preference-programs/generalized-system-preference-gsp>

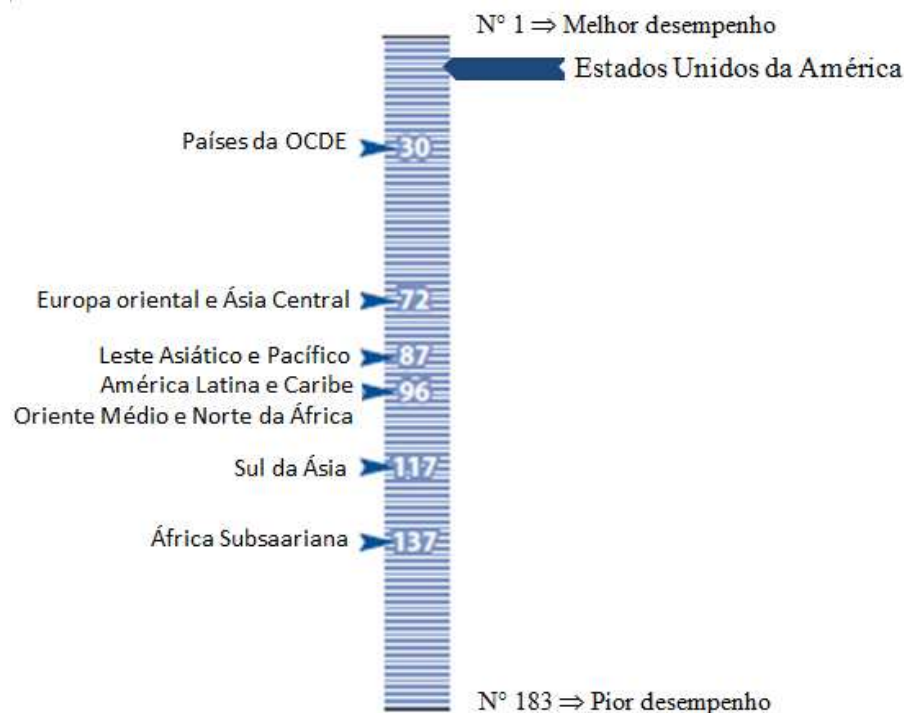
³³ Para verificar se um produto é ou não elegível ao tratamento tarifário preferencial do SGP estadunidense, sugerimos consultar o site da *United States International Trade Commission (USITC)*, no seguinte endereço eletrônico: www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm.

³⁴ USITC. Disponível em <http://dataweb.usitc.gov/scripts/query.asp>

AMBIENTE DE NEGÓCIOS

De acordo com o *Doing Business 2011*³⁵, do Banco Mundial, os Estados Unidos da América ocupam a 5ª posição no *ranking* de 183 países avaliados por sua facilidade para se fazer negócios. A classificação dos países leva em conta aspectos relacionados à abertura de empresas, obtenção de alvarás, contratação de empregados, emissão e 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 colocação deste país em relação às principais regiões do mundo, destacando-se por sua excelente classificação.

Figura 2: Ranking *Doing Business 2011*: posição dos Estados Unidos em relação às principais regiões do mundo



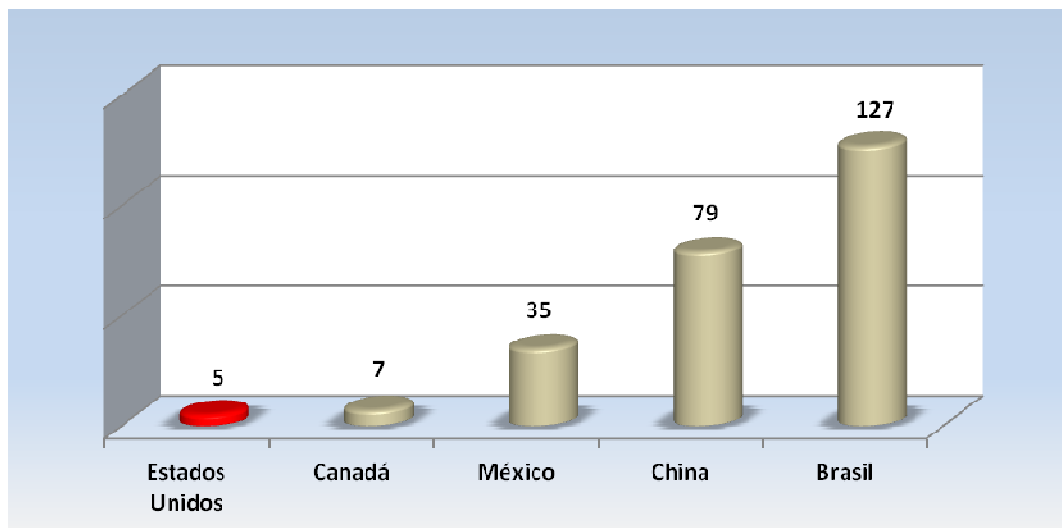
Fonte: *Doing Business 2011*. Banco Mundial. Elaboração UICC. APEX-Brasil.

Os cinco primeiros países no ranking do *Doing Business* se mantiveram na mesma posição nos últimos dois anos. O país com melhor ambiente de negócios no mundo, segundo o documento, é Cingapura, seguida por Hong Kong, Nova Zelândia, Reino Unido e Estados Unidos. Retirando Cingapura e

35 Publicação anual do Banco Mundial que fornece uma avaliação quantitativa das regulações relacionadas à atividade empresarial. Esta publicação pode ser obtida em <http://www.doingbusiness.org/reports/doing-business/doing-business-2011>

Hong Kong, em função de suas dimensões, percebe-se que os Estados Unidos apresentam um excelente ambiente para se fazer negócios. Em comparação aos países selecionados, os Estados Unidos e o Canadá se destacam dos demais, conforme pode ser observado no Gráfico 6.

Gráfico 6: Ranking Doing Business 2011: posição dos Estados Unidos, Canadá, México, China e Brasil



Fonte: *Doing Business 2011*. Banco Mundial. Elaboração UICC. APEX-Brasil.

Embora tenha permanecido estável nas duas últimas avaliações, os EUA apresentaram queda em dois itens que compõem este indicador e melhora em um, como pode ser observado na Tabela 3. Os dados indicam que obtenção de alvarás e pagamento de impostos foram os elementos que tiveram retrocesso para os EUA, sendo o que se refere a impostos o mais significativo. Já a melhora ocorreu no item referente ao fechamento de empresas.

Tabela 3: Ranking dos itens que compõem o índice de facilidades de fazer negócio em 2010 e 2011

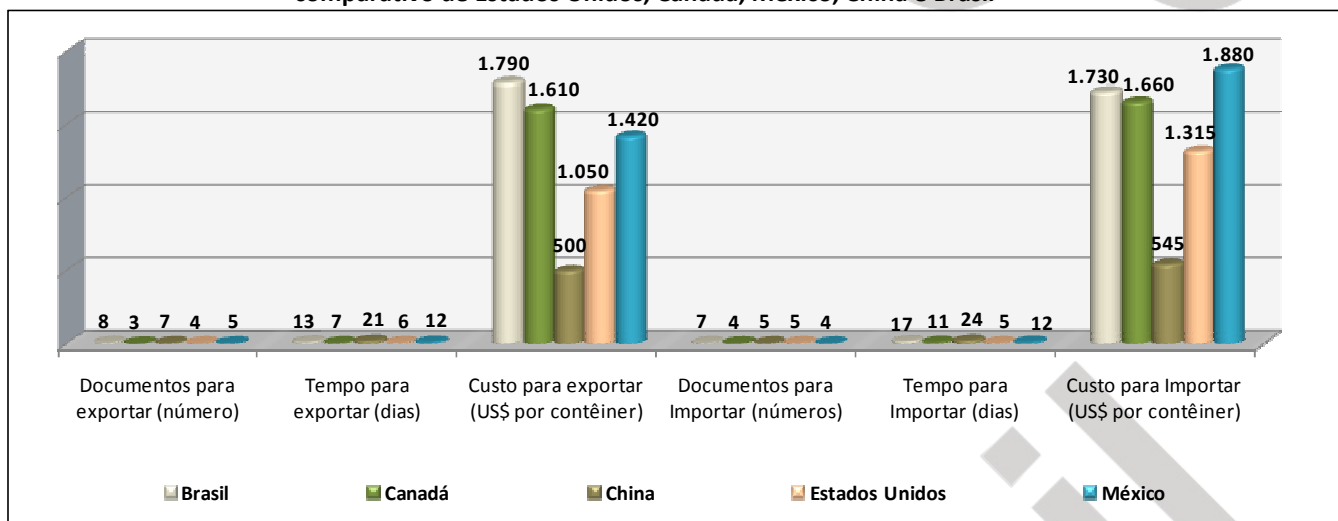
Item	Ranking de 2011	Ranking de 2010	Mudanças no Ranking
Facilidade de fazer negócios	5	5	sem alteração
Abertura de empresas	9	9	sem alteração
Obtenção de alvarás	27	26	-1
Registro de propriedades	12	12	sem alteração
Obtenção de crédito	6	6	sem alteração
Proteção de investidores	5	5	sem alteração
Pagamento de impostos	62	59	-3
Comércio exterior	20	20	sem alteração
Cumprimento de contratos	8	8	sem alteração
Fechamento de empresas	14	15	1

Fonte: *Doing Business 2011*. Banco Mundial. Elaboração UICC. APEX-Brasil.

O item *Comércio exterior* leva em consideração: *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. Tomando como referência os itens selecionados, compôs-se o Gráfico 7.

Gráfico 7: Elementos de avaliação do item “comércio exterior” do ranking *Doing Business* 2011: comparativo de Estados Unidos, Canadá, México, China e Brasil

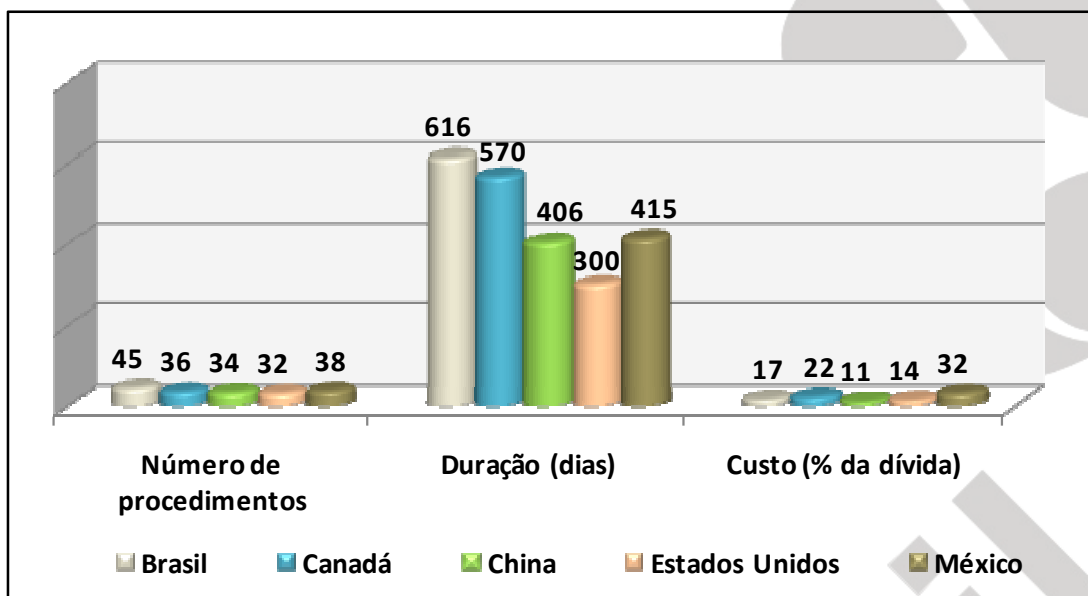


Fonte: *Doing Business* 2011. Banco Mundial. Elaboração: UICC APEX-Brasil.

Pelos dados do Gráfico 7, pode-se verificar que os EUA, dos países selecionados, é o que apresenta os processos para exportação mais ágeis, representados pelo pequeno número de documentos necessários (4) e o menor tempo, de apenas 6 dias. Porém, perde sua posição no que se refere ao número de documentos para importar. Já no que se refere aos custos, eles são significativamente maiores que os da China, tanto para exportar como para importar, embora bem inferiores aos dos demais países.

Outro item de avaliação é o cumprimento de contratos, que busca medir a eficiência dos tribunais na resolução de disputas relacionadas a operações de venda. São avaliados neste item o tempo, o custo e número de processos envolvidos na contenda, desde o momento do registro da ação até a efetivação do pagamento requerido por uma das partes. Neste critério os Estados Unidos apresentam uma queda significativa se comparado à sua avaliação global, ficando na 8ª posição no *ranking* mundial, embora a avaliação destes componentes seja melhor do que a dos países selecionados em todos os itens, exceto nos custos dos processos se comparado à China, como pode ser observado no Gráfico 8.

Gráfico 8: Elementos de avaliação do item “cumprimento de contratos” do ranking *Doing Business* 2011: comparativo de Estados Unidos, Canadá, México, China e Brasil



Fonte: *Doing Business* 2011. Banco Mundial. Elaboração UICC. APEX-Brasil.

CAPACIDADE DE PAGAMENTO

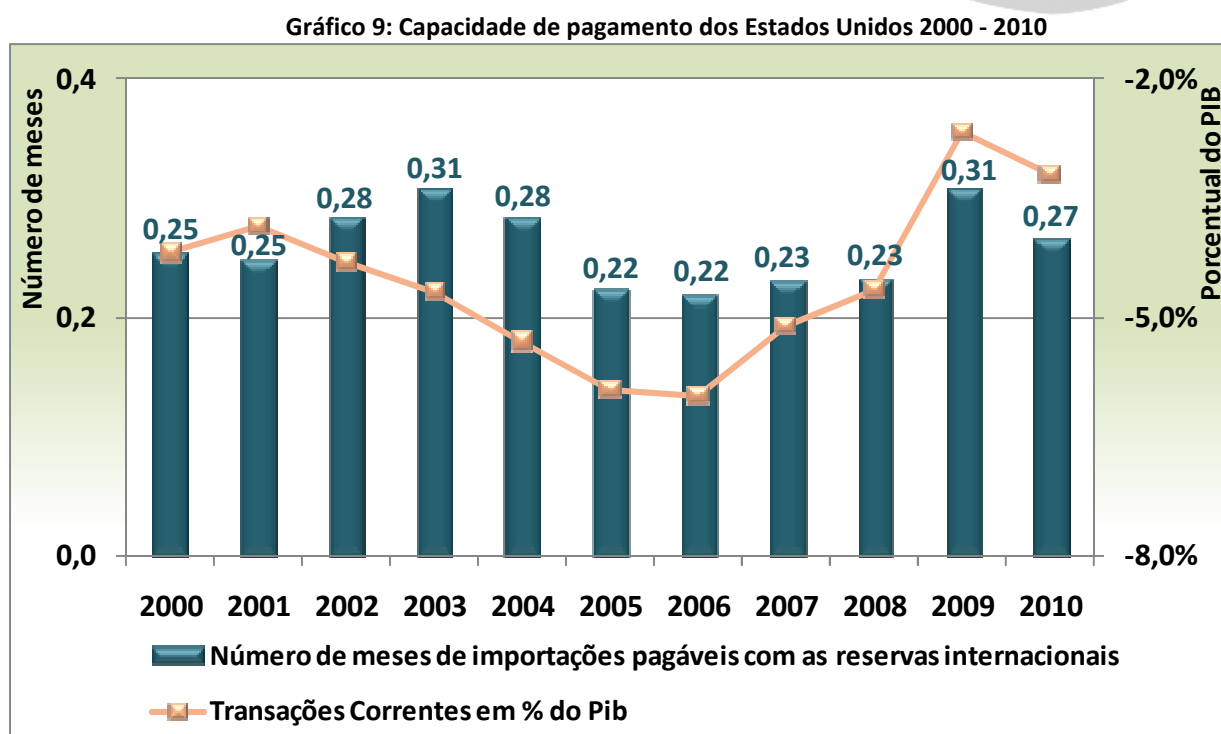
A avaliação da capacidade de pagamentos inclui não somente a avaliação financeira como também o risco político – medido na disposição do governo dos Estados Unidos a pagar as dívidas em moeda estrangeira – e a facilidade de aquisição de moedas estrangeiras. Parte desta avaliação foi feita com base nas 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. Cada uma destas categorias ainda possui uma escala numérica que vai de um (nota máxima para aquela categoria) até seis (pior nota para aquela categoria)³⁶.

Esta medida de risco (*rating*) é realizada para longo 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. No longo prazo, a qualificação dos Estados Unidos foi AAA, avaliação máxima no que se refere ao cumprimento de contratos. Já para o curto prazo foi AA+ que, embora não seja a máxima possível no ranking, foi a maior obtida na avaliação dos países. Poucos ficaram com esta avaliação, sendo um deles os EUA. No que se refere à tendência, ela foi classificada como estável, logo se pode esperar que não haverá mudanças nestes indicadores no curto prazo. No entanto, o aumento

³⁶ Outras referências relativas aos ratings podem ser obtidas em: http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/ps/la/page.topic/researchlearning_cm/3,2,2,0,0,0,0,0,0,2,1,0,0,0,0.html

significativo do déficit público e da dívida bruta do setor público dos EUA desde 2009 pode levar as agências a rebaixar o *rating* daquele país ainda em 2011.

Têm-se, ainda, duas formas adicionais de avaliar a capacidade de pagamento de um país. A primeira é avaliar o Saldo de Transações Correntes³⁷ 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 estas informações.



Pelos dados do Gráfico 9, pode-se verificar que o número de meses de importações que se pode pagar com as reservas tem se reduzido, em média, desde 2003. Ao mesmo tempo, o déficit em transações correntes tem se ampliado intensamente desde 2006, com uma ligeira melhora em 2010. Isso indica uma redução da capacidade de pagamento dos Estados Unidos. No entanto, deve-se ressaltar que a moeda utilizada internacionalmente como meio de troca é o dólar, e que a dívida do governo estadunidense é liquidável também em dólar. Como esta moeda também tem sido utilizada como reserva de valor em grande parte do mundo, é possível afirmar que, mesmo com déficits consecutivos, seria quase improvável que os Estados Unidos não honrassem seus compromissos em dólares. Destaca-se que, se as tendências

³⁷ No Saldo de transações Correntes estão contabilizadas as receitas e despesas com exportações e importações de mercadorias, vagens, fretes, seguros, salários, juros, lucros e dividendos, entre outras. Quando as despesas superam as receitas, têm-se um Déficit em Conta Corrente e vice-versa.

evidenciadas no Gráfico 9 e as da dívida americana não se reverterem, isso por ter impacto também na cotação do dólar no mercado internacional.

Em resumo, estas informações indicam elevada capacidade de pagamentos que, somadas com os *ratings* obtidos pelo país junto a *Standard and Poor's* permitem concluir que, neste quesito, os Estados Unidos não deverão apresentar problemas de incapacidade de pagamentos.

INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

Devido à sua dimensão continental, a economia dos Estados Unidos depende demasiadamente do frete para ligar negócios entre fornecedores e o mercado consumidor, tanto interna quanto externamente. No ano de 2008, os prestadores de serviço de frete nos Estados Unidos receberam US\$ 22 bilhões para os serviços comerciais de frete referentes aos negócios feitos com outros países. Os portos e aeroportos receberam US\$ 36 bilhões pelos serviços portuários e aeroportuários. As empresas estadunidenses movimentaram US\$ 54 bilhões em frete com empresas de transporte estrangeiras e US\$ 27 bilhões em serviços de fretes com portos e aeroportos estrangeiros³⁸.

Destaca-se que existe uma expressiva malha rodoviária, composta por rodovias estaduais e municipais, que permitem diversas conexões por excelentes estradas. Por esta malha rodoviária, foram transportadas, em 2007, aproximadamente 1.889.923 milhões de toneladas de carga. No mesmo período, na área do Euro, passaram 45.032 milhões de toneladas de carga, volume correspondente a apenas 2,38% do transportado nos Estados Unidos (*World Bank, 2010*)³⁹.

No que se refere ao transporte de passageiros, em 2007 foram transportados por via rodoviária, nos EUA, 7.940.033 milhões de passageiros, enquanto na zona do Euro esse número foi de apenas 97.840 milhões, correspondendo a 1,23% do observado nos Estados Unidos (*World Bank, 2010*).

³⁸ Dados do US Department of Transportation. Disponível em <http://www.bts.gov/publications/>.

³⁹ World Bank. World Development Indicators 2010. USA, April, 2010.

Figura 3: Principais rodovias dos Estados Unidos da América



Fonte: *National Atlas of United States*, 2011.

Destaca-se, também, a malha ferroviária existente nos Estados Unidos. Esta permite a integração de praticamente todas as regiões do país, como pode ser observado na Figura 4.

Figura 4: Malha Ferroviária dos Estados Unidos da América



Fonte: *World Maps*, 2011⁴⁰.

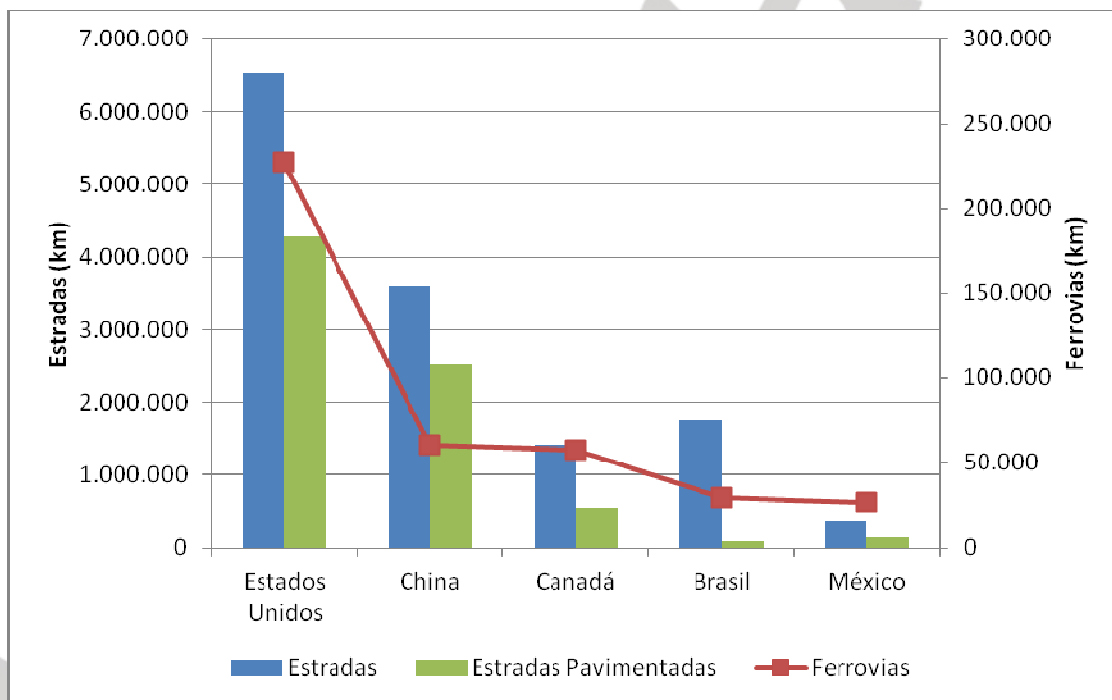
40 Acessível em <http://www.mapsofworld.com/usa/usa-rail-map.html>

A extensão da malha ferroviária americana é de 227.058 km, por onde trafegaram, em 2008, 9.935 milhões de passageiros e 2.788.230 milhões de toneladas de carga (*World Bank, 2010*). O principal produto transportado nas ferrovias americanas é o carvão, correspondendo a 49% do total do volume de carga que se origina nos EUA, e o segundo são os produtos agrícolas, que representam 8,9% (*Association of American Railroads, 2011*)⁴¹.

De 1980 a 2010, as empresas ferroviárias americanas investiram mais de 480 bilhões de dólares na manutenção e renovação de sua infraestrutura e equipamentos. Embora seja a maior malha ferroviária existente no mundo atualmente, foi lançado recentemente o *Freight Rail Act* de infraestrutura (HR 1806), que busca estabelecer normas para estimular a expansão das ferrovias americanas, com base na capacidade instalada em 2009. Para essa expansão prevê-se a criação de parcerias público-privadas onde se oferecem incentivos fiscais para projetos que ampliem a capacidade ferroviária (*Association of American Railroads, 2011*).

Em suma, no que se refere à infraestrutura de carga, os Estados Unidos destacam-se dos demais países por sua dimensão e abrangência. O Gráfico 10 permite vislumbrar a diferença existente da estrutura de transporte terrestre entre os países selecionados.

Gráfico 10 – Comparação da malha rodoviária e ferroviária dos Estados Unidos, China, Canadá, Brasil e México

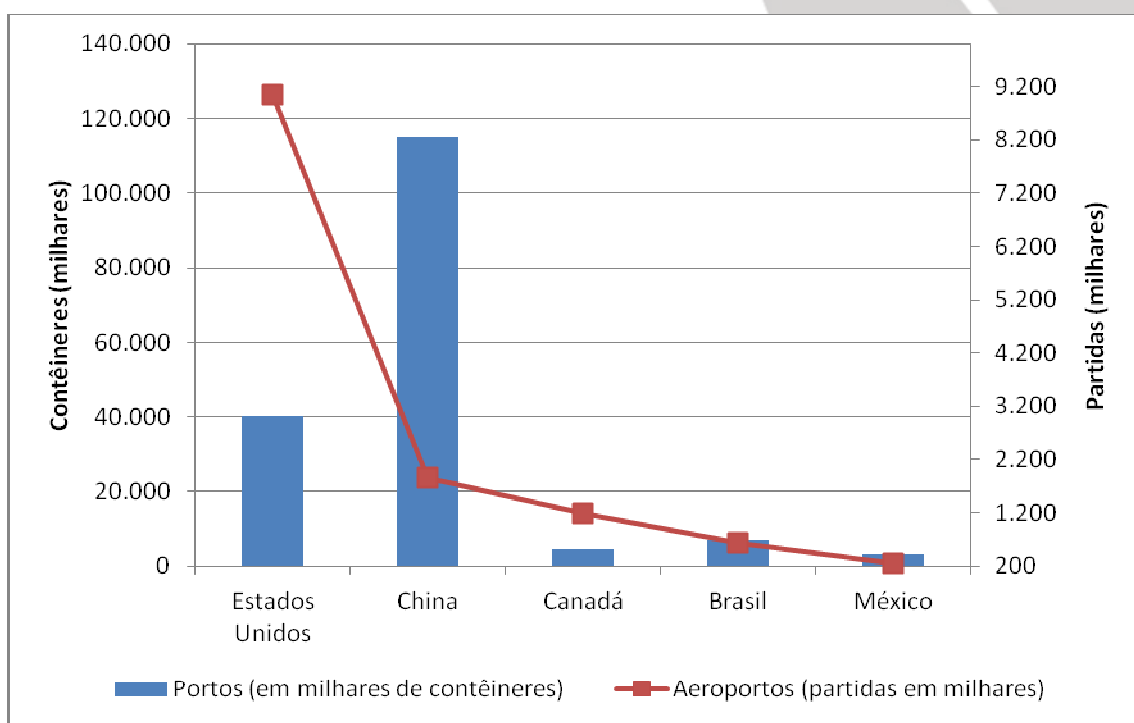


Fonte: World Bank, 2010.

41 Acessível em <http://www.aar.org/KeyIssues/Railroads-States.aspx>.

No que se refere ao transporte marítimo, os EUA são o segundo país com maior volume de contêineres transportados no mundo, embora seu volume seja de apenas 35% do observado na China, como pode ser verificado no Gráfico 11.

Gráfico 11: Comparação do volume de contêineres transportados nos portos e número de partidas dos aeroportos nos Estados Unidos, China, Canadá, Brasil e México



Fonte: World Bank, 2010.

A Tabela 4 contém os dados apresentados nos Gráficos 10 e 11.

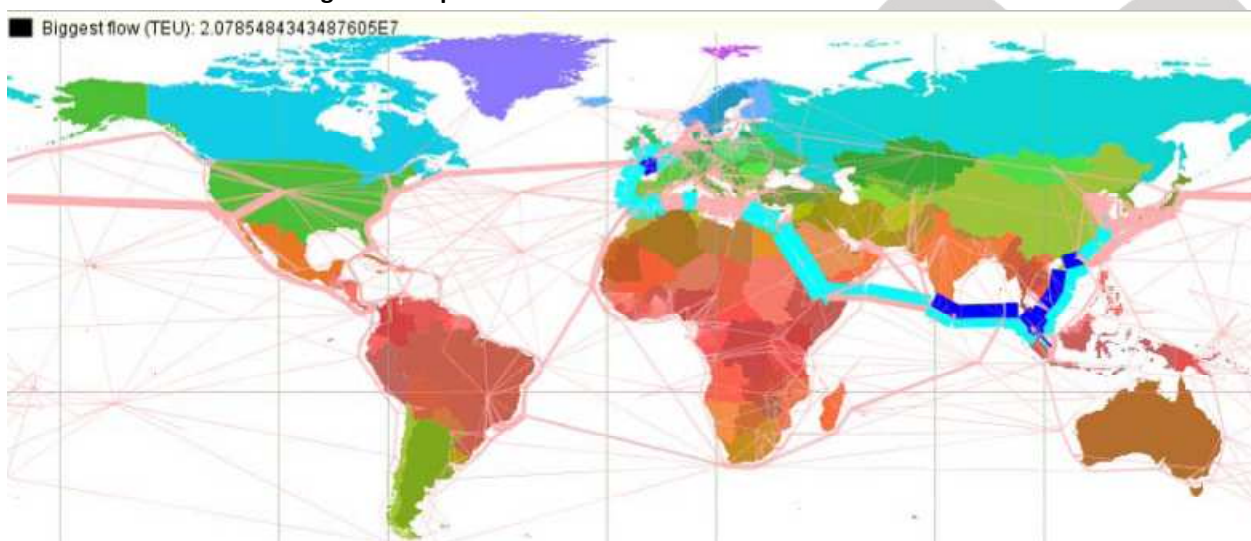
Tabela 4 - Infraestrutura de transporte e volume de carga nos Estados Unidos, China, Canadá, Brasil e México

Item	Estados Unidos	China	Canadá	Brasil	México
Estradas (km)	6.544.257	3.583.715	1.409.000	1.751.868	360.075
Porcentual Pavimentada	65,30%	70,70%	39,90%	5,50%	38,20%
Ferrovias (km)	227.058	60.809	57.216	29.817	26.677
Portos (em milhares de contêineres)	40.345	115.061	4.721	6.879	3.161
Aeroportos (partidas em milhares)	9.054	1.853	1.200	648	266
Estradas Pavimentadas	4.273.400	2.533.687	562.191	96.353	137.549

Fonte: World Bank, 2010.

Além da sua elevada capacidade de carga, os Estados Unidos se beneficiam por sua posição geográfica, que lhe dá um diferencial competitivo no que se refere a custos de transporte e logística em nível internacional, dado que possui uma imensa área costeira com os oceanos Atlântico e Pacífico, como pode ser observado na Figura 5.

