

ROMÊNIA

PERFIL E OPORTUNIDADES COMERCIAIS

2013

Apex-Brasil

Maurício Borges
PRESIDENTE

José Ricardo Santana
DIRETOR DE NEGÓCIOS

Tatiana Martins Porto
DIRETORA DE GESTÃO CORPORATIVA

Marcos Tadeu Caputi Lélis
GERENTE EXECUTIVO DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL E ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

Leonardo Silva Machado
Rafaela Alves Albuquerque
AUTORES DO ESTUDO (GICC)

Agradecimento especial à Embaixada do Brasil em Bucareste (Sr. Embaixador Raymundo Santos Rocha Magno, Sr. Zauder Castro e Sr. Lucian Baltatescu) e à Divisão de Inteligência Comercial do Departamento de Promoção Comercial e Investimentos do Ministério das Relações Exteriores (Secretário Félix Baes de Faria), pelo apoio logístico e informacional que possibilitou o sucesso da Missão Prospectiva de Inteligência Comercial na Romênia. Todos contribuíram com informações que enriqueceram este estudo.

SEDE

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,
CEP 70.040-020
Brasília – DF
Tel. 55 (61) 3426-0202
Fax. 55 (61) 3426-0263
E-mail: apex@apexbrasil.com.br

© 2013 Apex-Brasil
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

APRESENTAÇÃO

Este estudo traça um perfil da Romênia por meio da apresentação de seus panoramas econômico, político e comercial. É dada maior ênfase às relações comerciais romenas, mais detalhadamente àquelas estabelecidas com o Brasil.

Além de analisar os principais dados do comércio entre Brasil e Romênia, este estudo também apresenta os 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 romeno.

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

Parte 1	INTRODUÇÃO	Localização / População / Principais Cidades	Pág. 09
Parte 2	PANORAMA ECONÔMICO	Desempenho Econômico	Pág. 12
Parte 3	PANORAMA COMERCIAL	Política Comercial	Pág. 16
		Acordos Comerciais	Pág. 19
		Procedimentos Aduaneiros	Pág. 21
		Tributos Domésticos	Pág. 23
		Medidas Tarifárias	Pág. 25
		Medidas Não-Tarifárias	Pág. 30
		Características de Mercado	Pág. 37
		Ambiente de Negócios	Pág. 37
		Capacidade de Pagamento	Pág. 41
		Infraestrutura e Logística	Pág. 43
		Intercâmbio Comercial	Pág. 46
		Evolução do Comércio Exterior da Romênia	Pág. 46
		Destino das Exportações da Romênia	Pág. 47
		Origem das Importações da Romênia	Pág. 49
		Principais Produtos da Pauta de Importações da Romênia	Pág. 50
Intercâmbio Comercial Brasil- Romênia	Pág. 52		
Corrente de Comércio	Pág. 52		
Saldo Comercial	Pág. 53		
Principais Produtos Exportados pelo Brasil para a Romênia	Pág. 55		

		Principais Produtos Importados pelo Brasil da Romênia	Pág. 56
		Indicadores de Comércio Brasil- Romênia	Pág. 57
		Índice de Complementaridade de Comércio	Pág. 59
		Índice de Intensidade de Comércio	Pág. 60
		Índice de Diversificação/Concentração das Exportações – Índice de Herfindahl Hirschman	Pág. 62
		Índice de Comércio Intrasetor Industrial	Pág. 64
		Índice de Especialização Exportadora	Pág. 65
		Índice de Preços e Índice de <i>Quantum</i>	Pág. 67
Parte 4	OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA O BRASIL NA ROMÊNIA	Introdução à Metodologia de Identificação de Oportunidades para a Exportação de Produtos Brasileiros	Pág. 70
		Alimentos, Bebidas e Agronegócios	Pág. 73
		Casa e Construção	Pág. 90
		Máquinas e Equipamentos	Pág. 97
		Moda e Cuidados Pessoais	Pág. 104
		Multissetorial e Outros	Pág. 115
Parte 5	ANEXOS	Anexo 1 - Descrição da Metodologia de Identificação de Oportunidades para Exportação de Produtos Brasileiros	Pág. 123
		Anexo 2 - Contatos Úteis	Pág. 127
		Anexo 3 - Fontes de Consulta	Pág. 132
		Anexo 4 - SH6 com Exportações <i>Expressivas</i>	Pág. 134

A Gerência 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

A Romênia está situada na porção sudeste da Europa Central na região do baixo Danúbio que desagua no Mar Negro. O país faz fronteira ainda com a Hungria e a Sérvia a oeste, com a Ucrânia e Moldova em sua porção nordeste e com a Bulgária ao sul. No contexto da União Europeia, a Romênia é o nono maior país em extensão territorial e o sétimo em tamanho da população. Sua capital, Bucareste, é a sexta maior cidade do bloco com cerca de dois milhões de habitantes. Semelhante a outras línguas do sul da Europa, o romeno deriva diretamente do latim, embora o país esteja separado geograficamente dos demais países de língua latina em meio a países de língua eslava, e por isso mesmo é conhecido como “a ilha latina no mar eslavo”.

O Rio Danúbio, que após passar por oito países europeus e desembocar no Mar Negro, forma um dos maiores deltas do mundo. O rio é importante rota comercial doméstica e internacional. Nessa região está situado o Porto de Constanza que é uma interessante rota alternativa de entrada e distribuição de produtos importados na Europa.

Cerca de 40% das terras romenas são aráveis, 28% do território do país é composto por florestas, 21% por campos e pomares e 2,5% por vinhedos. Na agricultura da Romênia destacam-se as culturas de grãos, sobretudo milho e trigo, além de sementes oleaginosas, beterraba, hortaliças e legumes, árvores frutíferas e de uvas para produção de vinhos. Na pecuária sobressaem-se as criações de suínos, ovinos e bovinos e a silvicultura e a piscicultura também são importantes atividades ligadas ao agronegócio romeno e fazem parte de diversos programas governamentais de desenvolvimento do país.

A Romênia é produtora de importantes recursos minerais como carvão, gás natural, ouro e petróleo, embora a maioria das matérias primas minerais do país sejam importadas. As indústrias romenas mais proeminentes são a automobilística, de máquinas para construção, processamento de metais e de tecnologia da informação. Destacam-se ainda a fabricação de equipamentos de transporte, produtos químicos, borracha, fertilizantes, madeiras e de alimentos e bebidas. O país é líder regional na produção de veículos automotores, de tecnologia da informação e de vinhos.

Membro da União Europeia desde 2007, a Romênia passou por importante fase de adaptação e reestruturação para atender às exigências do bloco e continua trabalhando fortemente para a melhoria de sua infraestrutura, o que oferece boas oportunidades de negócios. Como estado membro do bloco europeu o país adotou a política comercial comum da União Europeia e obedece as diretrizes do bloco em seu comércio com terceiros países. Isso impactou sua balança comercial nas trocas realizadas intrabloco, que foram beneficiadas pelas preferências comerciais dos países membros e também nas trocas com países fora do bloco, que foram impactadas pelas questões das quotas, por exemplo.

A Romênia foi o país da União Europeia que registrou crescimento mais rápido no período 2004-2008. O crescimento do seu PIB foi superior a 6% naquele período, embora sua economia tenha sido afetada pelos efeitos da crise financeira internacional de 2009. Prevê-se, porém, crescimento do Produto Interno Bruto superior ao dos demais países europeus e girando em torno de 3,2% para os próximos anos.

O país integrou-se bem ao comércio com a União Europeia, que é destino de cerca de 70% de suas exportações. Os parceiros comerciais mais expressivos dentro do bloco são Alemanha, Itália, França e Hungria. Fora do bloco, destacam-se Rússia e Turquia como importantes destinos das exportações romenas. Os produtos mais comercializados pelo país são: máquinas, aparelhos e materiais elétricos; veículos; caldeiras, máquinas e instrumentos mecânicos; ferro e aço. As principais origens dos produtos importados pela Romênia são Alemanha, Itália, Hungria, França e China, que lhe vendem, principalmente: máquinas, aparelhos e materiais elétricos; caldeiras, máquinas e instrumentos mecânicos; combustíveis; veículos; plásticos; produtos farmacêuticos; produtos de ferro e aço; papéis; borracha e carnes.

Com o Brasil o comércio bilateral ainda é relativamente pequeno, no entanto, houve um crescimento significativo, em termos absolutos, no período 2002-2012. Após um período de aumento contínuo do comércio bilateral entre 2002 e 2008, a crise financeira internacional reduziu a corrente de comércio bilateral, em 2009. A partir de 2010, houve a retomada da expansão da corrente comercial entre Brasil e Romênia, que passou de US\$ 339 milhões, em 2009, para US\$ 639 milhões, em 2012, o que representa uma elevação, em média, de 23,6% ao ano, e evidencia que há boas perspectivas para o incremento comercial.

Por tudo isso o desenvolvimento das relações comerciais com a Romênia pode se configurar em interessantes oportunidades para as empresas brasileiras devido às boas perspectivas econômicas do país para os próximos anos de modo que a Romênia poderá ser uma alternativa e se configurar como porta de entrada para o mercado europeu.

O presente estudo, em sua parte 4, ressaltará duas categorias de oportunidades comerciais para produtos brasileiros na Romênia. A primeira se refere às exportações em que o Brasil já se posiciona de forma mais contundente no mercado romeno. Este estudo atribuiu oportunidades a diversos grupos de produtos, com destaque para: açúcar; autopeças; café; calçados e suas partes; carne de aves; chá, mate e especiarias; compressores e bombas; confecções; madeiras; produtos de borracha; farelo de soja; ferramentas e talheres; produtos de higiene pessoal; minério de ferro; obras de pedras e semelhantes; papel e suas obras; produtos de confeitaria sem cacau; produtos químicos inorgânicos; vidros e suas obras.

Para aquelas exportações brasileiras em estágio inicial ou inexistente na Romênia, foram encontrados diversos grupos de produtos com potencial a ser aproveitado pelo Brasil, quais sejam: aparelhos de ar-condicionado; produtos de café; calçados; preparações alimentícias; ferramentas manuais,

pneumáticas ou hidráulicas; lâmpadas e equipamentos de iluminação; tubos elétricos e faróis; madeira compensada; motores para automóveis; produtos de origem animal; partes de calçados; partes e peças de aviões; petróleo e derivados; produtos cerâmicos; produtos para fotografia; soja triturada.

ApexBrasil



PARTE 1
INTRODUÇÃO

ApexBrasil

LOCALIZAÇÃO / POPULAÇÃO / PRINCIPAIS CIDADES

A Romênia ocupa uma área de 238.391 km², posicionando-se em 83º lugar em comparação aos demais países do mundo. O país está localizado ao sudeste do continente europeu e estabelece fronteiras terrestres com Bulgária, Hungria, Moldávia, Sérvia e Ucrânia, além de fronteiras marítimas com o Mar Negro (figura 1). Sua posição (rota terrestre), entre a Ucrânia e a Moldávia e os Balcãs, torna-o um país geoestratégico no âmbito econômico.

Figura 1 – Mapa geográfico da Romênia



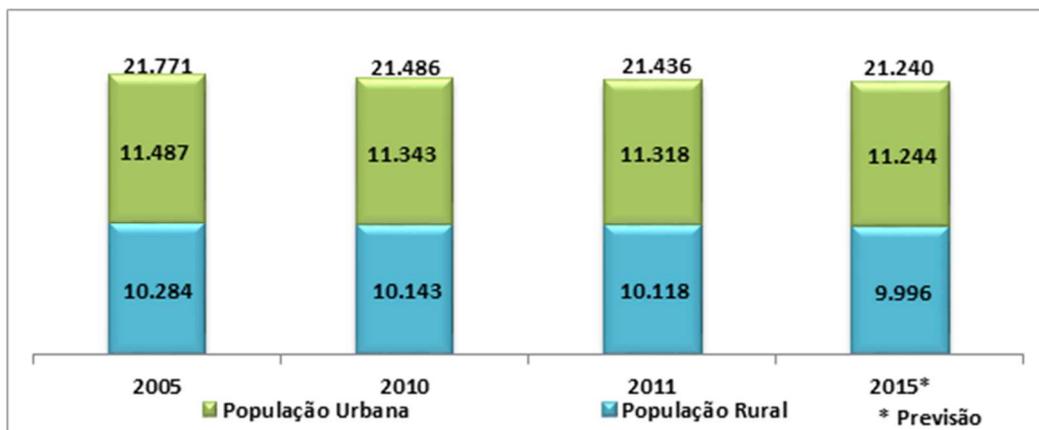
Fonte: CIA – The World Factbook.

A população total da Romênia, em 2005, era de 21,8 milhões de habitantes, alcançando 21,4 milhões, em 2011. Segundo estimativas da *UN Population Division*, tal contingente deverá reduzir-se ainda mais, atingindo 21,2 milhões de pessoas, em 2015. A população urbana do país, em 2005 e em 2011, correspondia a 52,8% da população total. Destaca-se que há tendência de elevação da urbanização do país para os próximos anos, já que, em 2015, prevê-se que a participação da população urbana atinja 52,9%. Esses dados revelam que o país apresenta-se como uma economia caracterizada pela urbanização, apesar da redução do número de habitantes na Romênia (gráfico 1).

Para efeito de comparação com outros países da mesma região ou que também são importantes na pauta comercial brasileira, o percentual de população urbana em relação à população total da Romênia, em 2005, era inferior ao do Reino Unido (79,0%), da Hungria (66,4%) e da Polónia (61,5%). Para 2015, a previsão é também de ampliação da população urbana em relação à população total do Reino Unido e da Hungria:

80,1% e 71,3%, respectivamente. Em relação à Polônia, no entanto, há uma tendência de redução da urbanização, já que a previsão, para 2015, é que a população urbana represente 60,7% da população total do país.

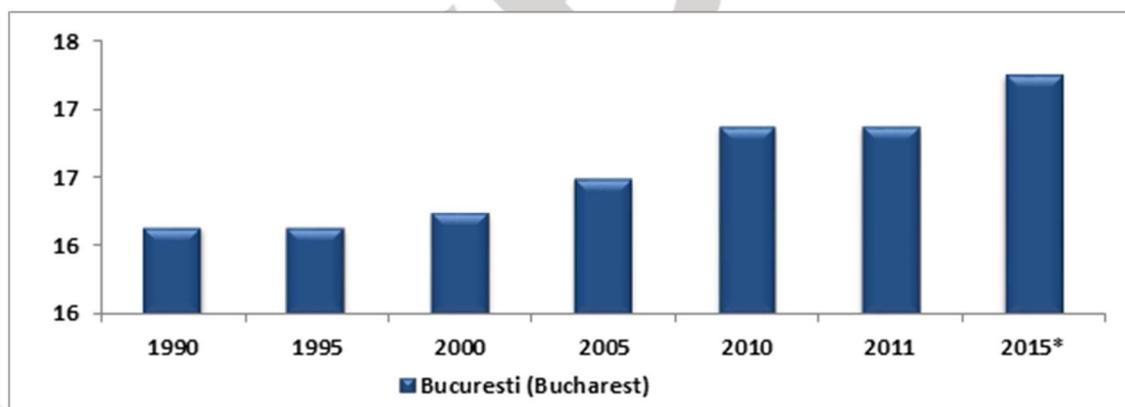
Gráfico 1 – População da Romênia (em milhares de pessoas / 2005-2015)



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

Em 2000, a capital, Bucareste, reunia apenas 16,6% da população urbana total do país. Esse panorama deve ampliar-se no final do período em análise, quando essa cidade deverá atingir, em 2015, aproximadamente, 17,4% da população urbana romena. Bucareste é a única aglomeração urbana com mais de 750.000 habitantes no país, segundo estimativas da UN Population Division (gráfico 2).

Gráfico 2 – Percentagem da população urbana da Romênia residente nas cinco principais aglomerações urbanas com mais de 750 mil habitantes em 2011 (1990-2015)



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

Nota: (*) Previsão.



PARTE 2

PANORAMA ECONÔMICO

ApexBrasil

DESEMPENHO ECONÔMICO

O Produto Interno Bruto (PIB) da Romênia, em valores correntes convertidos em dólares estadunidenses, foi de US\$ 335,6 bilhões, em 2011. O PIB por paridade de poder de compra (PPC) do país, mais apropriado para a análise do padrão de vida das populações, alcançou US\$ 267 bilhões, em 2011, colocando a Romênia na 46ª posição no *ranking* mundial (tabela 1). Segundo dados da *UNCTAD Statistics*, relativos à estrutura produtiva da economia do país, a contribuição da agricultura, da pecuária, da pesca e do extrativismo na formação do PIB, em 2011, foi de 7,4%, enquanto que a da indústria foi de 41%. Já o setor de serviços representou 51,6% da formação do PIB.

Há uma previsão de ampliação gradual do PIB PPC do país, entre 2011 e 2015, devendo alcançar US\$ 312 bilhões, ao final do período. Em comparação a outros parceiros comerciais do Brasil, o PIB PPC do Reino Unido, em 2011, foi de US\$ 2,3 trilhões, enquanto o PIB PPC da Polônia chegou a US\$ 771,1 bilhões e o da Hungria foi de US\$ 195,4 bilhões, segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI).

Tabela 1 – Indicadores socioeconômicos da Romênia

Indicadores	2011	2012e	2013p	2014p	2015p	Ranking Mundial -2011
Economia						
PIB PPC ¹ (US\$ bilhões)	267	274	285	297	312	46º
PIB PPC <i>per capita</i> ¹ (US\$)	12.492,8	12.838,4	13.357,2	13.983,7	14.716,3	74º
PIB PPC participação no mundo ¹ (%)	0,33	0,32	0,32	0,32	0,32	46º
FBKF/PIB ² (%)	24,56	27,1	29,2	30,9	32,8	62º
IED/PIB ² (%)	1,45	1,7	2,7	3,3	3,2	108º
Fluxo de entrada de investimento estrangeiro direto (IED) ³ (US\$ milhões)	2.670	-	-	-	-	60º
População						
População ⁴ (milhares de habitantes)	21.424	21.386	21.345	21.303	21.260	53º
População economicamente ativa ⁴ (milhares de habitantes)	9.849	10.005	10.112	10.119	10.111	48º
Taxa de desemprego ⁴ (%)	7,4	7	7	6,5	6,3	76º
Taxa de crescimento do consumo privado ⁴ (%)	3,2	5,2	6,3	6,7	7,3	160º
Índice de Gini ⁴	32,6	32,8	33,1	33,3	33,4	76º
Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) ⁵	0,781	-	-	-	-	50º

Fontes: (1) FMI, considera-se 184 países em seu *ranking*. (2) *The Economist Intelligence Unit*, 201 países. (3) *UNCTAD*, 233 países. (4) *Euromonitor International*, 209 países. (5) PNUD, 187 países. Notas: (e) Estimativa e (p) Previsão em janeiro de 2012. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

Ao se relativizar o tamanho da economia pelo número de habitantes pelo cálculo do PIB *per capita*¹ em termos de PPC, o desempenho da economia da Romênia é pior, já que ocupa, no *ranking* mundial de 2011, apenas a 74ª posição, com o valor de US\$ 12.492,80. A previsão do FMI é que o PIB PPC *per capita*

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

alcance US\$ 14.716,34, ao final do período, em 2015. O Reino Unido, a Polônia e a Hungria, por exemplo, apresentaram valores de US\$ 36.525,41 (estimativa), de US\$ 20.012,74 e de US\$ 19.570,72, respectivamente, em 2011.

Em relação à distribuição de renda, o país encontra-se em uma situação relativamente confortável, apresentando a 76ª posição no *ranking* de distribuição de renda do mundo, com o Índice de *Gini* chegando a 32,6, em 2011. Há uma expectativa de uma piora na distribuição de renda até 2015, com o índice devendo atingir 33,4 nesse ano. A taxa de desemprego deve reduzir-se, gradualmente, ao longo do período, passando de 7,4%, em 2011, para 6,3%, em 2015. A população economicamente ativa (PEA) deve apresentar uma trajetória de crescimento no período em análise, passando de 9,8 milhões, em 2011, para 10,11 milhões, em 2015. Esses indicadores sugerem a ampliação do mercado interno do país, já que a queda da taxa de desemprego, aliada ao aumento tanto do PIB PPC *per capita* como da PEA, sinalizam uma elevação do poder de compra da população.

Sob a ótica do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)², a Romênia está classificada no grupo dos países com desenvolvimento humano alto, ocupando a 50ª posição no *ranking* mundial de 2011, com um índice de 0,781. O Reino Unido ocupa a 28ª posição, com um índice de 0,863, e a Hungria encontra-se na 38ª posição, alcançando o índice de 0,816, enquanto a Polônia possui um IDH de 0,813 (39ª posição). A Romênia é a única classificada com desenvolvimento humano alto, enquanto os demais países aparecem classificados com um grau de desenvolvimento humano muito alto pelo IDH.

O gráfico 3 mostra o crescimento do PIB e a evolução da taxa de inflação da Romênia, entre 2006 e 2016. A partir de 2008, houve uma trajetória de desaceleração do crescimento da economia do país, com o PIB chegando a -6,6%, em 2009. A crise econômica mundial, iniciada em 2008, repercutiu sobre a economia do país, causando a redução dos gastos do consumidor, que passaram de 64,85% para 62,13% do PIB, entre 2008 e 2009. Neste mesmo período, houve redução da formação bruta de capital fixo, que passou de 31,26% para 25,37% do PIB. Em 2010, a economia manteve-se com crescimento negativo de 1,6%, mas se recuperou em 2011, alcançando uma expansão de 2,5% do PIB em razão da elevação da produção industrial e de uma excelente safra agrícola, segundo *Euromonitor International*. No entanto, o aprofundamento da crise fiscal europeia deve reduzir o crescimento econômico, em 2012, para algo em torno de 0,9%. A Romênia possui fortes relações comerciais e financeiras com a zona do euro, tornando-se vulnerável à desaceleração da economia da região (*Euromonitor International*). Nos anos seguintes, com o abrandamento da crise europeia, deve ocorrer uma aceleração do crescimento, chegando a 3,5%, em 2016.

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

Gráfico 3 – Crescimento do PIB e taxa de inflação na Romênia (2006-2016*)



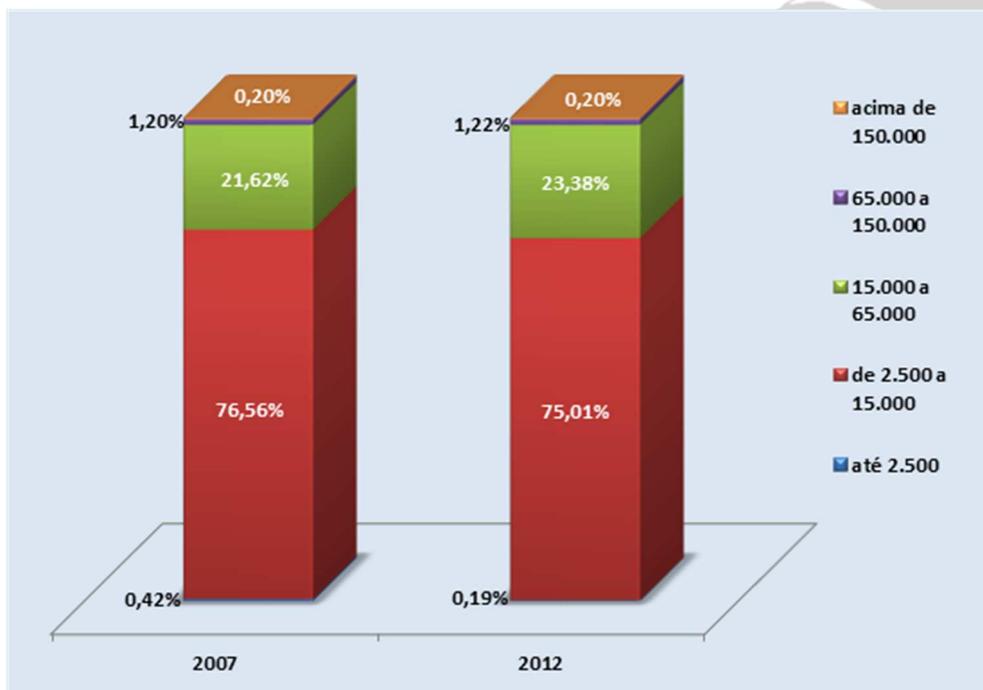
Fonte: FMI. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

Nota: (*) Previsão.

Em relação ao comportamento dos preços, ocorreu um pico inflacionário em 2008 (7,8%), seguido de uma queda, em 2009, para 5,6%. O pico inflacionário ocorrido em 2008 deu-se, 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 3 pontos percentuais, nesse mesmo ano, quando comparada com a de 2007. O aspecto positivo da desaceleração do crescimento, em 2009, foi a queda da inflação que, no entanto, voltou a se elevar com a recuperação da economia, chegando a 6,1%, em 2010. Em 2011, a inflação diminuiu para 5,8% e se estima uma redução ainda maior em 2012, alcançando 2,9%, em razão de uma política monetária contracionista (*Euromonitor International*). A previsão do FMI é que ocorra redução gradual da inflação, a partir de 2013, chegando, em 2016, a 2,7%.

No que concerne à distribuição de renda na Romênia, o gráfico 4 mostra a participação dos lares por faixa de renda anual. Observa-se que, entre 2007 e 2012, houve uma tendência de alteração na composição percentual dessas faixas de renda no país. Nota-se que, em 2012, 75,20% dos lares do país recebiam até US\$ 15.000 anuais (em 2007, esse valor era de 76,98%). Verificou-se, no período, um aumento do número de lares que ganhavam entre US\$ 15.000 e US\$ 65.000 por ano (passou de 21,62% para 23,38%) e o número de lares que recebiam renda anual acima de US\$ 65.000 manteve-se estável (variou entre 1,40%, em 2007, e 1,42%, em 2012). Os dados revelam que, entre 2007 e 2012, a maior concentração dos lares romenos localizou-se na faixa de renda anual de US\$ 2.500 a US\$ 15.000, apesar de uma redução de 1,55 ponto percentual no período (76,56%, em 2007, e 75,01%, em 2012). Além disso, há previsão de aumento do Índice de Gini até 2015, como examinado anteriormente.

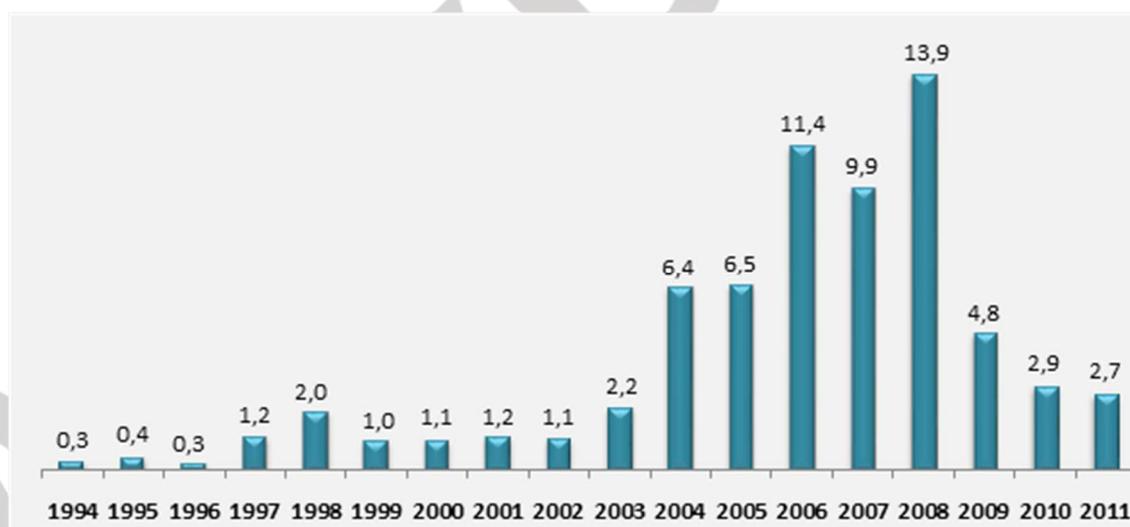
Gráfico 4 – Participação dos lares por faixa de renda anual em 2007 e em 2012



Fonte: Euromonitor. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

O gráfico 5 mostra a evolução da entrada de investimentos estrangeiros diretos (IED) no país, entre 1994 e 2011. Nota-se a forte entrada de IED na Romênia, especialmente, a partir de 2004. No ano de 2008, o IED alcançou o melhor resultado, atingindo o valor de US\$ 13,9 bilhões. A maior parte dos investimentos que entraram no país foi direcionada para indústrias de baixa qualificação, como têxteis e calçados (*Euromonitor International*). Em 2011, o país conquistou a 60ª posição no ranking mundial, com o valor de US\$ 2,7 bilhões.

Gráfico 5 – Investimento Estrangeiro Direto na Romênia em US\$ bilhões (1993-2010)



Fonte: UNCTAD. Elaboração: GICC Apex-Brasil.