Figura 5: Mapa do fluxo marítimo de contêineres no mundo



Fonte: Newton, Kawabata, Maurer, Pearman, Meijeren, Jong, 2010⁴².

Obs.: A espessura da linha indica a intensidade do fluxo de contêineres. Assim, quanto mais larga for a linha, maior será o fluxo de contêineres.

O intenso fluxo de comércio internacional dos Estados Unidos é atendido por um elevado número de portos espalhados não só pelo continente como também por ilhas do Pacífico.

Em síntese, a infraestrutura norte-americana é muito ampla, cobrindo todas as regiões do país pelos modais terrestres e, ao mesmo tempo, dado a proximidade do canal do Panamá, pode-se transportar cargas da costa leste para a oeste por meio de navios. Esta ampla diversidade e sua capacidade de carga instalada permitem colocá-lo em destaque em relação ao restante do mundo em termos logísticos.

No ano de 2008, os três maiores exportadores mundiais e, conseqüentemente, os países que mais movimentaram os fretes de exportação, foram Alemanha, China e Estados Unidos. Esses países juntos responderam por cerca de 26% das movimentações mundiais de frete. Cerca de 13% dos fretes de exportação do mundo partiram dos Estados Unidos. A tabela abaixo evidencia a divisão da utilização do transporte nos Estados Unidos no ano de 2007.

⁴² Newton, S.; Kawabata Y.; Maurer, H.; Pearman, A.; Meijeren, J.; Jong, G.; *Ports and their connections within the TEN-T. (Final Report)*, Zoetermeer, December 2010. Acessível em: http://ec.europa.eu/transport/infrastructure/studies/doc/2010_12_ports_and_their_connections_within_the_ten-t.pdf

Tabela 5: Movimentação de mercadorias por modal nos Estados Unidos em 2007

Modal de Transporte	Toneladas (milhões)	Porcentagem (%)	Valor (US\$ bilhões)	Porcentagem (%)
Rodoviário	8,779	69,99	8,336	71,34
Ferroviário	1,861	14,84	436	3,73
Aquaviário	404	3,22	115	0,98
Aéreo	4	0,03	252	2,17
Intermodal	574	4,58	1,867	15,97
Dutoviário	651	5,19	400	3,42
Outros	272	2,15	279	2,39
Total	12,543	100,00	11,685	100,00

Fonte: US Department of Transportation. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Os principais portos de movimentação de carga marítima nos anos de 2007 e 2008 nos Estados Unidos foram: Los Angeles, Long Beach, New York/New Jersey, Savannah, Norfolk, Oakland, Houston, Charleston, Tacoma e Seattle. Em 2008, os portos dos Estados Unidos movimentaram, em média, 77 mil TEU's⁴³ por dia. Em 1995, eram movimentados em média 37 mil TEU's.

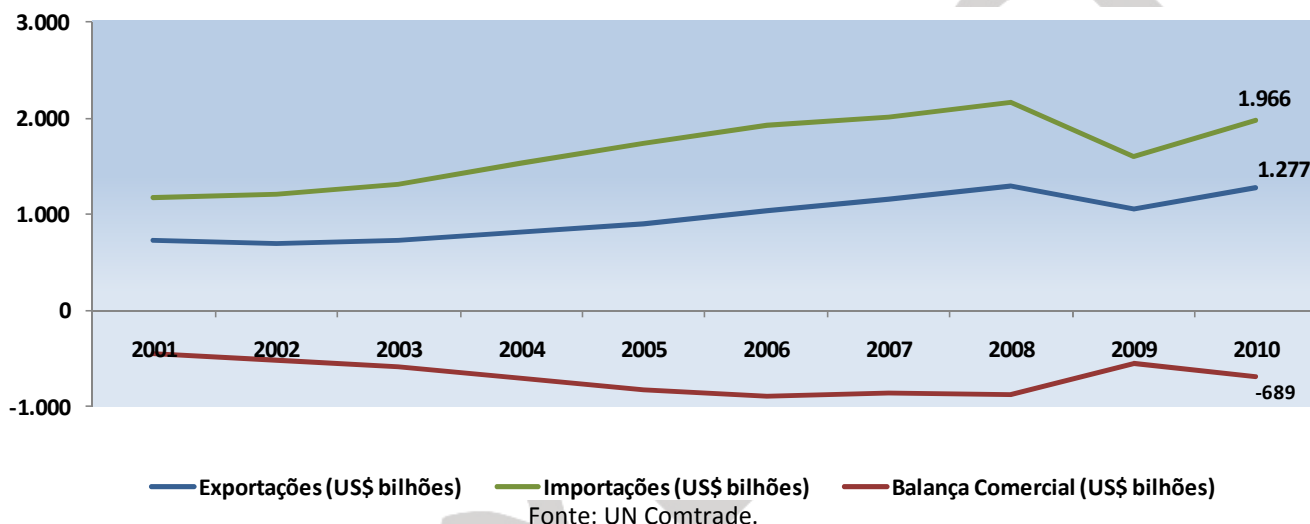
Cerca de um quarto do comércio dos Estados Unidos é movido através de carga aérea. Trata-se da principal modalidade de transporte para cargas de elevado valor e produtos perecíveis. O tráfego aéreo dos Estados Unidos corresponde a aproximadamente um terço do mercado de tráfego aéreo mundial. Dos trinta maiores aeroportos do mundo, 17 estão situados nos Estado Unidos.

⁴³ TEU é a medida padrão para movimentação de contêineres e equivale a uma unidade de contêiner de 20'.

EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DOS ESTADOS UNIDOS

A evolução do comércio exterior dos Estados Unidos, no período que se estende de 2001 a 2010, está ilustrada no Gráfico 12. Observa-se que, no período de 2001 a 2003, os fluxos comerciais aumentaram ligeiramente, a uma taxa média de apenas 3,0% ao ano, passando de US\$ 1,911 trilhão para US\$ 2,028 trilhões, isto é, somando-se as exportações e importações. As exportações do país decresceram, em média, 0,5% ao ano, passando de US\$ 731 bilhões para US\$ 723 bilhões no período, enquanto as importações apresentaram um crescimento médio anual de 5,1%, aumentando de US\$ 1,180 trilhão para US\$ 1,305 trilhão. A balança comercial dos Estados Unidos registrou saldos negativos nos anos analisados, numa média de US\$ 513 bilhões anuais.

Gráfico 12: Evolução do comércio exterior dos Estados Unidos - 2001 a 2010



A partir de 2003, houve uma mudança com o aumento do ritmo de crescimento do comércio exterior na economia norte-americana. A taxa média anual de crescimento das exportações foi de 12,3%, enquanto a das importações chegou a 9,1%, no período de 2004 a 2008. Como resultado, o déficit comercial cresceu a uma taxa média de 5,2% ao ano, passando de US\$ 707,3 bilhões para US\$ 864,9 bilhões, no final de 2008. Os fluxos comerciais foram sustentados pelo aumento da demanda doméstica e, principalmente, pelos preços internacionais de produtos derivados de petróleo e energia, alimentos e outras matérias-primas.

A crise financeira internacional de 2008 afetou mais fortemente as compras externas dos Estados Unidos. As importações começaram a arrefecer e apresentaram uma queda de 26% em 2009, em comparação ao valor recorde observado no ano de 2008, que foi de US\$ 2,164 trilhões. As exportações, por outro lado, caíram menos, ou seja, 18,7% em relação ao valor também recorde observado, em 2008, de US\$ 1,300 trilhão. Isso se deu em função da elevada redução da demanda mundial. O resultado final foi uma queda mais pronunciada no déficit comercial, de cerca de 20% em 2010 ante 2008. Salienta-se, ainda, que a maior economia mundial acumulou um saldo comercial deficitário da ordem de US\$ 7,40 trilhões ao longo dos anos de 2000 a 2010.

DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DOS ESTADOS UNIDOS

Entre os anos de 2005 e 2010, os dois principais destinos das exportações dos Estados Unidos foram os países integrantes do NAFTA, ou seja, Canadá e México, que concentraram em média 36,6% e 32,2% do total, respectivamente, como mostra o Gráfico 13. Nesse período, o Canadá reduziu a sua participação em 3,9 pontos percentuais, embora em termos absolutos tenha aumentado, isto é, a economia canadense importava dos Estados Unidos um valor de US\$ 211,4 bilhões, em 2005, e cresceu para US\$ 248,2 bilhões, em 2010, representando um crescimento de, aproximadamente, 17,4% no período. O México seguiu também essa tendência, reduzindo sua participação de 13,3% para 12,8%, no período 2005-2010.

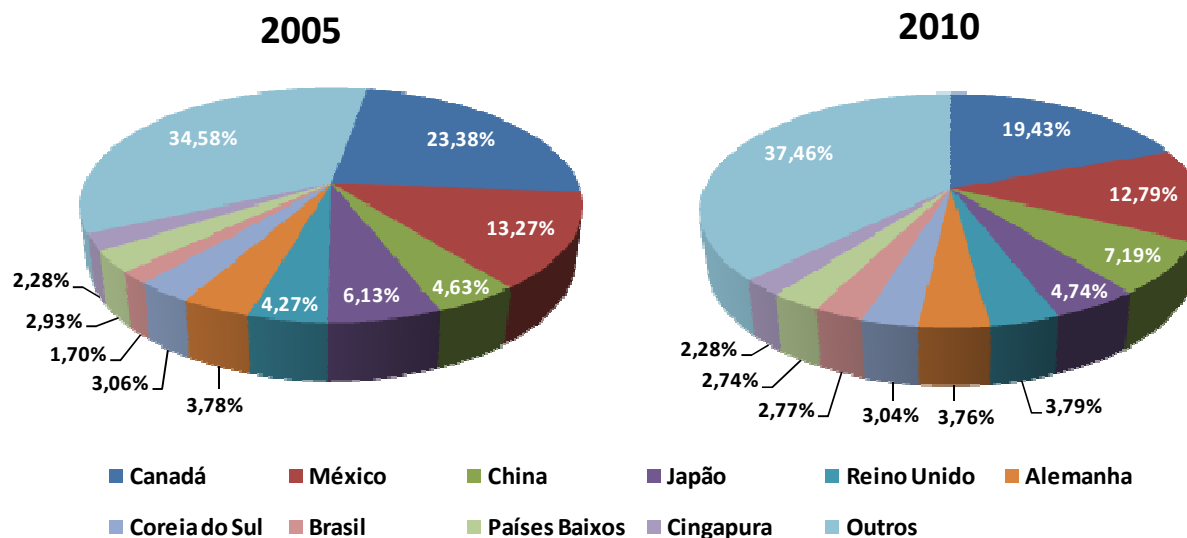
Contrariamente, a China se destacou pelo aumento da participação na pauta de exportações norte-americanas que, nesse período, passou de 4,63% para 7,19%, registrando, portanto, uma taxa média anual de crescimento de 17,0%. Na quarta posição, como principal mercado das vendas externas dos Estados Unidos, em 2010, aparece o Japão, mesmo com a queda na participação de 6,1% para 4,7% do total exportado, entre 2005 e 2010.

Salienta-se que as exportações da principal economia mundial estão se tornando um pouco mais diversificadas. No conjunto, esses quatro países participavam de 47,5% do total, em 2005, e cinco anos após, passaram para de 44,1%. Assim, os demais países tiveram a sua proporção aumentada em torno de cinco pontos percentuais no período. Em termos absolutos, isso significa uma elevação de US\$ 312,7 bilhões para US\$ 478,4 bilhões, ou seja, um crescimento em torno de 53%.

Denota-se, ainda, que as três próximas posições são ocupadas, na ordem, por Reino Unido, Alemanha e Coreia do Sul que, em 2010, participavam com 3,8%, 3,7% e 3,0% do total da pauta exportadora dos Estados Unidos. O Brasil integra a oitava posição como destino mais importante das

vendas norte-americanas, passando de 1,7% do total para de 2,8% no período. Destaca-se que esse aumento relativo representa mais do que o dobro do valor absoluto registrado em 2005, com as exportações passando de US\$ 12,6 bilhões para US\$ 27 bilhões.

Gráfico 13: Principais destinos das exportações dos Estados Unidos 2005 e 2010



Fonte: UN Comtrade.

PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE IMPORTAÇÕES DOS ESTADOS UNIDOS

As exportações dos Estados Unidos também estão se tornando cada vez mais diversificadas em termos de variedade de produtos. A Tabela 6 ilustra os dez principais setores das exportações estadunidenses por CNAE⁴⁴ de três dígitos em 2005 e 2010. Verifica-se que, nos anos analisados, houve alteração importante na composição da pauta. Por exemplo, o segmento “construção, montagem e reparação de aeronaves”, primeiro colocado, em 2005, participava com 7,2% da pauta de exportações, com uma cifra de US\$ 64,9 bilhões. Cinco anos mais tarde, esse setor saiu da lista dos dez principais setores. Contrariamente, em 2010, a primeira classificação foi assumida pelo setor de “fabricação de produtos derivados do petróleo”, com 4,8% do total. Em 2005, tal segmento também não aparecia relação dos dez setores maiores exportadores. A segunda colocação foi mantida pelo segmento de “fabricação de material eletrônico básico” que, em 2005, representava 6% do total do valor exportado pelos Estados Unidos, ou US\$ 54,4 bilhões, declinando em 2010 para 4,2%, ou US\$ 53,7 bilhões. Já primeira classificação foi assumida

⁴⁴ CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas – foi elaborada nos anos 90, na versão 1, com detalhamento de três dígitos, pelo IBGE em conjunto com os órgãos de registros administrativo, 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. Outros detalhamentos são encontrados em [HTTP://www.ibge.gov.br/concla/default.php](http://www.ibge.gov.br/concla/default.php).

pelo setor de “fabricação de produtos farmacêuticos”, com 4,8% do total. Em 2005, tal segmento aparecia na sexta posição, com 3,4% do total da pauta das exportações dos Estados Unidos.

Outros segmentos que caíram na classificação dos dez principais exportadores dos Estados Unidos foram “fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados”, que passou do terceiro lugar, com 5% do total, em 2005, para sexto com 3,5%, em 2010; “fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários”, passou do quarto lugar, com 4,3%, para o quinto, com 3,6%; “fabricação de peças e acessórios para veículos automotores” declinou da quinta posição, com 4,1%, para a oitava, com 3,1%; e “fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão” recuou do sétimo lugar, com 2,9%, para décimo, com 3,0% do total.

Tabela 6: Dez principais setores das exportações estadunidenses 2005 e 2010

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2005 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2010 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2010
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	64.939.959.504	7,2%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	60.938.521.617	4,8%
321	Fabricação de material eletrônico básico	54.456.108.296	6,0%	321	Fabricação de material eletrônico básico	53.770.874.726	4,2%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	44.773.832.265	5,0%	245	Fabricação de produtos farmacêuticos	53.702.863.056	4,2%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	38.850.192.984	4,3%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	50.550.769.547	4,0%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	37.156.020.222	4,1%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	45.581.624.404	3,6%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	30.749.318.239	3,4%	302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	44.166.134.137	3,5%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	26.619.378.381	2,9%	011	Produção de lavouras temporárias	40.536.613.239	3,2%
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	25.091.115.419	2,8%	344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	39.962.881.088	3,1%
331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	25.009.463.610	2,8%	331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	38.678.007.450	3,0%
332	Fabricação de aparelhos e instrumentos de medida, teste e controle - exceto equipamentos para controle de processos industriais	24.140.679.451	2,7%	291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	38.063.690.186	3,0%
	Outros	532.553.418.844	58,9%		Outros	811.157.182.405	63,5%
	Total	904.339.487.215	100%		Total	1.277.109.161.855	100%

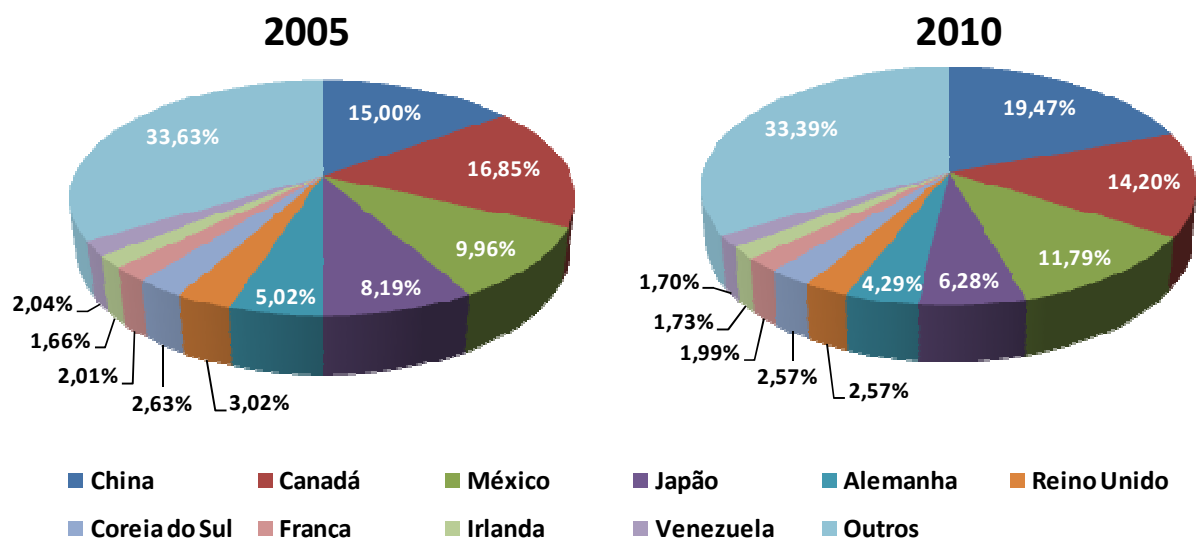
Fonte: UN Comtrade.

Observa-se, ainda, pela Tabela 6, que o setor de “fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos” permaneceu na oitava posição, com 2,8% do total exportado pelos Estados Unidos, em 2005, e passou para 3%, cinco anos mais tarde. Por fim, nota-se que a participação de outros segmentos tem aumentando de 58,9% para 63,5% do total das vendas externas dos Estados Unidos no período de 2005 a 2010. Esse fato vem confirmar uma maior diversificação da pauta exportadora da maior economia mundial.

ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES DOS ESTADOS UNIDOS

Os principais países fornecedores do mercado dos Estados Unidos, no período de 2005 e 2010, encontram-se no Gráfico 14. Destaca-se que as importações são consideravelmente concentradas, uma vez que os primeiros quatro países detêm a metade da pauta. A China constitui-se o maior fornecedor do mercado estadunidense e passou de 15% do total da pauta das importações, equivalente a US\$ 259,8 bilhões, em 2005, para 19,4%, ou US\$ 382,9 bilhões, em 2010, implicando um crescimento médio de 8% ao ano. As segunda e terceira posições são ocupadas pelos países parceiros do NAFTA. O Canadá e o México fornecem em torno de um quarto das compras externas dos Estados Unidos. O primeiro teve sua participação reduzida de 16,8% do total para 14,2% no período de 2005 a 2010, devido a uma baixa taxa de crescimento de suas exportações ao mercado estadunidense, de apenas 2,6% ao ano. Já o México experimentou um aumento nessa proporção de 9,9% para 11,7%, com incremento médio de 13,0% de suas vendas ao ano no período.

Gráfico 14: Principais origens das importações dos Estados Unidos 2005 e 2010



Fonte: UN Comtrade.

As três próximas posições são ocupadas, na ordem, por Japão, Alemanha e Reino Unido que, em 2010, participavam com 6,3%, 4,3% e 2,6% do total da pauta exportadora dos Estados Unidos. Coreia do Sul, França e Irlanda completam a lista dos oito principais países exportadores para os Estados Unidos. A Venezuela é único país latino-americano, fora do NAFTA, entre os dez principais exportadores para o

mercado estadunidense, com 2% do total, mas apresentou uma taxa de crescimento médio negativa, de 1,1% ao ano, ao longo de 2005 a 2010.

PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE IMPORTAÇÕES DOS ESTADOS UNIDOS

Os dez principais setores importadores dos Estados Unidos, por CNAE de três dígitos, em 2005 e 2010, podem ser observados por meio da Tabela 7. Nota-se que, em ambos os anos, esses dez setores representaram, aproximadamente, a metade da pauta importadora, que se mostra, portanto, um pouco mais concentrada do que a exportadora. Observa-se, ainda, que o principal setor importador manteve-se o mesmo em 2005 e 2010. Esse segmento é o de “extração de petróleo e gás natural”, com cerca de 13% total, e que passou de US\$ 222,6 bilhões, em 2005, para US\$ 282,9 bilhões, em 2010, representando um incremento de mais de 27% no período. O segmento “fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários” ocupava a segunda colocação tanto em 2005, com 7,8% do total da pauta de importações, como cinco anos após, com 6,3%. O setor de “fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados” permaneceu na terceira posição, com 5,4%, ou US\$ 93,0 bilhões, em 2005, e subiu para 6,0% do total, em 2010, representando US\$ 117,9 bilhões. As importações do segmento “fabricação de produtos derivados do petróleo”, que detinha a quarta classificação dentre os dez principais setores, com 4% do total, em 2005, perdeu participação, caindo para a sexta posição, com 3,8%, cinco anos mais tarde.

Os segmentos que cresceram, em termos de participação, foram “fabricação de produtos farmacêuticos” e “fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio”. O primeiro passou da sexta a para quarta colocação, no período de cinco anos, embora o aumento de participação tenha sido de apenas 1,1 ponto percentual, isto é, saiu, em 2005, com 3,5% do total importado, representando US\$ 61,0 bilhões, para 4,6%, ou US\$ 91,2 bilhões, em 2010. O segundo, por sua vez, passou do décimo lugar, com 2,9%, em 2005, para quinto, com 4,2%, cinco anos mais tarde, resultado de um crescimento médio de 10% ao ano. Salienta-se, ainda, que os outros segmentos têm se mantido, ao longo do período, numa proporção de cerca de 50% do total das compras externas estadunidenses, mas apresentaram uma taxa de crescimento bastante baixa, em torno de 1,8% ao ano.



Tabela 7: Dez principais setores das importações estadunidenses 2005 e 2010

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2005 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2010 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2010
111	Extração de petróleo e gás natural	222.674.301.509	12,9%	111	Extração de petróleo e gás natural	282.930.039.503	14,4%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	134.986.154.651	7,8%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	124.307.989.812	6,3%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	93.097.653.652	5,4%	302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	117.909.163.800	6,0%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	69.004.598.611	4,0%	245	Fabricação de produtos farmacêuticos	91.250.345.662	4,6%
369	Fabricação de produtos diversos	61.499.047.458	3,6%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	82.342.961.989	4,2%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	61.047.259.326	3,5%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	74.493.113.822	3,8%
181	Confecção de artigos do vestuário	59.350.682.457	3,4%	369	Fabricação de produtos diversos	69.675.935.197	3,5%
323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	55.111.586.434	3,2%	181	Confecção de artigos do vestuário	59.447.593.790	3,0%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	52.373.231.699	3,0%	323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	54.847.980.418	2,8%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	50.909.110.751	2,9%	344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	53.607.735.243	2,7%
	Outros	872.267.171.134	50,4%		Outros	955.683.890.707	48,6%
	Total	1.732.320.797.682	100%		Total	1.966.496.749.943	100%

Fonte: UN Comtrade.

Em síntese, observa-se que o perfil das importações dos Estados Unidos, em 2010, foi, em parte, composto de petróleo e gás natural, automóveis, caminhonetas e utilitários, além de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados.

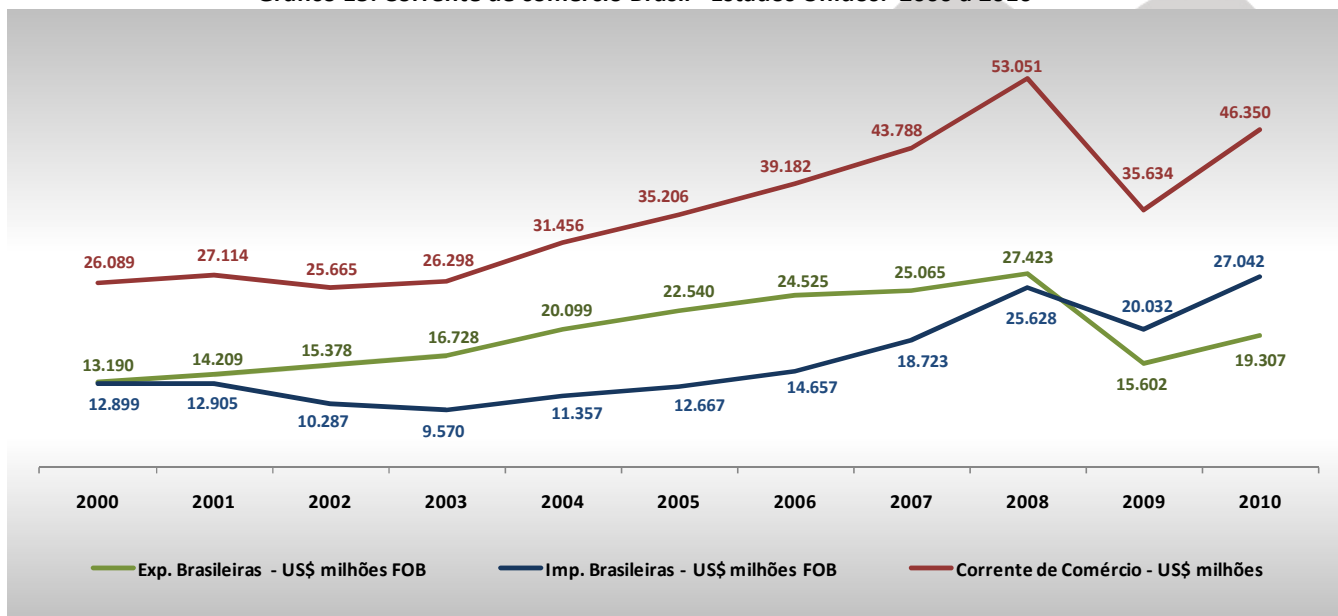
INTERCÂMBIO COMERCIAL BRASIL - ESTADOS UNIDOS

CORRENTE DE COMÉRCIO

Entre os anos de 2000 e 2010, o intercâmbio comercial brasileiro com os Estados Unidos apresentou uma trajetória ascendente, declinando apenas com a crise financeira internacional, como mostra o Gráfico 15. A corrente de comércio bilateral (exportações mais importações) inicialmente apresentou um ligeiro aumento médio anual de 0,25% ao longo período de 2000 a 2003, passando de US\$ 26,1 bilhões para US\$ 26,3 bilhões. Nos anos de 2003 e 2008, no entanto, houve um expressivo crescimento no fluxo de comércio bilateral, com uma expansão anual média de cerca de 15% ao ano,

totalizando US\$ 53,0 bilhões, no final do período. Após a crise financeira internacional, os fluxos comerciais entre os dois países se retraíram, em 2009, em quase um terço, totalizando US\$ 35,6 bilhões. Esses fluxos voltaram a crescer em 2010, alcançando US\$ 46,3 bilhões, mas ainda ficaram 12,6% abaixo do pico registrado no período pré-crise, em 2008.

Gráfico 15: Corrente de comércio Brasil - Estados Unidos: 2000 a 2010



Fonte: MDIC.

Nota: Balança comercial refere-se à soma das exportações e importações.

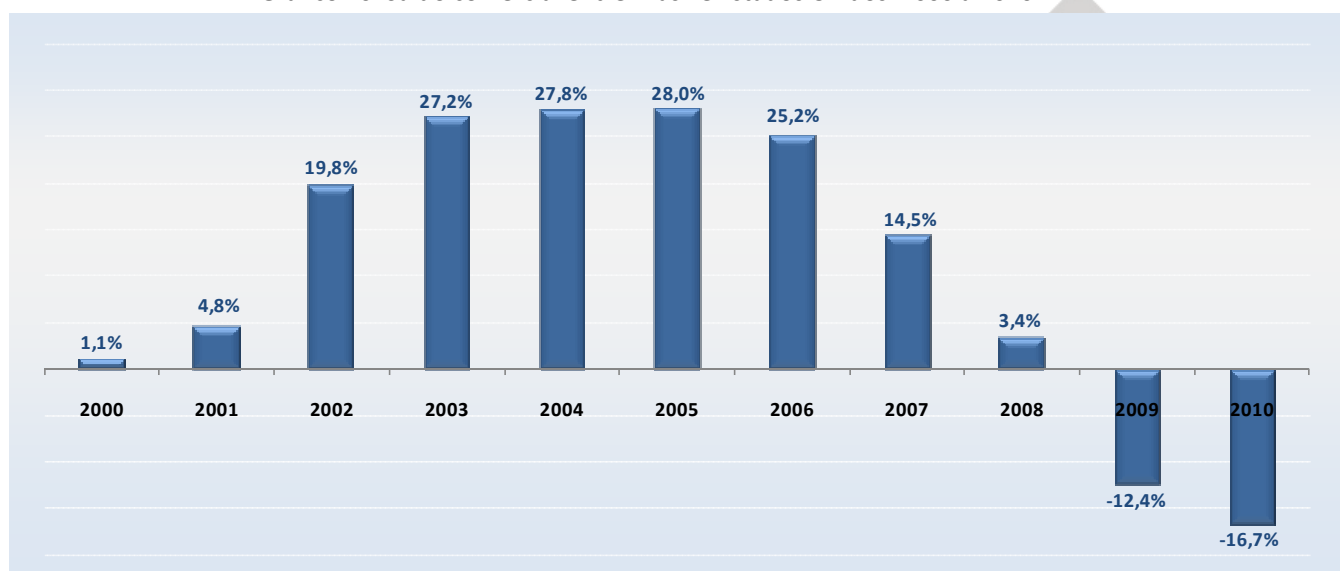
O Gráfico 15 explicita, ainda, que as exportações brasileiras apresentaram uma trajetória contínua de crescimento entre os anos de 2000 e 2008, com uma taxa média anual de quase 9,5%, passando de US\$ 13,2 bilhões para US\$ 27,4 bilhões. Por outro lado, entre 2008 e 2009 houve uma forte perda dinamismo das exportações brasileiras, que decresceram mais de 40,0%. Já em 2010, as vendas de produtos brasileiros para o mercado estadunidense recuperaram-se parcialmente, crescendo 30,5%, chegando a US\$ 19,3 bilhões, mas ficando ainda bem abaixo do patamar observado em 2008.

As importações brasileiras oriundas dos Estados Unidos, por sua vez, caíram numa taxa média de 9,6% ao ano, no período de 2000 a 2003. Posteriormente elas foram quase multiplicadas por três, passando de US\$ 9,5 bilhões, em 2003, para US\$ 25,6 bilhões, em 2008. Destaca-se que, no período pós-crise, as importações caíram menos do que a exportações. Em 2010, as compras externas brasileiras oriundas dos Estados Unidos bateram o recorde, alcançando o montante de US\$ 27,0 bilhões, ou seja, cerca de 5,5% acima do valor registrado em 2008.