PARTE 3
PANORAMA COMERCIAL

ApexBrasil

A Romênia é uma república parlamentarista, seu atual chefe de Estado é o presidente Traian Basescu e seu chefe de governo, o primeiro-ministro Victor-Viorel Ponta. O presidente é eleito por voto popular para um mandato de cinco anos, com direito a reeleição, e o primeiro-ministro é nomeado pelo presidente com o consentimento do Parlamento. O Poder Legislativo é bicameral, composto pelo Senado (com 137 assentos) e pela Câmara dos Deputados (com 334 assentos), sendo os membros de ambas as câmaras eleitos por voto popular em um sistema eleitoral misto para mandatos de quatro anos.³

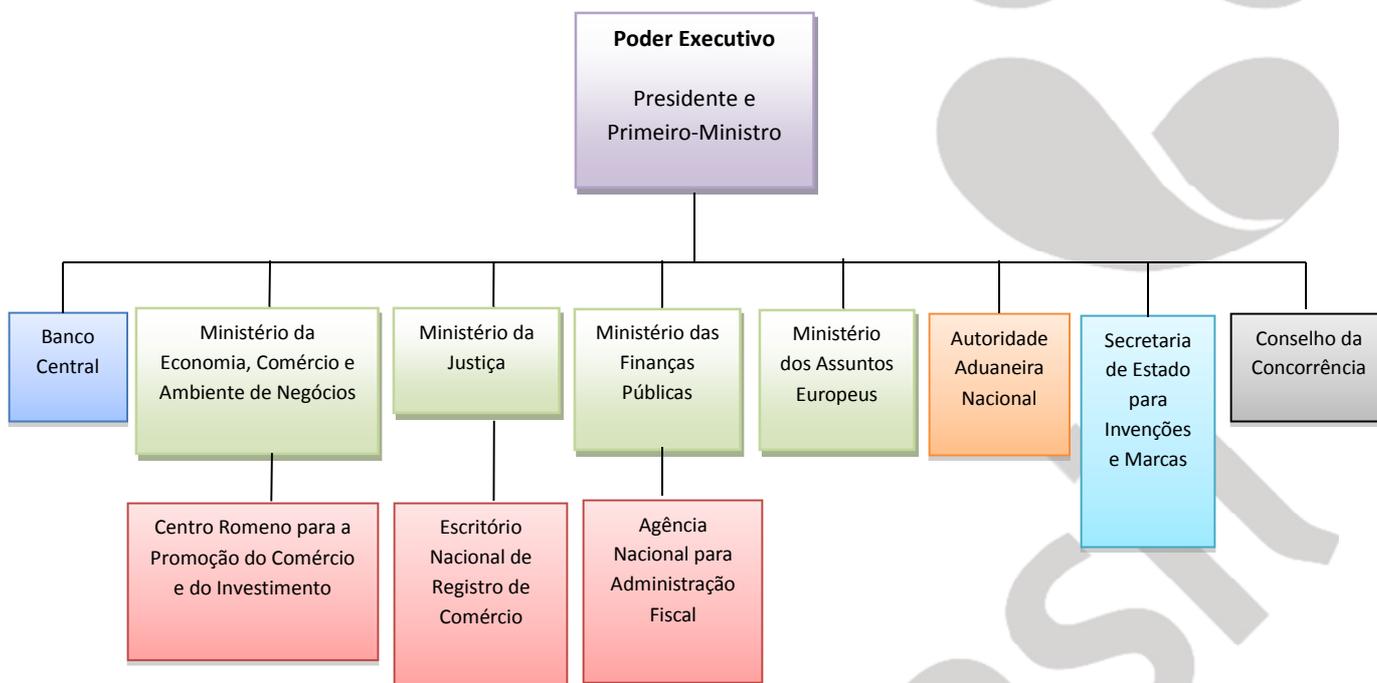
As principais instituições governamentais romenas relacionadas ao comércio exterior são o Ministério da Economia, Comércio e Ambiente de Negócios, ao qual se subordina o Centro Romeno para a Promoção do Comércio e do Investimento; o Ministério da Justiça, ao qual se subordina o Escritório Nacional de Registro de Comércio; o Ministério das Finanças Públicas, ao qual se subordina a Agência Nacional para Administração Fiscal; e, finalmente, o Ministério dos Assuntos Europeus, uma vez que as questões de comércio exterior romenas estão subordinadas à União Europeia. Além disso, outros órgãos relevantes são a Autoridade Aduaneira Nacional, a Secretaria de Estado para Invenções e Marcas e o Conselho da Concorrência.

No âmbito não-governamental, é importante destacar a Câmara de Comércio e Indústria Romena, a associação empresarial mais poderosa na Romênia, que reúne em sua rede as câmaras de comércio e indústria dos 42 condados do país, câmaras de comércio bilateral e associações profissionais.⁴

³ CIA World Factbook - Romania. Disponível em: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ro.html>. Acesso em 08 dez. 2012.

⁴ Informações dispostas no sítio da Câmara de Comércio e Indústria Romena. Disponível em: <http://en.ccir.ro/>. Acesso em 08 dez. 2012.

Figura 2: Órgãos do governo romeno relacionados ao comércio exterior



Fontes: Ministry of Justice. The National Trade Register Office. Disponível em: <http://www.onrc.ro/english/network.php>. Acesso em 08 dez. 2012. Sítio do Romania Trade and Invest. Disponível em: <http://www.romtradeinvest.ro/index.php/en/Despre-noi/organisation.html>. Acesso em 08 dez. 2012. Sítio da National Customs Authority. Disponível em: <http://www.customs.ro/en.aspx>. Acesso em 08 dez. 2012. Sítio do State Office for Inventions and Trademarks. Disponível em: <http://www.osim.ro/index3.html>. Acesso em 08 dez. Sítio da National Agency for Fiscal Administration. Disponível em: <http://www.anaf.ro/public/wps/portal/ANAF>. Acesso em 08 dez. Sítio do Competition Council. Disponível em: <http://www.consiliulconcurentei.ro/en/about-us.html>. Acesso em 08 dez.

Acordos Comerciais

Além dos compromissos assumidos no âmbito da OMC, a União Europeia vem realizando acordos de comércio preferencial – sobretudo acordos de livre comércio – com diversos parceiros-chave. Entre os acordos de livre-comércio concluídos, pode-se ressaltar o Acordo de Associação UE-Chile, que entrou integralmente em vigor em 2005, três anos após sua assinatura em 2002; o Acordo de Livre-Comércio com a Coreia do Sul, assinado em 2010 e em implementação desde 2011; o Acordo de Parceria Econômica, Concertação Política e Cooperação UE-México, assinado em 1997 e em vigor desde 2000; o Acordo de Comércio, Desenvolvimento e Cooperação UE-África do Sul, assinado 1999 e integralmente em vigor desde 2004.⁵

A UE também possui acordos de livre comércio, como o Acordo sobre a Área Econômica Europeia, com Islândia, Liechtenstein e Noruega; acordos com a Suíça e as Ilhas Faroé (Noruega) em vigor desde 1973 e 1997, respectivamente; uniões aduaneiras com Andorra, San Marino e Turquia; o Acordo de Parceria Econômica com países caribenhos, no contexto do CARIFORUM (Fórum do Grupo Caribeno de Estados Africanos, do Caribe e do Pacífico – ACP); Acordos de Estabilização e Associação com Albânia, Bósnia e Herzegovina, Croácia, Sérvia, Montenegro e Macedônia.⁶

No quadro da parceria Euro-Mediterrânea, que tem por finalidade a liberalização comercial entre a União Europeia e países mediterrâneos individualmente, alguns Acordos de Livre Comércio foram concluídos, tais como: Argélia, Egito, Israel, Jordânia, Líbano, Marrocos, Autoridade Palestina e Tunísia. Todos esses acordos preveem a cobertura do comércio de bens, incluindo, nos casos de Jordânia, Israel, Egito, Marrocos e Autoridade Palestina, fluxos comerciais agrícolas e de pesca. A UE está envolvida em negociações com a Tunísia sobre a liberalização do comércio agrícola, de pesca e de serviços, enquanto com Egito, Israel e Marrocos, negocia a liberalização do comércio de serviços. Por fim, a respeito da solução de controvérsias comerciais no âmbito desses acordos, a UE assinou protocolos bilaterais com Tunísia, Egito, Marrocos e Jordânia.⁷

Quanto aos acordos de livre-comércio ainda em fase de negociações, podem-se ressaltar os acordos com a Comunidade Andina (Bolívia, Equador, Peru e Colômbia – sendo que, com os dois últimos países o acordo já foi concluído); com a ASEAN; com o Conselho de Cooperação do Golfo; com o Mercosul; com a

⁵ European Commission. Enterprise and Industry. International Affairs. Free Trade Agreements. Disponível em: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/facilitating-trade/free-trade/index_en.htm. Acesso em 08 dez. 2012.

⁶ Romania Trade and Invest. Romania InfoBusiness. 2012. Disponível em: http://www.dce.gov.ro/Info_business/Infobusiness2012mar.pdf. Acesso em 08 dez. 2012.

⁷ World Trade Organization, “Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat”. Genebra, 2011, p. 24-25. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em 08 dez. 2012.

ACP, à exceção dos países caribenhos; com Canadá, Índia, Azerbaijão, Armênia, Geórgia, Moldávia, Cingapura, Malásia e Vietnã. Ademais, os acordos com a América Central (Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicarágua, Guatemala e Panamá) e com a Ucrânia já foram concluídos, mas ainda não entraram em vigor.^{8,9}

Mesmo que a UE tenha adotado um novo Sistema Geral de Preferências em 31 de outubro de 2012 ([Regulation \(EU\) 978/2012 of the European Parliament and of the Council](#)), o novo esquema só entrará em vigor em janeiro de 2014¹⁰. Atualmente, portanto, o sistema anterior se aplica, de acordo com o qual 176 países ou territórios em desenvolvimento que não possuam acordos comerciais com a União Europeia recebem acesso isento de impostos ao mercado da UE de maneira não-recíproca, conforme definido em 2008 ([Council Regulation \(EC\) No. 732/2008](#)).¹¹ O Brasil se encaixa nesse caso de preferências tarifárias, recebendo tratamento tarifário preferencial para seus produtos, com a exceção de alimentos preparados, bebidas, bebidas alcoólicas, vinagres, tabaco e seus substitutos manufaturados, madeira e artigos de madeira, carvão vegetal de madeira, cortiça e artigos de cortiça, manufaturados de palha, de esparto ou de outros materiais para trançar, cestaria e vime.¹² Conforme a regulamentação do novo sistema, a não ser que a classificação do Brasil enquanto “país em desenvolvimento” seja alterada pela Comissão responsável, o regime de preferências tarifárias atualmente em vigor deve se manter inalterado a partir de 2014.

⁸ Romania Trade and Invest. Romania InfoBusiness. 2012. Disponível em: http://www.dce.gov.ro/Info_business/Infobusiness2012mar.pdf. Acesso em 08 dez. 2012.

⁹ European Commission. Memo The EU's Free Trade Agreements – Where Are We? Bruxelas, 30 Nov. 2012. Disponível em: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2012/november/tradoc_150129.pdf. Acesso em 08 dez. 2012.

¹⁰ **European Commission. Trade. Wider Agenda. Development. European Union adopts new Generalised Scheme of Preferences. Disponível em: <http://ec.europa.eu/trade/wider-agenda/development/generalised-system-of-preferences/>. Acesso em 08 dez. 2012.**

¹¹ AHEARN, Raymond J. Europe's Preferential Trade Agreements: Status, Content, and Implications. Congressional Research Service. 2011. Disponível em: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/R41143.pdf>. Acesso em 08 dez. 2012.

¹² Official Journal of the European Union. COUNCIL REGULATION (EC) No 732/2008 of 22 July 2008 applying a scheme of generalised tariff preferences for the period from 1 January 2009 to 31 December 2011 and amending Regulations (EC) No 552/97, (EC) No 1933/2006 and Commission Regulations (EC) No 1100/2006 and (EC) No 964/2007. 2008. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:211:0001:0039:EN:PDF>. Acesso em 08 dez. 2012.

Quadro 1: Acordos Comerciais

Acordo Comercial	Acordo sobre Área Econômica Europeia e Acordos UE-Suíça e Ilhas Faroe (Noruega)	Acordos no quadro da Parceria Euro-Mediterrânea	UE-África do Sul	UE-Coreia do Sul	UE-México	UE-Chile	UE-Turquia, Andorra, San Marino	Acordos de Estabilização e Associação
Países Membros	Noruega, Islândia, Liechtenstein, Suíça, Ilhas Faroe e membros da UE.	Argélia, Egito, Israel, Jordânia, Líbano, Marrocos, Autoridade Palestina, Tunísia e membros UE.	África do Sul e membros UE.	Coreia do Sul e membros UE.	México e membros UE.	Chile e membros UE.	Turquia, Andorra, San Marino e membros UE.	Albânia, Bósnia e Herzegovina, Croácia, Sérvia, Montenegro, Macedônia, e membros UE.
Ano de entrada em vigor	1994, 1973, 1997	1995, 2004, 2000, 2002, 2002, 2000, 1997 e 1998	2004	2011 (provisoriamente)	2000	2005	1995, 1991 e 1992	2006, 2008, 2005, 2010, 2008 e 2014
Características tarifárias	*	**	***	***	***	***	****	*
Cobertura setorial	Bens	Bens	Bens	Bens	Bens	Bens	Uniãos Aduaneiras (áreas de livre comércio e tarifa externa comum)	Bens

Fontes: AHEARN, Raymond J. Europe's Preferential Trade Agreements: Status, Content, and Implications. Congressional Research Service. 2011. Disponível em: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/R41143.pdf>. Acesso em 08 dez. 2012. European Commission. Enterprise and Industry. International Affairs. Free Trade Agreements. Disponível em: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/facilitating-trade/free-trade/index_en.htm. Acesso em 08 dez. 2012.

*Texto integral dos acordos em: http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/bilateral-relations/agreements/#_europe.

**Texto integral dos acordos em: http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/bilateral-relations/agreements/#_mediterranean.

***Texto integral dos acordos em: http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/bilateral-relations/agreements/#_other-countries.

****Texto integral do acordo em: http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/bilateral-relations/agreements/#_customs-unions

Procedimentos Aduaneiros

A legislação aduaneira em vigor na Romênia é o Código Aduaneiro Comunitário e seu Regulamento de Implementação, tendo a UE competência exclusiva sobre o campo aduaneiro. Sob essa legislação, são considerados os seguintes procedimentos aduaneiros: liberação para livre circulação, trânsito, entreposto aduaneiro, regime de aperfeiçoamento ativo, transformação sob controle aduaneiro, admissão temporária, regime de aperfeiçoamento passivo, e exportação. Para se exportar para a Romênia, o valor da transação é a base primária para a determinação do valor aduaneiro da UE, incluindo frete internacional, seguro e taxas sobre o valor CIF. De acordo com as práticas da UE, a Romênia aplica regras preferenciais e não-preferenciais de origem. Regras de origem preferenciais são mantidas no âmbito de acordos preferenciais.¹³ A legislação aduaneira, as respectivas jurisprudências e as propostas legislativas da UE podem ser encontradas em http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/about/welcome/index_en.htm. Consultas regulares em

¹³ Romania Trade and Invest. Romania InfoBusiness. 2012. Disponível em: http://www.dce.gov.ro/Info_business/Infobusiness2012mar.pdf. Acesso em 08 dez. 2012.

questões aduaneiras da UE entre a Comissão Europeia e os operadores econômicos são realizadas através do Grupo de Contato de Comércio.¹⁴

A valoração aduaneira na Romênia é determinada primeiramente pelo artigo 29 do Código Aduaneiro, que determina que o valor sobre o qual incidirão os encargos aduaneiros seja aquele “(...) de transação, isto é, o preço que de fato foi pago ou será pago pelos bens quando de sua exportação para o território aduaneiro da Comunidade (...)”. Algumas regras se aplicam à atribuição desse valor pelas empresas. A primeira é que, apesar de inexistirem restrições ao uso dos bens pelo comprador, esse uso não pode afetar substancialmente o valor a ser pago. A segunda é que o valor não pode se encontrar sob alguma condição que impeça a valoração do bem a ser valorado. A terceira é que nenhuma parte do que o comprador receber por uma eventual venda ou uso do bem irá para as mãos do vendedor, a não ser que acordado segundo o artigo 32. A quarta é que o comprador e o vendedor não podem ser parentes, e, caso o sejam, o valor de transação deve ser aceito pela Aduana.¹⁵

No artigo 32, constam também as taxas que são acrescidas ao valor aduaneiro, como as comissões e corretagem, custos de container, embalagem, *royalties* e taxas de licenças, e o valor dos bens e serviços fornecidos pelo comprador direta ou indiretamente no processo de produção e compra do produto importado. Enquanto isso, o artigo 33 contém as taxas que não são incluídas no valor aduaneiro; essas são as taxas para transporte, os valores cobrados após a importação, custos de juros sob o arranjo de financiamento para a compra dos bens, custos para o direito de reprodução dos bens importados na Comunidade, e comissões de compra. Os artigos 147(1) e 181a das Disposições de Execução e 57 do Código Aduaneiro Romeno também tratam de especificidades processuais da Valoração Aduaneira na Romênia.¹⁶

Os procedimentos para a exportação para a Romênia consistem na preparação dos documentos, o que leva oito dias e custa USD 420; no desembarço aduaneiro e controle técnico, o que leva um dia e custa USD 75; no manuseio no porto e no terminal, o que leva dois dias e custa USD 300; e no transporte e manuseio interno, o que leva dois dias e custa USD 700. No total, o procedimento leva treze dias e tem um custo total por container de USD 1.495. Os procedimentos de importação da Romênia são semelhantes,

¹⁴ World Trade Organization, “Trade Policy Review –European Union: Report by Secretariat”, p. 28. Genebra, 2011. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm. Acesso em 08 dez. 2012.

¹⁵US Commercial Service, “Doing Business In Romania: A Country Commercial Guide for U.S. Companies”. Washington, 2011. Disponível em: http://export.gov/romania/static/Romania%20Country%20Commercial%20Guide%202011_Latest_eg_ro_031139.pdf Acesso em 8/12/2012.

¹⁶US Commercial Service, “Doing Business In Romania: A Country Commercial Guide for U.S. Companies”. Washington, 2011. Disponível em: http://export.gov/romania/static/Romania%20Country%20Commercial%20Guide%202011_Latest_eg_ro_031139.pdf Acesso em 8/12/2012.

tendo um custo final de USD 1.485 por contêiner e levando doze dias para serem concluídos.¹⁷ Há regimes específicos de desembaraço aduaneiro para plantas, substâncias e composições estupefacientes ou psicotrópicas, produtos definidos como estratégicos, diamantes brutos, produtos sujeitos a controle veterinário, vegetais e produtos vegetais ou outros produtos sujeitos a controle fitossanitário (há postos de passagem onde o controle é realizado em diversas cidades, como Bucareste, Constanza, Iasi e Timisoara) e óleos minerais.¹⁸

Quadro 2: Documentos básicos para o desembaraço aduaneiro na Romênia

Documento	Responsável	Produtos
Cerificado de origem	Exportador	Apenas aqueles que necessitam comprovar origem para benefícios fiscais ou aduaneiros.
Declaração Aduaneira de Exportação/ Importação	Exportador/Importador	Todos os produtos regulares.
Documento do transporte (<i>Convention des Marchandises Routiers – CMR</i>)	Exportador	Todos os produtos regulares.
Fatura Comercial	Exportador-	Todos os produtos regulares.
Romaneio de embarque (<i>packing list</i>)	Exportador	Todos os produtos regulares.
Conhecimento de embarque (<i>bill of lading</i>)	Exportador	Todos os produtos regulares.

Fonte: The World Bank, International Finance Corporation. Doing Business 2013. Economy Profile: Romania. 2012. Disponível em: <http://www.doingbusiness.org/~media/giawb/doing%20business/documents/profiles/country/ROM.pdf>. Acesso em 08 dez 2012.

Tributos Domésticos

Na Romênia, estão sujeitos a impostos: entidades legais romenas, entidades legais estrangeiras conduzindo negócios na Romênia em estabelecimentos permanentes, entidades legais estrangeiras que derivam de ou estão conectadas a transações imobiliárias ou de transações com ações mantidas por entidades legais romenas, entidades legais estrangeiras e indivíduos conduzindo negócios na Romênia através de associações sem personalidade legal (parcerias), e indivíduos residentes associados a entidades

¹⁷ The World Bank, International Finance Corporation. Doing Business 2013. Economy Profile: Romania. 2012. Disponível em: <http://www.doingbusiness.org/~media/giawb/doing%20business/documents/profiles/country/ROM.pdf>. Acesso em 08 dez 2012.

¹⁸ Informações dispostas no sítio da National Customs Authority. Disponível em: <http://www.customs.ro/en.aspx>. Acesso em 08 dez 2012.

legais romenas para receitas com origem dentro ou fora da Romênia. O ano fiscal romeno vai de janeiro a fevereiro. O imposto de renda corporativo comum é de 16%.¹⁹

O Imposto sobre Valor Acrescentado (IVA) padrão é de 24% e se aplica a qualquer operação taxável que não é isenta ou que não esteja sujeita a um imposto reduzido. Um imposto reduzido de 9% é aplicado a serviços e bens como próteses de qualquer tipo e seus acessórios, exceto dentárias; entrega de produtos ortopédicos, remédios para uso humano e veterinário; acomodação no setor hoteleiro ou com função similar, como terrenos de acampamento. Esse imposto também se aplica a livros, jornais e tablóides, inclusive livros-texto, exceto aqueles usados em publicidade.²⁰

Por diferentes razões, alguns produtos são isentos de IVA. Da mesma forma, os produtos estão submetidos a diferentes regimes, podendo ou não ter direito à dedução dos IVAs dos insumos utilizados na sua produção. Os produtos pelos quais não se paga IVA são os seguintes: bens exportados; suprimento de bens intracomunidade europeia; transporte internacional de passageiros; algumas operações realizadas em zonas de livre comércio e depósitos livres; suprimento de bens para depósitos vinculados, para depósitos IVA e serviços relacionados; suprimento de bens que estão sob regime de suspensão de impostos aduaneiros; suprimento de serviços ligados a bens sob regime de suspensão de impostos aduaneiros; suprimento de bens e serviços a missões diplomáticas, organizações internacionais e a forças da OTAN; certos serviços financeiros; tratamento hospitalar, médico e operações relacionadas por unidades autorizadas; atividades educacionais; suprimento de serviços culturais e/ou entrega de bens relacionados a esses serviços; atividades específicas de rádio e televisão conduzidas por autoridades públicas que não sejam de natureza comercial; suprimento de serviços postais públicos; entre outros.²¹

¹⁹ Deloitte. "Doing Business in Romania: Shading the Landscape". 2009. Disponível em: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Romania/Local%20Assets/Documents/RO/Tax%20and%20Legal/ro_DoingBusinessinRomania_113009.pdf Acesso em: 1/3/2013.

²⁰ US Commercial Service, "Doing Business In Romania: A Country Commercial Guide for U.S. Companies". Washington, 2011. Disponível em: http://export.gov/romania/static/Romania%20Country%20Commercial%20Guide%202011_Latest_eg_ro_031139.pdf Acesso em 8/12/2012.

²¹ Deloitte. "Doing Business in Romania: Shading the Landscape". 2009. Disponível em: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Romania/Local%20Assets/Documents/RO/Tax%20and%20Legal/ro_DoingBusinessinRomania_113009.pdf Acesso em: 1/3/2013.

Medidas Tarifárias

Desde 1º de janeiro de 2007, a Romênia aplica o sistema tarifário comum da União Europeia, seguindo assim as altas taxas para produtos como cigarros e álcool.²² Todas as linhas tarifárias da União Europeia estão consolidadas, sendo a tarifa consolidada média de 6,4%. As tarifas aplicadas pela UE têm como instrumento legal básico a Regulação nº2658/87.²³ A nomenclatura adotada para definir as tarifas é a Nomenclatura Combinada, baseada na Descrição de Commodity Harmonizada e no Sistema de Codificação (HS, sigla em inglês). Essa nomenclatura é estabelecida em um nível de oito dígitos.²⁴

Os impostos aduaneiros cobrados na Romênia são aqueles descritos na Tarifa Aduaneira Comum da União Europeia, sendo indicados em porcentagem do valor aduaneiro (taxas *ad valorem*) ou em um valor fixo para uma determinada quantidade (taxas específicas). Produtos agrícolas são objeto de taxa específica. No caso da carne, por exemplo, a taxa aduaneira incide sobre o preço CIF ou sobre o preço de entrada dos produtos. Em outros casos, a taxa aduaneira é formada pela taxa *ad valorem* mais taxas adicionais para componentes agrícolas, como açúcar e farinha.²⁵

A taxa de imposto aduaneiro varia conforme o produto importado, sendo a média desse imposto 11,7%, mas chegando a níveis mais altos para a importação de cigarros, peles, carpetes, veículos, equipamento fotográfico e seus insumos, bicicletas, televisores, e equipamentos de gravação de som e vídeo, entre outros produtos. O valor médio do imposto de importação para equipamento industrial é de 15% *ad valorem*. Enquanto isso, produtos mais necessários à indústria romena, como minérios e combustíveis são importados a taxas entre 3-10% ou até mesmo livres de impostos.²⁶

Além de produtos brutos ou quase finalizados indisponíveis na UE, também produtos finais e equipamento para manufatura podem ter seus impostos de importação suspensos, quando certas condições são atendidas. Para que bens tenham suas tarifas suspensas, um Estado-membro deve requerer a suspensão autônoma da tarifa perante a Comissão, que avaliará tal solicitação com o auxílio do grupo de Questões

²²US Commercial Service, "Doing Business In Romania: A Country Commercial Guide for U.S. Companies". Washington, 2011. Disponível em:

http://export.gov/romania/static/Romania%20Country%20Commercial%20Guide%202011_Latest_eg_ro_031139.pdf Acesso em 8/12/2012.

²³ Regulação do Conselho (CEE) No. 2658/87, 23 de julho de 1987 (OJ L 256, 7 de setembro de 1987).

²⁴World Trade Organization, "Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat". Genebra, 2011, p. 35. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

²⁵PKF, "Doing Business in Romania". Disponível em: <http://www.pkf.com/media/131827/doing%20business%20in%20romania.pdf> Acesso em: 8/12/2012.

²⁶PKF, "Doing Business in Romania". Disponível em: <http://www.pkf.com/media/131827/doing%20business%20in%20romania.pdf> Acesso em: 8/12/2012.

Econômicas e Tarifárias, representando as indústrias de cada Estado. Bens cuja taxa for suspensa podem ser importados sem taxa por qualquer indivíduo.²⁷

Incentivos à importação são disponibilizados para pequenas e médias empresas privadas (sob a lei 133) para produtos que serão transformados e exportados em 45 dias, assim como equipamento importado para investimento excedendo USD 1.000.000. Alguns incentivos à importação também estão disponíveis para bens importados em Zonas de Livre Comércio Romenas e áreas menos favorecidas, como estabelecido por regulações específicas. Além disso, alguns produtos estão isentos de impostos de importação. Esses são amostras e modelos sem valor comercial, assim como materiais promocionais, cumprindo determinadas exigências; material humanitário e legados.²⁸

Bens importados podem ser trocados/consertados sem que impostos aduaneiros sejam cobrados, desde que os produtos estejam dentro do prazo de garantia e que a classificação tarifária do produto de substituição e suas especificações técnicas sejam as mesmas do original. Em casos em que a garantia tenha expirado, apenas parte dos impostos pode não ser paga.²⁹

A UE, e, portanto, a Romênia, aplica também diversas tarifas não-*ad valorem*, principalmente em produtos agrícolas. Além disso, existem impostos sazonais e encargos que são reduzidos caso o preço declarado seja acima de certo nível (sistema de preço de entrada).³⁰ Esse é o caso de 28 tarifas no nível de oito dígitos: tomate, pepino, abobrinha, damasco, uva, frutas cítricas, ameixa, entre outros. Além disso, para calcular as tarifas de produtos agrícolas processados, como produtos confeitados, biscoitos, bolos, usa-se o sistema de “Tabela de Meursing”, que define a taxa de acordo com a quantidade contida de gorduras e proteínas do leite, açúcar, e amido.³¹

No que diz respeito à tributação interna, o Imposto sobre Valor Acrescentado (IVA) padrão é de 24% e se aplica a qualquer operação taxável que não é isenta ou que não esteja sujeita a um imposto reduzido. Um imposto reduzido de 9% é aplicado a serviços e bens como próteses de qualquer tipo e seus acessórios, exceto dentárias; entrega de produtos ortopédicos, remédios para uso humano e veterinário; acomodação

²⁷World Trade Organization, “Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat”. Genebra, 2011, p. 37. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

²⁸PKF, “Doing Business in Romania”. Disponível em: <http://www.pkf.com/media/131827/doing%20business%20in%20romania.pdf> Acesso em: 8/12/2012.

²⁹PKF, “Doing Business in Romania”. Disponível em: <http://www.pkf.com/media/131827/doing%20business%20in%20romania.pdf> Acesso em: 8/12/2012.

³⁰ As regras para a aplicação de preço de entrada para frutas e vegetais estão dispostas na Regulação (CE) No 1580/2007, 21 de dezembro de 2007 (OJ L 350, 31 de dezembro de 2007).

³¹ Mais informações sobre as linhas tarifárias e suas respectivas taxas podem ser encontradas no site http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en&Expand=true&SimDate=20121207

no setor hoteleiro ou com função similar, como terrenos de acampamento. Esse imposto também se aplica a livros, jornais e tablóides, inclusive livros texto, exceto aqueles usados em publicidade.³²

A Romênia assinou um número significativo de Acordos de Dupla Tributação (ADTs) bilaterais. A maioria desses segue o modelo da OECD. Os ADTs prevalessem sobre a legislação doméstica, desde que um certificado que confirme a residência fiscal estrangeira do contribuinte seja apresentado às autoridades fiscais romenas. Os ADTs também contêm provisões relacionadas a impostos retidos. As empresas sediadas em países signatários de ADTs com a Romênia se beneficiam de um nível reduzido de impostos retidos.³³

A revisão feita para a harmonização do Código Fiscal com a diretiva IVA nº 112/2006 pela Lei nº343/2006 válida desde 01/01/2007 (desde então o Código Fiscal foi revisado diversas vezes) e um Código Procedimental Fiscal entrou em vigor em janeiro de 2004. O Código Fiscal prevê uma simplificação significativa dos procedimentos taxativos assim como a harmonização com as práticas fiscais da União Europeia.³⁴

Zonas de Livre Comércio operam sob a lei nº 84/1992, e as provisões dessa lei incluem a entrada irrestrita e a reexportação de bens, além da isenção de taxas aduaneiras e IVA (para atividades específicas desenvolvidas nas zonas). Impostos sobre lucro para operações privadas desenvolvidas nas zonas também podem ser isentadas de imposto. Atualmente há cinco zonas de livre comércio: Sulina (na foz do Danúbio), Constanza-Sud Agigea (perto do porto de Constanta – na entrada do Canal do Danúbio – Mar Negro), Galati (cerca de 100 km da foz do Danúbio), Braila (30 km acima do Danúbio de Galati), Curtici-Arad (cerca de 30 km da fronteira com a Hungria), e Girugiu (no Danúbio, 60 km ao sul de Bucareste).³⁵

³²US Commercial Service, "Doing Business In Romania: A Country Commercial Guide for U.S. Companies". Washington, 2011.

Disponível em:

http://export.gov/romania/static/Romania%20Country%20Commercial%20Guide%202011_Latest_eg_ro_031139.pdf Acesso em 8/12/2012.

³³US Commercial Service, "Doing Business In Romania: A Country Commercial Guide for U.S. Companies". Washington, 2011.

Disponível em:

http://export.gov/romania/static/Romania%20Country%20Commercial%20Guide%202011_Latest_eg_ro_031139.pdf Acesso em 8/12/2012.

³⁴US Commercial Service, "Doing Business In Romania: A Country Commercial Guide for U.S. Companies". Washington, 2011.

Disponível em:

http://export.gov/romania/static/Romania%20Country%20Commercial%20Guide%202011_Latest_eg_ro_031139.pdf Acesso em 8/12/2012.

³⁵PKF, "Doing Business in Romania". Disponível em: <http://www.pkf.com/media/131827/doing%20business%20in%20romania.pdf> Acesso em: 8/12/2012.