SALDO COMERCIAL

Em geral, o Brasil tem obtido saldos positivos no comércio bilateral com os Estados Unidos, como se pode observar no Gráfico 15. Ao longo do período 2000-2008, a economia brasileira acumulou um saldo comercial superavitário de US\$ 50,4 bilhões. Tal fato é também ilustrado pelo Gráfico 16 que, por sua vez, evidencia quanto o saldo comercial brasileiro representou em relação à corrente de comércio bilateral. Nota-se que, na maioria dos anos, o saldo comercial brasileiro foi positivo, com exceção dos anos de 2009 e 2010, em que essa relação foi negativa em 12,4% e 16,7%, respectivamente. Observa-se ainda que, no período 2002 a 2006, o saldo comercial superavitário do Brasil com os Estados Unidos foi superior a 20% da corrente de comércio, declinando a partir de 2007.

Gráfico 16: Saldo comercial entre Brasil e Estados Unidos 2000 a 2010

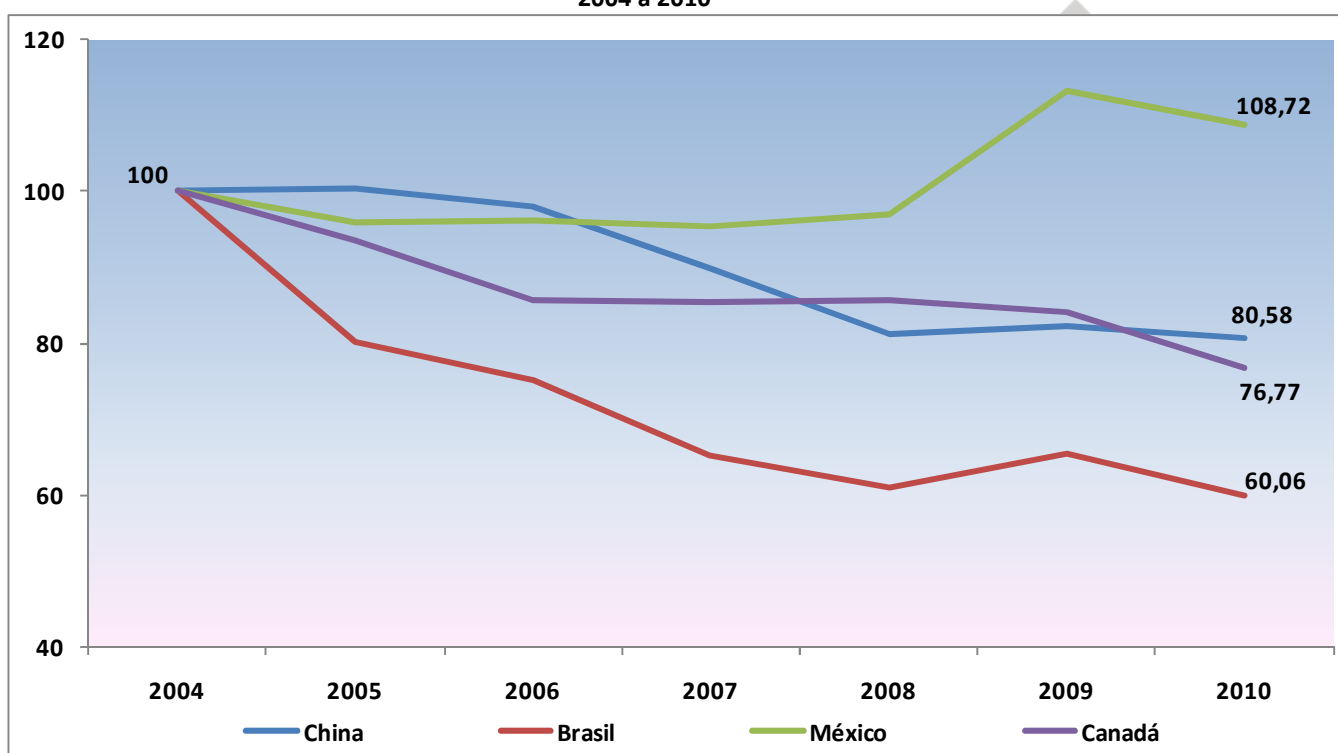


Fonte: MDIC.

Um componente que pode ter colaborado para que o saldo comercial positivo brasileiro em relação aos Estados Unidos não fosse ainda maior refere-se à valorização da taxa de câmbio real da moeda brasileira *vis-à-vis* ao dólar estadunidense entre 2004 a 2010. O Gráfico 17 mostra a evolução da taxa de câmbio real do yuan chinês, do real brasileiro, do peso mexicano e do dólar canadense, ao longo desse período, em relação à moeda norte-americana. Considerando-se o conjunto das demais três moedas, claramente a trajetória da valorização real da moeda brasileira entre 2004 e 2010 foi a mais expressiva, atingindo quase 40%. O único período em que o real não se valorizou em relação ao dólar foi aquele posterior à crise financeira internacional, em 2009, refletindo o que se convencionou chamar de “vôo para a qualidade”. Isto é, devido à maior aversão ao risco dos investidores internacionais, usual em momentos de incertezas econômicas, os capitais buscam refúgio, geralmente, em títulos públicos de países desenvolvidos, especialmente dos Estados Unidos. Tal situação ocasionou a desvalorização da moeda doméstica em relação ao dólar estadunidense, algo que ocorreu com a maioria das moedas.

Em relação às moedas do Canadá e da China, também se observou uma tendência de valorização frente ao dólar dos Estados Unidos, embora menor do que aquela do real brasileiro, de 24% e 20%, respectivamente, entre 2004 e 2010. Percebe-se, ainda, que a taxa de câmbio real da moeda mexicana manteve-se praticamente estável no período de 2004 a 2008, e depois passou a se desvalorizar frente à moeda norte-americana, assim como ocorreu com a moeda brasileira neste mesmo período, chegando a mais de 13% em 2009. Já no ano seguinte, apresentou uma leve valorização, em torno de 4%, o que não impediu que se registrasse uma desvalorização média de 8,7% entre 2004 e 2010.

Gráfico 17: Evolução do câmbio real das moedas da China, Brasil, México e Canadá frente ao dólar estadunidense 2004 a 2010



Fonte: Euromonitor.

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO BRASIL PARA OS ESTADOS UNIDOS

A Tabela 8 apresenta os setores brasileiros que mais exportaram para os Estados Unidos, nos anos de 2005 e 2010, segundo a classificação CNAE de três dígitos. Observa-se que as vendas externas brasileiras para aquele mercado foram pouco concentradas. Os quatro principais segmentos industriais respondem em média por 30% do total. No entanto, chamam ainda mais a atenção as mudanças significativas que ocorreram na composição da pauta das exportações. A primeira e a segunda posições eram ocupadas, em 2005, pelo setor “construção, montagem e reparação de aeronaves” e “produção de ferro-gusa e de ferroligas”, que participavam com 9,4% e 6,3 % do total, respectivamente. Cinco anos após, ambos os

segmentos perderam importância; o primeiro caiu para a sexta posição, com 3,9% do total exportado, apresentando uma queda absoluta das exportações de US\$ 2,1 bilhões para US\$ 748 milhões, e o segundo para a quinta posição, com 4,4%, e queda de US\$ 1,4 bilhão para US\$ 849 milhões.

Em 2010, o segmento que passou a ocupar a primeira classificação foi “extração de petróleo e gás natural”, com 19,9% do total, com montante correspondente a US\$ 3,85 bilhões. Já cinco anos antes, esse setor estava apenas na décima posição, com 3%, o equivalente a US\$ 667,2 milhões. O crescimento médio anual, no período, foi de, aproximadamente, 42%. A segunda posição foi assumida, em 2010, pelo segmento “produção de lavouras permanentes”, com 6% do total, sendo que, em 2005, tal setor nem sequer compunha a lista dos dez mais importantes exportados para os Estados Unidos. Esse desempenho sinaliza uma primarização da pauta de exportação brasileira para os Estados Unidos, o que parece não ser algo positivo, pois está ocorrendo também e, principalmente, pelo fraco desempenho dos setores de manufaturados, e não apenas pelo aumento significativo das exportações de produtos primários.

Tabela 8: Dez principais setores exportadores do Brasil para os Estados Unidos: 2005 e 2010

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2005 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2010 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2010
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	2.124.922.845	9,4%	111	Extração de petróleo e gás natural	3.849.581.403	19,9%
271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	1.423.305.089	6,3%	013	Produção de lavouras permanentes	1.155.166.209	6,0%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	1.394.615.922	6,2%	344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	932.617.120	4,8%
272	Siderurgia	1.286.058.677	5,7%	211	Fabricação de celulose e outras pastas para a fabricação de papel	850.316.965	4,4%
274	Metalurgia de metais não-ferrosos	1.253.094.514	5,6%	271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	849.298.877	4,4%
193	Fabricação de calçados	950.715.964	4,2%	353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	748.657.269	3,9%
202	Fabricação de produtos de madeira, cortiça e material trançado - exceto móveis	875.236.450	3,9%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	741.279.001	3,8%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	843.233.269	3,7%	272	Siderurgia	676.506.223	3,5%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	684.557.436	3,0%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	672.146.910	3,5%
111	Extração de petróleo e gás natural	667.292.538	3,0%	269	Aparelhamento de pedras e fabricação de cal e de outros produtos de minerais não-metálicos	578.440.643	3,0%
	Outros	11.036.699.171	49,0%		Outros	8.253.284.942	42,7%
	Total	22.539.731.875	100%		Total	19.307.295.562	100%

Fonte: MDIC.

Ainda por meio da Tabela 8, percebe-se que setor de “fabricação de peças e acessórios para veículos automotores” permaneceu ocupando a terceira classificação ao longo do período de 2005 a 2010. Contudo, esse segmento perdeu tanto participação relativa como absoluta, ou seja, detinha 6,2% da pauta exportadora brasileira para o mercado estadunidense com US\$ 1,4 bilhão, e passou para 4,8% com US\$ 932,6 milhões nesse período. Os demais setores também perderam participação, passando de 49% do total, em 2004, para 42,7%, em 2010. Isso significa uma redução média 5,6% ao ano.

Outros dois setores que ganharam destaque foram “fabricação de celulose e outras pastas para a fabricação de papel” e “fabricação de produtos químicos orgânicos”. O primeiro passou para quarto lugar,

em 2010, com 4,4% do total das exportações brasileiras para o mercado dos Estados Unidos. Já o segundo segmento ocupou a sétima posição, com 3,8%. Cinco anos antes os dois setores não integravam a lista dos dez principais setores exportadores. Os demais setores, por sua vez, perderam participação.

PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS PELO BRASIL DOS ESTADOS UNIDOS

A Tabela 9 traz os dez setores econômicos dos Estados Unidos que mais exportaram para o Brasil em 2005 e 2010, classificados em CNAE de três dígitos. Nota-se que, nesse período, as compras externas brasileiras foram mais que duplicadas, passando de US\$ 12,7 bilhões para US\$ 27,0 bilhões. A pauta das exportações dos Estados Unidos para o Brasil é relativamente diversificada. Os quatro principais segmentos exportadores participavam com cerca de 30% do total.

Os produtos mais importados pelo Brasil dos EUA, em 2005, eram pertencentes ao setor de “construção, montagem e reparação de aeronaves”, com 10,6% do total, o equivalente a US\$ 1,35 bilhão. Já em 2010, esse setor caiu para a segunda colocação, com 9,4%, mas em termos absolutos aumentou para US\$ 2,5 bilhões. Isso significa uma taxa média anual de crescimento de 13,4% no período. A primeira colocação foi assumida pelo setor de “fabricação de produtos derivados do petróleo”, com uma participação de 11,8% do total, com valor de US\$ 3,2 bilhões. Cinco anos antes, esse segmento não fazia parte da lista dos dez mais importados.

Os setores de “fabricação de produtos químicos orgânicos” e “fabricação de produtos farmacêuticos” ocupavam, em 2005, a segunda posição, com 7,4%, e a terceira, com 6,6% do total importado dos Estados Unidos pela economia brasileira, respectivamente. Cinco anos mais tarde, esses segmentos caíram, na ordem, para terceira posição, com 6,3%, e quarta, com 6,2%. Os setores “fabricação de resinas e elastômeros” e “fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão” seguiram a mesma tendência, em termos de perda de posição, ou seja, ocupavam a quarta e quinta posições, respectivamente, em 2005, e passaram para a quinta e sexta posições, em 2010.

Tabela 9: Dez principais setores importados pelo Brasil dos Estados Unidos 2005 e 2010

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2005 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2010 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2010
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	1.345.992.402	10,6%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	3.201.114.713	11,8%
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	940.209.726	7,4%	353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	2.532.427.002	9,4%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	831.359.179	6,6%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	1.706.685.578	6,3%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	675.944.513	5,3%	245	Fabricação de produtos farmacêuticos	1.665.640.102	6,2%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	675.642.279	5,3%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	1.557.968.385	5,8%
241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	544.428.279	4,3%	291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	1.509.220.004	5,6%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	511.443.991	4,0%	100	Extração de carvão mineral	1.150.961.491	4,3%
249	Fabricação de produtos e preparados químicos diversos	468.600.684	3,7%	241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	1.037.726.473	3,8%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	435.796.889	3,4%	331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	859.115.523	3,2%
100	Extração de carvão mineral	432.272.586	3,4%	249	Fabricação de produtos e preparados químicos diversos	825.244.858	3,1%
	Outros	5.804.817.643	45,8%		Outros	10.996.348.695	40,7%
	Total	12.666.508.171	100%		Total	27.042.452.824	100%

Fonte: MDIC.

Observa-se, também, que dois segmentos cuja participação, no conjunto, era superior a 7,4% da pauta das vendas externas estadunidenses para o Brasil, em 2005, deixaram de integrar a lista dos dez principais em 2010. São eles: “fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados” na sétima posição, em 2005, com 4%; e “fabricação de peças e acessórios para veículos automotores” na nona, com 3,4%. No sentido contrário, o setor “fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos” passou a compor a relação, em 2010, com 3,2% do total. Já os demais setores perderam cerca de cinco pontos percentuais ao longo do período, mas quase duplicaram de valor, passando de US\$ 5,80 bilhões para US\$ 11,00 bilhões.

Por fim, nota-se que, em geral, não houve uma mudança importante no perfil da composição dos produtos provenientes dos Estados Unidos comercializados no mercado brasileiro no período. O destaque ficou por conta apenas dos produtos derivados do petróleo, aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos.

INDICADORES DE COMÉRCIO BRASIL - ESTADOS UNIDOS

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 Estados Unidos. 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 1, para mensurar a intensidade tecnológica dos produtos comercializados entre Brasil e Estados Unidos.

Quadro 1: 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 os Bens Eletrônicos de Consumo ⁴⁵ .
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.

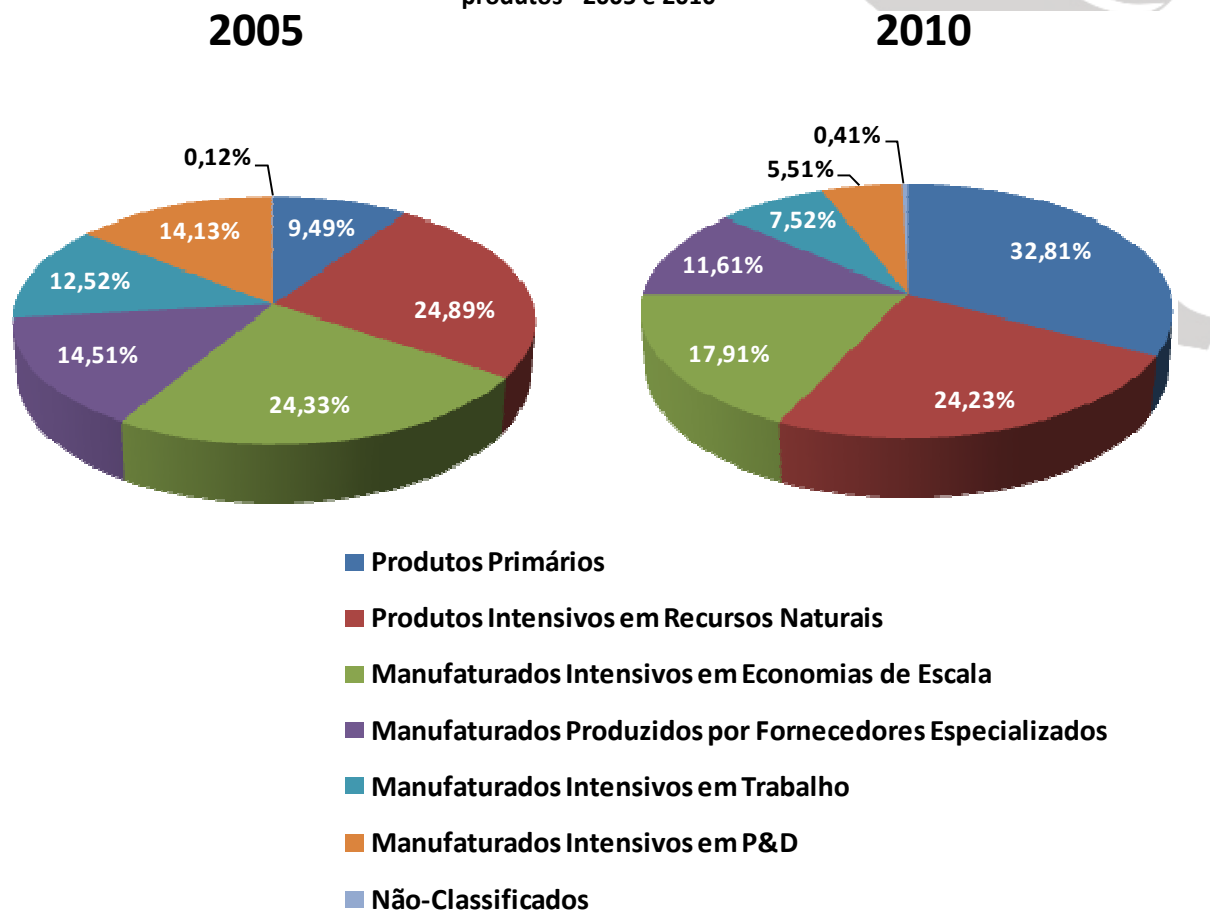
Fonte: Holland e Xavier (2004).⁴⁵

A análise das exportações brasileiras para os Estados Unidos no período 2005-2010 mostra uma acentuada reorientação em direção aos produtos primários, que passaram de apenas 9,5% do total para 32,8%, tornando-se, assim, o principal segmento exportador em 2010, conforme o Gráfico 18. Durante o mesmo período, houve estabilidade da participação dos produtos intensivos em recursos naturais, cuja representatividade na pauta exportadora brasileira se situou em torno de 24%. Em contrapartida, houve uma forte perda de relevância dos produtos manufaturados, com todos os segmentos registrando perda de participação, com destaque para os manufaturados intensivos em P&D, cuja participação declinou nove pontos percentuais, de 14,1% para 5,5%, ao longo do período. Esse desempenho sinaliza para uma clara

⁴⁵ Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) Vídeo: televisores, videocassete e câmera de vídeo; (b) Áudio: rádio, auto-rádio, *cd player*, toca disco, sistema de som, etc; (c) Outros Produtos: forno de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

primarização da pauta de exportação brasileira para os Estados Unidos, conforme já destacado acima. Em apenas cinco anos, a participação das manufaturas no total exportado para aquele mercado teve uma queda de 23 pontos percentuais, passando de 65,5%, em 2005, para 42,5%, em 2010. Enquanto isso, os produtos primários e intensivos em recursos naturais registraram expansão significativa, de 34,3% para 57% no total das exportações brasileiras.

Gráfico 18: Composição das exportações brasileiras de acordo com a intensidade tecnológica de seus produtos - 2005 e 2010



Fonte: MDIC. Elaboração: UICC, Apex-Brasil.

Em 2010, o produto mais exportado foi “extração de petróleo e gás natural”, pertencente ao grupo de produtos primários, representando 19,9% do total, ou US\$ 3,8 bilhões, muito acima dos US\$ 667,3 milhões registrados em 2005, que representavam apenas 3% do total. Esse desempenho explica, em boa parte, o avanço da participação dos produtos primários no total das exportações. Cabe destacar que a retração mais acentuada da participação nas exportações totais ocorrida em manufaturados intensivos em P&D foi provocada, principalmente, pelo fraco desempenho do produto “construção, montagem e reparação de aeronaves”. Em 2005, este produto representava 9,4% da pauta de exportação do país para os Estados Unidos (US\$ 2,1 bilhões), enquanto em 2010 a sua representatividade declinou para apenas

3,9% (US\$ 748,6 milhões). Além, do processo de reprimarização da pauta de exportações, houve uma queda, em termos absolutos, das exportações brasileiras no mercado estadunidense. Em 2005, o valor das exportações chegou a US\$ 22,5 bilhões, regredindo para US\$ 19,3 bilhões, em 2010, enquanto as importações totais dos Estados Unidos cresceram de US\$ 2,027 trilhões para US\$ 2,353 trilhões no mesmo período, mostrando a perda de participação relativa brasileira no principal país importador do mundo.

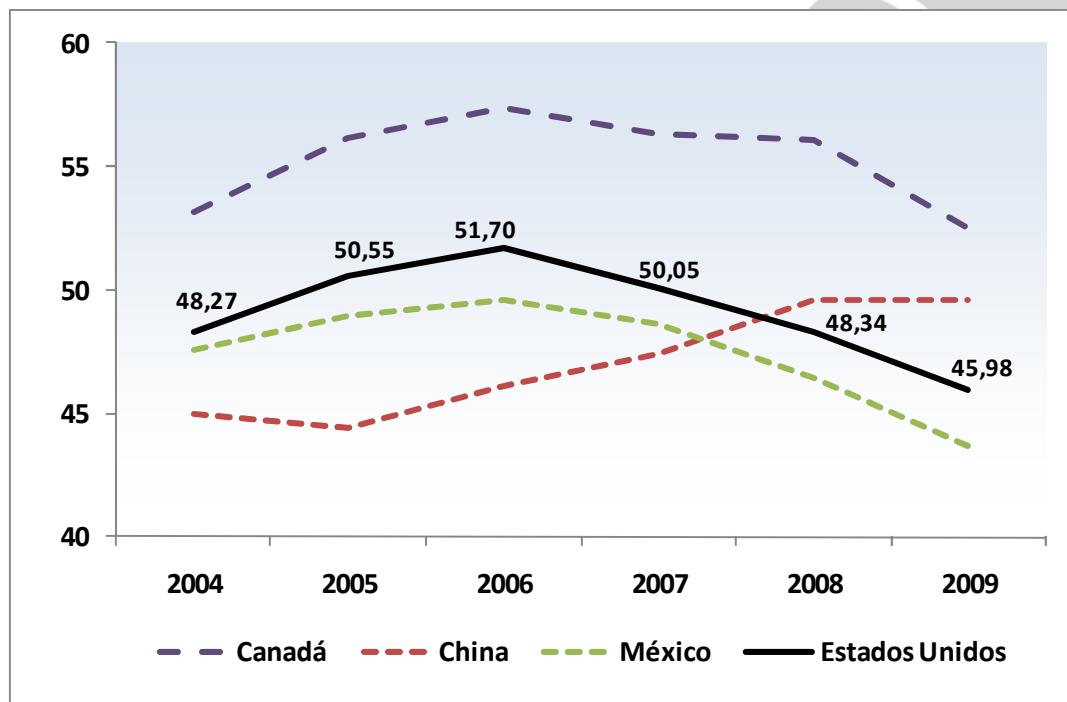
Apresentada a intensidade tecnológica dos setores econômicos no intercâmbio comercial entre Brasil e Estados Unidos, seguem abaixo os indicadores de comércio entre os dois países. Para efeitos de comparação com os países da América do Norte foram incluídos também os dados de Canadá e México, além da China, o maior mercado para as exportações brasileiras em 2010.

ÍNDICE DE COMPLEMENTARIDADE DE COMÉRCIO

O Índice de Complementaridade de Comércio (ICC) fornece informações sobre as perspectivas de integração comercial entre dois países. Entre Brasil e Estados Unidos, o ICC é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações dos Estados Unidos. Por meio desta comparação, é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil para o mundo coincidem com os produtos importados pelos Estados Unidos. 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, que um país exporta para o mundo exatamente o que o outro importa.

No período 2004-2009, o valor do ICC entre Brasil e Estados Unidos declinou de 48,3 para 46,0, o que indica redução do grau de complementaridade entre os dois países, conforme mostra o Gráfico 19. Após crescer e atingir o pico de 51,7, em 2006, o índice passou a apresentar uma trajetória declinante até 2009, com uma queda bastante significativa nesse período. Considerando-se os demais países da América do Norte, também percebe-se uma tendência de queda, que foi ainda mais acentuada em relação ao México, onde o ICC passou de 47,6, em 2006, para 43,7, em 2009. Em contrapartida, a China mostrou um aumento do grau de complementaridade com o Brasil, com o índice crescendo de 45,0 para 49,6, ao longo do período. Embora tenha apresentado uma queda, o grau de complementaridade entre Brasil e Canadá foi o maior observado ao longo de todo o período, chegando a 52,5, em 2009.

Gráfico 19: Índice de Complementaridade de Comércio entre Brasil - Estados Unidos e Brasil - Países Selecionados



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

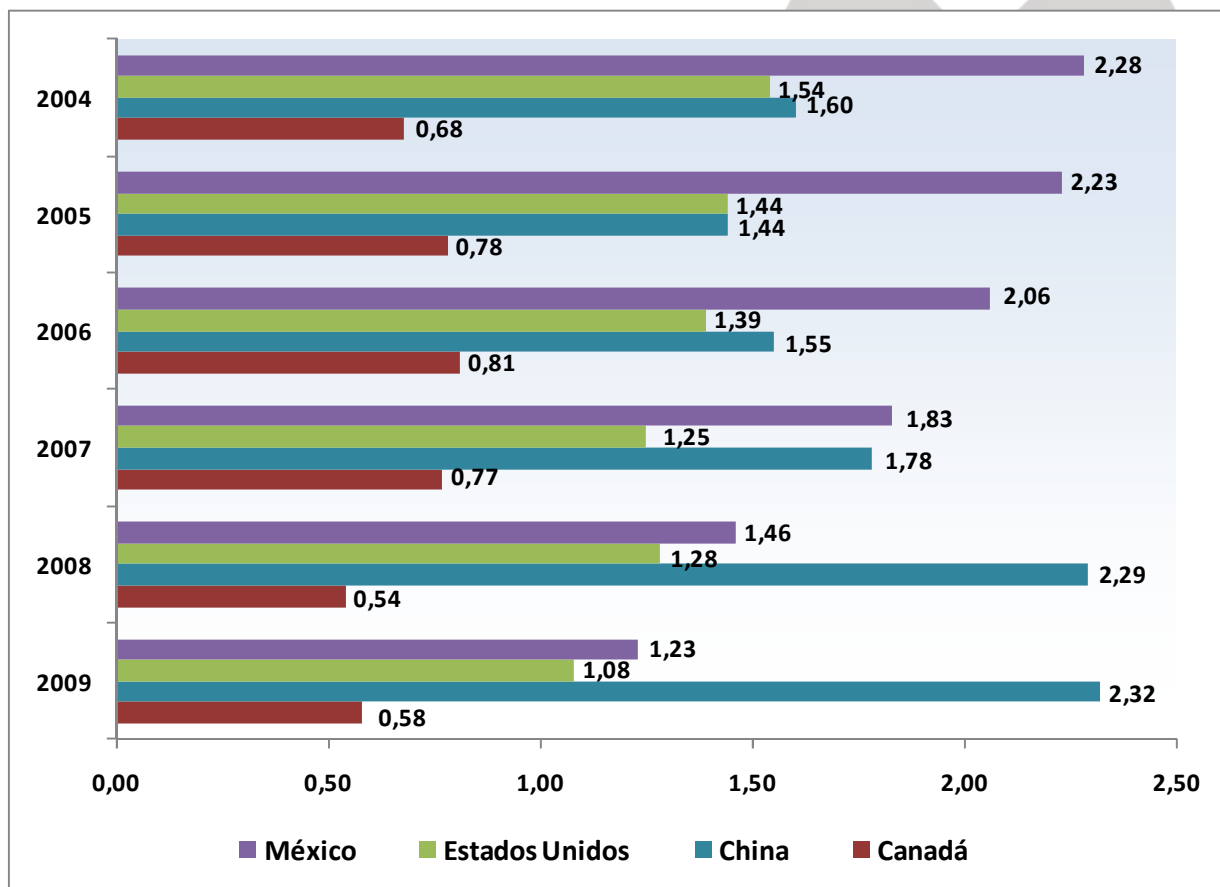
ÍNDICE DE INTENSIDADE DE COMÉRCIO

Este índice 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 do índice de intensidade de comércio (IIC) entre Brasil e Estados Unidos é obtido pela razão entre a participação das exportações brasileiras nas importações norte-americanas e a participação das exportações brasileiras no resto do mundo. Um valor superior à unidade significa que as exportações brasileiras para o mercado dos Estados Unidos são maiores do que seria de se esperar a partir do *market-share* do Brasil no comércio mundial. A análise da evolução deste índice ao longo do tempo mostra se os dois países estão apresentando uma 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 os Estados Unidos, entre 2004 e 2009, conforme mostra o Gráfico 20, houve uma nítida tendência de queda, passando de 1,54, em 2004, para 1,08, em 2009. No entanto, mesmo declinante, a intensidade de comércio Brasil-Estados Unidos foi ligeiramente superior à média brasileira ao longo do período examinado. Em relação aos demais países da América do Norte, a intensidade de comércio com o Brasil também apresentou queda, ao longo do período, especialmente com o México, onde passou de 2,28 para 1,23. Em relação ao Canadá, a redução foi menor, mas foi o país da

América do Norte com o qual o Brasil apresentou a menor intensidade de comércio durante o período 2004-09, chegando a apenas 0,58 em 2009. Por outro lado, a intensidade de comércio entre Brasil e China apresentou uma forte elevação ao longo do período, cujo valor do IIC cresceu de 1,60 para 2,32, se tornando, inclusive, o país do BRICS com o qual o Brasil apresentou a maior intensidade comercial em 2009.

Gráfico 20: Índice de Intensidade de Comércio Brasil - Estados Unidos e Brasil - Países Selecionados



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

A queda do IIC com os Estados Unidos 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 for superior àquele verificado no país em questão. De fato, entre 2004 e 2009, houve uma diversificação dos destinos das exportações brasileiras. A participação de regiões como África⁴⁶ e Ásia⁴⁷ no total das vendas do Brasil aumentou de 4,4% para 5,7%, e de 15,1% para 26,3%, nesta ordem. No entanto, conforme salientado anteriormente, as exportações do Brasil para o

⁴⁶ África exclusive Oriente Médio, de acordo com a classificação do ALICE-Web.

⁴⁷ Ásia exclusive Oriente Médio, de acordo com a classificação do ALICE-Web.

mercado estadunidense declinaram, inclusive em termos absolutos, ao passo que as importações totais daquele país cresceram 9,2% no período 2004-2009. Portanto, a queda do ICC entre Brasil e Estados Unidos reflete tanto a redução da participação das exportações brasileiras nas importações norte-americanas como o aumento da participação das exportações brasileiras no resto do mundo.

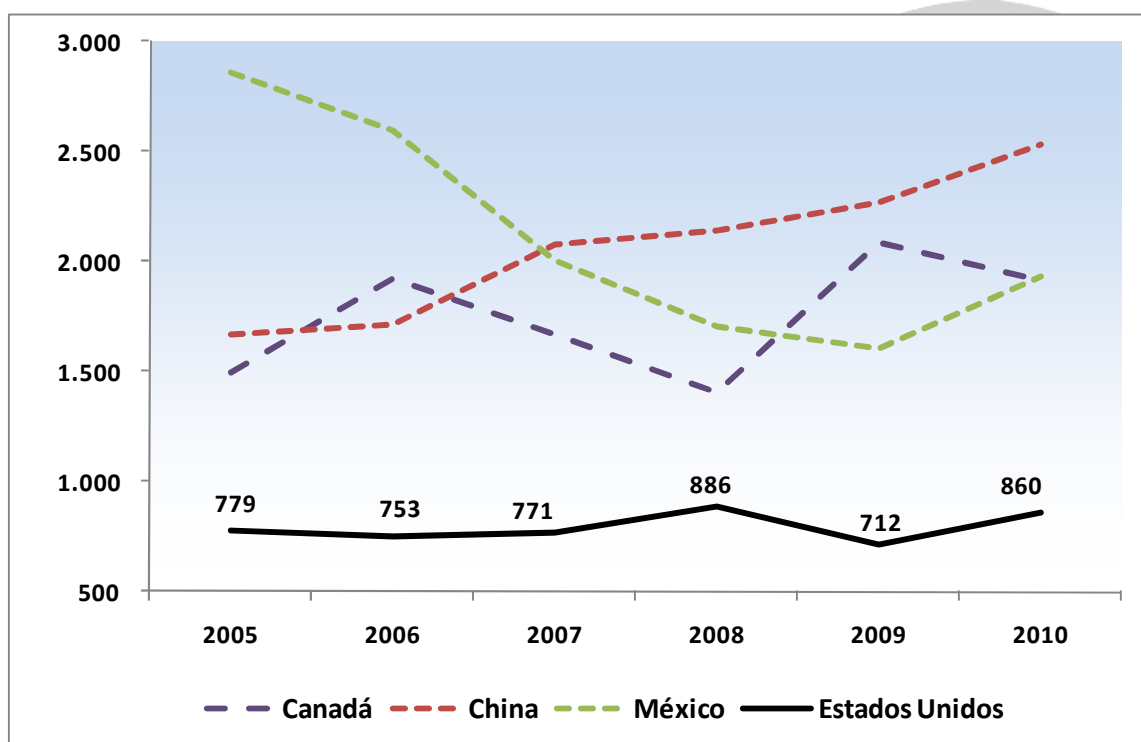
ÍNDICE DE DIVERSIFICAÇÃO/CONCENTRAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES – ÍNDICE DE HERFINDHAL-HIRSCHMAN (HHI)

O Índice de Herfindhal-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 onde a pauta exportadora está concentrada em poucos setores.

Os países em desenvolvimento possuem frequentemente um índice de concentração de exportações 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 índice de concentração das exportações 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 os Estados Unidos é pouco concentrada, com o valor do indicador situando-se sempre abaixo de 1000 pontos para o período 2005-2010 (Gráfico 21). Esta constatação condiz com a configuração da pauta de exportações brasileiras para aquele 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 de três dígitos, não representavam uma parcela muito superior a 50% das exportações brasileiras para os Estados Unidos. Em 2005, 51% das vendas brasileiras para os Estados Unidos concentraram-se em dez produtos, com destaque para “construção, montagem e reparação de aeronaves” (9,4%) e “produção de ferro-gusa e de ferroligas” (6,3%).

Gráfico 21: Indicador de Concentração das Exportações (Índice de Herfindhal-Hirschman) Brasil - Estados Unidos e Brasil - Países Selecionados



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

No entanto, o grau de concentração das exportações brasileiras apresentou uma pequena elevação nos Estados Unidos, ao longo do período examinado, passando de 779, em 2005, para 860, em 2010, embora isso se deva a um forte aumento observado em 2010. O valor do índice para os Estados Unidos se manteve muito abaixo daqueles apresentados para os demais países da América do Norte e da China, que se situaram entre 1.400 e 2.900. Ao longo desse período, houve um aumento significativo do grau de concentração das exportações brasileiras para o Canadá e a China, especialmente com o país asiático, onde o HHI passou de 1.668 para 2.534. Seguindo os limites estabelecidos acima, nos dois países o índice atingiu valores acima de 1.800 pontos, em 2010, o que caracteriza uma pauta exportadora concentrada em poucos setores. O mesmo ocorre com o México, que apresentou um HHI de 1.929 em 2010. No entanto, a tendência observada foi oposta àquela dos países já mencionados, com uma queda expressiva no período 2005-10, pois o índice atingiu 2.856 em 2005. Assim, embora a intensidade e a complementaridade de comércio entre Brasil e Estados Unidos tenha se reduzido no período recente, ao menos o grau de concentração das exportações brasileiras para aquele mercado ainda se mantém em um patamar relativamente baixo.

ÍNDICE DE COMÉRCIO INTRASSETOR INDUSTRIAL

Este índice 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, apesar de poderem ser competidoras no cenário internacional, essas indústrias são, na verdade, parceiras. Peças de veículos produzidas em grande escala no país A abastecem não apenas o mercado interno, como também o país B. Indústrias do país B que são especialistas na fabricação de determinados itens suprem tanto os automóveis locais quanto os do país A. Assim, as indústrias de ambos os países cooperam entre si, gerando o chamado comércio intra-setor 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 intra-setor industrial.

É esta modalidade de comércio que explica, por exemplo, por que o valor de trocas comerciais entre países desenvolvidos, que possuem estruturas econômicas similares, centradas em produtos com maior conteúdo tecnológico, é mais alto que o comércio entre países subdesenvolvidos e em desenvolvimento que, em geral, exportam produtos primários ou intensivos em trabalho. O índice de comércio intra-setorial pode variar entre 0 e 1. Se este indicador alcançar um valor igual à unidade, todo o comércio será intra-setorial. Por outro lado, atingindo um valor 0, o comércio será tipicamente inter-setor industrial, logo, 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 que 0,5 prevalece o comércio intra-setor industrial, caso contrário o comércio bilateral será inter-setorial.

A Tabela 10 mostra os produtos que integram a pauta de comércio intra-setor industrial entre Brasil e Estados Unidos.⁴⁸ Esse tipo de comércio tem sido historicamente elevado entre os dois países, dado o perfil do comércio bilateral, predominantemente de manufaturas. No entanto, ele pode estar perdendo relevância, devido à maior relevância assumida recentemente pelas exportações de produtos primários pelo Brasil para aquele mercado, o que pode contribuir para reduzir o escopo para a existência de comércio intra-setor industrial. Os setores econômicos nos quais predomina o comércio intra-setor industrial, representados por códigos CNAE 2 dígitos, que chegam a oito, em 2010 (14, 17, 22, 25, 28, 31, 34 e 36), foram responsáveis por apenas 13,4% das exportações do Brasil para o mercado estadunidense, somando US\$ 2,6 bilhões.

⁴⁸ A classificação setorial empregada no cálculo do índice de comércio intra-setorial é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), versão 1.0, detalhada em 3 dígitos.

Desses setores, quatro mostraram aumento do índice de comércio intra-setor industrial no período 2005-10, enquanto os outros quatro registraram queda. A queda mais intensa ocorreu no setor de “edição, impressão e reprodução de gravações”, de 0,94 para 0,51, ao passo que o maior incremento ocorreu no setor de “fabricação de móveis e indústrias diversas”, passando de 0,13, em 2005, para 0,82, em 2010. Em termos de volume de comércio, o setor mais relevante é o de “fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias”, com as exportações brasileiras chegando a US\$ 991 milhões em 2010. Esse setor também é o que apresenta o maior índice de comércio intra-setor industrial, atingindo 0,93, em 2010, com um crescimento expressivo desde 2005, quando equivalia a 0,43.

Tabela 10: Comércio intra-Setor Industrial Brasil - Estados Unidos

CNAE	Descrição	2005	2006	2007	2008	2009	2010
14	Extração de minerais não-metálicos	0,81	0,70	0,75	0,51	0,93	0,85
142	Extração de outros minerais não-metálicos	0,88	0,74	0,85	0,17	0,69	0,46
17	Fabricação de produtos têxteis	0,34	0,37	0,44	0,53	0,60	0,79
171	Beneficiamento de fibras têxteis naturais	0,91	0,86	0,57	0,77	0,88	0,97
173	Tecelagem - inclusive fiação e tecelagem	0,97	0,57	0,49	0,74	0,64	0,58
176	Fabricação de artefatos têxteis a partir de tecidos - exceto vestuário - e de outros artigos têxteis	0,84	0,87	0,94	0,86	0,86	0,91
177	Fabricação de tecidos e artigos de malha	0,12	0,07	0,22	0,20	0,43	0,94
22	Edição, impressão e reprodução de gravações	0,94	0,67	0,94	0,69	0,59	0,51
221	Edição; edição e impressão	0,99	0,63	0,68	0,90	0,95	0,83
222	Impressão e serviços conexos para terceiros	0,86	0,63	0,98	0,56	0,59	0,52
25	Fabricação de artigos de borracha e de material plástico	0,96	0,97	0,98	0,91	0,87	0,87
251	Fabricação de artigos de borracha	0,63	0,69	0,66	0,80	0,75	0,81
28	Fabricação de produtos de metal - exclusive máquinas e equipamentos	0,98	0,95	0,82	0,80	0,77	0,58
282	Fabricação de tanques, caldeiras e reservatórios metálicos	0,79	0,51	0,61	0,95	0,54	0,70
283	Forjaria, estamparia, metalurgia do pó e serviços de tratamento de metais	0,37	0,31	0,46	0,50	0,96	0,82
284	Fabricação de artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais	0,92	0,96	0,99	0,84	0,83	0,73
31	Fabricação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos	0,88	0,85	0,81	0,89	0,99	0,77
311	Fabricação de geradores, transformadores e motores elétricos	0,49	0,49	0,47	0,50	0,65	0,86
316	Fabricação de material elétrico para veículos - exceto baterias	0,52	0,61	0,77	0,75	0,71	0,53
34	Fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias	0,43	0,46	0,56	0,76	0,99	0,93
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	0,48	0,45	0,59	0,70	0,80	0,90
36	Fabricação de móveis e indústrias diversas	0,13	0,21	0,35	0,55	0,65	0,82
361	Fabricação de artigos do mobiliário	0,04	0,13	0,25	0,42	0,55	0,72
369	Fabricação de produtos diversos	0,36	0,35	0,48	0,68	0,74	0,89

Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO EXPORTADORA (IEE)

Na relação comercial entre dois países, este indicador aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto que o país B. Nesse estudo, o índice de especialização exportadora compara a participação das exportações de determinados setores brasileiros para o mundo com a participação das exportações norte-americanas 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 aos Estados Unidos.

A ideia é que, se um país é mais especialista 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. Isto porque a especialização exportadora aumenta 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.

Tabela 11: Índice de Especialização Exportadora - Estados Unidos

Setor/CNAE	Descrição	IEE 2009	ICC 2009	Participação do setor nas importações dos Estados Unidos	Participação do Brasil nas importações estadunidenses do setor 2009	Principal Fornecedor	Participação do principal fornecedor nas importações estadunidenses do setor
014	Pecuária	3,32	69,97	0,17%	4,10%	México	15,6%
111	Extração de petróleo e gás natural	13,19	93,03	13,46%	2,80%	Venezuela	11,7%
132	Extração de minerais metálicos não-ferrosos	2,80	50,32	0,13%	7,13%	Austrália	26,5%
156	Fabricação e refino de açúcar	239,75	78,73	0,10%	6,41%	México	34,4%
171	Beneficiamento de fibras têxteis naturais	1,14	54,61	0,00%	0,58%	China	10,0%
174	Fabricação de artefatos têxteis, incluindo tecelagem	6,48	58,36	0,32%	2,27%	China	37,3%
193	Fabricação de calçados	10,79	69,73	1,14%	2,16%	China	76,1%
234	Produção de álcool	111,48	100,00	0,03%	31,32%	Jamaica*	31,0%
251	Fabricação de artigos de borracha	1,37	72,91	0,85%	2,40%	China	22,2%
271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	72,84	54,01	0,15%	24,83%	Rússia*	19,0%
281	Fabricação de estruturas metálicas e obras de caldeiraria pesada	1,02	75,52	0,22%	0,04%	China	24,0%
343	Fabricação de cabines, carrocerias e reboques	1,26	71,68	0,10%	0,18%	China	26,3%
361	Fabricação de artigos do mobiliário	1,05	59,64	1,53%	0,53%	China	51,5%

Fonte: UICC, Apex-Brasil, a partir de dados do MDIC.

* Principal fornecedor após o Brasil.

A Tabela 11 mostra os principais setores em que o Brasil é mais especialista que os Estados Unidos, em 2009. Em todos também há um elevado grau de complementaridade entre a pauta de exportação brasileira e a de importação norte-americana, com o índice chegando a 100 no caso de “produção de álcool”. Os dois setores onde o Brasil apresenta o maior IEE, “fabricação e refino de açúcar” e “produção de álcool”, não constavam entre os principais produtos de exportação do Brasil para o mercado estadunidense, em 2009. Isso reflete a presença de barreiras comerciais impostas sobre esses setores, como é possível notar pela suas pequenas participações na pauta de importações dos Estados Unidos, não superando a 0,10%. O caso de “produção de álcool” é exemplar, pois mesmo sendo o principal fornecedor dos Estados Unidos (31,3%), o Brasil pouco se beneficia disso, dado que a participação na pauta importadora daquele país é de apenas 0,03%. Isto é, de pouco vale a competitividade dos produtos brasileiros, enquanto as barreiras protecionistas estiverem em vigor.

Chama a atenção ainda que, na maioria dos produtos em que o Brasil é mais especialista do que os Estados Unidos, a China se tornou o principal fornecedor daquele mercado. Em “fabricação de calçados”, por exemplo, a China é responsável por 76,1% das importações norte-americanas, enquanto o Brasil tem uma parcela de apenas 2,1% daquele mercado. Um aspecto positivo que se pode auferir a partir do exame

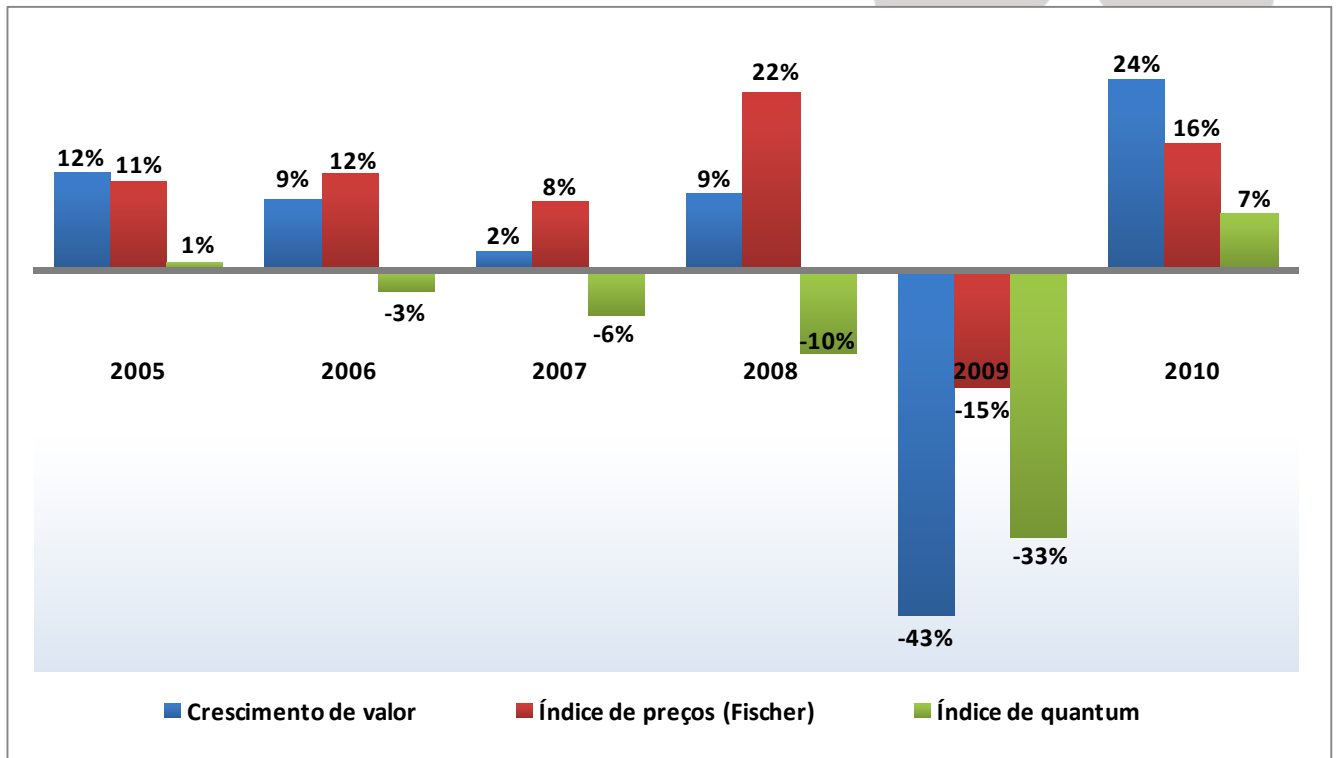
da Tabela 11 é o potencial de crescimento do setor de “extração de petróleo e gás natural”, pois além da significativa especialização exportadora do Brasil, esse setor tem grande importância na pauta importadora norte-americana, representando 13,5% das importações totais do país. Além disso, o Brasil ainda detém uma parcela relativamente pequena deste setor, de apenas 2,8%, e mesmo assim este já é o principal setor de exportação brasileiro para aquele país, com exportações que chegaram a US\$ 3,8 bilhões, em 2010, conforme destacado anteriormente.

ÍNDICE DE PREÇO E QUANTUM

Neste estudo, o cálculo do índice de preços e do índice de quantum (quantidade) mede, respectivamente, quanto o preço e a quantidade dos produtos exportados influenciam no aumento ou diminuição do valor das exportações brasileiras para o mercado dos Estados Unidos. No período 2005-2010, conforme ilustrado no Gráfico 22, a evolução do valor exportado, em todos os anos, teve uma influência mais positiva do comportamento dos preços do que do quantum exportado. Por sinal, na maioria dos anos houve, inclusive, uma queda do quantum exportado, se concentrando no período 2006-09. Já os preços de exportação elevaram-se sempre, à exceção de 2009. Assim, somente em 2005 e em 2010 houve uma expansão tanto do preço quanto do quantum exportado para os Estados Unidos. O dinamismo dos preços de exportação, no entanto, permitiu que houvesse um aumento do valor exportado em todos os anos, exceto 2009.

Em 2009, ano em que a crise financeira internacional teve o maior impacto negativo sobre os fluxos de comércio globais, as exportações brasileiras declinaram 43% para os Estados Unidos, principalmente pela queda acentuada, de 33%, do quantitativo exportado. Em 2010, com a recuperação econômica mundial, novamente os preços das exportações foram os maiores protagonistas da recuperação do nível de comércio bilateral Brasil-Estados Unidos, com uma elevação de 16%, bastante acima da expansão de 7% do quantum exportado, gerando um crescimento de 24% das exportações brasileiras para o mercado estadunidense.

Gráfico 22: Crescimento de Valor, Índice de Preços e Índice de Quantum das exportações brasileiras para os Estados Unidos



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

O maior dinamismo dos preços de exportação, em relação à quantidade exportada para os Estados Unidos, no período examinado, já reflete a mudança do perfil da pauta de exportação do Brasil para aquele país. Conforme foi destacado anteriormente, as exportações brasileiras se tornaram cada vez mais dependentes de produtos primários, que, à exceção de 2009, têm mostrado uma forte elevação de preços no mercado internacional.

INTRODUÇÃO À METODOLOGIA DE SELEÇÃO DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

As oportunidades para os exportadores brasileiros no mercado estadunidense 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 os Estados Unidos importaram de todo o mundo entre 2002 e 2009⁴⁹. Cruzando-se esses produtos com aqueles que o Brasil exportou⁵⁰ para os Estados Unidos nesse período, faz-se a seguinte separação:

- **Produtos brasileiros com Exportações Incipientes** – são aqueles:
 - cuja participação brasileira nas importações estadunidenses é muito baixa; e/ou
 - cujas exportações brasileiras para os Estados Unidos não são contínuas⁵¹.

Para que os produtos com as características acima possam ter oportunidades nos Estados Unidos é preciso também que:

- O Brasil seja especialista⁵² em sua exportação; e
- Exista complementaridade entre a pauta exportadora brasileira e a pauta importadora estadunidense, ou seja, os Estados Unidos precisam importar os produtos que o Brasil deseja exportar; e
- As importações estadunidenses 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 estadunidense.

- **Produtos brasileiros com Exportações Expressivas** – são aqueles cuja participação nas importações estadunidenses é significativa e cujas vendas são contínuas. Os grupos de produtos com exportações expressivas são classificados em cinco categorias:

⁴⁹ É importante esclarecer que o período da análise vai de 2004 a 2009. Como 2009 foi um ano de crise, com grande queda no comércio exterior, sua irregularidade foi suavizada, neste trabalho, com a utilização de médias geométricas de três anos. Desse modo, os valores de 2009 referem-se à média dos anos 2007, 2008 e 2009. O mesmo procedimento foi adotado para os anos anteriores.

⁵⁰ Aqui consideram-se os dados das importações feitas pelo país analisado oriundas do Brasil

⁵¹ Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior.

⁵² Na relação comercial entre dois países, o indicador de especialidade exportadora aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto que o país B. A ideia é que, se um país é mais especialista que o outro, existe oportunidade de comércio entre eles, com o país A exportando para o país B.

– **Consolidados** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que já estão bem posicionados no mercado estadunidense e têm uma situação confortável em relação aos seus principais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é de **manutenção do** espaço já conquistado;

– **Em risco** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que já estiveram consolidados no mercado estadunidense 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 nos Estados Unidos 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 nos Estados Unidos, mas que estão crescendo naquele 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 os Estados Unidos crescem menos que as do principal concorrente, apesar de o Brasil ser mais especialista na exportação desses produtos 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.

É possível notar na Tabela 12 que nas vendas do Brasil para os Estados Unidos, há um equilíbrio na comercialização das exportações incipientes (42,02%) com as que expressivas (57,98%), diferentemente da participação nas importações provenientes do mundo. Em valor, as importações estadunidenses provenientes do Brasil classificadas como expressivas atingiram US\$ 12,1 bilhões ao passo que as importações classificadas como incipientes alcançaram US\$ 8,8 bilhões.

Tabela 12: Classificação das exportações dos produtos brasileiros importados pelos Estados Unidos

Classificação	Nº de SH6	Nº de SH6 (%)	Importações totais dos EUA 2009 (US\$)	Importações totais dos EUA 2009 (%)	Importações estadunidenses provenientes do Brasil 2009 (US\$)	Importações estadunidenses provenientes do Brasil 2009 (%)
Expressivo	680	12,44	193.507.292.694	12,08	12.186.313.799	57,98
Incipiente	4.787	87,56	1.408.388.522.436	87,92	8.831.490.845	42,02
Total	5.467	100,00	1.601.895.815.130	100,00	21.017.804.644	100,00

Fonte: UICC, Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade.

A fim de apresentar as oportunidades de exportação para o mercado estadunidense, os grupos de produtos brasileiros foram organizados em seis grandes complexos: **ALIMENTOS, BEBIDAS E AGRONEGÓCIO**; **CASA E CONSTRUÇÃO**; **MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS**; **MODA**; e **TECNOLOGIA E SAÚDE**. Há produtos que permeiam mais de um complexo ou não se encaixam especificamente em nenhum. Por isso, são classificados no complexo **MULTISETORIAL**. Em cada complexo são apresentados os grupos com exportações incipientes e expressivas.

ApexBrasil

Os Estados Unidos desempenham um importante papel no fluxo comercial internacional de produtos agrícolas, alimentos e bebidas, com uma participação média nas trocas globais desses produtos de, aproximadamente, 9,1%, na última década. Além de grande importador, os Estados Unidos também são os maiores exportadores mundiais desse segmento. No ano de 2010, suas vendas externas de produtos agrícolas, alimentos e bebidas somaram US\$ 120,3 bilhões. De acordo com o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA, em inglês)⁵³, o país tem sido superavitário em suas trocas comerciais dessa categoria de produtos desde 1959. De fato, com a produtividade do setor crescendo em velocidade superior à demanda doméstica, os produtores estadunidenses dependem fortemente dos mercados externos para sustentar seus preços e manter suas receitas. Por outro lado, suas importações vêm aumentando de forma constante, ao mesmo tempo em que cresce a demanda por alimentos diversos daqueles produzidos em seu próprio território.

Segundo dados fornecidos pelo *United Nations Commodity Trade Statistics Database*⁵⁴, 5,5% do total importado pela economia estadunidense no ano de 2010 correspondeu a produtos do agronegócio. Naquele ano, as importações de alimentos, bebidas e produtos agrícolas do país totalizaram US\$ 108,8 bilhões. O Brasil respondeu por aproximadamente US\$ 3,3 bilhões do valor dessas importações, o equivalente a 3% do total. Entre os anos de 2005 e 2010, as importações estadunidenses desse complexo registraram crescimento médio de 6,2% ao ano.

Merece destaque a significativa participação dos países integrantes do NAFTA nesse fluxo, que juntos representaram 35,2% do total dessa categoria de produtos importado pelos Estados Unidos em 2010. O alto nível de integração no comércio de produtos de origem agrícola entre os Estados Unidos e o Canadá se deve em parte ao *Canada-United States Free Trade Agreement* (CUSTA), implementado em 1989 e incorporado ao *North American Free Trade Agreement* (NAFTA) em 1994. Entre os anos de 1989 e 1998, esses acordos praticamente eliminaram as barreiras tarifárias do comércio agrícola entre os dois países. Na relação com o Canadá, ainda persistem tarifas às importações de produtos lácteos, amendoim, manteiga de amendoim, açúcar, algodão e outros produtos contendo açúcar. Da mesma forma, as

⁵³ *U.S. Food Import Patterns, 1998-2007* (publicado em Agosto, 2009). O documento examina padrões nas importações estadunidenses para os anos fiscais de 1998-2007. Disponível em <http://www.ers.usda.gov/Briefing/AgTrade/readings.htm>. Acessado em 8 de junho de 2010.

⁵⁴ O *Global Trade Information Services* (GTIS) é uma empresa privada de fornecimento de informações quantitativas acerca do comércio internacional. Para maiores informações, acesse: www.gtis.com.

exportações estadunidenses para o Canadá de produtos lácteos, carne de aves, ovos e margarina também sofrem restrições tarifárias⁵⁵.

O México, por sua vez, é o terceiro maior parceiro comercial agrícola dos Estados Unidos (atrás somente do Canadá e da União Europeia). As trocas agrícolas entre os dois países caracterizam-se pela complementaridade. As compras de cerveja, vegetais e frutas representam, aproximadamente, 3/4 das importações estadunidenses do México, e estão intimamente ligadas à experiência histórica desse país na produção de bebidas alcoólicas e de uma grande variedade de frutas e legumes. Em contrapartida, a participação de grãos, oleaginosas, carne e produtos relacionados nas exportações totais dos Estados Unidos para o México se dá em percentuais igualmente elevados.

Para todas as categorias de produtos agrícolas importadas pelos Estados Unidos, verifica-se crescimento mais acelerado das compras externas de produtos de maior valor agregado em detrimento dos produtos sem qualquer beneficiamento. Segundo o USDA⁵⁶, as importações de mercadorias a granel apresentaram crescimento de 14% entre os anos de 1998 e 2007, enquanto as de produtos prontos para o consumo registraram crescimento superior aos 100%, no mesmo período. Enquanto as importações de produtos processados de países em desenvolvimento aumentaram, os fornecedores de mercadorias primárias não-processadas, especialmente perecíveis, são selecionados em função da distância e das condições de transporte e armazenagem para esses produtos. Assim, os países Integrantes do NAFTA respondem pela maior parte das importações estadunidenses de grãos, carnes não-processadas, leite e peixe fresco (juntamente com alguns países latino-americanos). Da mesma forma, as importações de vegetais e frutas frescas são provenientes, principalmente, do Canadá, México e de outros países da América Central e América do Sul. Já os produtos menos perecíveis, como as frutas e legumes secos e congelados, são cada vez mais importados da Ásia (especialmente da China, Tailândia, Índia e Vietnã). As importações estadunidenses de frutas e vegetais frescos oriundos do Chile, por exemplo, aumentaram de US\$ 800 milhões em 1998 para algo próximo aos US\$ 2,5 bilhões em 2007. A Malásia, por sua vez, vem se tornando um grande fornecedor de óleos tropicais, distinguindo-se, também, nas vendas de pasta e manteiga de cacau. Na medida em que crescem as importações estadunidenses de produtos de origem agrícola, aumentam também seus parceiros comerciais nesse complexo. Em 2007, por exemplo, 319 variedades de frutas foram importadas de 121 países, incluindo-se, aí, 41 novos produtos de 10 novos fornecedores (na comparação com 1998).

A participação de produtos importados no total do consumo estadunidense de alimentos vem crescendo significativamente nos últimos anos. O consumo de vários produtos, como peixes e mariscos,

⁵⁵USDA. *Foreign Agricultural Service's Global Agricultural Trade System*. Disponível em <http://www.fas.usda.gov/gats/>. Acessado em 20 de agosto de 2010.

⁵⁶ BROOKS, Nora; REGMI, Anita; & BUZBY, Jean. *Statistics: Trade data shows value, variety and sources of U.S. food imports*. Disponível em <http://www.ers.usda.gov/AmberWaves/September09/PDF/Datafeature.pdf>. Acessado em 20 de julho de 2010.

diversas variedades de frutas e vegetais frescos, sucos de frutas, castanhas, temperos e óleos culinários é cada vez mais dependente de importações. Ao mesmo tempo, nos últimos anos, nota-se uma maior preocupação entre os consumidores estadunidenses com aspectos relacionados à saúde, o que implica uma crescente demanda por alimentos mais nutritivos. Essa tendência é verificada no aumento das vendas de pescados e frutos do mar, no maior interesse por frutas e legumes frescos e por gorduras insaturadas, como o azeite de oliva e o óleo de canola. Há, ainda, maior demanda por chás verdes e por chocolates com maiores teores de cacau, notabilizados pelos altos níveis de flavonóides e antioxidantes. A opção por uma alimentação de maior qualidade também se faz sentir no segmento de bebidas. O consumo de bebidas gaseificadas vem decrescendo, ao passo que as vendas de sucos e outras bebidas posicionadas como benéficas à saúde têm aumentado.