Quadro 3: Tarifas e Importações por Grupos de Produtos

Grupos de Produtos	Impostos Finais Consolidados				Tarifas NMF aplicadas			Importações	
	Média	Livre de impostos	Max	Consolidadas em	Média	Livre de impostos	Max	Parcela	Livre de impostos
Produtos de origem animal	24,3	20,6	140	100	23	23,8	140	0,4	8,3
Laticínios	57,6	0	226	100	55,2	0	205	0	0
Frutas, legumes, plantas	10,4	22,8	170	100	11,5	18,8	170	1,5	12,5
Café, chá	6,2	27,1	25	100	6,2	27,1	25	0,9	77,1
Cereais e preparações	20,3	6,3	167	100	16,3	12	167	0,4	2,3
Oleaginosas, Óleos e Gorduras	6,6	48,2	171	100	7,1	43,5	171	1,4	72,7
Açúcares e produtos de confeitaria	28,3	0	131	100	29,1	0	131	0,1	0
Bebidas e tabaco	21,8	23	175	100	19,2	19,8	162	0,6	16,8
Algodão	0	100	0	100	0	100	0	0	100
Outros produtos agrícolas	4,4	65,9	131	100	4,8	65,1	131	0,4	68
Produtos de peixe e peixe	10,9	12,3	26	100	10,3	16,4	26	1,3	6,3
Minerais e metais	2	49,6	12	100	2	49,9	12	16,6	72,3
Petróleo	2	50	5	100	2,7	29,7	5	20,3	87,4
Produtos químicos	4,6	20	17	100	4,6	21,7	17	9,5	46,5
Madeira, papel, etc.	0,9	84,1	10	100	0,9	81,2	10	2,8	86,3
Têxteis	6,5	3,4	12	100	6,6	2,1	12	2,2	2,3
Vestuário	11,5	0	12	100	11,5	0	12	4,4	0
Couro, calçados, etc.	4,2	27,8	17	100	4,2	22,7	17	2,4	17,8
Máquinas não eléctricas	1,7	26,5	10	100	1,9	21,4	10	10,9	56,4
Máquinas eléctricas	2,4	31,5	14	100	2,8	20,4	14	12,3	59,8
Equipamento de transporte	4,1	15,7	22	100	4,3	12,7	22	5,1	27,1
Manufaturas n.e.s.	2,5	25,7	14	100	2,7	20,5	14	6,4	52,6

Fonte: Tariff Profiles, WTO, Romania

Quadro 4: Impostos aplicados aos 30 principais produtos brasileiros importados pela Romênia em Janeiro/Março de 2012

Código SH	Descrição	Valor US\$ F.O.B.	Part. %	Min. e Máx. de impostos aplicados à categoria
23040090	Bagaços e outros resíduos sólidos, da extr.do óleo de soja	146.935.922	46,28	0%
17011400	Outros açúcares de cana	52.117.767	16,42	-
26011100	Minérios de ferro não aglomerados e seus concentrados	43.632.431	13,74	0%
24012030	Fumo não manufacturado	28.862.361	9,09	-
21011110	Café solúvel, mesmo desafinado	6.096.937	1,92	9%
2071400	Pedaços e miudezas, comest.de galos/galinhas, congelados	4.938.698	1,56	6,40%
9011110	Café não torrado, não descafeinado, em grão	4.589.554	1,45	0%
58063200	Fitas de fibras sintéticas ou artificiais	3.764.401	1,19	7,50%
87082999	Outras partes e acess.de carroçarias p/veículos automóveis	2.661.038	0,84	3,80%
24012040	Fumo não manufacturado, tipo "burley"	2.297.598	0,72	-
84136019	Outras bombas volumétricas rotativas, de vazão<=300l/min	2.266.373	0,71	1,70%
83023000	Outras guarnições, etc.de metais comuns/veículos automóveis	1.858.787	0,59	2,70%
84292090	Outros niveladores	1.188.375	0,37	0%
73269090	Outras obras de ferro ou aço	1.042.795	0,33	2,70%
87089990	Outras partes para tratores e veículos automóveis	860.296	0,27	3,70%
24013000	Desperdícios de fumo	846.363	0,27	-
90292010	Indicadores de velocidade e tacômetros	749.909	0,24	2,60%
23099010	Alimentos compostos completos, para animais	713.511	0,22	6,40%
93062100	Cartuchos p/espingardas/carabinas de cano liso	706.244	0,22	2,70%
84335100	Ceifeiras-debulhadoras	704.096	0,22	0%
9041100	Pimenta "piper", seca	592.500	0,19	0%
40093100	Tubo borracha vulcanizada	590.634	0,19	3%
40161010	Partes de automóveis de borracha vulcanizada	537.362	0,17	4%
64039990	Outros calçados de sola de borracha ou plástico	391.114	0,12	8%
23091000	Alimentos para cães e gatos	355.659	0,11	3%
39263000	Guarnições p/moveis, carroçarias e semelhantes de plásticos	341.507	0,11	7%
87087090	Outras rodas, suas partes e acessórios para veículos automóveis	329.662	0,1	4%
84159090	Outras unidades de ar condicionado	325.763	0,1	3%
5040011	Tripas de bovinos, frescas, refrigeradas ou congeladas	268.689	0,08	0%
84295199	Outras carregadoras/pas-carregadoras, de carregamento frontal	245.424	0,08	0%

Fontes: [Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior brasileiro](#) - Estatísticas de comércio exterior – DEPLA - Balança comercial brasileira: Países e blocos econômicos - Países e Blocos Econômicos e [WTO Tariff Download Facility](#)

Medidas Não Tarifárias

A Romênia segue os padrões da União Europeia no que se refere a medidas e barreiras não tarifárias para a importação. A União Europeia, quando de sua adesão à OMC, se comprometeu a acabar com suas medidas de proteção aos setores produtores de carvão, aço e têxteis. Contudo, a legislação aduaneira da UE ainda permite a criação de salvaguardas quando produtos originários de países não membros do bloco forem prejudiciais a setores produtivos internos. A Romênia ainda utiliza medidas para dificultar a valoração aduaneira de determinados produtos, tornando-a mais dispendiosa, para evitar a importação de determinados produtos.

Regulamentos Técnicos

Os padrões romenos de qualidade e segurança estão sob a jurisdição da Associação Romena para Padronização (ASRO, sigla em romeno), que normalmente estabelece padrões similares aos da ISO e da Europa Ocidental. A Romênia adotou padrões de controle de qualidade internacional como ISO 9000 e incorporou-os em seu sistema de padronização nacional. Apesar de os padrões ISO não serem compulsórios – exigidos por lei - para empresas individuais, os compradores impõem crescentemente esses padrões a fornecedores para comprovar a qualidade de seus produtos e serviços.³⁶ Os certificados podem ser emitidos por agências especializadas no país de origem ou de destino, desde que possuam capacidade internacionalmente comprovada, através da utilização de padrões internacionais para a atribuição de certificados de qualidade.³⁷

As etiquetas dos produtos exportados para a Romênia devem conter instruções para uso, descrição do produto e garantia escritos em romeno. Para isso, deve-se colar a etiqueta em romeno sobre a embalagem original.³⁸ Existem algumas exigências da União Europeia quanto à etiquetagem dos produtos exportados para os países da UE específicas para produtos farmacêuticos, carnes, insumos para produtos farmacêuticos e comida de animais, e cortes de carne fresca.³⁹

Etiquetas de produtos alimentícios devem conter a quantidade, o nome do produto, a lista de ingredientes, durabilidade, produtor/importador, informação se é orgânico ou se é transgênico, origem, informação nutricional, e informações nutricionais e sanitárias. Já produtos cosméticos precisam incluir em

³⁶ PKF, "Doing Business in Romania". Disponível em: <http://www.pkf.com/media/131827/doing%20business%20in%20romania.pdf> Acesso em: 8/12/2012.

³⁷ USDA, "Export Requirements for the European Union" Disponível em: http://www.fsis.usda.gov/regulations/European_Union_Requirements/index.asp#XIV Acesso em: 14/2/2013.

³⁸ AUSTRALIA, "Romania : Doing Business" Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Romania/default.aspx#sitelink> Acesso em: 8/12/2012.

³⁹ USDA, "Export Requirements for the European Union" Disponível em: http://www.fsis.usda.gov/regulations/European_Union_Requirements/index.asp#XIV Acesso em: 8/12/2012.

suas etiquetas a quantidade líquida, função do produto, produtor/importador, endereço do produtor, país de origem, durabilidade, data de expiração para consumo, lista de ingredientes e aditivos, e precauções especiais no uso (por exemplo, a temperatura de estocagem recomendada).⁴⁰

Não há exigências gerais para o empacotamento, quaisquer exigências específicas devem ser estipuladas pelo contrato entre importador e exportador. Contudo, os bens devem estar seguramente embalados, considerando a natureza do bem, a forma de transporte, e as condições climáticas possíveis durante o trânsito e a entrega. Caso feno ou palha sejam utilizados para embalar os produtos importados, é obrigatória a apresentação de um certificado fitossanitário, emitido pela autoridade responsável no país de origem.⁴¹

Regulamentos Sanitários e Fitossanitários

A Romênia ainda possui dificuldades para cumprir todas as exigências da União Europeia com relação ao cumprimento de normas sanitárias e fitossanitárias. Para tentar reduzir tais dificuldades, seu órgão de fiscalização, a Autoridade Nacional Sanitária Veterinária e de Segurança Alimentar (ANSVSA, sigla em inglês), possui um quadro variado de especialistas das áreas de saúde animal, vegetal e humana.⁴²

A União Europeia tem como autoridade notificadoria para questões de padrões sanitários e fitossanitários o Diretório Geral para Saúde e Consumidores da Comissão Europeia. Seus Estados membros participam da Comissão *Codex Alimentarius*, da Organização Mundial para Saúde Animal, e da Convenção Internacional para a Proteção de Plantas. A legislação da UE sobre padrões sanitários e fitossanitários podem ser encontradas na Lei Geral sobre Alimentos, regulação 178/2002, e nas regulações 852/2004, 853/2004 e 853/2004 (sobre higiene alimentar), na regulação 882/2004 (sobre controles oficiais), e na diretiva do Conselho 2000/29/EC (sobre saúde vegetal).⁴³

Em 1988 a União Europeia banuiu o uso de substâncias que tenham efeito de promoção de crescimento de animais na criação de animais no ramo alimentício. Contudo, uma alteração a essa Diretiva do Hormônio (Diretiva da CE 96/22) foi emendada em setembro de 2003 (Diretiva da CE 2003/74), proibindo o uso apenas

⁴⁰AUSTRADE, "Romania : Doing Business" Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Romania/default.aspx#sitetop> Acesso em: 8/12/2012.

⁴¹AUSTRADE, "Romania : Doing Business" Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Romania/default.aspx#sitetop> Acesso em: 8/12/2012.

⁴²RISTIC, Gordana, "Reform of the Food Safety System – the Case of the Balkan Countries" Disponível em: http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/45173e004b5f79bd9b16bb6eac26e1c2/Ristic1_Eng.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=45173e004b5f79bd9b16bb6eac26e1c2 Acesso em: 12/2/2013.

⁴³World Trade Organization, "Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat". Genebra, 2011, p. 28 e 30. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

do estradiol com esses fins, além de banir provisoriamente outros cinco hormônios de crescimento, já presentes na legislação da UE original.⁴⁴

Cosméticos para uso humano produzidos na Romênia ou importados devem ser notificados ao Ministério da Saúde Pública, seção da Autoridade da Saúde Pública. Medicamentos para uso humano precisam da aprovação da Agência Nacional de Medicina.⁴⁵ A diretiva da UE sobre cosméticos prevê o banimento em todos os países-membro de testes em animais para cosméticos e o banimento da comercialização de produtos que tenham sido testados em animais, dentro ou fora da União Europeia.⁴⁶

Certificados de segurança agrícola são exigidos para a importação de plantas e vegetações.⁴⁷ Todo material de embalagem de madeira de conífera deve receber tratamento especial para controle contra parasitas de pinho, incluindo *pallets* de madeira.

A política da União Europeia para com biotecnologia agrícola é de fortes restrições à utilização e comercialização de produtos desenvolvidos através de seus métodos. A Romênia, ao entrar para a União Europeia alterou sua política para com a biotecnologia. Antes de 2006 era o maior plantador de grãos de soja transgênicos da Europa, reduzindo seu cultivo após a adesão até bani-lo em 2007.⁴⁸

Em outubro de 2003 houve uma revisão da regulação sobre produtos químicos na UE, tornando obrigatório o registro de todos os produtos químicos produzidos ou importados para a UE em volumes acima de uma tonelada por ano junto a uma base central de dados, e impondo novos requisitos de teste e publicidade. A proposta, que ficou conhecida como REACH (Registro, Avaliação e Autorização de Químicos, sigla em inglês) afetou cerca de 30 mil produtos químicos, que são utilizados nas mais diversas áreas, desde automóveis até têxteis.⁴⁹

⁴⁴USTR, "European Union". Disponível em:

http://www.ustr.gov/archive/assets/Document_Library/Reports_Publications/2007/2007_NTE_Report/asset_upload_file170_10944.pdf Acesso em: 8/12/2012.

⁴⁵AUSTRADE, "Romania : Doing Business" Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Romania/default.aspx#sitetop> Acesso em: 8/12/2012.

⁴⁶USTR, "European Union". Disponível em:

http://www.ustr.gov/archive/assets/Document_Library/Reports_Publications/2007/2007_NTE_Report/asset_upload_file170_10944.pdf Acesso em: 8/12/2012.

⁴⁷Crédit Agricole Egypt-Import-Export.com, "Romania : Selling and Buying". Disponível em: http://www.egypt-import-export.com/en/country-profiles/romania/selling_and_buying Acesso em: 8/12/2012.

⁴⁸USTR, "European Union". Disponível em:

http://www.ustr.gov/archive/assets/Document_Library/Reports_Publications/2007/2007_NTE_Report/asset_upload_file170_10944.pdf Acesso em: 8/12/2012.

⁴⁹USTR, "European Union". Disponível em:

http://www.ustr.gov/archive/assets/Document_Library/Reports_Publications/2007/2007_NTE_Report/asset_upload_file170_10944.pdf Acesso em: 8/12/2012.

Alimentos importados devem cumprir com os requisitos relevantes da lei de alimentos e da lei de saúde animal da UE, ou outras condições reconhecidas pela UE como equivalentes a esses requisitos e requisitos descritos em acordos específicos. Produtos de origem animal só podem ser importados se provenientes de países ou regiões que tenham recebido a aprovação das autoridades competentes, incluindo alimentos processados ou não e produtos não destinados ao consumo humano. Para que uma primeira importação de produtos de origem animal possa ser realizada, a autoridade competente deve submeter o pedido à Comissão Europeia. O processo de aprovação do pedido envolve diversas etapas, como uma inspeção às instalações produtivas. É necessário que o país exportador seja membro da Organização Mundial para Saúde Animal^{50 51}

Outros alimentos precisam de autorização prévia para serem importados pela primeira vez. Atenta-se para os contaminantes, níveis residuais de pesticida, aditivos alimentares, irradiação alimentar, radioatividade, e alimentos frescos. Há também requisitos específicos para alimentos congelados, produtos com fins nutricionais e transgênicos. Algumas plantas e seus produtos precisam atentar para exigências fitossanitárias. Certificados de saúde que comprovem o cumprimento das exigências da UE devem sempre estar presentes para a importação de alimentos. Alguns produtos de origem animal estão sujeitos a “condições especiais de importação”, o que normalmente envolve testes e certificados anteriores ao envio.

52

Medidas de Defesa Comercial

A União Europeia se comprometeu a eliminar medidas de salvaguarda que visavam a proteger sua produção de carvão e aço, e de têxteis (setores sensíveis ao Mercado Comum Europeu), quando de sua adesão à Organização Mundial do Comércio. Contudo, a legislação que trata do tema prevê a possibilidade de estabelecer medidas de proteção aos produtores europeus em algumas situações. Quando determinadas tendências de importação representem uma ameaça a algum setor da economia dos países europeus, um pedido de supervisão e avaliação pode ser submetido por qualquer país-membro. Esse pedido é seguido de

⁵⁰ Mais informações a respeito do processo podem ser encontradas em http://ec.europa.eu/food/international/trade/index_en.htm

⁵¹World Trade Organization, “Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat”. Genebra, 2011, p. 30. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

⁵²World Trade Organization, “Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat”. Genebra, 2011, p. 30 a 32. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

um período de avaliação da situação, em que diversos elementos são considerados, como os termos e condições do processo de importação em questão e condicionantes econômicos e comerciais.⁵³

Caso a Comunidade Econômica Europeia (CEE) julgue que o pedido procede, um documento da supervisão deverá ser emitido e levado a um fórum entre os países-membros e indivíduos da CEE em que medidas de salvaguarda serão discutidas. Assim, as medidas levarão em conta os interesses dos países-membros e a sobrevivência dos setores ameaçados. Caso o país cujos produtos sejam considerados uma ameaça seja membro da OMC, a União Europeia se compromete a restringir suas medidas a produtos cujas quantidades importadas sejam de grande ameaça para seus produtores. Contudo, segundo a própria Regulação do Conselho Europeu a respeito, a definição dessa quantidade é passível de discussão e precisa ser claramente justificada na tomada da decisão pela salvaguarda.⁵⁴⁵⁵

A principal estratégia de defesa comercial adotada pela Romênia ocorre através de procedimentos de valoração aduaneira que arbitrariamente ou potencialmente prejudicam a competitividade de determinados produtos importados. Esse mecanismo ocorre através da exigência do pagamento de uma “garantia” que equivalha à diferença entre o valor do imposto pago e do valor que esse ainda pode tomar (esse valor é estimado através de uma base estatística que leva em conta casos prévios de subvaloração). A demora excessiva do processo e as possíveis perdas monetárias do processo geram custos que não são compensados pela eventual devolução da garantia.⁵⁶

⁵³ European Commission. “Council Regulation (EC) No 260/2009 of 26 February 2009 on the common rules for imports (Codified version)” Disponível em: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/april/tradoc_142728.Reg-260.en.L84-2009.pdf Acesso em: 12/2/2013.

⁵⁴ Para mais detalhes a respeito das etapas do processo que permite a adoção de salvaguardas, acessar a legislação a respeito: “[Council Regulation \(EC\) No 260/2009 of 26 February 2009 on the common rules for imports \(Codified version\)](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/april/tradoc_142728.Reg-260.en.L84-2009.pdf)”.

⁵⁵ European Commission. “Council Regulation (EC) No 260/2009 of 26 February 2009 on the common rules for imports (Codified version)” Disponível em: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/april/tradoc_142728.Reg-260.en.L84-2009.pdf Acesso em: 12/2/2013.

⁵⁶ DG Trade, “Identification and analysis of trade barriers for processed food”. Disponível em: <http://www.ceasc.com/Images/Content/ROMANIA%20Report.pdf> Acesso em: 14/2/2013.

Subsídios

Subsídios e outras formas de apoio governamental são concedidos tanto em nível regional quanto em nível nacional, o que foi alvo de queixas junto à OMC por países não pertencentes ao bloco econômico. Os principais pontos criticados envolvem produtos agrícolas, pescados, insumos para produção de navios, mineração, pesquisa aeronáutica civil, produtos farmacêuticos, e apoio concedidos para esquemas regionais.⁵⁷ A União Europeia subsidia o envio de pêssegos enlatados e a produção de maçãs, ameixas, uvas, vinho, cerejas, e frutas cítricas. Diversos Estados membros da União Europeia e governos regionais têm dado apoio estatal para projetos de processamento de madeira, papel e polpa.⁵⁸

O Tratado de Funcionamento da União Europeia proíbe qualquer concessão de recursos pelos Estados membros que altere o comércio entre Estados integrantes da UE. Contudo, contribuições estatais que sejam voltadas para o desenvolvimento dos objetivos do interesse comum europeu, incluindo crescimento, geração de emprego, coesão, e proteção ambiental podem ser autorizadas. Essa decisão é de responsabilidade da Comissão Europeia e é tomada a partir de um balanço dos efeitos positivos da ajuda (de seu papel no cumprimento dos objetivos comuns da UE) e de seus efeitos negativos (seu resultado sobre a competição e o comércio). Para melhor controlar a forma como o apoio é concedido, foram estabelecidas linhas mestre para a condução dos subsídios, quando aprovados. Essas linhas mestre levam em conta pesquisa, inovação, proteção ambiental, desenvolvimento regional, pequenas e médias empresas, treinamento, emprego, e capital de risco, sendo também utilizadas na avaliação da autorização de subsídios.⁵⁹

A regra geral para a concessão de subsídios envolve o pedido de notificação pelo Estado membro para a Comissão e a subsequente autorização pela mesma. Contudo, algumas formas de subsídios dispensam tal processo, pois são objeto da Regulação Geral de Isenção em Bloco, criada em agosto de 2008. Apoios concedidos para indivíduos não precisam ser notificados, desde que a Comissão tenha aprovado os termos e condições de seu esquema. Contudo, essa liberação é cancelada caso os limites legais específicos sejam comprometidos⁶⁰, sendo necessárias ambas a notificação e a autorização da Comissão. Qualquer forma de

⁵⁷World Trade Organization, "Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat". Genebra, 2011, p. 70. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

⁵⁸USTR, "European Union". Disponível em: http://www.ustr.gov/archive/assets/Document_Library/Reports_Publications/2007/2007_NTE_Report/asset_upload_file170_10944.pdf Acesso em: 8/12/2012.

⁵⁹World Trade Organization, "Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat". Genebra, 2011, p. 70. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

⁶⁰World Trade Organization, "Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat". Genebra, 2011, p. 70-71. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

apoio concedido sem a aprovação da Comissão é automaticamente classificada como “apoio ilegal”, sendo condenado pela Comissão.⁶¹

A maior parte dos subsídios na União Europeia é concedida para ações agrícolas ou estruturais. A UE busca a partir do fortalecimento da coesão social e econômica reduzir as disparidades de desenvolvimento de diversas regiões e o atraso das regiões menos favorecidas. Segundo a Comissão, apenas parte da política de coesão é coberta por leis de apoio eleitoral, e a maior parte dos gastos é relacionada à infraestrutura geral e a atividades não econômicas. Ainda, o respeito às leis sobre apoio estatal é indispensável, sendo esperado que se valha dos fundos estruturais. Os estudos da UE sobre a concessão de subsídios por Estados membro demonstram que entre 2006 e 2008 houve um aumento da alocação de recursos com esse fim (de 29 bilhões para 37 bilhões de euros).⁶²

O Fundo para o Desenvolvimento Regional Europeu é quem aloca cerca de 80% da assistência, como fundo estrutural, sendo utilizado para co-financiar investimento para a criação e a manutenção de empregos, para a criação de infraestrutura e para iniciativas para o desenvolvimento de negócios locais e das atividades de pequenas e médias empresas. O valor total de ajuda estatal em 2009 atingiu o valor de 427 bilhões de euros, ou seja, 3,6% do PIB da UE.

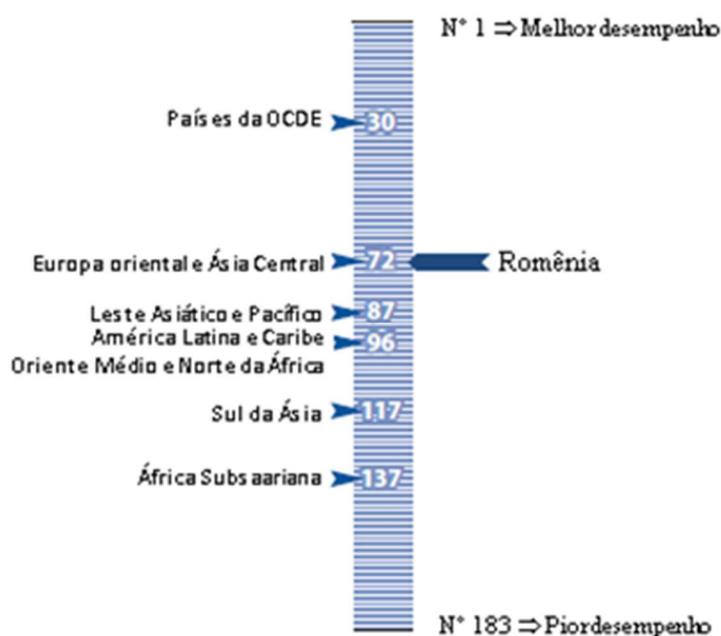
⁶¹World Trade Organization, “Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat”. Genebra, 2011, p. 70-71. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

⁶²World Trade Organization, “Trade Policy Review – European Union: Report by Secretariat”. Genebra, 2011, p. 71. Disponível em: http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp348_e.htm Acesso em: 8/12/2012.

Ambiente de Negócios

De acordo com o *Doing Business* 2013, do Banco Mundial, a Romênia ocupa a 72ª posição no ranking de 183 países avaliados por sua facilidade para fazer negócios. A classificação dos países leva em conta aspectos relacionados à abertura de empresas, obtenção de alvarás, contratação de empregados, emissão de registro de propriedades, obtenção de crédito, proteção de investidores, pagamentos de impostos, comércio exterior, cumprimento de contratos e fechamento de empresas, entre outros. A título de comparação mundial, a figura 3 permite avaliar a classificação da Romênia em relação às principais regiões do mundo.

Figura 3 - *Ranking Doing Business* 2012: posição da Romênia em relação às principais regiões do mundo



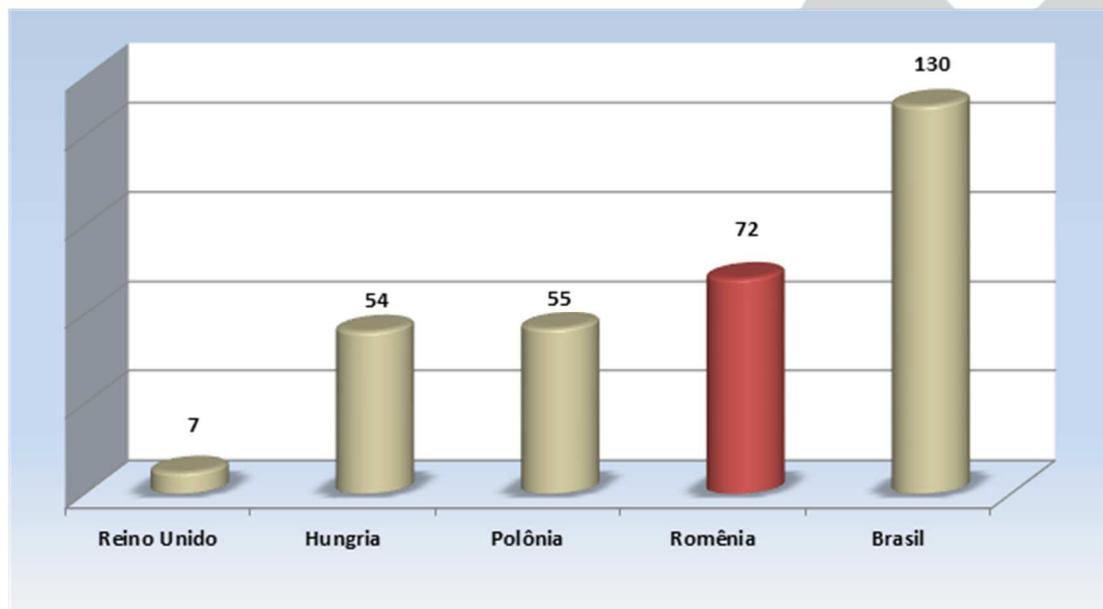
Fonte: *Doing Business* 2012. Banco Mundial. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

Considerando as grandes regiões do mundo, a Romênia obteve um índice igual à média dos países da Europa Oriental e Ásia Central, região essa que está abaixo apenas da obtida pelos países pertencentes a OCDE, indicando uma posição relativamente boa desse país. Considerando somente os 24 países que compõem a Europa Oriental e a Ásia Central, ele estaria na 14ª posição em relação a eles.

A posição da Romênia no ranking do *Doing Business*, em 2013, foi a mesma de 2012. Porém, ela foi o oitavo país que mais cresceu em direção à fronteira eficiente de 2005 até 2013. Entre 2012 e 2013, ela ainda

creceu 1,7%. Ou seja, um país que tenha um índice de 100 estaria na fronteira de eficiência e a Romênia passou de 65,4, em 2012, para 67,1, em 2013. Comparando a Romênia com Brasil, Reino Unido, Hungria e Polônia, verifica-se que ela possui características de ambiente de negócios semelhante aos da Hungria e da Polônia, em uma posição melhor que a do Brasil, como pode ser observado no gráfico 6.

Gráfico 6 - *Ranking Doing Business* 2013: posição de Brasil, Hungria, Polônia, Reino Unido e Romênia



Fonte: *Doing Business* 2012. Banco Mundial. Elaboração GICC Apex-Brasil.

O *Ranking Geral do Doing Business* é composto por 10 indicadores, pelos quais o país também recebe classificação. Desses, a Romênia melhorou, de forma muito intensa, somente em um, de 2012 para 2013. Em sete, ela perdeu posições e, em duas, manteve-se constante, como pode ser observado na tabela 2.

Tabela 2 - Ranking da Romênia nos itens que compõem o índice de facilidades de fazer negócio em 2011 e 2012

Item	Ranking de 2012	Ranking de 2011	Mudanças no Ranking
Facilidade de fazer negócios	71	73	2
Abertura de empresas	61	63	2
Obtenção de alvarás	155	153	-2
Obtenção de eletricidade	72	73	1
Registro de propriedades	44	39	-5
Obtenção de crédito	78	75	-3
Proteção de investidores	65	60	-5
Pagamento de impostos	79	83	4
Comércio exterior	80	79	-1
Cumprimento de contratos	51	51	sem alteração
Fechamento de empresas	120	122	2

Fonte: *Doing Business* 2012.⁶³ Banco Mundial. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

A Romênia melhorou seu indicador de Pagamento de Impostos em 21 posições em função de uma redução significativa no número de pagamentos a serem realizados, isto é, passou de 113, para apenas 41, em 2013. Outras duas alterações no ambiente de negócio foram implementadas por esse país. Uma delas se refere à abertura de empresa, na qual foi reduzido o tempo necessário para obter uma certidão negativa do órgão de administração fiscal e outra em relação ao crédito, em que se ampliaram as garantias e permitiram a extensão automática de garantias para os produtos e receitas, entre outros.

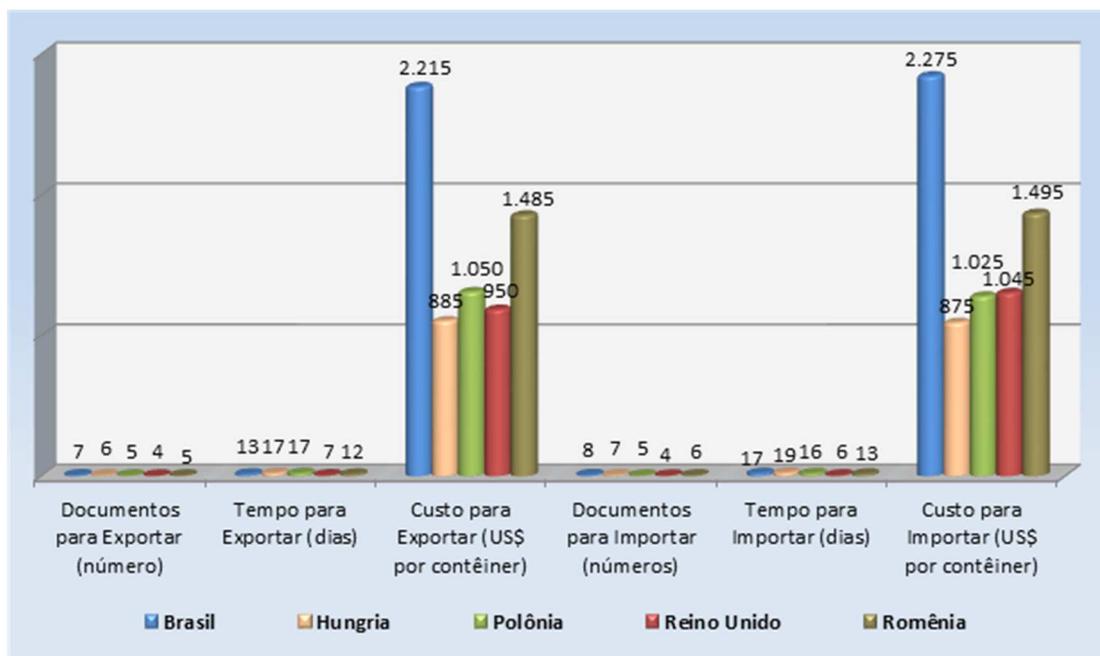
Interessante que essas melhorias não se refletiram nos indicadores do *Doing Business* para esses quesitos, pois abertura de empresas foi o que mais apresentou perda (-7) e a obtenção de crédito caiu 3 posições. Isso indica que, embora tenham melhorado em termos reais, não apresentaram uma dinâmica inferior aos dos demais países para esses quesitos. Porém, deve-se ressaltar que o *ranking* alcançado no quesito de obtenção de crédito é um dos melhores do mundo, pois, nesse, sua posição foi a nona, entre todos os países avaliados.

Outro item importante para os investidores estrangeiros é o de Comércio exterior, que é composto por seis elementos, a saber: 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 a Romênia e os países

⁶³ Os dados comparados para os componentes do *Ranking Doing Business* podem ser obtidos em: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreconomies>.

selecionados, e dispendo essas informações no gráfico 7, pode-se verificar que a Romênia possui custos de exportação e importação, por contêineres, entre o Brasil e os demais países selecionados.

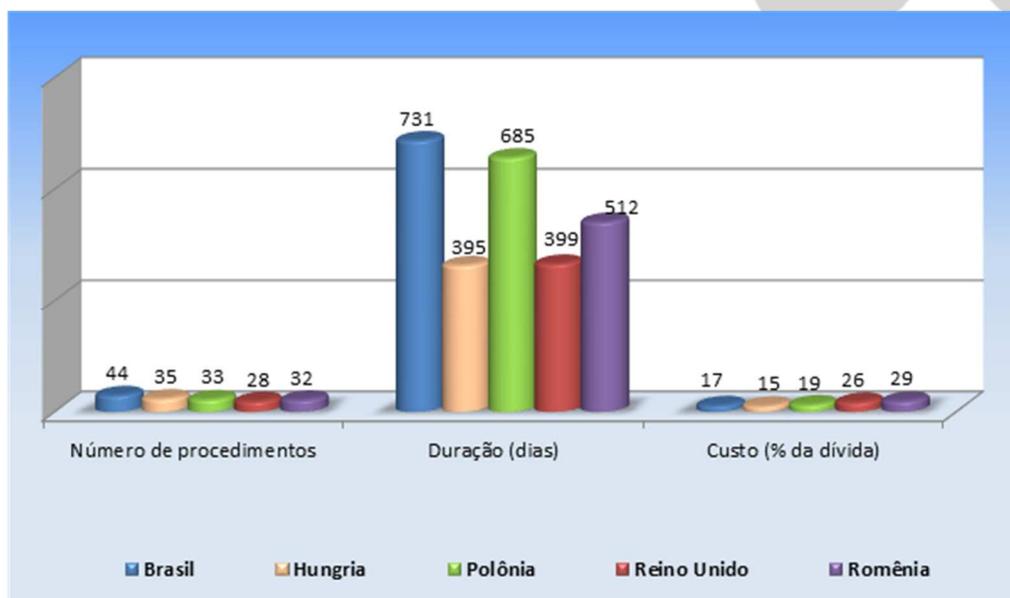
Gráfico 7 - Elementos de avaliação do item Comércio exterior do ranking *Doing Business* 2013: comparativo de Brasil, Hungria, Polônia, Reino Unido e Romênia



Fonte: *Doing Business* 2013. Banco Mundial. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

Em termos de eficiência temporal e de documentos exigidos, a Romênia perde apenas para o Reino Unido, embora a diferença, entre os elementos, para esses países, seja pequena. O item Cumprimento de Contratos mede a eficiência dos tribunais na resolução de disputas relacionadas a operações de venda. São avaliados, nesse item, o tempo, o custo e o número de processos envolvidos na contenda, desde o momento do registro da ação até a efetivação do pagamento requerido por uma das partes. Os indicadores deste critério, para a Romênia e os países selecionados, podem ser observados no gráfico 8.

Gráfico 8 - Elementos de avaliação do item Cumprimento de Contratos do ranking *Doing Business* 2012: comparativo de Hungria, Polônia, Reino Unido, Romênia e Brasil



Fonte: *Doing Business* 2013. Banco Mundial. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

Dos elementos que compõem o item Cumprimento de Contratos, a Romênia está entre aqueles com menor burocracia em termos de procedimentos, na média em termos de tempo de duração da contenda, entretanto, é o país que apresenta maiores custos dos processos. Esses elementos permitiram uma avaliação, para esse item, de 60, uma classificação ligeiramente inferior à posição global do país (72).

Capacidade de Pagamento

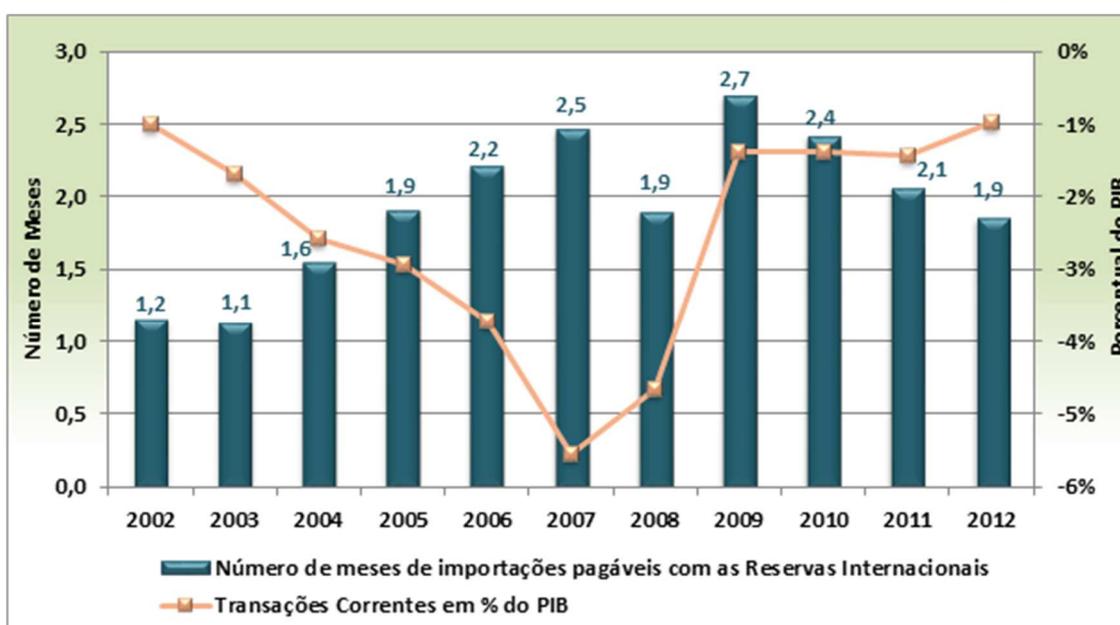
A avaliação da capacidade de pagamento inclui, não somente a avaliação financeira, mas também, o risco político, medido na disposição do governo em pagar as dívidas em moeda estrangeira, e na facilidade de aquisição de moedas estrangeiras no país. Parte dessa avaliação foi elaborada com base nas medidas de risco feitas pela *Standard's and Poors* (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. Esta medida de risco (*rating*) é realizada para dois prazos: longo prazo e curto prazo. Tem-se, também, uma avaliação da tendência (horizonte de seis meses a dois anos) que é apresentada de forma qualitativa, como: crescimento, estabilidade e queda.

No longo prazo, a classificação da Romênia foi BB+, mesma avaliação recebida pela Hungria, que foram as duas menores avaliações entre os países selecionados (Brasil, Hungria, Polônia e Reino Unido). No que se

refere à tendência, ela foi classificada como estável, bem como os demais países, exceto a Hungria, que teve uma avaliação negativa. No curto prazo, sua classificação foi inferior a de longo prazo, isto é, B, a mesma obtida pela Hungria, e que foram inferiores aos dos demais países.

Há, ainda, duas formas adicionais de avaliar a capacidade de pagamento de um país. A primeira é avaliar o Saldo de Transações Correntes⁶⁴ 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.

Gráfico 9 - Capacidade de Pagamento da Romênia



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

O saldo de transações correntes da Romênia tem sido deficitário, ao longo dos últimos anos. Esses déficits foram aumentando até atingirem seu pico, em 2007. A partir desse ano, começa a se reduzir e, em 2012, já era quase nulo. Esses movimentos indicam uma melhora constante na capacidade de pagamento do país, nos últimos anos. Essa tendência, associada ao volume de reservas, que possibilitam cobrir quase dois meses de importação, permitem afirmar que o risco associado à capacidade de pagamento do país é mínimo.

⁶⁴ No Saldo de transações Correntes estão contabilizados as receitas e despesas com exportações e importações de mercadorias, viagens, fretes, seguros, salários, juros, lucros e dividendos, entre outros. Quando as despesas superam as receitas, têm-se um Déficit em Conta Corrente e vice-versa.

Infraestrutura e Logística

A Romênia, segundo *World Bank* (2012)⁶⁵, possuía na década de 2000, aproximadamente, 198.817 km de estradas, sendo 30,2% delas pavimentadas. Por essas estradas, são transportadas em torno de 20.878 milhões de toneladas por km⁶⁶. Essas rodovias estão distribuídas por todo o país, interligando, por diversas rotas, as diferentes regiões do país e estão amplamente interligadas com as rodovias dos países vizinhos. Muitas das principais rodovias são costeadas por linhas férreas que, da mesma forma que as rodovias, se estendem por todo o país. São ao todo 13.620 km de linhas férreas e, por essas linhas, foram transportadas, em 2010, 5.348 milhões de passageiros e 9.134 milhões de toneladas de mercadorias por km (*World Bank*, 2012). As principais rodovias e a malha ferroviária podem ser observadas na figura 4.

Figura 4 - Malha Rodoviária das Autopistas da Romênia



Fonte: Romanian Monasteries, 2013⁶⁷.

⁶⁵ World Bank. *World Development Indicators 2012*. USA, april, 2012.

⁶⁶ Carga de mercadorias transportadas por veículos rodoviários, medidos em milhões de toneladas métricas vezes os quilômetros percorridos.

⁶⁷ Disponível em: <http://www.romanianmonasteries.org/romania/romania-map>

Os dois maiores portos da Romênia são classificados como de médio porte pelo *World Port Source* e estão localizados nas margens do Mar Negro, que são os portos de Mangalia e de Constanza, sendo esse o maior da Romênia. O Porto de Constanza está localizado no cruzamento das rotas comerciais que ligam os mercados dos países sem litoral da Europa Central e Oriental com a Cáucaso Sul, Ásia Central e o Extremo Oriente. Ou seja, sua posição geográfica estratégica faz a ligação com dois corredores de transporte pan-europeus, um fluvial, que é o Danúbio, e outro Ferroviário. Existe ainda uma ampla gama de portos interiores, sendo os mais estratégicos os localizados junto ao rio Danúbio, nas fronteiras com Bulgária, Sérvia e Ucrânia. A localização dos dois maiores portos pode ser observada na figura 5.

Figura 5 – Principais Portos da Romênia



Fonte: World Sites Atlas, 2013⁶⁸ e World Port Source, 2013⁶⁹.

Obs.: Os portos marcados na figura são os dois portos considerados de porte médio pelo *World Port Source*.

Por fim, o Banco Mundial criou dois índices referentes à logística e à infraestrutura. O primeiro é denominado de *Índice de Desempenho Logístico* e reflete percepções de logística de um país com base na eficiência do processo de desembaraço aduaneiro, a qualidade do comércio e a infraestrutura relacionada ao transporte, facilidade de organizar os embarques a preços competitivos, bem como a qualidade dos serviços de logística, a capacidade de rastrear e acompanhar as remessas e a frequência com que os

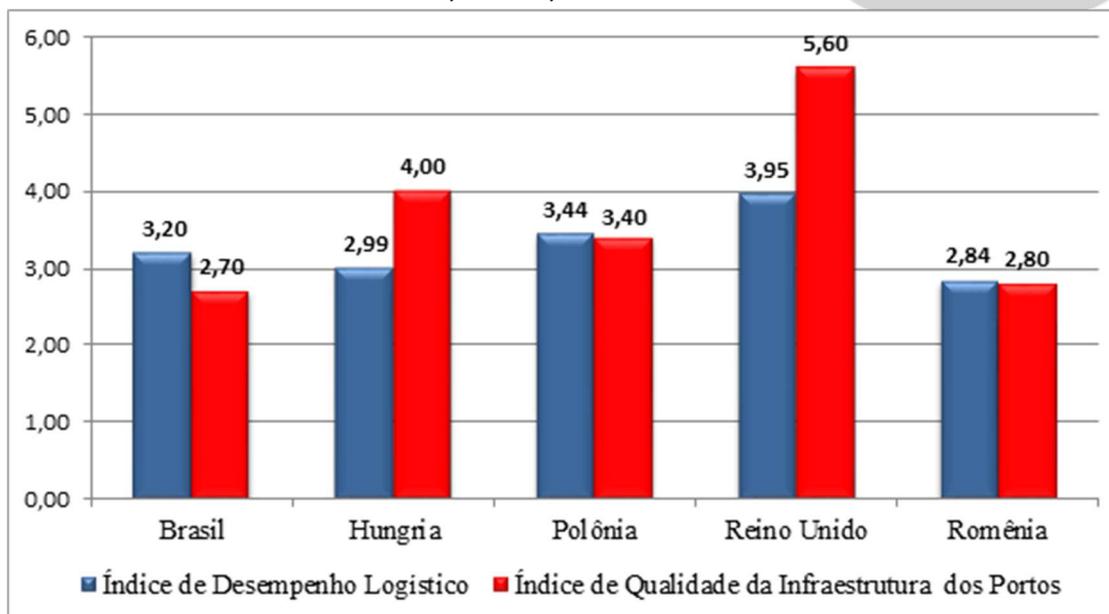
⁶⁸ Disponível em: <http://www.sitesatlas.com/Maps/>

⁶⁹ Disponível em: <http://www.worldportsource.com/ports/VNM.php>

embarques chegam aos destinatários, dentro do tempo programado. O índice varia de 1 a 5 e uma pontuação maior representa melhor desempenho. O segundo é o *Índice de Qualidade da Infraestrutura dos Portos* e mede a percepção dos executivos em relação à qualidade das instalações portuárias do país. Os valores variam de 1 a 7, em que índices mais elevados indicam melhor desenvolvimento da infraestrutura portuária.