O consumo *per capita* de carne vermelha apresenta declínio à medida que aumenta o consumo de carne de aves⁵⁷, notadamente a carne de frango. Em 1976, o consumo *per capita* de carne vermelha registrado era de 60,3 Kg. Já em 2005, esse consumo reduziu-se para 49,9 Kg, motivado, principalmente, pela retração na demanda por carne bovina, que diminuiu 22% entre 1970 e 2005. Contudo, a carne vermelha – especialmente a bovina – permanece como a principal fonte de proteína na dieta estadunidense. Em contraponto a esse dado, entre 1970 e 2005 o consumo *per capita* de carne de aves mais que dobrou, de 15,4 Kg para 33,8 kg por pessoa.

No mesmo período, o consumo de queijos⁵⁸ cresceu de aproximadamente 5 kg por pessoa, em 1970, para 14 kg, em 2005. O consumo de iogurtes, por sua vez, aumentou quase dez vezes. Entretanto, o consumo de outros laticínios, como o leite em pó, sorvetes, leite evaporado/condensado e suas versões líquidas apresentaram queda na demanda. Entre as variedades líquidas, as vendas de leites integrais decresceram 73% entre 1970 e 2005, ao passo que a comercialização de leites com baixo teor de gordura aumentou 143% no período.

Similarmente às tendências observadas em outras economias desenvolvidas, os consumidores domésticos vêm demandando mais variedade e qualidade nos produtos adquiridos⁵⁹.

A maturidade do mercado de produtos alimentícios no país e o gradual aumento da diversidade étnica de sua população concorrem para que a pauta de compras externas estadunidenses apresente maior participação de produtos tropicais, especiarias e outros produtos *gourmet*. Ademais, fatores climáticos e sazonais obrigam o país a importar produtos hortícolas, especialmente frutas e vegetais, além de produtos

⁵⁷ WELLS, Hodan Farah; & BUZBY, Jean. *Dietary assessment of major trends in U.S. food consumption, 1970-2005. Economic Information Bulletin* 33. USDA, *Economic Research Service*, Março 2008.

⁵⁸ Excetuando-se o queijo do tipo *cottage*.

⁵⁹ JERARDO, Andy. "What Share of U.S. Consumed Food Is Imported?" *Amber Waves* 6(1):36-37, U.S. Department of Agriculture, *Economic Research Service*, Fevereiro 2008.

tropicais como o cacau e o café. O processo de globalização e as operações transfronteiriças de muitas empresas estadunidenses de alimentos estão redirecionando as compras externas do país para economias em desenvolvimento, onde os custos operacionais são consideravelmente mais baixos. Destarte, uma crescente parcela das importações estadunidenses pode ser atribuída ao comércio intrafirma. As indústrias locais de produtos alimentícios e bebidas usualmente importam insumos em diferentes estágios de processamento de suas filiais em mercados externos, numa tentativa de minimizar os custos de produção e distribuição.

No que tange ao consumo de alimentos e à distribuição de renda, cabe destacar que as famílias de maior renda da população estadunidense gastam 47% do orçamento destinado à alimentação com refeições realizadas fora de casa. Esse percentual é quase o dobro do efetuado pelas famílias com menores rendimentos⁶⁰. Ademais, na medida em que aumenta a renda, crescem também as despesas com refeições congeladas preparadas, alimentos enlatados ou embalados (incluindo uma variedade de produtos étnicos), lanches e bebidas não alcoólicas, além de temperos, confeitos, doces, gorduras e óleos. As despesas com esses tipos de alimentos, seguidas por carnes, leite, queijo e ovos, pães e cereais, frutas e vegetais representam a maior parcela dos gastos no varejo dos consumidores de todas as faixas de renda. Curiosamente, estas últimas categorias de produtos são menos sensíveis a variações de renda, e seu consumo tende a se manter estável até que a renda familiar atinja US\$ 50.000 anuais. Tais constatações sugerem que, conforme aumenta a renda, as famílias estadunidenses buscam maior variedade, conveniência, qualidade e novas experiências gastronômicas nos alimentos que consomem.

Em 2008, a alta dos preços das *commodities* e a recessão econômica global mudaram dramaticamente os padrões de comércio externo estadunidenses, que devem retornar a sua tendência histórica entre os anos de 2010-2011.

Os principais grupos de produtos importados pelos Estados Unidos do mundo desse complexo no ano de 2010, classificados segundo o Sistema Harmonizado em seis dígitos (SH6), foram: “café não torrado, não descafeinado” (Café cru); “cervejas de malte” (Cerveja); “Outros vinhos; mostos de uvas, cuja fermentação tenha sido impedida por adição de álcool, em recipientes com capacidade =< 2 litros” (Vinhos, vermouths, vinagres); “Cloreto de potássio para uso como fertilizante” (Adubos e fertilizantes); “camarões congelados” (Camarão congelado); e “Filé de merluza congelado” (Peixes congelados, frescos ou refrigerados). Juntas, essas mercadorias representaram US\$ 20,7 bilhões em importações, o equivalente a 19% do total desse complexo comprado naquele ano.

⁶⁰ FRAZÃO, Elizabeth; MEADE, Birgit & REGMI, Anita. “*Converging Patterns in Global Food Consumption and Food Delivery Systems*” *Amber Waves* 6(1):22-29, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Fevereiro 2008.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Alimentos, Bebidas e Agronegócios” nos Estados Unidos

Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos

Para os Estados Unidos, não houve grupos de produtos de exportações classificados como “incipientes a desenvolver” para o complexo Alimentos, Bebidas e Agronegócios. Ao contrário destas exportações, em que os produtos brasileiros ainda estariam em estágios iniciais de inserção no mercado, as exportações “expressivas”, como o próprio nome indica, já atingiram maior grau de maturidade no país importador, são mais constantes ao longo do tempo e já têm participação de mercado minimamente significativa.

Para este complexo, as exportações “expressivas”⁶¹ encontram-se em cinco situações: “consolidado”, “a consolidar”, “em declínio”, “em risco” e “desvio de comércio”.

As exportações expressivas “a consolidar” reúnem aqueles casos em que o Brasil já tem boa parcela de mercado e em que as exportações nacionais crescem em um ritmo próximo ou superior aos dos concorrentes. Neste cenário, há grande chance de os exportadores aumentarem sua presença no país importador. As exportações denominadas “consolidadas” são aquelas em que a participação brasileira no mercado já é significativa e o Brasil goza de ritmo de crescimento igual ou superior à média verificada para os demais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é de manutenção do espaço já conquistado.

Por outro lado, “em declínio” estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado norte-americano e que nele vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, porque o quadro desfavorável inicial precisaria ser revertido. Os grupos de produtos classificados como “em risco”, por sua vez, já estiveram consolidados no mercado estadunidense e ainda apresentam participação significativa, muito embora venham perdendo espaço ano após ano. Para eles, uma nova estratégia de posicionamento deveria ser posta em prática para reconquistar o espaço perdido ou para, ao menos, reduzir a rapidez com que o Brasil perde participação naquele mercado para seus concorrentes.

Por fim, os grupos de produtos identificados como “desvio de comércio” incluem aqueles em que o Brasil possui vantagens de especialização no comércio mundial, ao contrário de seu principal concorrente. Apesar disso, a taxa de crescimento média das exportações brasileiras é inferior à verificada para seus concorrentes e o país posiciona-se com uma fatia de mercado pouco relevante no país abordado. Isso denota que há algum elemento não determinado pela simples observação dos fluxos comerciais globais favorecendo nosso principal concorrente naquele mercado, tais como acordos comerciais.

⁶¹ Para verificar quais foram os SH6 considerados expressivos, consulte o Anexo 3.

Produtos brasileiros com presença “a consolidar” e “consolidada” nos Estados Unidos

As importações estadunidenses dos grupos de produtos classificados como “a consolidar” e “consolidado” alcançaram US\$ 11,5 bilhões em 2009, ano em que a participação média das exportações brasileiras para esses subgrupos de produtos atingiu 18,1%.

Cabe destacar os valores importados de *café cru* em 2009, somando US\$ 3,5 bilhões, dos quais US\$ 772,1 milhões foram provenientes do Brasil. Notabilizam-se ainda, neste contexto, as exportações brasileiras de álcool etílico, castanhas de caju, fumo em folhas, carne de boi industrializada e suco de laranja não-congelado, que juntas somaram 83,5% do total exportado pelo Brasil naquele ano entre os grupos de produtos identificados.

Tabela 13: Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para os Estados Unidos e presença “a consolidar” e “consolidada” naquele país

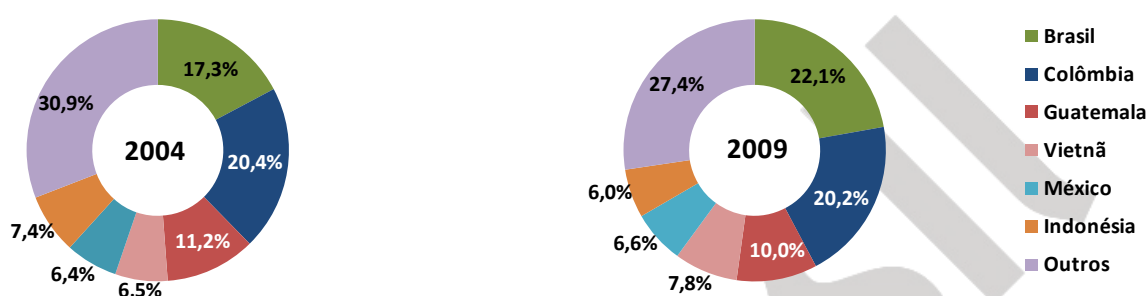
Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado estadunidense 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para os EUA
Álcool etílico	2	619.077.239	173.106.459	8,87	27,96	18,95	Jamaica	27,24	Consolidadas
Açúcar refinado	1	417.952.021	17.841.807	14,72	4,27	76,20	México	79,42	A consolidar
Animais vivos	2	19.933.320	2.312.028	34,67	11,60	-6,36	Argentina	20,47	A consolidar
Bebidas destiladas	1	83.695.932	4.410.085	56,10	5,27	12,11	Barbados	14,60	A consolidar
Café cru	2	3.490.669.978	772.136.147	17,73	22,12	10,67	Colômbia	20,16	A consolidar
Café torrado	1	326.122.359	16.248.184	18,35	4,98	12,94	Canadá	46,19	A consolidar
Demais produtos de café	1	316.513.540	72.405.295	16,99	22,88	8,03	México	29,34	A consolidar
Carnes salgadas bovinas	1	2.970.396	45.343	-0,85	1,53	-31,07	Uruguai	74,82	Consolidadas
Cereais em grão e esmagados	5	314.360.468	18.065.348	37,15	5,75	20,81	Chile	48,75	A consolidar
Farinhas para animais	1	33.486.117	0	-100,00	0,00	18,37	Canadá	100,00	A consolidar
Castanhas de caju	2	604.950.715	149.954.535	3,00	24,79	0,52	Vietnã	41,67	A consolidar
Demais frutas	1	51.311.838	1.052.357	-23,65	2,05	7,42	África do Sul	27,14	A consolidar
Uvas frescas	1	1.235.451.547	27.013.331	68,78	2,19	6,63	Chile	70,18	A consolidar
Fumo em folhas	2	557.114.009	317.887.634	7,30	57,06	2,86	Malavi	8,16	Consolidadas
Gorduras e óleos animais e vegetais	7	162.958.538	20.370.365	12,90	12,50	-2,18	Índia	27,12	A consolidar
Leite e derivados	3	268.241.106	45.376.096	22,63	16,92	5,41	Vietnã	13,58	A consolidar
Massas alimentícias e preparações alimentícias	11	1.302.785.042	38.832.631	8,97	2,98	10,98	Canadá	26,08	A consolidar
Demais pescados	2	1.157.689	158.692	48,92	13,71	-26,88	Canadá	52,60	A consolidar
Carne de boi industrializada	3	417.962.668	262.936.866	5,13	62,91	0,42	Argentina	13,08	Consolidadas
Demais preparações de carnes, peixes e crustáceos	1	2.650.106	336.120	75,92	12,68	-8,78	Canadá	63,43	A consolidar
Produtos hortícolas e plantas vivas	2	183.720.261	7.499.392	14,65	4,08	5,47	Costa Rica	27,01	A consolidar
Sementes oleaginosas (exceto soja), plantas ind. E med., gomas e sucos e extratos vegetais; mat.	1	61.634.640	7.245.570	12,36	11,76	3,36	México	26,16	A consolidar
Demais sucos	6	923.116.832	75.354.395	31,78	8,16	8,10	China	42,41	A consolidar
Suco de laranja não congelado	1	116.269.140	112.227.114	44,26	96,52	-2,82	México	1,83	Consolidadas

*taxa média anual de crescimento.

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade.

O Gráfico 23 mostra quais eram os principais fornecedores do grupo de produtos *café cru* em 2009 e as posições que ocupavam no mercado estadunidense no ano de 2004. Verifica-se que o Brasil passou a representar o principal fornecedor para os Estados Unidos no período analisado, aumentando consideravelmente a sua participação de mercado ao mesmo tempo em que também aumentava o valor das compras totais do país. Nota-se, ainda, leve movimento de concentração nas origens destas importações. Em 2004, os seis primeiros fornecedores de *café cru* detinham 70,4% do mercado. Em 2009, esse percentual havia aumentado para 72,6%.

Gráfico 23: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “café cru” para os Estados Unidos 2004 e 2009 (%)

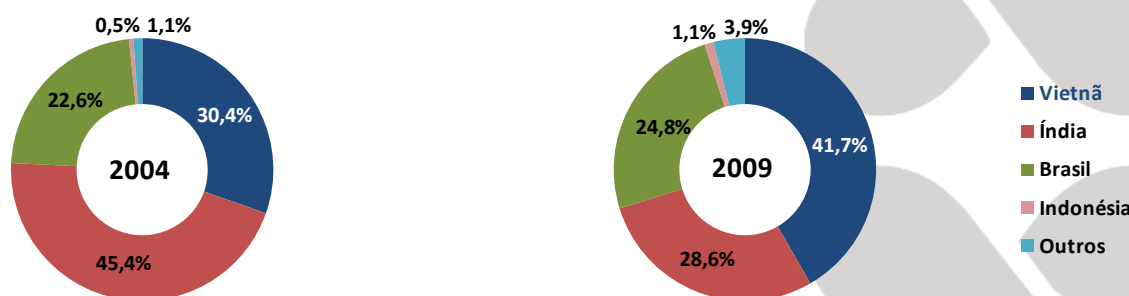


Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do *United Nations Commodity Trade Statistics Database* - UNComtrade.

O crescimento médio demonstrado pelo Brasil nos anos em análise permite inferir que as perspectivas de ampliação da participação nacional neste mercado são positivas. De fato, trata-se de um segmento com número significativo de empresas exportadoras (158 em 2009, aproximadamente, segundo informações do MDIC), em sua maioria (61,8%) de grande porte. Soma-se a isto o fato de que os valores de exportação brasileira não se encontram concentrados em poucas empresas, mas dispersos entre todas aquelas que registraram exportações naquele ano.

Importante observar, também, o significativo valor exportado pelo Brasil para o conjunto de produtos *castanhas de caju*, de US\$ 149,9 milhões em 2009. Como apresentado no Gráfico 24, o país aumentou sua participação no total das importações estadunidenses entre os anos analisados, deslocando a participação da Índia nesse comércio. Movimento semelhante de expansão no mercado se percebe para as importações oriundas do Vietnã, que registraram ritmo de crescimento médio superior ao brasileiro no período, de 7,7%.

Gráfico 24: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “castanhas de caju” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)

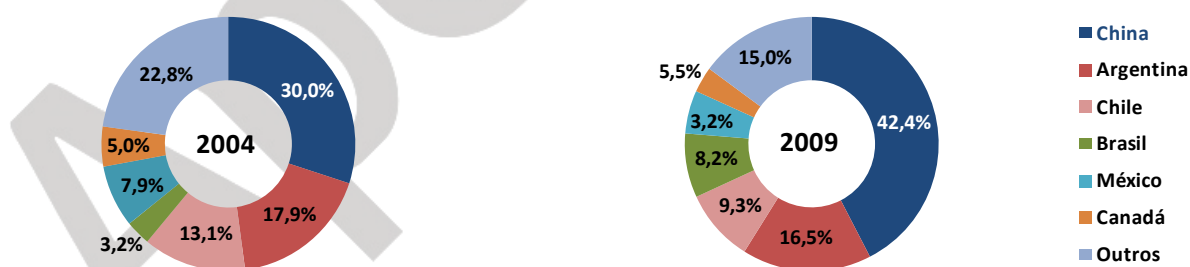


Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do *United Nations Commodity Trade Statistics Database* - UNComtrade.

Para este conjunto de produtos, o Brasil apresentou 19 empresas exportadoras para o mercado estadunidense em 2009, as quais eram, predominantemente, empresas de grande porte (57,9%) que registraram concentração média no total do valor de vendas brasileiras para os Estados Unidos destes produtos naquele ano.

Com 49 empresas brasileiras exportadoras em 2009, o conjunto de produtos *demais sucos* também merece atenção. Aqui se destaca o tamanho das empresas na base exportadora nacional para os Estados Unidos, uma vez que 51% delas são de médio porte e 16,3% são micro e pequenas empresas. Há oportunidades para sucos de uva, sucos de maçã, sucos de cítricos (que não o suco de laranja, incluído em outro conjunto de produtos, conforme discriminado na Tabela 13), sucos de produtos hortícolas, misturas de sucos e sucos de outras frutas. As importações estadunidenses destes produtos são relevantes e, face ao crescimento médio apresentado pelo Brasil no período, ainda há sensível espaço para expansão. Desse conjunto, o item mais importado pelos Estados Unidos em 2009 foi sucos de maçã não-fermentados (US\$ 457,3 milhões), ao passo que o maior valor das exportações brasileiras no ano foi de sucos de outras frutas ou de produtos hortícolas, não-fermentados (US\$ 56,3 milhões).

Gráfico 25: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “demais sucos” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)



Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do *United Nations Commodity Trade Statistics Database* - UNComtrade.

O Gráfico 25 mostra os principais provedores do conjunto de produtos *demais sucos* em 2009, bem como a posição que ocupavam em 2004. Nota-se que a China manteve a liderança de mercado, conquistando 12,4 pontos percentuais de participação no período. A Argentina também manteve a segunda posição, embora tenha diminuído sua fatia de mercado. Do mesmo modo, Alemanha, Chile e Polônia que, em 2004, eram o terceiro, quarto e quinto maiores fornecedores para os Estados Unidos, perderam espaço enquanto origem de suas importações. Alemanha e Polônia passaram a 17º e 8º fornecedores, respectivamente, em 2009. Uma das conclusões a que se chega por meio da análise do Gráfico é a de que o mercado se diversificou ao longo do tempo. Em 2004, os seis primeiros fornecedores de *demais sucos* detinham 93,6% do mercado. Em 2009, esse percentual havia caído para 85%. Os produtos brasileiros também ganharam mais espaço no país, subindo da décima quinta para a quarta posição no mesmo íterim.

Produtos brasileiros com presença “em risco”, “em declínio” e “desvio de comércio” nos Estados Unidos

Os grupos de produtos inseridos nestas classificações registraram US\$ 6,2 bilhões em importações estadunidenses e US\$ 553,2 milhões em exportações brasileiras em 2009. Entre estas mercadorias, ainda que em uma situação inicialmente desfavorável, cabe destacar a participação brasileira naquele ano para o *suco de laranja congelado* (48,6%). Muito embora a posição do Brasil encontre-se em risco quando comparada ao avanço registrado para os demais concorrentes no período analisado, este grupo de produtos apresenta significativo valor importado pelos Estados Unidos. Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira no mercado ou a sua consolidação.

Tabela 14: Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para os Estados Unidos e presença “em risco”, “em declínio” e “desvio de comércio” naquele país

Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado estadunidense 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para os EUA
Açúcar em bruto	1	836.868.179	76.901.438	6,01	9,19	9,02	México	22,73	Desvio de Comércio
Outros açúcares	3	203.066.649	10.051.315	-11,20	4,95	12,18	Guatemala	28,23	Em declínio
Adubos e fertilizantes	1	6.056.807	86.684	-19,21	1,43	-19,06	Canadá	37,42	Em declínio
Cacau em pó	1	233.782.245	14.586.472	-7,94	6,24	-2,02	Países Baixos	57,62	Em declínio
Manteiga de cacau	1	540.057.315	31.997.490	-9,98	5,92	14,99	Malásia	37,88	Em declínio
Pasta de cacau	2	182.315.936	3.627.767	-23,79	1,99	11,04	Costa do Marfim	38,82	Em declínio
Chá, mate e especiarias	8	365.999.107	36.333.647	0,97	9,93	11,28	Indonésia	21,39	Em declínio
Chocolate e suas preparações	1	227.950.257	6.130.732	-21,49	2,69	13,57	México	38,85	Em declínio
Produtos de confeitaria, sem cacau	2	1.232.695.871	36.058.057	-5,49	2,93	0,82	Canadá	30,14	Em declínio
Castanhas do Pará (castanhas do Brasil)	2	37.949.483	6.113.891	-19,21	16,11	1,80	Bolívia	58,93	Em declínio
Goiabas e mangas	1	301.526.661	28.083.014	1,81	9,31	9,10	México	50,69	Em declínio
Mamões (papias) frescos	1	97.788.803	6.305.469	2,62	6,45	0,26	México	74,47	Em declínio
Outros produtos de origem animal	4	510.540.138	71.146.650	-3,27	13,94	8,28	China	40,99	Em declínio
Lagosta congelada	1	207.177.368	46.246.754	-10,99	22,32	-11,14	Bahamas	19,17	Em declínio
Peixes congelados, frescos ou refrigerados	6	715.559.597	21.292.238	-16,03	2,98	-0,20	China	12,64	Em declínio
Soja mesmo triturada	1	223.974.838	846.852	-36,19	0,38	33,09	Canadá	60,02	Em declínio
Suco de laranja congelado	1	323.861.690	157.360.590	13,08	48,59	22,52	México	30,37	Em risco

*taxa média anual de crescimento.

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

Entre os grupos de produtos classificados como “em declínio”, de acordo com o indicado na Tabela 14, ressaltam-se as exportações brasileiras de *outros produtos de origem animal*, pois representaram o maior valor comercializado pelo país entre os grupos de produtos analisados nesta classificação.

A indústria da construção nos Estados Unidos – que abrange tanto a construção de imóveis residenciais como não residenciais – é uma das principais atividades econômicas do país. Sua contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB) estadunidense em 2010 foi de US\$ 505,6 bilhões⁶², representativos de 3,4% do total da riqueza gerada na economia. Entre os anos de 2003-2008, o valor adicionado por essa atividade ao PIB apresentou crescimento, no entanto, a recessão econômica iniciada em meados de 2008 atingiu duramente esse segmento industrial e em 2009 e 2010 registrou-se retração no valor gerado por esta atividade econômica.

O emprego gerado na indústria da construção, que em 2008 registrava 7,2 milhões de postos de trabalho (5% do total da força de trabalho estadunidense), apresentou retração, somando 6,2 milhões em 2009. Além disso, os gastos totais na atividade de construção somaram US\$ 908 bilhões em 2009⁶³, uma retração de 14,9% na comparação com o ano anterior. Em 2009, os gastos privados com edificações não residenciais totalizaram US\$ 346,7 bilhões, e os públicos, US\$ 307,5 bilhões. Já os gastos privados com edificações residenciais somaram US\$ 245,6 bilhões em 2009, e os públicos, US\$ 7,9 bilhões.

De acordo com o Escritório do Censo (*US Census Bureau*), os Estados Unidos possuíam 773.600 empresas de construção no ano de 2008⁶⁴, das quais 91% eram pequenos negócios empregando menos que 20 funcionários. Apenas 1% destas firmas possuía mais que 100 empregados. Para o *Bureau of Labour Statistics*⁶⁵, as expectativas de geração de empregos futuros nessa atividade são positivas. Estima-se um incremento de 18,5% no número de postos de trabalho entre os anos de 2008-2018.

O *Architectural Billings Index*, produzido pelo Instituto dos Arquitetos Americanos (*American Institute of Architects: AIA*, em inglês)⁶⁶, que monitora as requisições mensais de projetos arquitetônicos nos Estados Unidos, pode ser um indicador de medição também da atividade de construção. Segundo esse estimador, uma pontuação superior a 50 é um indicativo de crescimento do segmento. No mês de julho de 2010, o índice atingiu 47.9 pontos, um crescimento de dois pontos em relação ao mês anterior e de 5.6

⁶² BEA: *Bureau of Economic Analysis. US Department of Commerce. Industry Economic Accounts. Gross Domestic Product (GDP) by Industry*. Disponível em: www.bea.gov. Acessado em 11 de junho de 2011.

⁶³ O valor adicionado pela atividade de construção é o valor do trabalho realizado sobre os projetos concluídos durante o período de análise, mais o valor do trabalho sobre os projetos ainda em construção no final do período, deduzido o valor deste trabalho no início do período. Inclui trabalhos de construção feitos como contratantes principais e por conta própria, além de trabalhos como subcontratantes.

⁶⁴ *US Census Bureau*.

⁶⁵ *Employment by industry, occupation, and percent distribution, 2008 and projected 2018. Bureau of Labor Statistics. United States Department of Labor*.

⁶⁶ *Architecture Billings Index Climbs by Two Points in July*. Disponível em: <http://www.aia.org/practicing/AIAB085895>. Acessado em 10 Setembro, 2010.

pontos em relação ao mês de julho de 2009. Além do mais, as perspectivas de negócios futuros estão melhorando para empresas especializadas no desenvolvimento de projetos comerciais e industriais, apesar dos reflexos da crise e da debilidade persistente na economia em geral. As empresas do nordeste e do sul do país são as que registram o melhor desempenho, haja vista a maior quantidade de pedidos de novos projetos no período.

O boletim de desempenho econômico do *Federal Reserve Board - Beige Book*⁶⁷ - de junho de 2011 destaca que o mercado imobiliário continua fraco na maioria das regiões do país, embora o mercado para aluguéis tenha apresentado leve recuperação.

Regionalmente, os estados de Nevada, Arizona, Califórnia e Flórida estão sofrendo os efeitos do ritmo acelerado de construção de residências no passado. No meio-oeste, a queda na demanda por novas moradias associa-se à retração de empregos na indústria automobilística e de componentes. Do mesmo modo, o sucesso da indústria aeroespacial tem impulsionado a atividade imobiliária em Washington. Os estados da Carolina do Norte e da Carolina do Sul beneficiam-se de sua habilidade para atrair empresas de outras regiões do país devido ao seu custo de mão-de-obra mais barato. Louisiana e Mississippi ainda passam pelo processo de reconstrução após o furacão Katrina. O Estado de Utah apresenta uma das maiores taxas de natalidade do país, o que gera pressões habitacionais. Localmente, a atividade de construção residencial permanece decrescendo em Atlanta, Minneapolis, Dallas, Boston, Filadélfia, Kansas City e Cleveland; ao passo que obras de infraestrutura pública estão em alta em Chicago, e o mercado financeiro ainda estimula a construção de imóveis comerciais na cidade de Nova Iorque.

A construção de imóveis não-residenciais apresentou retração de 6% em 2010. Todavia, alguns segmentos deverão apresentar melhor desempenho nos próximos anos. As perspectivas de lançamentos de novos empreendimentos comerciais, como edifícios de escritórios, são positivas. A construção de hotéis e estabelecimentos similares, que movimentou US\$ 35,7 bilhões em 2007, também deve crescer, embora em um ritmo muito menor, notadamente os hotéis-cassino, os litorâneos e os *resorts*. O segmento de construção de estabelecimentos educacionais deve apresentar crescimento no médio prazo em função do ingresso dos “*echo boomers*”, os filhos dos “*baby boomers*”, no ensino médio. Depois do estímulo à construção de escolas fundamentais, os estabelecimentos de ensino médio devem nortear o crescimento deste segmento. Por fim, a construção de hospitais, casas de repouso e estabelecimentos similares também apresenta perspectivas positivas, uma vez que 13% da população estadunidense se encontra na faixa etária acima dos 65 anos. Os investimentos nesse segmento totalizaram US\$ 47 bilhões em 2007⁶⁸.

⁶⁷ *Current Economic Conditions. The Beige Book. The Federal Reserve Board.* Disponível em: <http://www.federalreserve.gov/fomc/beigebook>. Acessado em 11 de junho de 2011.

⁶⁸ *Faithful+Gould Consulting. World Review: Construction Update. International Construction Intelligence.*

Segundo dados fornecidos pelo Comtrade, o complexo “Casa e Construção” respondeu, em 2010, por 5,94% do total das importações dos Estados Unidos, ou seja, US\$ 116,7 bilhões. Entre 2005-2010, as compras estadunidenses de produtos desse complexo caíram, em média, 1,7%, embora o crescimento médio entre 2009 e 2010 tenha sido de 22,2%. Em 2010, as importações estadunidenses provenientes do Brasil de produtos do complexo “Casa & Construção” alcançaram US\$ 1,9 bilhão.

No ano de 2010, os principais grupos de produtos importados desse complexo pelos Estados Unidos foram: móveis e mobiliário médico-cirúrgico, torneiras e válvulas, madeira serrada, tubos de ferro fundido, obras de metais, obras de pedras e produtos cerâmicos.

Do Brasil, as importações estadunidenses concentram-se nos seguintes grupos de produtos: obras de pedras e semelhantes (granitos trabalhados), demais madeiras e manufaturas de madeiras, obras de marcenaria e carpintaria, produtos cerâmicos, demais produtos minerais.

Nos Estados Unidos, apesar do incentivo governamental, as vendas de casas novas retrocederam em 2009 pelo terceiro ano consecutivo, e são a principal razão para o decréscimo nas vendas no varejo de utilidades domésticas e mobiliário até 2010. O consumidor estadunidense mostra-se preocupado com as perspectivas de trabalho e com a pressão dos preços de setores como o de alimentos e combustíveis e, por isso, encontra-se menos propenso a adquirir essas categorias de produtos. Estima-se que os ciclos de substituição devam aumentar nos próximos anos.

Como tendência observada, cabe destacar a crescente diversidade étnica da população estadunidense e os impactos comerciais que esta variabilidade pode trazer nesse setor. A população hispânica tem sido o grupo populacional de mais rápido crescimento, assim como os gastos desses consumidores. Em 1990, o gasto total do consumidor hispânico nos Estados Unidos era de US\$ 200 bilhões. Em 2007, este montante atingiu US\$ 860 bilhões e projeta-se que some US\$ 1,2 trilhão em 2011, segundo informações do *Euromonitor International*.

A população hispânica está concentrada no Sudoeste dos Estados Unidos, onde totalizam um quarto da população regional. Esse grupo representava 6% da população total em 1980, e sua participação deve aumentar para 19% em 2020. Em pelo menos quatro estados - Califórnia, Havaí, Texas e Novo México - as minorias étnicas constituem a maior parte da população e, em vários outros, representam entre 25% e 50% do total. Em 1980, a participação de todos os grupos minoritários correspondia a 22% da população total. Estima-se que em 2020, esse montante chegue a 40%. A população de origem asiática é o grupo não-hispânico de maior crescimento, embora esse aumento ocorra sobre uma base relativamente pequena. De acordo com estatísticas do escritório do Censo dos Estados Unidos, em 1980, esse grupo representava 1,7% da população estadunidense e, em 2020, representarão 5,6%. Essa enorme mudança já apresenta impacto

significativo nos mercados consumidores. No que concerne ao mobiliário, por exemplo, *designers* latinos vêm conquistando cada vez mais espaço. Os fabricantes procuram produtos que lhes forneçam *designs* regionais ou étnicos. Dessa forma, tapetes turcos, móveis mexicanos e almofadas de seda indiana estão cada vez mais presentes nas principais cadeias varejistas do país.

Percebe-se, ainda, que os consumidores estadunidenses têm demandado mais produtos ecologicamente responsáveis. Segundo pesquisa conduzida pela *National Geographic Society*⁶⁹, 83% dos estadunidenses afirmaram que, entre dois produtos idênticos, escolheriam a opção ecologicamente correta. Desse modo, produtos feitos a partir de materiais reciclados, madeira certificada, lâmpadas e equipamentos de iluminação econômicos, por exemplo, devem apresentar incremento de vendas nos próximos anos. Embora haja interesse pelos chamados “produtos verdes”, os consumidores não estão dispostos a pagar mais por eles. É um desafio para os fabricantes, portanto, desenvolver produtos que combinem preço e responsabilidade ambiental.

Outra perspectiva para o segmento é que, com a recessão econômica forçando muitos americanos a alterarem seus hábitos de consumo, há uma tendência de aumento dos gastos com atividades familiares e domésticas. Essa mudança comportamental pode criar oportunidades para a indústria de mobiliário e decoração, uma vez que os consumidores passam mais tempo em suas residências e procuram torná-las mais confortáveis. Como resultado dessas mudanças de comportamento, várias categorias de utensílios domésticos, tais como aqueles utilizados na preparação e armazenagem de alimentos, apresentaram aumento de demanda nos últimos anos. Os fabricantes estão, por exemplo, oferecendo uma maior seleção de talheres, copos e panelas em cores diversificadas para atrair os consumidores. Segundo análise do *Euromonitor International*⁷⁰, essa tendência deve ganhar força após a recuperação econômica, na medida em que os consumidores terão redescoberto o prazer do entretenimento doméstico e poderão buscar produtos mais sofisticados e de maior qualidade e *design*.

No ano de 2008, as vendas de utensílios para cozinhar e cutelaria⁷¹ foram as linhas de produtos de utilidades domésticas com o melhor desempenho de vendas. Esse desempenho deve-se, também, ao maior

⁶⁹ *Greendex: Consumer Choice and the environment - A worldwide tracking survey.*

⁷⁰ *Housewares and home furnishings - US. Country Market Insight. November 2009.*

⁷¹ Utensílios para cozinhar: acessórios de cozinha feitos de material que não derrete facilmente, destinados, principalmente, ao preparo de alimentos. Incluem panelas, frigideiras, woks, caçarolas, panelas de pressão. Incluem, também, utensílios de vidro (incluindo caçarolas resistentes ao calor e panelas de vitrocerâmica). Cutelaria: instrumentos e ferramentas de corte. Utensílios como facas, garfos e colheres utilizados como utensílios de mesa. Qualquer ferramenta ou implemento utilizado para cortar e comer alimentos (facas, garfos e colheres). Também inclui instrumentos para preparar e servir alimentos, como facas de cozinha, paleta de facas, colheres para cozinhar e panelas. São incluídos todos os tipos de materiais, como prata, chapa de prata, aço inoxidável, madeira, porcelana, plástico e acrílico. Palitos também estão incluídos. Talheres descartáveis, tais como facas/garfos/colheres e palitos de plástico estão excluídos.

interesse dos consumidores pela gastronomia. Por outro lado, as vendas de produtos de vidro para mesa⁷² registraram a maior retração nas vendas, haja vista os consumidores não terem renovado essa linha de produtos. Todas as linhas de mobiliário e artigos decorativos registraram contração nas vendas do ano, embora os itens de cama, mesa e banho⁷³ tenham apresentado melhor desempenho em função do preço relativo dessa linha de produtos em comparação com outras categorias.

O mercado para produtos de cozinha em cerâmica e vidro aumentou ligeiramente em 2008 em detrimento dos produtos de metal, uma vez que os consumidores procuram artigos mais versáteis que possam ser levados tanto ao forno quanto ao micro-ondas. Outrossim, entre os talheres e louças, os produtos de plástico e vidro aumentaram sua participação no total das vendas em detrimento dos produtos de porcelana e cerâmica. Contudo, os produtos de metal ainda são os mais comumente utilizados e comercializados nesta categoria.

Nos Estados Unidos, o ambiente competitivo para os estabelecimentos voltados ao comércio de móveis e objetos decorativos é muito fragmentado, com um grande número de grandes cadeias varejistas nacionais, cadeias médias de atuação regional e varejistas independentes. Os principais varejistas representaram, em 2009, apenas 20% do valor das vendas desses produtos. Ressalta-se que a produção doméstica de mobiliário é insuficiente para atender toda a demanda interna. Em 2008, esse déficit representou cerca de US\$ 57,2 bilhões, o que torna o país extremamente dependente de importações dessas categorias de produtos. De todo modo, as vendas no varejo giraram em torno de US\$ 100 bilhões em 2009, e a perspectiva é que, entre 2010-2014, este comércio apresente incremento de 6% e atinja US\$ 107 bilhões.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Casa e Construção” nos Estados Unidos

⁷² Utensílios de vidro para a mesa: artigos domésticos de mesa feitos de vidro. Excluídos itens de armazenamento (ex. jarras de vidro), pois estão incluídos em utensílios de cozinha. Inclui utensílios para beber feitos de vidro (copos, taças, garrafas e jarras). Não inclui utensílios para cozinhar feitos de vidro (incluindo caçarolas resistentes ao calor e painéis de vitrocerâmica) nem louças de mesa (pratos de vidro, tigelas, travessas e centros de mesa); estes produtos devem ser categorizados, respectivamente, como utensílios para cozinhar e louças de mesa. Utensílios para cozinha: utensílios para uso na cozinha. Excluídos os utensílios utilizados para cozinhar, principalmente painéis e frigideiras. Incluem cafeteiras e bules, tábuas de cozinha, suporte para utensílios de cozinha e panela, lixeiras para cozinha, balanças para cozinha, despensa, porta-pão, organizadores de cozinha, carrinhos de cozinha,aqueiros com suporte, porta-xícaras, porta-rolô de papel, suporte para prato, ralo de cozinha, organizador de temperos, adegas, filtros de água, etc.

⁷³ Artigos têxteis para o lar e decoração de interiores: artigos para o lar feitos com qualquer tipo de tecido e não descritos acima. Podem ser de tecido, material sintético, couro, pele de animais ou suas combinações. Incluem tecidos/estofamentos para decoração de interiores; cortinados, cortinas, tapeçaria, cortinas de porta e persianas de tecido; artigos para cama (tais como fofos, colchões, camas e travesseiros); roupa de cama (como lençóis, fronhas, cobertores, mantas, edredons e colchas); mesa (toalhas de mesa, guardanapos de mesa, jogos americanos de tecido); banho (toalhas e luvas para banho) e outros artigos para o lar feitos de tecido, como almofadas, sacolas de compras, sacolas de roupa suja, sacolas para sapatos, capas para roupas e/ou mobília, bandeiras, mosquiteiros, guardanapos e guarda-sóis. Bolsas e bagagens estão excluídas. Todos os tapetes e carpetes que sejam fixos estão excluídos e classificados juntamente com carpetes e outras coberturas para piso.

Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos

Para os Estados Unidos, não apareceram grupos de produtos com exportações classificadas como “incipientes a desenvolver” para o complexo “Casa & Construção”. Esta classificação denota que os produtos brasileiros ainda encontram-se em estágios iniciais de inserção no mercado.

Por outro lado, há grupos de produtos cujas exportações foram classificadas como “expressivas”, indicando que as exportações brasileiras desses setores já atingiram um maior grau de maturidade e participação no país importador, que são mais constantes ao longo do tempo e que já possuem participação de mercado minimamente significativa.

Para este complexo as exportações “expressivas” foram classificadas em “a consolidar”, “consolidadas” e “em declínio”.

As exportações expressivas “a consolidar” reúnem aqueles casos em que o Brasil já tem boa parcela de mercado e em que as exportações nacionais crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nesse cenário, há grande chance de os exportadores aumentarem sua presença no país importador. As exportações denominadas “consolidadas” são aquelas em que a participação brasileira no mercado já é significativa e o Brasil possui ritmo de crescimento igual ou superior à média verificada para os demais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é de manutenção do espaço já conquistado.

Por outro lado, nas exportações classificadas como “em declínio” estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado estadunidense e que vêm perdendo espaço nele. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, porque o quadro desfavorável inicial precisaria ser revertido.

Dessa forma, passe-se à análise dos grupos de produtos classificados nessas três categorias.

Produtos brasileiros com presença “a consolidar” e “consolidada” nos Estados Unidos

Os grupos de produtos classificados como “a consolidar” e “consolidados” estão listados na Tabela 15. Dentre eles pode-se destacar “tubos de ferro fundido, ferro ou aço” e “obras de pedras e semelhantes”, cujos valores importados pelos Estados Unidos em 2009 foram US\$ 4,5 bilhões e US\$ 1,8 bilhão, respectivamente. Este último destaca-se, ainda, pelo valor exportado pelo Brasil em 2009, que foi de US\$ 455,7 milhões. Destaca-se também o conjunto de produtos “painéis de fibras ou de partículas de madeira” pela taxa média de crescimento do Brasil entre 2004 e 2009, que foi de 360,7%.

Tabela 15: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos e presença “a consolidar” e “consolidada” naquele país

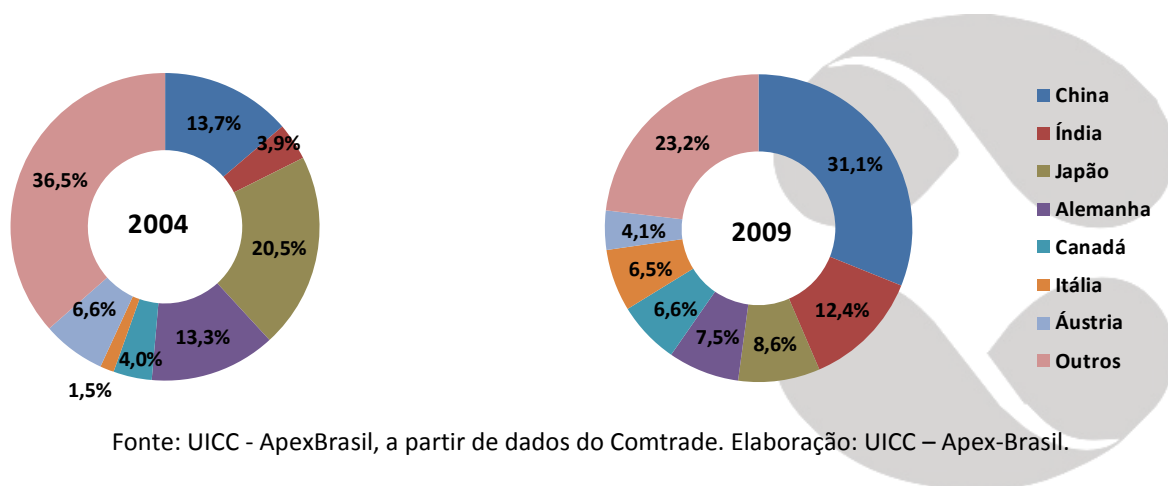
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado dos EUA 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para os EUA
Ferramentas e talheres	13	1.240.827.241	50.056.283	-1,65	4,03	1,58	China	37,54	A consolidar
Obras de metais	3	608.296.567	11.744.044	-10,09	1,93	2,85	China	21,21	A consolidar
Demais madeiras e manufaturas de madeiras	14	1.741.561.968	299.192.909	-7,22	17,18	-6,04	China	27,30	A consolidar
Madeira compensada ou contraplacada	5	1.390.472.439	54.976.115	44,34	3,95	64,92	China	47,65	A consolidar
Obras de mercenaria ou de carpintaria	4	1.108.711.837	102.282.760	-12,17	9,23	-11,63	Canadá	39,28	A consolidar
Painéis de fibras ou de partículas de madeira	5	580.357.150	25.417.094	360,72	4,38	186,82	Canadá	37,59	A consolidar
Obras de pedra e semelhantes	13	1.834.675.834	455.716.057	1,51	24,84	-3,85	China	23,05	A consolidar
Produtos de limpeza	1	2.200.109	59.095	-14,93	2,69	12,94	Alemanha	41,61	A consolidar
Tubos de ferro fundido, ferro ou aço	9	4.502.002.199	87.948.383	12,52	1,95	37,83	China	31,07	A consolidar
Demais produtos minerais	11	596.318.459	59.092.920	2,02	9,91	9,49	Chile	33,93	A consolidar
Sisal em fibras, cordas e cabos	2	61.235.613	55.145.128	6,48	90,05	-7,76	China	4,24	Consolidado
Extratos tanantes e tintoriais	5	113.881.320	3.087.083	-13,84	2,71	-6,02	Canadá	16,29	A consolidar

* taxa média anual de crescimento

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

Há oportunidades para tubos para oleodutos e gasodutos, tubos para revestimentos de poços, tubos de seção circular estirados e laminados a frio, tubos para extração de petróleo ou gás. Nesse conjunto, os “tubos de ferro ou aço, sem costura, para revestimento de poços, de suprimento ou produção” foram os itens mais importados pelos Estados Unidos em 2009, respondendo por 43,8% do total importado. O Gráfico 26 mostra os principais fornecedores norte-americanos em 2009 e sua posição no mercado estadunidense em 2004.

Gráfico 26: Participação de mercado dos principais fornecedores de “tubos de ferro ou aço” para os Estados Unidos – 2004 e 2009 (%)

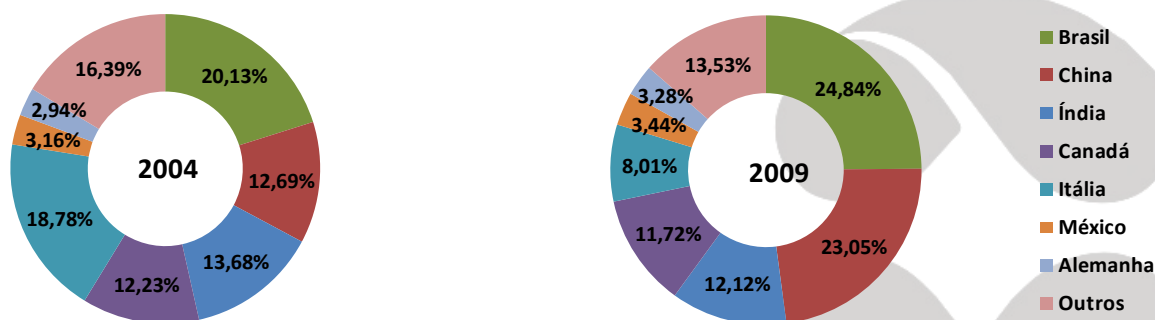


A partir da análise do Gráfico nota-se que China, Índia e Canadá ganharam mercado comparando-se os anos de 2004 e 2009. Importante ressaltar que, em 2004, os Estados Unidos importaram US\$ 936 milhões em mercadorias deste conjunto de produtos, e que, em 2009, esse valor saltou para US\$ 4,5 bilhões, com taxa média crescimento de 36,9% no período. Nesse cenário, as maiores taxas médias de crescimento foram apresentadas por Coreia do Sul (91,3%), Itália (85,0%), Índia (72,8%) e China (61,2%). A participação brasileira, que em 2004 era de 5,2%, foi de 1,9% em 2009, embora tenha havido um incremento de US\$ 39 milhões comparando-se os valores importados do Brasil nos referidos anos. Isso significa que a participação brasileira no mercado estadunidense aumentou juntamente com o crescimento da demanda por esses produtos.

Em 2009, de acordo com informações do MDIC, 119 empresas brasileiras exportaram tubos de ferro ou aço para os Estados Unidos. A maioria (61,3%) foram empresas de grande porte. Ressalta-se que existe uma concentração nessas exportações e que poucas empresas exportaram, no referido ano, grande parte do total desses produtos para os Estados Unidos.

Com relação ao conjunto de produtos “obras de pedras e semelhantes”, percebe-se oportunidades para granitos trabalhados e suas obras, pedras de cantaria trabalhadas e suas obras, abrasivos naturais ou artificiais, obras de pedra e matérias minerais, pastilha para freios contendo amianto, ardósia natural trabalhada e obras de ardósia, granito talhado ou serrado de superfície plana ou lisa, pedras de cantaria talhadas ou serradas de superfícies planas ou lisas, pedras para calcetar e para pavimentação, placas de mica. Os “granitos trabalhados de outro modo e suas obras” foram os produtos mais importados pelos Estados Unidos deste conjunto de produtos, representando 81,6% do total. No Gráfico 27 estão evidenciados os principais fornecedores desses produtos e a sua posição no mercado estadunidense em 2004 e 2009.

Gráfico 27: Participação de mercado dos principais fornecedores de “obras de pedra e semelhantes” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)



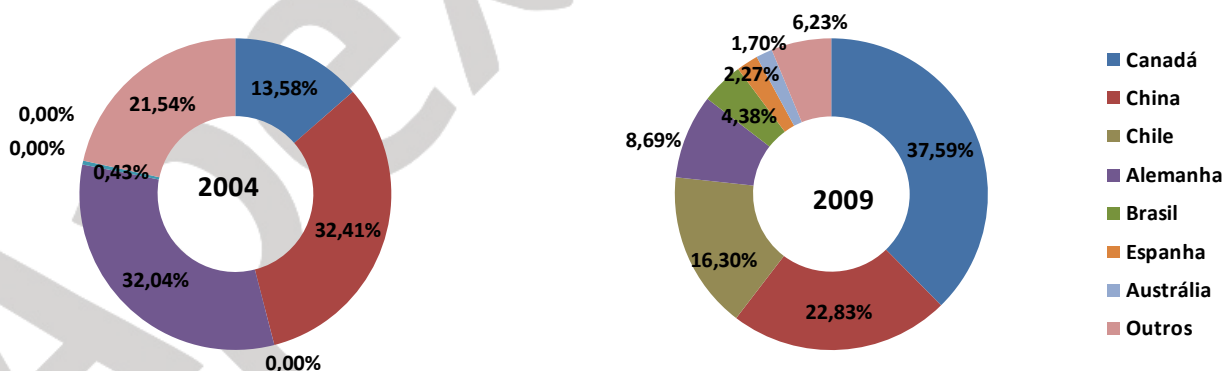
Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

É relevante mencionar que o Brasil foi, tanto em 2004 quanto em 2009, o principal fornecedor desse conjunto de produtos para os Estados Unidos, mantendo sua liderança naquele mercado durante o período analisado e apresentando, inclusive, aumento de participação nesses anos, mesmo com a diminuição do valor importado desse conjunto de produtos. Importante ressaltar, ainda, o aumento da participação chinesa naquele mercado.

Neste conjunto de produtos, em 2009, 407 empresas brasileiras exportaram para os Estados Unidos, com uma predominância de médias empresas (45,2%) e de pequenas empresas (25,5%) e um equilíbrio entre micro empresas (15,9%) e grandes empresas (13,3%). Não se percebe concentração nas exportações desses produtos para o mercado analisado, o que indica que as oportunidades estão acessíveis a diversas empresas do segmento.

Por último, destacam-se as oportunidades para painéis de fibras de madeira não-trabalhados mecanicamente e para painéis de outras matérias lenhosas. Para esse conjunto de produtos o Brasil apresentou taxa média de crescimento superior à dos concorrentes no período de 2004 a 2009, o que indica inserção brasileira no mercado. O Gráfico 28 aponta os principais fornecedores em 2009 e a posição deles no mercado estadunidense em 2004.

Gráfico 28: Participação de mercado dos principais fornecedores de "painéis de fibras ou de partículas de madeira" para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)



Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

É importante observar que o Brasil, em 2004, foi o décimo fornecedor desses produtos para os Estados Unidos, com US\$ 12 milhões exportados, o que equivaleu a 0,43% de participação. Em 2009, o Brasil passou a ser o quinto maior fornecedor para aquele país, com 4,38% de participação, ou US\$ 25 milhões. Tal situação atesta a penetração brasileira no mercado. Vale destacar, ainda, que o Canadá deslocou a participação chinesa, assumindo a posição de principal fornecedor em 2009.

Para esse conjunto de produtos, nota-se que o Brasil teve 17 empresas exportadoras para o mercado estadunidense em 2009, as quais eram, predominantemente, grandes e médias empresas, 41,2% e 47,1% respectivamente, e que apresentaram alto nível de concentração no total do valor de vendas brasileiras para os Estados Unidos desses produtos.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” nos Estados Unidos

Os grupos de produtos classificados como “em declínio”, e que se caracterizam pela perda de espaço no mercado estadunidense registraram US\$ 11,2 bilhões em importações estadunidenses e US\$ 280 milhões em exportações brasileiras em 2009. Para essas mercadorias, ainda que haja uma situação inicialmente desfavorável, vale destacar o conjunto de produtos “móveis e mobiliário médico-cirúrgico”, que apresentou o maior valor de importação dos Estados Unidos nesta categoria. Esse conjunto de produtos é formado por móveis de madeira para quartos de dormir, assentos estofados com armação de madeira, cadeiras de dentista e para salões de cabeleireiro e semelhantes.

Tabela 16: Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para os Estados Unidos e presença “em declínio” naquele país

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado dos EUA 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para os EUA
Madeira laminada	3	242.941.660	3.560.611	-35,01	1,47	-14,68	Canadá	63,61	Em declínio
Madeira serrada	4	2.769.912.251	94.622.177	-23,20	3,42	-21,30	Canadá	78,95	Em declínio
Móveis e mobiliário médico-cirúrgico	3	5.272.060.470	68.515.348	-20,72	1,30	-1,10	China	49,91	Em declínio
Obras diversas	5	252.714.451	20.876.767	-1,03	8,26	4,17	China	30,88	Em declínio
Produtos cerâmicos	8	1.918.430.489	75.459.260	-22,92	3,93	-5,87	China	29,36	Em declínio
Vidro e suas obras	7	780.181.910	16.826.067	-16,31	2,16	-1,79	China	32,83	Em declínio

* taxa média anual de crescimento

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade.

Entre os grupos de produtos classificados como “em declínio”, de acordo com o indicado na Tabela 16, as exportações brasileiras de “madeira serrada” merecem observação, pois representaram o maior valor comercializado pelo Brasil entre os produtos analisados nesta classificação. O Brasil exporta para o mercado estadunidense principalmente madeira de coníferas, serradas, cortadas em folhas ou desenroladas, que representaram 54,4% deste valor.

Os Estados Unidos são os maiores produtores mundiais de bens manufaturados, respondendo por 21% da produção global dessas mercadorias. Se fosse considerado somente o valor adicionado pela produção industrial estadunidense ao Produto Interno Bruto do país, o valor já seria suficiente para torná-lo a oitava maior economia do mundo, a frente de países como o Brasil, Espanha e Canadá⁷⁴. Em 2010, esse valor atingiu US\$ 1,7 trilhão⁷⁵, valor 8,37% superior ao registrado no ano de 2009, o que indica sinais de recuperação dos efeitos da crise daquele ano. Ademais, o setor manufatureiro nos Estados Unidos também é líder em inovação, respondendo por mais de 90% das patentes registradas no país⁷⁶. Segundo o Escritório de Análises Econômicas (BEA, em inglês), a indústria de transformação emprega 11,9 milhões de pessoas nos Estados Unidos, ou seja, um em cada seis empregos na iniciativa privada é gerado por essa indústria⁷⁷.

Segundo informações do *Federal Reserve System*⁷⁸, a produção da indústria de transformação nos Estados Unidos se expandiu entre 2005 e 2007, antes de se contrair acentuadamente em 2008 e 2009. Embora a queda na produção de bens duráveis tenha sido aguda em 2009, a retração foi menor do que as estimativas apontavam para algumas indústrias, como a de máquinas e equipamentos.

Em geral, as atividades industriais para as quais houve revisão positiva nas projeções feitas anteriormente para o período 2005-2009 foram as de fabricação de produtos de madeira, metalurgia básica, produtos de informática e eletrônicos, fabricação de máquinas e equipamentos, transporte aeroespacial e outros equipamentos de transporte. Os índices de produção de bens não-duráveis, por outro lado, vêm apresentando quedas sucessivas no período analisado. Em 2009, as projeções apresentaram-se incertas e as retrações mostraram-se mais acentuadas do que as previstas para as indústrias de alimentos e bebidas, fabricação de produtos de fumo, confecção de artigos de vestuário e acessórios, couro, impressão e serviços relacionados e fabricação de artigos de borracha e material plástico. Desempenhos superiores ao esperado foram registrados nas indústrias de fabricação de produtos têxteis, papel e produtos de papel, produtos derivados do petróleo e do carvão mineral e químicos.

A capacidade de produção da indústria estadunidense cresceu moderadamente entre os anos de 2006 e 2009, e apresentou leve queda em 2010. Já a utilização da capacidade instalada na indústria de transformação manteve-se ligeiramente inferior à média histórica de 79,2% (1972-2009) entre os anos de 2006 e 2007, mas retraiu-se tanto em 2008 quanto em 2009. No quarto trimestre deste último ano, a utilização era de 68,8%, dez pontos percentuais inferiores à média histórica.

⁷⁴ *World Development Indicators database, World Bank, 1 July 2010.*

⁷⁵ BEA: *Bureau of Economic Analysis. Gross Domestic Product by Industry Accounts. Value added by industry* (released May 25, 2010).

⁷⁶ Jeff Werling, *The Future of Manufacturing in a Global Economy*, December 2003.

⁷⁷ *National Association of Manufacturers*. Disponível em www.nam.org. Acessado em 1º de setembro de 2010.

⁷⁸ *Industrial Production and Capacity Utilization: The 2010 historical and annual revision. Federal Reserve Statistical Release.*

Em se tratando da indústria de bens duráveis, as quedas nas taxas de utilização da capacidade instalada entre 2008 e 2009 foram mais fortes nas atividades de fabricação de produtos de madeira, fabricação de produtos de minerais não-metálicos, metalurgia básica e fabricação de veículos automotores e suas partes. Em tais indústrias, as taxas de utilização caíram quinze ou mais pontos percentuais abaixo de suas médias históricas durante o ano de 2008. À exceção de veículos automotores e suas partes, essas taxas caíram ainda mais em todos os principais setores da indústria de bens duráveis durante o ano de 2009. A indústria de bens não duráveis, por sua vez, já vinha operando abaixo da média histórica de utilização da sua capacidade produtiva em 2006 e 2007, e retraiu-se ainda mais entre 2008 e 2009. Ao final de 2009, quatro dessas indústrias (fabricação de produtos têxteis, papel e produtos de papel, impressão e serviços relacionados e fabricação de artigos de borracha e material plástico) registravam taxas de utilização 10 pontos percentuais inferiores à média.

Em 2010, o complexo “Máquinas e Equipamentos” representou 39,5% do total das importações dos Estados Unidos, ou seja, o equivalente a US\$ 775,9 bilhões. Entre 2005-2010, as importações desse complexo registraram crescimento de 1,9%.

De acordo com informações fornecidas pelo *Comtrade*, os principais grupos de produtos do complexo “Máquinas e Equipamentos” importados pelos Estados Unidos no ano de 2010 foram: automóveis, aparelhos transmissores e receptores, computadores e acessórios, materiais elétricos e eletrônicos, autopeças, circuitos integrados e microconjuntos eletrônicos, partes e peças de aviões e helicópteros, veículos de carga, geradores e transformadores elétricos, pneumáticos e câmaras de ar. Esses grupos de produtos representaram 48,9% do total importado pelos Estados Unidos do referido complexo em 2010.

Provenientes do Brasil, em 2010, as importações estadunidenses do complexo “máquinas e equipamentos” representaram 17,2% do total importado, alcançando o valor de US\$ 4,3 bilhões. Os principais grupos de produtos importados pelos Estados Unidos do Brasil foram: aviões, partes de motores para veículos automóveis, pneumáticos e câmaras de ar, compressores e bombas, rolamentos e engrenagens, máquinas e aparelhos de terraplanagem e perfuração, demais máquinas aparelhos e instrumentos mecânicos, armas e munições, geradores e transformadores, autopeças.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Máquinas e Equipamentos” nos Estados Unidos

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para os Estados Unidos

No complexo “Máquinas e Equipamentos” foram identificadas oportunidades no mercado estadunidense para produtos brasileiros que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, que designa os produtos com essas características. Dois grupos de produtos foram selecionados a partir desses filtros e estão listados da Tabela 17.

Tabela 17: Grupos de produtos brasileiros com exportações “incipientes” para os Estados Unidos

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das importações dos EUA 2004 - 2009 (%)
Refrigeradores e congeladores	9	4,346,774,820	15.84
Ferramentas eletromecânicas com motor, de uso manual	3	2,174,055,585	-0.05

* taxa média anual de crescimento

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

No que diz respeito ao grupo de produtos refrigeradores e congeladores, os Estados Unidos importaram, em 2009, US\$ 4,3 bilhões em nove mercadorias distintas (SH6). Entre esses produtos destacaram-se “combinações de refrigeradores e congeladores (‘freezers’), com portas exteriores separadas” e “outros materiais, máquinas e aparelhos, para produção de frio; bombas de calor”.

Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos

As exportações expressivas “a consolidar” reúnem aqueles casos em que o Brasil já tem boa parcela de mercado e em que as exportações nacionais crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nesse cenário, há grande chance de os exportadores aumentarem sua presença no país importador.

Os grupos de produtos classificados como “a consolidar” estão listados na Tabela 18. Dentre eles, destacam-se “autopeças”, pelo valor importado pelos Estados Unidos, que foi US\$ 8,1 bilhões em 2009; “geradores e transformadores elétricos”, pelo valor exportado pelo Brasil para aquele mercado em 2009, que foi de US\$ 315,5 milhões; e “demais máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos”, pela taxa média de crescimento das exportações brasileiras para aquele mercado entre 2004 e 2009, que foi de 49,75%.