Os índices relacionados à logística e à infraestrutura da Romênia são inferiores aos de Brasil, Hungria, Polônia e Reino Unido, que se destaca dos demais, como pode ser observado no gráfico 10.

Gráfico 10 - Índice de Desempenho Logístico e de Qualidade da infraestrutura dos Portos: comparativo de Brasil, Indonésia, Malásia, Tailândia e Romênia



Fonte: World Bank, 2012.

Obs.: Índice de Desempenho Logístico: 1 pior desempenho; 5 melhor desempenho. Índice de Qualidade da Infraestrutura dos Portos: 1 pior situação; 7 melhor situação.

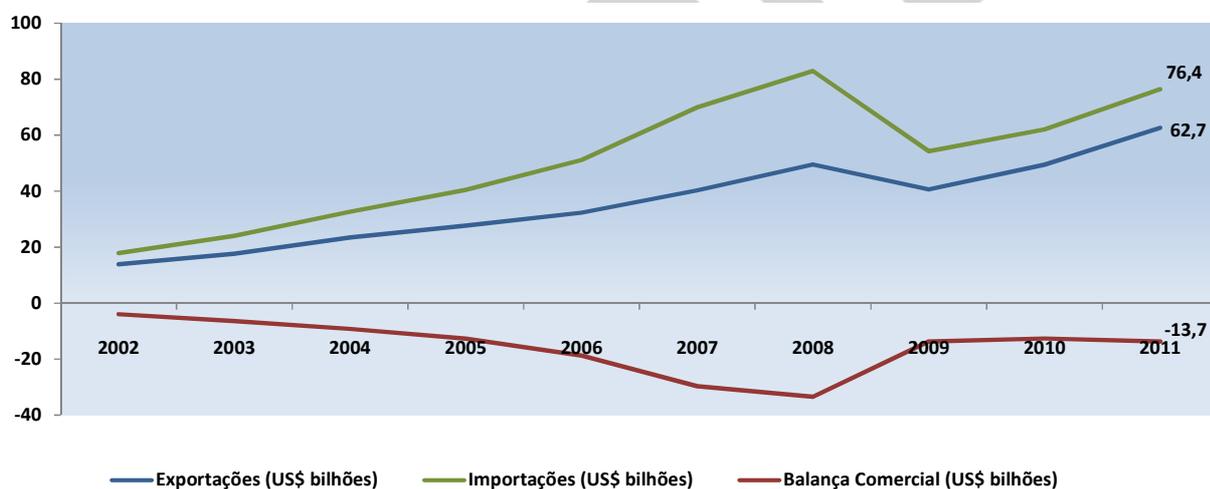
Em suma, a Romênia possui uma localização estratégica, em termos portuários, para uma diversidade de países, possui uma ampla cobertura de autopistas e de ferrovias, que unem o país aos dois maiores portos, e uma ampla malha ferroviária, permitindo uma elevada mobilização de produtos pelo país e com seus vizinhos.

EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DA ROMÊNIA

O comércio exterior da Romênia registrou uma forte elevação, entre 2002 e 2011, com a sua corrente de comércio passando de US\$ 31,7 bilhões para US\$ 139,1 bilhões, ao longo do período. As exportações mostraram um dinamismo ligeiramente superior, elevando-se 15% ao ano, em média, ao longo desse período, atingindo US\$ 62,7 bilhões, em 2011, como mostra o gráfico 11. As importações, por sua vez, cresceram, em média, 14,1% ao ano, passando de US\$ 17,8 bilhões, em 2002, para US\$ 76,4 bilhões, em 2011. Ao longo do período examinado o país sempre apresentou déficits comerciais, que atingiram seu ápice em 2008, quando somaram US\$ 33,8 bilhões, declinando para US\$ 13,7 bilhões, em 2011.

O acentuado incremento do comércio da Romênia é explicado, em boa parte, pela redução preferencial das tarifas de importação com seus parceiros comerciais europeus, após a entrada do país na União Europeia (UE), em janeiro de 2007. Além disso, a adoção da política comercial comum do bloco pela Romênia e a existência de uma série de acordos de livre comércio da UE com diversos países tornaram o comércio do país mais aberto. De acordo com o *Trade Policy Review* (2005), da Romênia, elaborado pela OMC, antes da entrada do país no bloco, a tarifa média de importação era de 17,5%, em 2005, declinando significativamente para apenas 6,5%, em 2011, devido à convergência à tarifa de importação da UE.

Gráfico 11 – Evolução do comércio exterior da Romênia no período 2002-2011



Fonte: UN Comtrade.

Ao longo do período examinado, apenas em 2009, houve uma queda dos fluxos comerciais, em razão da crise financeira internacional. No referido ano, as importações declinaram 34,6% em relação ao ano anterior, enquanto as exportações tiveram uma queda menor, de 18%. No entanto, já no ano seguinte, o comércio internacional retomou a sua trajetória de expansão, com forte incremento tanto das importações

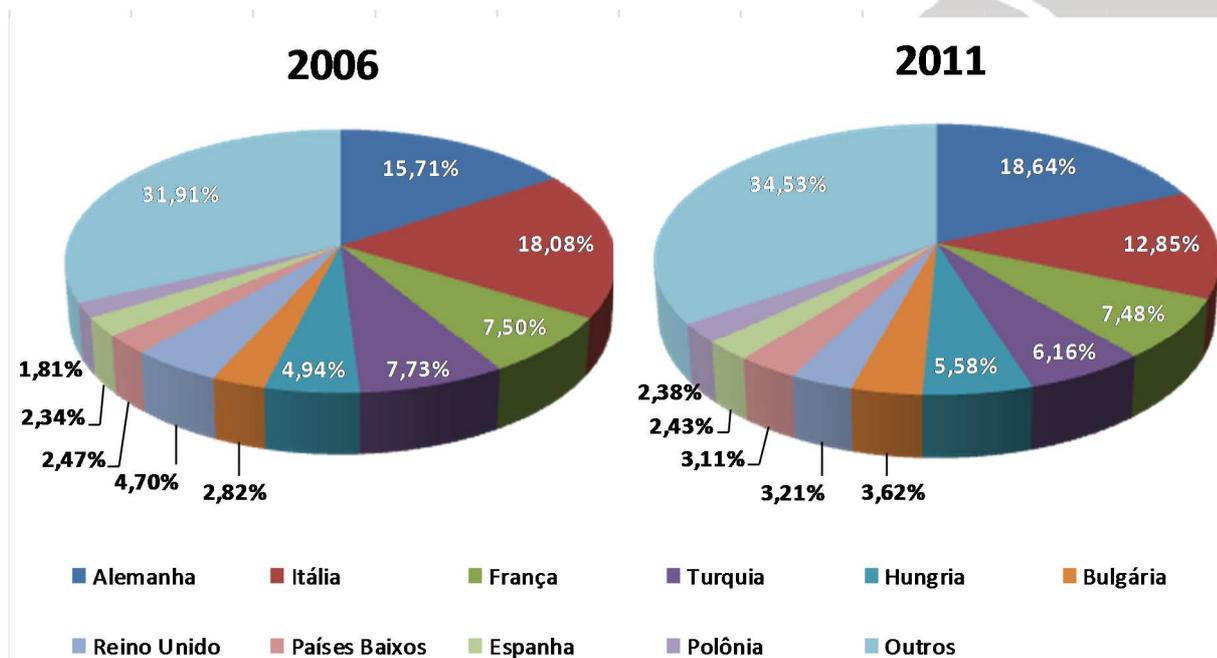
como das exportações. O elevado crescimento acumulado, ao longo do período, permitiu que a Romênia ampliasse a sua participação no comércio global. O país se tornou o 41º maior importador do mundo, em 2011, acima da 44ª posição ocupada em 2002, de acordo com *International Trade Statistics (2012)* da Organização Mundial de Comércio (OMC). Em 2011, as importações da Romênia representavam 0,4% das importações mundiais, enquanto, em 2002, a sua participação era de 0,3%. Embora ainda apresente uma pequena participação nas importações mundiais, o maior dinamismo de suas importações mostra que a Romênia está se tornando um mercado mais atraente

DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DA ROMÊNIA

As exportações da Romênia revelam uma acentuada concentração geográfica para os parceiros europeus. Todos os 10 principais destinos de suas exportações são países da Europa, tanto em 2006, quanto em 2011, representando quase dois terços das exportações totais da Romênia. Os principais destinos das exportações romenas, em ambos os anos, são ilustrados no gráfico 12. Em 2011, os três principais mercados para as exportações da Romênia pertenciam à União Europeia, com destaque para a Alemanha, que se tornou o maior destino das exportações do país, com uma parcela de 18,6% do total exportado. A Itália perdeu espaço, ao longo do período examinado, embora ainda tenha se mantido como o segundo maior mercado do país. Em 2006, era a Itália foi destino de 18,1% das exportações totais da Romênia, declinando para 12,9%, em 2011. A França manteve sua participação estável na pauta exportadora romena, em torno de 7,5%, ao longo do período.

Hungria e Bulgária, países mais próximos geograficamente, ganharam maior importância nas exportações da Romênia, com suas participações na pauta exportadora crescendo para 5,6% e 3,6% do total, em 2011. Além da Itália, a Romênia também perdeu mercado na Turquia, com a participação na sua pauta exportadora caindo de 7,7%, em 2006, para 6,2%, em 2011. Os demais países representaram, em ambos os períodos, em torno de um terço das exportações totais. O Brasil era destino de uma parcela ínfima das exportações da Romênia, aparecendo apenas como o 41º maior destino de suas exportações, com 0,33% do total, em 2011. No entanto, essa participação cresceu bastante, ao longo do período, pois, em 2006, apenas 0,05% das exportações do país tinham o Brasil como destino.

Gráfico 12 – Principais destinos das exportações da Romênia em 2006 e em 2011



Fonte: UN Comtrade.

Em relação ao perfil setorial das exportações da Romênia, destacam-se tanto material de transporte e manufaturas básicas, como produtos siderúrgicos e têxteis, mas que não chegam a representar uma elevada parcela das exportações totais. Os 10 principais setores das exportações da Romênia, por CNAE de três dígitos, em 2006 e 2011, são mostrados na tabela 3⁷⁰ No grupo dos principais setores exportados pelo país, “fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica” ocupava a primeira posição (CNAE 273), em 2011, com uma participação de 7,8% no total. Os produtos com maior crescimento, ao longo do período, foram aqueles de material de transporte, especialmente, “fabricação de peças e acessórios para veículos automotores” (CNAE 294), cuja participação na pauta de exportação atingiu 6,1%, em 2011, passando a ocupar a segunda posição entre os mais exportados. “Fabricação de automóveis, camionetas e utilitários” (CNAE 291) mostrou uma elevação ainda maior, chegando à terceira posição entre os mais exportados, com participação de 5,9% na pauta total, em 2011.

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

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

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2006 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2006	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2011 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2011
141	Confecção de artigos do vestuário e acessórios	3.975.659.160	12,29%	273	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	4.872.807.730	7,77%
192	Fabricação de produtos derivados do petróleo	3.009.689.496	9,31%	294	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	3.850.777.329	6,14%
273	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	2.340.902.908	7,24%	291	Fabricação de automóveis, camionetas e utilitários	3.706.008.723	5,91%
242	Siderurgia	2.274.036.817	7,03%	141	Confecção de artigos do vestuário e acessórios	3.253.285.892	5,19%
294	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	1.312.125.674	4,06%	192	Fabricação de produtos derivados do petróleo	3.203.957.297	5,11%
153	Fabricação de calçados	1.272.971.651	3,94%	263	Fabricação de equipamentos de comunicação	3.073.243.796	4,90%
310	Fabricação de móveis	1.203.938.313	3,72%	242	Siderurgia	3.065.206.797	4,89%
244	Metalurgia dos metais não-ferrosos	1.195.560.513	3,70%	281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	2.436.983.023	3,89%
281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	960.042.060	2,97%	011	Produção de lavouras temporárias	2.436.657.116	3,89%
259	Fabricação de produtos de metal não especificados anteriormente	896.174.577	2,77%	221	Fabricação de produtos de borracha	2.150.012.651	3,43%
	Outros	13.894.928.513	42,97%		Outros	30.643.061.093	48,88%
	Total	32.336.029.682	100%		Total	62.692.001.447	100%

Fonte: UN Comtrade.

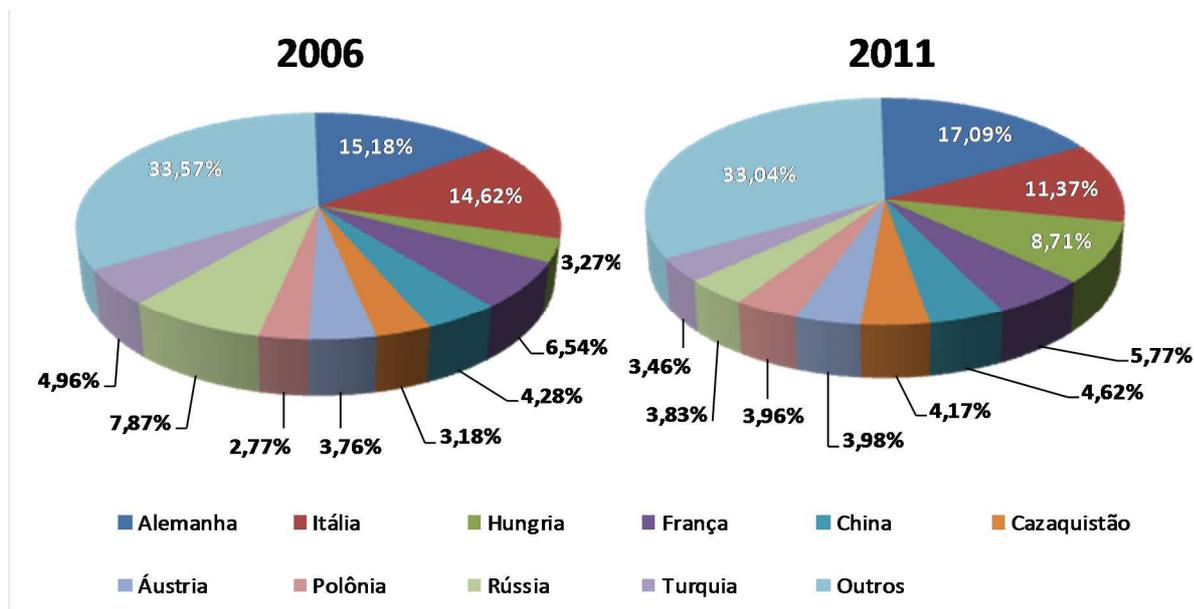
Ao contrário do que ocorreu em relação ao destino, não há uma forte concentração setorial nas exportações da Romênia, que, inclusive, diminuiu, ao longo do período examinado