Tabela 18: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos e presença “a consolidar” naquele país

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado dos EUA 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)
Armas e munições	5	1.369.431.087	184.102.688	26,87	13,44	17,21	Áustria	13,68
Pneumáticos e câmaras de ar	6	7.526.662.725	284.492.217	10,18	3,78	4,88	China	25,36
Demais máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	15	1.839.616.050	283.366.590	49,75	15,40	6,37	Alemanha	15,21
Laminadores de metais	1	147.401.687	25.262.448	22,03	17,14	10,78	China	17,67
Máquinas e aparelhos de terraplanagem, perfuração	9	879.959.896	121.610.909	-14,13	13,82	-16,83	Japão	17,31
Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator	7	382.184.047	14.945.212	0,84	3,91	3,89	Canadá	25,63
Máquinas e aparelhos para fabr. ind. alimentos/bebidas	1	200.469.502	4.647.331	-6,93	2,32	-0,23	Alemanha	20,85
Máquinas e aparelhos para trabalhar pedra e minério	3	523.429.232	20.642.800	-5,07	3,94	2,78	Canadá	17,29
Máquinas e apars. Para encher, fechar, etc. Recipientes	1	33.311.106	9.392	-52,13	0,03	0,07	Alemanha	29,00
Máquinas e apars. para fabr. pasta celulósica e papel	2	220748615	4432089	-16,64	2,01	-5,29	Suíça	21,16
Outros motores de pistão	2	1.670.127.070	8.014.259	-22,63	0,48	-5,68	Japão	32,34
Partes de motores para veículos automóveis	2	4.952.728.724	282.738.313	-7,99	5,71	-4,87	México	27,77
Aparelhos e dispositivos eletr. de ignição/arranque	2	448.034.554	7.687.579	-3,01	1,72	2,38	Japão	39,70
Demais materiais elétricos e eletrônicos	4	284.908.242	16.170.004	11,37	5,68	1,72	China	40,83
Fios, cabos e condutores para uso elétrico	2	563.258.005	10.365.852	12,75	1,84	6,59	México	37,02
Geradores e transformadores, elétricos	9	4.363.883.450	315.580.237	16,45	7,23	10,98	México	21,85
Plásticos e suas obras	21	3.305.623.156	131.687.587	6,23	3,98	-2,43	Canadá	30,01
Autopeças	4	8.138.636.049	203.327.159	8,51	2,50	20,01	México	24,25
Veículos de carga	1	142.387.796	2.583.266	-48,78	1,81	-28,36	Reino Unido	43,39
Trens e materiais para vias férreas	4	747.677.028	118.166.442	31,12	15,80	-3,01	Canadá	28,00

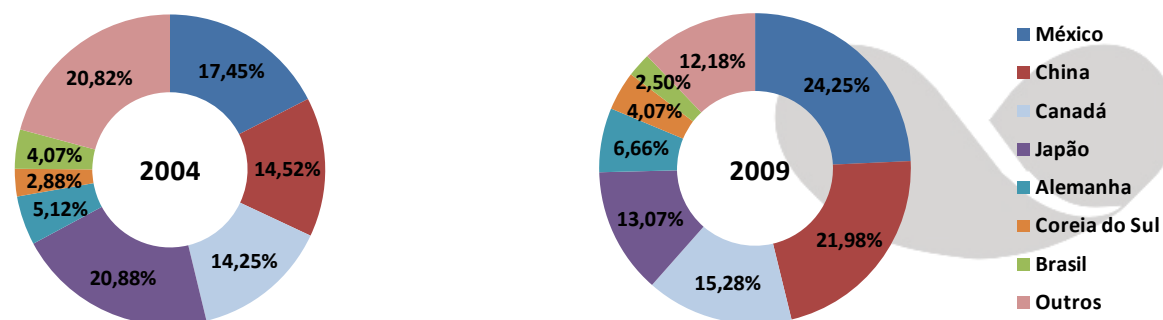
* taxa média anual de crescimento

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

Há oportunidades para freios para tratores e *dumpers*, rodas para veículos, eixos de transmissão com diferencial e amortecedores. Nesse grupo de produtos, as “guarnições de freios para tratores e *dumpers*” foram os itens mais importados pelos Estados Unidos em 2009, respondendo por 41,4% do total

importado. O Gráfico 29 mostra os principais fornecedores em 2009 e a posição deles no mercado estadunidense em 2004.

Gráfico 29: Participação de mercado dos principais fornecedores de “autopeças” para os Estados Unidos 2004 e 2009 (%)



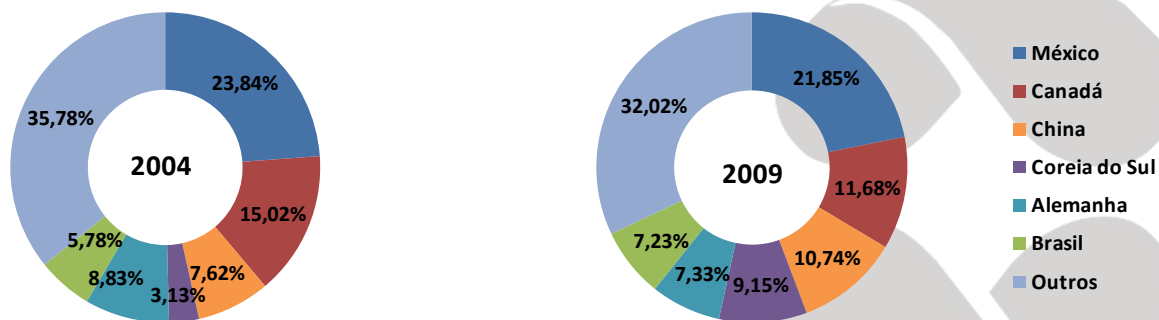
Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

A partir da análise do Gráfico, percebe-se que México, China e Canadá ganharam mercado comparando-se os anos de 2004 e 2009, deslocando o Japão que, em 2004, era o principal fornecedor desse grupo de produtos para os Estados Unidos. Importante ressaltar que este país importou US\$ 3,3 bilhões em produtos desse grupo em 2004 e que esse valor saltou para US\$ 8,1 bilhões em 2009, com taxa média de crescimento de 19,62%. A Coreia do Sul apresentou entre os anos de 2004 e 2009 taxa média de crescimento de 28,23%, ampliando sua participação no mercado estadunidense. O Brasil, por sua vez, apresentou taxa média de crescimento de 8,51% no período, com incremento de US\$ 68 milhões comparando-se os anos de 2004 e 2009.

Para esse grupo de produtos, em 2009, 249 empresas brasileiras exportaram para os Estados Unidos, com predominância de grandes empresas (62,6%) e médias empresas (23,3%). Não se percebe concentração nas exportações desses produtos para o mercado analisado, apesar de ser menor a participação das pequenas e micro empresas, 9,6% e 4,4%, respectivamente. Isso indica que as oportunidades estão acessíveis a diversas empresas do segmento.

Com relação ao grupo de produtos “geradores e transformadores elétricos”, encontram-se oportunidades para transformadores, motores elétricos de corrente alternada, partes e peças para geradores e transformadores, eletrogêneos de motor de pistão, geradores, motores elétricos. No Gráfico 30 estão evidenciados os principais fornecedores desses produtos em 2009 e a sua posição no mercado estadunidense em 2004.

Gráfico 30: Participação de mercado dos principais fornecedores de “geradores e transformadores elétricos” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)



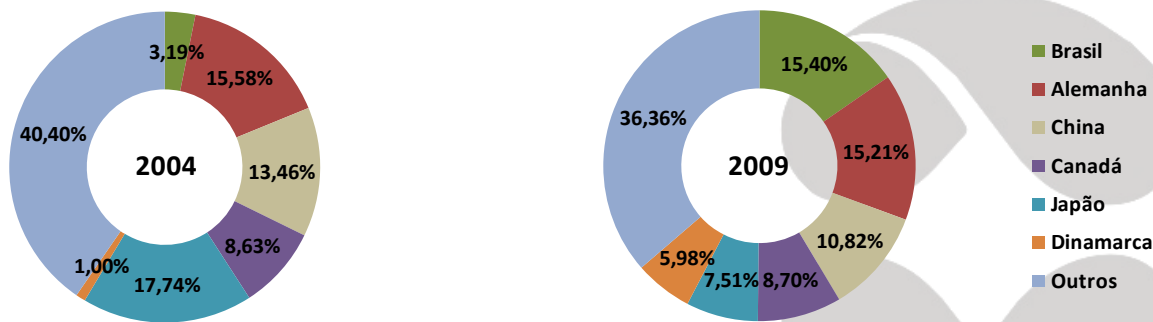
Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

A análise do Gráfico mostra que China, Coreia do Sul e Brasil apresentaram aumento de participação no mercado estadunidense comparando-se os anos de 2004 e 2009, diminuindo a participação de fornecedores tradicionais. Os Estados Unidos importaram no primeiro ano analisado US\$ 2,5 bilhões e, em 2009, o valor de importação dos produtos deste grupo atingiu US\$ 4,4 bilhões. Coreia do Sul e Brasil apresentaram as maiores taxas médias de crescimento no período analisado.

No ano de 2009, para este grupo de produtos foram registradas 234 empresas exportadoras dessas mercadorias para os Estados Unidos, as quais eram predominantemente grandes (52,6%) e médias (30,3%) empresas e que apresentaram alto nível de concentração no total do valor de vendas brasileiras para os Estados Unidos desses produtos.

Por fim, destacam-se as oportunidades para partes de motores e máquinas motrizes, máquinas para trabalhar metais, caracteres tipográficos e elementos de impressão, máquinas de costura, agulhas para máquinas de costura, turbinas a vapor, placas para moldes, máquinas para preparação de matérias têxteis, moldes para modelagem de metais, máquinas para fabricar calçados, máquinas para extração de óleos, máquinas-ferramentas, prensas para trabalhar metais. Nesse grupo de produtos, as “partes de outros motores e máquinas motrizes” foram os itens mais importados pelos Estados Unidos em 2009 do Brasil, respondendo por 95,6% do total importado e também o mais importado desse grupo de todo o mundo. O Gráfico 31 mostra os principais fornecedores em 2009 e a posição deles no mercado estadunidense em 2004.

Gráfico 31: Participação de mercado dos principais fornecedores de “demais máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)



Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

A partir da análise do gráfico pode-se perceber o ganho de mercado do Brasil. O país foi, em 2004, o oitavo fornecedor para os Estados Unidos desse grupo de produtos, com US\$ 37,6 milhões e, em 2009, saltou para a primeira posição com US\$ 283,4 milhões exportados, relevando uma taxa média de crescimento de 49,7%. A Alemanha, principal concorrente no mercado estadunidense, apresentou taxa média de crescimento de suas exportações de 8,8% no período analisado.

Para esse conjunto de produtos, nota-se que o Brasil teve 552 empresas exportadoras para o mercado estadunidense em 2009, as quais eram, predominantemente, grandes e médias empresas, 40,6% e 34,7%, respectivamente. Micro (8,5%) e pequenas (16,8%) empresas também exportaram esses produtos para os Estados Unidos. Não se percebe concentração nas exportações dessas mercadorias para o mercado analisado, o que indica que as oportunidades estão acessíveis a diversas empresas do segmento.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” e “desvio de comércio” nos Estados Unidos

Os produtos agrupados nessas classificações apresentaram US\$ 21,3 bilhões em importações feitas pelos Estados Unidos e US\$ 1,1 bilhão em exportações brasileiras para aquele mercado em 2009. Muito embora a posição do Brasil encontre-se em declínio quando comparada ao avanço registrado para os demais concorrentes no período analisado, esses grupos de produtos apresentam significativo valor importado pelos Estados Unidos e merecem consideração.

Tabela 19: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos e presença “em declínio” e “desvio de comércio” naquele país

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado dos EUA 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para os EUA
Aviões	2	8.275.744.372	664.985.219	-23,16	8,04	-2,11	Canadá	35,93	Em declínio
Aquecedor e secador	1	15.056.579	102.642	-34,22	0,68	-19,49	Alemanha	27,60	Em declínio
Compressores e bombas	5	3.602.345.573	171.979.864	-14,42	4,77	0,60	México	30,55	Em declínio
Máquinas e apars. de elevação de carga, descarga, etc.	1	1.542.795.137	39.613.423	-15,85	2,57	-5,53	Canadá	13,24	Em declínio
Motores para veículos automóveis	1	576.786.995	6.930.557	-48,21	1,20	-7,40	Alemanha	43,39	Em declínio
Refrigeradores e congeladores	2	390.981.936	29.000	-75,57	0,01	-7,11	México	48,34	Em declínio
Rolamentos e engrenagens	7	2.953.830.264	152.971.689	-7,35	5,18	-0,31	Japão	17,55	Em declínio
Turbinas hidráulicas e rodas hidráulicas	3	55.602.882	4.792.490	-6,04	8,62	15,91	Canadá	30,85	Desvio de comércio
Aparelhos p/ interrup., prot. de energia, suas partes	1	68.195.713	121.117	-39,67	0,18	65,16	México	65,42	Em declínio
Aparelhos transmissores e receptores	1	34.064.994	2.203.348	-28,60	6,47	-20,93	China	31,23	Em declínio
Condensadores eletr. fixos, variáveis ou ajustáveis	3	165.599.908	3.167.300	-17,69	1,91	-1,47	México	24,49	Em declínio
Pilhas, baterias e acumuladores elétricos	1	549.869.388	863.828	-47,29	0,16	6,94	México	63,32	Em declínio
Automóveis	1	733.214.727	0	-100,00	0,00	6,51	México	89,73	Em declínio
Motocicletas	1	312.461.151	2.089.031	-50,95	0,67	-10,92	Japão	38,40	Em declínio
Tratores	2	1.992.927.445	12.885.835	-32,21	0,65	-7,58	Japão	30,18	Em declínio

* taxa média anual de crescimento

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira e mesmo seu aumento de participação no mercado. O maior valor comercializado pelo Brasil entre os produtos analisados nestas classificações foi registrado para o grupo “aviões”.

Segundo dados fornecidos pelo *United Nations Commodity Trade Statistics Database*, o complexo “Moda” respondeu, em 2010, por 11,1% do total das importações dos Estados Unidos, ou seja, US\$ 217,5 bilhões. Entre 2005-2010, as compras estadunidenses de produtos nesse complexo cresceram, em média, 2,7%, variando, em valor, US\$ 26,8 bilhões. Do Brasil, as importações estadunidenses somaram US\$ 1 bilhão em 2010, e concentraram-se (35,6%) no grupo de produtos Calçados, notoriamente em calçados de couro natural. Outros grupos de produtos em destaque nas compras oriundas do Brasil foram os “demais metais e pedras preciosas” (14,8%), especialmente o “ouro em formas brutas, para usos não monetários” (SH 710812) e Confecções (13,3%).

Nos anos de 2008 e 2009, a recessão econômica nos Estados Unidos teve impacto significativo sobre as vendas de joalheria, artigos de vestuário e calçados. Apesar desse desempenho, a maioria dos jovens consumidores estadunidenses ainda demonstra grande interesse por moda, tendências e estilos nas roupas, calçados e acessórios que usa. Esses consumidores reduziram ou evitaram as compras dessas categorias de produtos e estiveram mais atentos às flutuações nos preços, buscando por promoções. O estado atual da economia deve afetar principalmente o crescimento do segmento de calçados.

Entretanto, nota-se que uma maior consciência ambiental entre os consumidores têm levado muitas empresas nesse complexo a adotar práticas verdes. As empresas estão cada vez mais utilizando sua responsabilidade social empresarial (RSE) como ferramenta para promover e melhorar sua imagem pública com o objetivo de fidelizar e atrair consumidores. Desse modo, produtos associados à conservação de recursos, minimização de desperdício, redução das emissões de carbono ou oriundos de práticas ambientais sustentáveis (como os produtos orgânicos ou comércio justo - *fair trade*, em inglês⁷⁹) estão conquistando cada vez mais espaço no mercado estadunidense. Esta tendência é muito clara em relação às marcas consideradas de luxo. Em uma pesquisa recente, o *Luxury Institute*⁸⁰ de Nova Iorque apontou que os consumidores mais jovens e de maior poder aquisitivo costumam buscar informações sobre a responsabilidade social envolvida nos produtos que compram e se mostram dispostos a pagar um preço maior por produtos percebidos como ambientalmente responsáveis. É claro que, dada a situação econômica adversa, as vendas desses produtos considerados *premium* devem apresentar retração no curto prazo. As empresas de maior sucesso nesse contexto serão aquelas que conseguirem oferecer esses

⁷⁹ O Comércio Justo (CJ) é um movimento social e econômico que pretende construir uma alternativa ao comércio convencional. Ao contrário deste, que tem em conta apenas critérios econômicos, o CJ rege-se também por valores éticos que incluem aspectos sociais e ambientais. Significa colocar o comércio, quer de produtos quer de serviços, efetivamente ao serviço das pessoas, buscando o desenvolvimento sustentável das comunidades locais e do mundo como um todo. O que implica um trabalho digno para todas as pessoas envolvidas e a adequação das atividades econômicas às suas necessidades e aos seus interesses.

⁸⁰ O *Luxury Institute*, sediado em Nova Iorque, é uma empresa privada de pesquisas acerca do segmento de produtos e serviços de alto padrão.

atributos de valor sem onerar os preços repassados aos consumidores. Em todo caso, o mercado para produtos ecológicos apresenta perspectivas positivas de crescimento nos Estados Unidos, na medida em que crescem as pressões populares por legislações que minimizem o impacto ao meio ambiente das atividades industriais.

No segmento de vestuário verifica-se, ainda, o aumento nas vendas de vestidos, saias e ternos masculinos entre 2008 e 2009. Os vestidos são cada vez mais comuns entre as mulheres, ao passo que os homens substituem o estilo casual por visuais mais sofisticados. Apesar do preço relativamente alto, os ternos estão, novamente, se tornando uma espécie de necessidade. Com o desemprego em alta, os consumidores mostram-se preocupados com as perspectivas futuras em seus trabalhos. Como resultado, os homens, notadamente os mais jovens, desejam aparentar maior responsabilidade e empregabilidade com o intuito de manter-se no emprego, elevando assim as vendas do produto⁸¹. De maneira geral, observa-se um crescente aumento dos gastos dos consumidores do sexo masculino com artigos de vestuário, relojoaria e calçados nos últimos anos. Em 2008, 75% dos homens compraram suas próprias roupas, enquanto em 1995 somente 52% faziam o mesmo. Muitas marcas, anteriormente focadas em moda feminina, vêm investindo no desenvolvimento de linhas de produtos orientadas aos homens. Segundo informações do NPD Group⁸², as vendas de roupas masculinas cresceram 0,9% no ano fiscal terminado em maio de 2009, ao passo que as vendas de roupas femininas apresentaram decréscimo de 3,5% no período. Todavia, as vendas de roupas para mulheres ainda representam 65% do mercado de vestuário adulto nos Estados Unidos, estimado em US\$ 155 bilhões.

Além disso, o mercado para roupas em tamanhos grandes (*plus size*) também tem se mostrado promissor. No passado, as opções para esses consumidores eram limitadas e as roupas frequentemente não seguiam tendência de moda alguma. A demanda por peças mais sofisticadas, contudo, cresceu com o aumento da população com sobrepeso no país. Estima-se que essa parcela da população represente 44,9% do total em 2012. Varejistas e *designers* perceberam a necessidade crescente dessa linha de roupas no mercado, e hoje lojas tradicionais dedicam seções especiais a esses clientes. Ademais, o número de lojas destinadas somente a esse público também aumentou nos últimos anos.

Ao longo da primeira metade da última década, os tradicionais varejistas de vestuários e calçados nos Estados Unidos, como as lojas de departamentos, perderam espaço para hipermercados como *Walmart* e *Target* na venda destas categorias de produtos. Nos últimos anos houve um aumento de popularidade de varejistas especializados, como *H&M*, *Zara* ou *Forever 21*, que oferecem roupas de melhor qualidade a preços mais acessíveis. O sucesso desses varejistas também deslocou as vendas das marcas tradicionais, como a *Gap*. Todavia, enquanto as lojas físicas apresentam contração nas vendas, o comércio

⁸¹ *Clothing and Footwear - US. Euromonitor International.*

⁸² O Grupo NPD, fundado em 1967, é uma empresa privada de consultoria especializada na pesquisa do comportamento de consumo de diversos segmentos varejistas. Para mais informações, acessar: www.npd.com.

eletrônico é uma das únicas áreas de crescimento positivo para os varejistas que atuam com ambos os formatos. Estima-se que o comércio eletrônico de artigos de vestuário, joalheria e calçados deva crescer 130% entre 2008 e 2013.

Em 2008, as principais corporações envolvidas no comércio desses produtos nos Estados Unidos, tendo em conta sua participação de mercado, foram o *WalMart Stores Inc*, com 3,4% de *market-share*, *Gap Inc*, com 3,2%, *VF Corp.*, empresa proprietária das marcas *Lee*, *Nautica*, *Wrangler* e *The North Face*, entre outras, com 1,8%, *Ross Stores Inc*, com 1,8% de mercado, *Nike Inc*, com 1,4%, *Talbots Inc*, com 1,2%, *Adidas America Inc*, com 1,1%, *Jonathas Apparel Group*, com 1,1% e *Limited Brands Inc*, proprietária da marca *Victoria's Secret*, com outros 1% de participação.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Moda” nos Estados Unidos

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para os Estados Unidos

Entre os grupos de produtos listados para o complexo Moda no mercado estadunidense, foram identificadas oportunidades para produtos brasileiros que ainda não são exploradas ou o são de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, utilizado para nomear produtos com essas características. Para a definição dessas oportunidades, foi levado em conta se ao longo de seis anos (2004-2009) 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 dos Estados Unidos e de exportação do Brasil são complementares. Apenas uma seleção de produtos passou por esses filtros, e está apresentada como oportunidade na Tabela 20.

Tabela 20: Grupos de produtos brasileiros com exportações “incipientes” para os Estados Unidos

Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das importações dos EUA 2004 - 2009 (%)
Calçados	14	6.457.709.797	7,91

*taxa média anual de crescimento.

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade.

Trata-se do grupo de produtos “calçados”, para o qual houve US\$ 29,4 milhões em exportações brasileiras no ano de 2009 distribuídas entre quatorze mercadorias distintas. Ainda que a participação nacional seja pequena, há oportunidades especialmente para calçados de borracha e plástico e calçados de couro natural.

Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos

Ao contrário das exportações incipientes, em que os produtos brasileiros ainda estão em estágios iniciais de inserção no mercado, as exportações “expressivas”, como o próprio nome indica, já atingiram maior grau de maturidade no país importador, são mais constantes ao longo do tempo e já têm participação de mercado minimamente significativa. Para o complexo Moda, as exportações “expressivas” encontram-se em duas situações: “a consolidar” e “em declínio”.

As exportações expressivas “a consolidar” reúnem aqueles casos em que o Brasil já tem boa parcela de mercado e em que as exportações nacionais crescem em um ritmo próximo ou superior aos dos concorrentes. Neste cenário, há grande chance de os exportadores aumentarem sua presença no país importador. Por outro lado, “em declínio” estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado norte-americano e que nele vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, porque o quadro desfavorável inicial precisaria ser revertido.

Produtos brasileiros com presença “a consolidar” nos Estados Unidos

Entre os grupos de produtos classificados como “a consolidar”, listados na Tabela 21, destaca-se o valor importado pelos Estados Unidos de *pedras preciosas e semipreciosas* e *demais produtos têxteis*. Estes dois subgrupos de produtos respondem, ainda, pelos maiores valores de exportações brasileiras e serão considerados com mais detalhe adiante.

Tabela 21: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos e presença “a consolidar” naquele país

Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado estadunidense 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)
Artigos de joalheria de metais preciosos	1	28.051.743	1.560.365	18,02	5,56	3,84	China	23,50
Pedras preciosas e semipreciosas	3	304.871.074	26.907.675	5,23	8,83	-2,68	Índia	23,77
Produtos de couro	6	64.645.025	6.277.651	8,86	9,71	-6,84	China	29,96
Demais produtos têxteis	12	362.946.266	44.245.142	17,01	12,19	-7,69	China	16,17
Fios sintéticos ou artificiais	3	26.931.535	235.231	-0,72	0,87	11,58	Japão	28,32
Tecidos de algodão	8	58.291.539	616.104	-15,94	1,06	-15,46	China	46,39

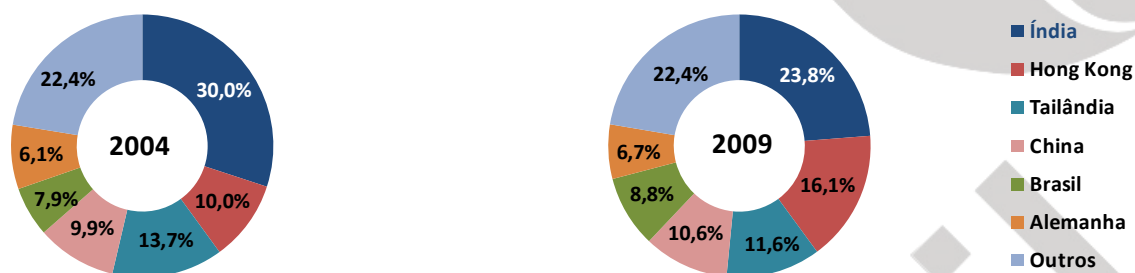
*taxa média anual de crescimento.

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade.

No que concerne às três mercadorias reunidas no grupo de produtos *pedras preciosas e semipreciosas*, merece destaque a significativa participação brasileira nas compras estadunidenses de “diamantes não selecionados, não montados, nem engastados” em 2009 (61,8%). Todavia, esta mercadoria

representa apenas 0,3% das compras totais do grupo, as quais estão concentradas, majoritariamente, em outras pedras. Ademais, segundo informações disponibilizadas pelo MDIC, houve 189 empresas brasileiras exportadoras em 2009, das quais 63% foram enquadradas como microempresas. Não há concentração de empresas no total das vendas brasileiras para este grupo de produtos, o que indica maiores possibilidades para o aumento da base exportadora nacional.

Gráfico 32: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “pedras preciosas e semipreciosas” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)

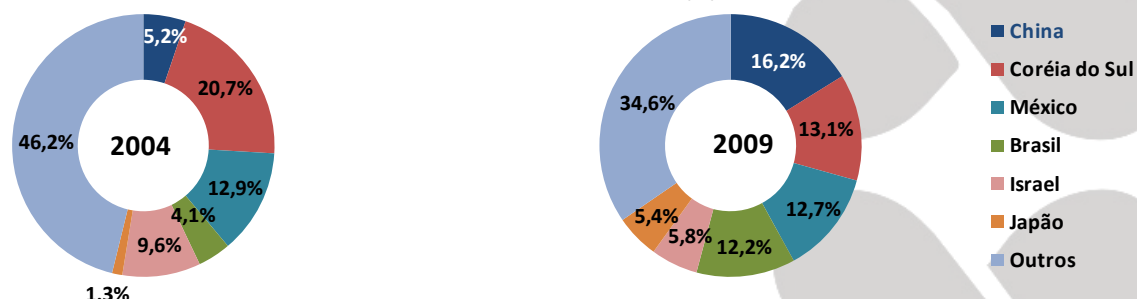


Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do *United Nations Commodity Trade Statistics Database - UNComtrade*.

Ademais, como apresentado no Gráfico 32, que mostra quais eram os principais fornecedores do grupo de produtos em 2009 e as posições que ocupavam no mercado estadunidense no ano de 2004, verifica-se que o Brasil conquistou 0,9 pontos percentuais de participação no período analisado, ao passo que o principal provedor, a Índia, perdeu significativo espaço neste mesmo íterim. A constatação é interessante, muito embora no novo arranjo de participações em 2009, as compras estadunidenses mantiveram-se concentradas nos seis fornecedores listados em ambos os anos indicados, os quais somados representaram 77,6% das compras totais dos Estados Unidos.

Em se tratando do grupo de produtos “demais produtos têxteis”, o qual reúne 12 mercadorias distintas, verificam-se oportunidades para tecidos de malha, falsos tecidos, tecidos de linho, seda não fiada e tecidos de fibras têxteis vegetais. De maior relevância para as exportações brasileiras foram os tecidos de malha e os falsos tecidos, os quais representaram 98,4% das vendas externas direcionadas aos Estados Unidos destes produtos. O Gráfico 33 mostra quem eram os principais fornecedores do produto em 2004 e como esse cenário se alterou em cinco anos. Uma das conclusões a que se chega pela análise de provedores é a de que o mercado se diversificou ao longo do tempo. Em 2004, os seis primeiros fornecedores de *demais produtos têxteis* detinham 73,2% do mercado. Em 2009, esse percentual havia caído para 65,4%. Ao mesmo tempo, o principal fornecedor, a Coreia do Sul, perdeu espaço no mercado, sua participação decresceu de 20,7% para 13,1%, enquanto que a China tornou-se o maior provedor. O Brasil, por sua vez, ganhou 8,1 pontos percentuais no mesmo íterim, o que o alçou da oitava para a quarta posição no *ranking* de provedores estadunidenses para este grupo de produtos.

Gráfico 33: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “demais produtos têxteis” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)



Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do *United Nations Commodity Trade Statistics Database - UNComtrade*.

Para este grupo, houve 107 empresas brasileiras exportadoras em 2009, as quais eram em sua maioria grandes e médias empresas (81,3%) que registraram concentração média no total do valor de vendas para os Estados Unidos destes produtos.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” nos Estados Unidos

Os grupos de produtos classificados como “em declínio” registraram US\$ 23,9 bilhões em importações estadunidenses e US\$ 709,5 milhões em exportações brasileiras em 2009. Todos os grupos de produtos apresentam retração nas vendas externas brasileiras para os Estados Unidos, à exceção de “higiene pessoal e cosméticos”, que registra taxa média de crescimento positiva no período, muito embora esta expansão seja inferior à verificada para os demais concorrentes. O Brasil exporta para os Estados Unidos principalmente óleos de cítricos (laranja, limão e demais cítricos), representativos de 66,2% do total comercializado do grupo.

Tabela 22: Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para os Estados Unidos e presença “em declínio” naquele país

Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado estadunidense e 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)
Calçados	11	11.446.427.544	363.645.219	-19,71	3,18	-0,86	China	71,38
Partes de calçados	1	467.846	32.873	-25,63	7,03	-9,19	China	38,30
Higiene pessoal e cosméticos	6	406.505.301	41.492.151	2,59	10,21	11,94	Argentina	17,40
Material esportivo	1	58.961.995	3.723.798	-27,17	6,32	-16,46	China	71,54
Demais metais e pedras preciosas	6	8.903.176.325	115.005.875	-13,53	1,29	17,29	México	33,62
Couro	14	392.837.925	66.087.118	-11,60	16,82	-12,86	Itália	25,75
Chapéus e semelhantes	1	6.372.565	254.634	-22,38	4,00	-1,69	Portugal	55,25
Confecções	18	2.632.213.451	118.720.093	-8,58	4,51	4,94	China	25,00
Fios de algodão	4	62.965.762	521.839	-45,87	0,83	-12,52	Coréia do Sul	18,88

*taxa média anual de crescimento.

Ainda que em situação inicialmente desfavorável, vale ressaltar os valores comercializados pelo Brasil do grupo de produtos *calçados, confecções e demais metais e pedras preciosas*. O Brasil vem perdendo participação nas compras estadunidenses destes grupos e faz-se necessário desenvolver uma estratégia de retomada do mercado.

Destacam-se, no comércio destes produtos, as vendas brasileiras de roupas de algodão de toucador ou de cozinha (representativas de 73,2% do total exportado pelo Brasil do grupo de produtos “confecções”), calçados de couro natural (90,2% do total exportado pelo Brasil do grupo de produtos “calçados”) e ouro em formas brutas para usos não monetários (84,8% do total exportado pelo Brasil no grupo de produtos “demais metais e pedras preciosas”).

MULTISETORIAL E OUTROS

Nesta seção serão apresentados os produtos relacionados aos complexos “Entretenimento”, “Tecnologia e Saúde” e aqueles classificados como “Outros”. Este último engloba os grupos de produtos que podem ser incluídos em mais de um complexo ou em outro complexo não listado anteriormente.

O complexo “Multissetorial” representou, em 2010, 24,9% do total das importações dos Estados Unidos, ou seja, US\$ 489 bilhões. Entre 2005 e 2010, o complexo registrou crescimento médio de 2,4%, variando, em valor, consideráveis US\$ 1,3 bilhão. Os principais grupos de produtos importados pelos Estados Unidos desse complexo, em 2010, foram: petróleo e derivados de petróleo, cátodos de cobre, alumínio em bruto, ligas de alumínio, produtos metalúrgicos, produtos de borracha e suas obras, produtos de metais não ferrosos, produtos semimanufaturados de ferro ou aço, papel e suas obras, celulose. Originadas do Brasil, em 2010, as importações estadunidenses do complexo “multissetorial e outros” representaram 47,9% do total importando, alcançando valor de US\$ 12 bilhões. Os principais grupos de produtos importados pelos Estados Unidos do Brasil foram: petróleo e derivados de petróleo, celulose, ferro fundido bruto e ferro gusa, produtos semimanufaturados de ferro e aço, ferroligas, minérios de alumínio, papel e suas obras, ligas de alumínio, barras de ferro ou aço, produtos de metais não ferrosos, minérios de ferro.

O complexo “Entretenimento”, que reúne principalmente obras de arte e instrumentos musicais, representou, em 2010, 0,4% do total comprado pelos Estados Unidos do mundo, ou seja, US\$ 7,5 bilhões. Importante destacar a relevância do mercado de arte nas importações estadunidenses desse complexo, já que 83,3% das importações são de obras de arte. Entre 2005 e 2010, essas importações apresentaram taxa de crescimento médio de 1,1%. França e Reino Unido destacam-se entre os principais fornecedores desses

produtos para os Estados Unidos. As compras estadunidenses do complexo “entretenimento” feitas do Brasil representaram 0,08% do total importado por aquele país do Brasil, com valor de US\$ 20,6 milhões. Os grupos de produtos importados do Brasil são formados também por obras de arte e instrumentos musicais, com preponderância para as obras de arte.

Por fim, as importações dos Estados Unidos do complexo “Tecnologia e Saúde” somaram US\$ 195 bilhões no ano de 2010, o equivalente a 9,9% do total que o país importou do mundo. Entre os principais grupos de produtos importados destacam-se: produtos farmacêuticos, produtos químicos orgânicos, instrumentos e aparelhos de ótica, produtos químicos inorgânicos. Provenientes do Brasil, em 2010, as importações dos Estados Unidos do complexo “tecnologia e saúde” representaram 6,1% do total importado, atingindo valor de US\$ 1,5 bilhão. Os principais grupos de produtos deste complexo importados do Brasil são: produtos químicos orgânicos, produtos químicos inorgânicos, produtos farmacêuticos.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo Multissetorial e Outros nos Estados Unidos

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para os Estados Unidos

Entre os grupos de produtos listados para o complexo Multissetorial no mercado estadunidense, foram identificadas oportunidades para produtos brasileiros que ainda não são exploradas ou o são de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, utilizado para nomear produtos com essas características. Para a definição dessas oportunidades, foi levado em conta se ao longo de seis anos (2004-2009) 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 dos Estados Unidos e de exportação do Brasil são complementares. Apenas duas seleções de produtos passaram por esses filtros e estão apresentadas como oportunidades na Tabela 23.

Tabela 23: Grupos de produtos com exportações “incipientes” para os Estados Unidos

Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das importações dos EUA 2004 - 2009 (%)
Petróleo e derivados de petróleo	38	246.527.402.228	4,81
Ferro-ligas	11	841.817.744	-11,30

*taxa média anual de crescimento.

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

As exportações brasileiras do grupo de produtos “petróleo e derivados de petróleo” somaram US\$ 6,1 bilhões em 2009. Estas exportações estão concentradas em óleos brutos de petróleo e de minerais betuminosos (SH 270900). Já as exportações de “ferro-ligas” atingiram US\$ 3,7 milhões naquele ano. Neste grupo, há oportunidades para ferrossilício, ferrocromo, ferromanganês, ferroníquel, ferromolibdênio, ferrotungstênio, ferrotitânio e ferrovanádio.

Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos

Ao contrário das exportações incipientes, em que os produtos brasileiros ainda estão em estágios iniciais de inserção no mercado, as exportações “expressivas”, como o próprio nome indica, já atingiram maior grau de maturidade no país importador, são mais constantes ao longo do tempo e já têm participação de mercado minimamente significativa. Para o complexo Multissetorial, as exportações “expressivas” encontram-se em três situações: “a consolidar”, “consolidadas” e “em declínio”.

As exportações expressivas “a consolidar” reúnem aqueles casos em que o Brasil já tem boa parcela de mercado e em que as exportações nacionais crescem em um ritmo próximo ou superior aos dos concorrentes. Neste cenário, há grande chance de os exportadores aumentarem sua presença no país importador. As exportações denominadas “consolidadas” são aquelas em que a participação brasileira no mercado já é significativa e o Brasil goza de ritmo de crescimento igual ou superior à média verificada para os demais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é de manutenção do espaço já conquistado.

Por outro lado, “em declínio” estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado norte-americano e que nele vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, porque o quadro desfavorável inicial precisaria ser revertido.

Isso posto, passa-se à análise dos grupos de produtos classificados nestas duas categorias.

Produtos brasileiros com presença “a consolidar” e “consolidadas” nos Estados Unidos

As importações estadunidenses dos grupos de produtos classificados como “a consolidar” e “consolidadas” alcançaram US\$ 14,3 bilhões em 2009. Deste valor, aproximadamente US\$ 2 bilhões foram provenientes do Brasil.

Entre os grupos de produtos classificados como “a consolidar”, listados na Tabela 24, destaca-se o valor exportado pelo Brasil de “papel e suas obras”, US\$ 231,5 milhões. Segundo dados reportados pelo MDIC, 236 empresas brasileiras exportaram para o mercado estadunidense em 2009, das quais 51,7% eram grandes e 26,3%, médias empresas. Não se nota concentração no valor exportado por estas empresas para o mercado analisado, o que denota uma melhor distribuição no valor das vendas externas brasileiras entre as empresas pertencentes ao segmento.

Tabela 24: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos e presença “a consolidar” e “consolidada” naquele país

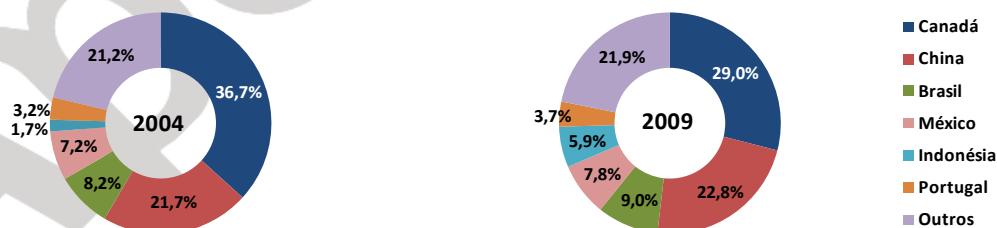
Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado estadunidense 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para os EUA
Demais produtos de borracha e suas obras	20	1.218.597.108	70.180.678	-1,30	5,76	-0,07	México	18,82	A consolidar
Colas e enzimas	2	305.058.676	49.960.611	16,89	16,38	6,93	França	15,70	A consolidar
Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	5	1.617.645.342	51.797.364	-1,86	3,20	-3,70	Canadá	34,56	A consolidar
Ligas de alumínio	1	1.941.852.789	146.405.390	-9,73	7,54	-7,68	Canadá	61,51	A consolidar
Papel e suas obras	18	2.581.438.997	231.452.808	3,63	8,97	1,51	Canadá	28,96	A consolidar
Celulose	5	949.540.653	563.695.753	3,41	59,37	0,25	Canadá	35,34	Consolidadas
Pólvora	2	45.359.252	2.660.430	-6,58	5,87	-5,99	México	24,53	A consolidar
Ferro fundido bruto e ferro "spiegel" (ferro gusa)	1	909.789.101	496.789.973	-13,06	54,60	-2,53	Rússia	31,22	Consolidadas
Ferro-ligas	4	300.999.448	90.298.698	2,47	30,00	-9,89	África do Sul	31,39	A consolidar
Fio-máquinas e barras de ferro ou aço	9	1.191.647.800	68.605.023	-10,45	5,76	-18,45	Canadá	24,98	A consolidar
Produtos laminados planos de ferro ou aço	23	2.703.827.763	152.371.109	-16,70	5,64	-10,21	Canadá	29,49	A consolidar
Demais minérios metalúrgicos	1	73.538.826	233.963	-79,75	0,32	37,47	Portugal	24,79	A consolidar
Minérios de alumínio	1	387.479.947	146.936.793	2,13	37,92	0,92	Guiné	23,04	A consolidar
Minérios de manganês	1	93.282.397	1.019.546	78,16	1,09	14,00	Gabão	77,71	A consolidar

*taxa média anual de crescimento.

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

Na análise de evolução concorrencial, o Gráfico 34 mostra quem eram os principais fornecedores do grupo de produtos em 2004 e como esse cenário se alterou nos cinco anos seguintes. Verifica-se que o principal provedor, o Canadá, vem perdendo mercado ao longo dos anos analisados, ao passo que todos os cinco demais fornecedores registraram crescimento de sua fatia de participação. Entre estes, a taxa média de crescimento registrada para a Indonésia foi a mais significativa, de 30% ao ano, entre 2004 e 2009.

Gráfico 34: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “papel e suas obras” para os Estados Unidos - 2004 e 2009 (%)



Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do *United Nations Commodity Trade Statistics Database - UNComtrade*.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” nos Estados Unidos

Os grupos de produtos classificados como “em declínio” registraram US\$ 45 bilhões em importações estadunidenses e US\$ 1 bilhão em exportações brasileiras em 2009. Entre os grupos de produtos classificados como “em declínio”, de acordo com o indicado na Tabela 25, as exportações brasileiras de “petróleo e derivados de petróleo” merecem observação, pois representaram o maior valor comercializado pelo Brasil entre os produtos analisados nesta classificação. O Brasil exporta para o mercado estadunidense principalmente outros óleos de petróleo ou de minerais betuminosos e preparações (SH 271019), que representaram 91,2% do valor comercializado em 2009. Há ainda contração das exportações brasileira e prejuízo para sua posição neste grupo de produtos para os benzóis, xilóis, misturas de hidrocarbonetos aromáticos e coque de petróleo não calcinado.

Tabela 25: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para os Estados Unidos e presença “em declínio” naquele país

Grupos de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações dos EUA 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para os EUA 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para os EUA 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações dos EUA 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil nos EUA 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado estadunidense 2009	Participação do principal concorrente nas importações dos EUA 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para os EUA
Cigarros	1	187.233.758	483.693	-51,11	0,26	-5,64	Canadá	34,38	Em declínio
Alumínio em bruto	1	3.494.680.582	70.941.383	-17,61	2,03	2,77	Canadá	70,90	Em declínio
Catodos de cobre	1	2.945.632.575	49.256.628	0,67	1,67	11,48	Chile	44,99	Em declínio
Demais produtos de metais não-ferrosos	20	2.987.628.004	64.395.928	-20,74	2,16	-0,19	Canadá	39,25	Em declínio
Estanho em bruto	1	411.160.312	13.707.182	-16,61	3,33	1,92	Peru	65,02	Em declínio
Petróleo e derivados de petróleo	5	32.618.800.495	774.670.660	-1,41	2,37	9,00	Rússia	23,70	Em declínio
Demais produtos metalúrgicos	21	1.829.501.071	65.143.480	-15,42	3,56	-2,31	China	20,24	Em declínio
Minérios de ferro	2	410.108.248	15.774.887	-37,95	3,85	7,14	Canadá	84,23	Em declínio
Produtos para fotografia	2	159.321.115	148.633	-56,75	0,09	-7,55	Alemanha	54,09	Em declínio

*taxa média anual de crescimento.

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

ANEXO 1:
**METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES
BRASILEIRAS EM MERCADOS INTERNACIONAIS**

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 do mundo 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 3 passos, na ordem estabelecida abaixo :

1º - 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;

2º - 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;

3º - 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 se 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 acima 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, eles 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

Para se identificar, no conjunto de exportações expressivas, os grupos de produtos que têm maior destaque no mercado-alvo são analisados, num período de seis anos, dois indicadores:

1 – A contribuição de cada grupo de produtos para o crescimento das importações totais do mercado-alvo *ou* das exportações brasileiras para esse mercado;

2 – O crescimento médio das importações totais do mercado *ou* das exportações brasileiras do grupo de produtos.

Aplica-se uma média geométrica simples nesses dois valores, chegando a dois índices para cada grupo de produtos, um considerando as importações totais do mercado e outro as exportações brasileiras nesse mercado. Os grupos que alcançarem um desempenho superior à média geral em ao menos um dos índices são avaliados mais detalhadamente.

A inclusão da contribuição para o crescimento na construção desse índice busca minimizar o chamado “efeito base” sobre a taxa de crescimento dos grupos de produtos. Esse efeito ocorre porque os grupos de produtos com menor valor exportado apresentam uma tendência de indicarem taxas de crescimentos superiores àquelas atingidas pelos grupos de produtos com maior valor exportado. A taxa de contribuição para o crescimento aponta para um movimento contrário, em que os grupos de produtos com maior participação na pauta de exportação ou importação, em princípio, apresentarão uma taxa mais elevada que os grupos de produtos com menor participação. A média geométrica dessas duas taxas visa suavizar os grupos com baixo valor exportado e forte taxa de crescimento, tornando a análise mais eficiente. Já o cruzamento entre as importações totais do mercado e exportações brasileiras destinadas ao mercado-alvo busca avaliar os grupos de produtos tendo em conta tanto a demanda do mercado (importações totais) como a oferta brasileira para o mercado (exportações brasileiras).

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 país⁸³.

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 do 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. 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.

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%⁸⁴ 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 onde estão as melhores oportunidades para o aumento das

⁸³ 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.

⁸⁴ 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 foram significativas, e o grupo de produtos não poderia ser caracterizado como “em declínio”.

exportações brasileiras. Por isso, eles são investigados mais profundamente. Para tanto, os grupos de produtos “a consolidar” são abertos em subgrupos. O objetivo é encontrar aqueles segmentos que são mais significativos para o desempenho do grupo como um todo. Os subgrupos recebem classificação semelhante às dos grupos: “consolidado”, “em risco”, “em declínio” e “a consolidar”. Apenas a categoria de desvio de comércio não é utilizada para subgrupos, porque neste ponto não se considera o principal concorrente do Brasil. Nos casos em que a participação brasileira no mercado-alvo é inferior a 30% e o crescimento das exportações nacionais é menor que o dos concorrentes, o grupo de produtos poderá estar “em declínio” ou ser “a consolidar”.

Da mesma forma que os grupos de produtos, os subgrupos “a consolidar” são considerados como as principais oportunidades para as exportações brasileiras. Neste 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 subgrupo;

2 - Tendência de crescimento de cada produto. Essa tendência é 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 subgrupo mais que a média e que foram mais exportados no último ano do que na média dos últimos três anos são considerados mais determinantes para o desempenho positivo do subgrupo.

Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações incipientes

No caso das exportações incipientes, as variáveis adotadas para seleção dos principais grupos e subgrupos 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. O dinamismo relaciona o desempenho das importações do mercado-alvo com as importações mundiais. Calcula-se a média entre as taxas de crescimento do primeiro e do último biênio do período em análise, tanto para as importações do mercado de um determinado grupo de produtos quanto para as importações mundiais totais. Essa média é calculada para minimizar os efeitos de grandes variações de valores ao longo do período, que podem ser causadas não por um aumento de quantidades importadas, mas por um aumento anormal de preços ou pela inflação, por exemplo. O dinamismo do grupo de produtos no mercado será determinado pela comparação de sua média com a média das importações mundiais totais.

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 dinâmicos e muito dinâmicos prosseguem na análise. Para eles, é calculada a vantagem comparativa do Brasil, com o objetivo de avaliar se a economia brasileira tem oferta exportável para entrar no mercado-alvo com aquele grupo de produtos. Os grupos de produtos em que o Brasil tem VCR acima de 0,7 são classificados como “a desenvolver”, ou seja, aqueles em que o Brasil apresenta maiores chances de abertura de mercado.

Esses grupos, assim como os “a consolidar” do conjunto de exportações expressivas, são abertos em subgrupos. Para os subgrupos “a desenvolver”, o Brasil também deverá apresentar VCR mínima de 0,7 e os subgrupos deverão ser “intermediários”, “dinâmicos” “muito dinâmicos”. Mas, nesse caso, o dinamismo será avaliado tendo-se em conta não a média das importações mundiais totais, mas a média das importações do mercado para o grupo de produtos no qual o subgrupo se insere. Os subgrupos “a desenvolver” são aqueles que impulsionam o desempenho do grupo e, portanto, representam as principais oportunidades do conjunto de exportações incipientes, sendo analisados com mais profundidade.

Os principais produtos dentro de cada subgrupo são determinados a partir da VCR do Brasil nas exportações daquele produto para o mundo e da tendência de crescimento das importações daquele produto. Produtos para os quais a VCR do Brasil é maior que 0,7 e que tenham sido mais importados pelo mercado-alvo no último ano de análise que na média dos últimos três anos são considerados como os mais determinantes para o desempenho positivo do subgrupo.

**ANEXO 2
CONTATOS ÚTEIS**

EMBAIXADA BRASILEIRA

Cidade: Washington

Endereço: Brazilian Embassy in Washington, DC 3006 Massachusetts Avenue, NW Washington, DC 20008-3634

Tel.: (202) 238-2700 / 2769 / 2770 Fax: (202) 238-2827

Contato: Conselheiro Rubens Gama Dias Filho - Chefe do Setor de Promoção Comercial (SECOM)

E-mail: rubensgama@brasilemb.org; trade@brasilemb.org

Contato: Eutímia Lima - Chefe de Promoção Comercial

E-mail: eutimia@brasilemb.org trade@brasilemb.org

Contato: Tathiana Mitchell

E-mail: tmitchell@brasilemb.org

Site: <http://www.brasilemb.org/>

CONSULADOS BRASILEIROS NOS EUA

ATLANTA

Consulado-Geral em Atlanta

Brazilian Consulate General

Endereço: 3500 Lenox Road, Suite 800

Atlanta, GA 30326-4229

Tel. (404) 949-2400

Fax.: (504) 949-2402

E-mail: info@atlantaconsulatebrazil.org

SECOM (Atlanta)

Tel.: (404) 949-2400

Fax.: (404) 949-2402

E-mail: secom@atlantaconsulatebrazil.org

MIAMI

Brazilian Consulate General, Miami

Endereço: 80 SW 8th Street, Suite 2600

Miami, FL 33130

Tel.: (305) 285-6200 / 6225 / 6217

Fax: (305) 285-6229

Contato: Maria Hilda Feitosa

Email: mhfeitosa@brazilmiami.org

Contato: Ministro Luiz Felipe Mendonça Filho

Email: lfilho@brazilmiami.org

Site: www.brazilmiami.org

NEW YORK

Brazilian Consulate General, New York

Endereço: 1185 Ave of the Americas, 21st floor,

New York, NY 10036

Tel.: (917) 777-7777

Fax: (917) 827-0225

Contato: Stela Dallari

E-mail: consulado@brazilny.org

Contato: Candida Borges

E-mail: cfb@brazilny.org

Contato: Marlene Soule

E-mail: marlene@brazilny.org

Contato: Conselheiro Luiz Eduardo C. Maya Ferreira

E-mail: luizeduardo@brazilny.org

Site: www.brazilny.org

LOS ANGELES

Brazilian Consulate General, Los Angeles

Endereço: 8484 Wilshire Boulevard - Suite 730 / 711

Beverly Hills, CA 90211-3216

Tel.: (323) 651-4916 / 651-2664



Fax: (323) 651-1274

Contato: Secretário João Alberto Dourado Quintaes

E-mail: jaquintaes@consbrasla.org

Contato: Edna Roccatto Shelby – Senior Trade Officer

Contato: Silvia Helena A. Engler – Assistente Técnica

Contato: Raquel Leal Davies – Assistente Técnica

E-mail: trade@brazilian-consulate.org

secom@brazilian-consulate.org

Site: www.brazilian-consulate.org

BOSTON

Brazilian Consulate General in Boston

Endereço: The Stattler Building

20 Park Plaza - Suite 810

Boston, MA 02116

Tel.: (617) 542-4000

Fax: (617) 542-4318

E-mail: cgbos@consulatebrazil.org

CHICAGO

Consulate General of Brazil in Chicago

Endereço: 401 North Michigan Ave - Suite 3050 Chicago, IL 60611

Tel.: (312) 464-0244 / 0245 **Fax:** (312) 464-0299

E-mail: bras-cg@ix.netcom.com / cgchgo@ix.netcom.com

HOUSTON

Consulate General of Brazil in Houston

Endereço: 1233 West Loop South - Park Tower North - Suite 1150 Houston, Texas 77027

Tel.: (713) 961-3063 / 3064 / 3065 **Fax:** (713) 961-3070

E-mail: consbras@brazilhouston.org

Site: www.brazilhouston.org

SÃO FRANCISCO

Consulate General of Brazil in San Francisco

Endereço: 300 Montgomery Street - Suite 900 San Francisco, CA 94104

Tel.: (415) 981-8170 Fax: (415) 981-3628

E-mail: brazilsf@brazilsf.org

Site: www.brazilsf.org

CÂMARAS DE COMÉRCIO BRASILEIRAS NOS EUA

CALIFÓRNIA

Brazil-California Chamber of Commerce

Endereço: 8484 Wilshire Blvd. #260

Beverly Hills, CA

Tel.: (323) 658-7402

Fax: (240) 250-0425 e (323) 658-7402

Contato: Glauco Magalhães, Presidente

Email: gmalhaes@aol.com.br ou chamber@brazilcalifornia.com

Contato: Ida Ferraz, Relações Internacionais

Email: ida@brazilcalifornia.com

Site: www.brazilcalifornia.com

NEW YORK

Brazilian-American Chamber of Commerce, Inc.

Endereço: 509 Madison Avenue, Suite 304

New York, NY 10022

Tel.: (212) 751-4691

Fax: (212) 751-7692

Contato: Sérgio Millerman, Presidente

Email: info@brazilcham.com

Contato: Kevin Penzien, Coordenador de Marketing / Membership

Email: membership@brazilcham.com

Contato: Tatiana Ostrowiecki

E-mail: info@brazilcham.com

Site: www.brazilcham.com

GEÓRGIA

Brazilian-American Chamber of Commerce of Georgia, Inc.

Endereço: P.O Box 93411

Atlanta, GA 30377

Tel.: (404) 880-1551

Fax: (404) 880-1555

Contato: Alessandra Coppola, Presidente

E-mail: baccpresident@aol.com

Contato: Lucia Jennings

E-mail: ljennings@na.ko.com

Site: www.bacc-ga.com

FLÓRIDA

Brazilian-American Chamber of Commerce of Florida

Endereço: PO BOX 310038

Miami, FL 33231

Tel.: (305) 579-9030

Fax: (305) 579-9756

Contato: Mary B. Arnaud, Diretora Executiva

Email: info@brazilchamber.org

Site: www.brazilchamber.org

Central Florida Brazilian-American Chamber of Commerce, Inc.

Endereço: 797 North Orange Avenue

Orlando, FL 32801

Tel.: (407) 425-0126

Fax: (407) 843-2632

Contato: Auzelio Santini, Presidente

Email: asantini@olwinc.com

Site: www.brazilchamber.org

Brazil-Tampa Bay Chamber of Commerce, Inc.

Endereço: P.O. Box 6338 Brandon,

FL 33508-6338



Apex Brasil

Tel.: (815) 346-3966 / (877) 439-0003 ext 144 / cel. (813) 601-3329

Fax: (815) 346-3966

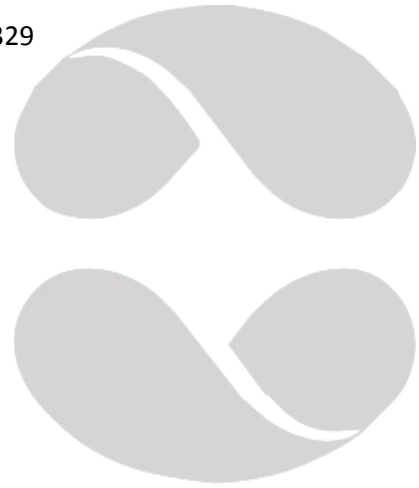
Contato: Jefferson Michaelis, Presidente

E-mail: michaelis@braziltampa.org

Contato: Frank Ofner, International Commercial Officer

E-mail: fofner@braziltampa.org

Site: www.braziltampa.org



TEXAS

Brazil-Texas Chamber of Commerce

Endereço: 1117 Upland Drive,

Houston, TX 77043

Tel.: (713) 827-7226

Fax: (713) 973-0887

Contato: Jose Orlando Melo de Azevedo, Presidente

Contato: Ricardo Peduzzi, Diretor Executivo

E-mail: chamber@braziltexas.org

Site: www.braziltexas.org

ApexBrasil

**ANEXO 3:
SH6 CLASSIFICADOS COMO EXPORTAÇÕES “EXPRESSIVAS”**

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS									
090111	200969	160300	283720	291811	381121	401120	440921	500200	630221
080610	220840	110630	283990	291815	381512	401130	440929	500400	630222
080132	120100	021020	284800	291821	381600	401140	441090	520523	630260
030232	220720	160220	284910	291823	382475	401194	441114	520531	630291
030234	060210	210420	284920	292122	390110	401213	441192	520710	630691
030265	130220	010639	285000	292143	390220	401490	441193	520790	640220
030267	151590	152200	285200	292241	390230	401590	441194	520823	640291
030269	210220	030270	290124	292242	390319	401695	441231	520842	640320
200899	080260	030621	290219	292310	390791	410120	441232	520849	640351
030379	160100	151110	290220	292320	390810	410190	441239	520912	640359
030611	151530	240220	290230	292419	391110	410411	441294	521011	640391
220710	200939	250100	290241	292421	391220	410419	441299	521031	640399
240120	210610	250410	290242	292610	391231	410441	441300	521051	640419
200979	230330	250490	290243	292910	391239	410449	441510	521059	640420
170199	190540	250610	290244	293810	391290	410692	441700	530890	640510
050400	170111	250620	290260	293930	391710	410711	441820	530911	640590
050690	170112	250700	290270	300510	391722	410712	441872	531100	640691
050790	040299	251400	290290	300610	392020	410719	441879	540261	650100
051199	170290	251611	290312	310490	392062	410791	441890	540411	680100
160250	170310	251612	290323	320120	392069	410792	442190	550340	680223
090121	170410	251910	290369	320290	392091	410799	470200	560221	680229
080121	170490	252490	290513	320416	392092	411200	470319	560311	680293
080122	180310	260111	290516	320420	392190	420340	470329	560391	680299
210111	180320	260112	290531	320810	392210	420600	470610	560721	680300
090112	180400	260200	290539	330112	392510	430219	470692	560729	680510
190532	180500	260600	290542	330113	400211	430220	480220	560890	680520
080450	180632	261100	290543	330119	400219	430230	480254	580122	680530
200980	200990	270710	290611	330190	400220	430390	480256	580710	681320
080720	240130	270730	290613	330290	400251	440110	480257	590800	681381
100510	150500	270750	290919	330620	400259	440122	480262	591110	681410
040900	152110	271019	290944	340530	400270	440290	480300	591131	681599
200819	200931	271311	290949	350300	400291	440349	480429	591132	690210
090220	010110	280469	290960	350510	400299	440399	480512	600340	690310
090300	200891	281810	291219	360200	400400	440410	480640	600410	690510
090411	110819	281820	291412	360690	400591	440420	481031	600490	690810
090412	200911	281830	291440	370130	400599	440710	481099	600534	690890
090620	151800	282090	291531	370320	400690	440722	481320	610829	690911
090700	110814	282110	291614	380290	400819	440729	481390	611510	691010
091010	110620	282590	291615	380510	400829	440799	481810	620322	691090
091099	040130	282760	291712	380610	400922	440810	481930	620422	700232
200799	190300	282990	291714	380891	400931	440839	482010	621112	700239
071490	200580	283660	291732	381010	400932	440890	482020	621290	700711
200912	080131	283719	291735	381090	401110	440910	482390	630130	700721

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS					
701790	721631	740710	831000	844832	854620
701911	721632	740729	840682	845210	860719
701912	721633	740811	840790	845230	860721
710210	721640	740819	840820	845320	860729
710310	721720	740921	840890	845530	860799
710399	721730	741521	840991	845730	870130
710410	721912	741529	840999	846210	870190
710692	721913	750512	841011	846299	870332
710812	721914	750610	841013	847420	870410
711292	721921	750810	841090	847432	870830
711320	721932	760110	841290	847490	870850
711510	721933	760120	841311	847920	870870
711620	721934	760310	841330	848020	870880
720110	721935	760519	841340	848041	871120
720211	721990	760521	841430	848220	880230
720229	722490	760612	841490	848280	880240
720293	722540	760692	841821	848299	901730
720299	722592	760711	841861	848310	901832
720310	722810	760820	841932	848330	902990
720690	722830	761210	842220	848360	920510
720711	722840	761519	842911	848390	920992
720712	722850	790111	842919	850132	930200
720720	730240	800110	842920	850152	930320
720890	730290	800120	842930	850153	930330
720916	730419	800200	842940	850163	930510
720917	730423	810411	842951	850212	930630
720918	730429	810520	842959	850300	940161
720926	730431	811292	843050	850421	940210
720927	730439	820110	843061	850423	940350
720990	730511	820140	843149	850434	950420
721012	730520	820210	843221	850511	960630
721030	730621	820291	843290	850710	960719
721049	730629	820310	843351	851110	960910
721061	730810	820740	843510	851180	961310
721129	731300	820750	843590	852729	961390
721310	731581	820790	843629	853210	
721391	731589	820840	843710	853223	
721420	731821	821191	843890	853225	
721491	732090	821192	843999	853510	
721590	732510	821210	844130	854411	
721610	732619	821220	844250	854460	
721621	732620	830160	844519	854520	
721622	740311	830990	844831	854610	

ANEXO 4 FONTES DE CONSULTA

As principais fontes consultadas durante a elaboração deste estudo estão listadas abaixo:

Organismos Internacionais

- Banco Mundial
- ONU (UNCTAD, FAO)
- Fundo Monetário Internacional
- Organização Mundial do Comércio

Órgãos Governamentais dos Estados Unidos

- United States Trade Representative
- United States International Trade Commission
- US Department of Transportation - Bureau of Transportation Statistics
- United States Department of Agriculture
- US Department of Commerce
- US Census Bureau
- Federal Reserve

Câmaras e Associações Setoriais

- The American Institute of Architects
- National Association of Manufacturers

Outras fontes

- Euromonitor Internacional
- The Economist Intelligence Unit
- Global Trade Information Service
- Contrade (ONU)
- Luxury Institute
- NPD Group
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior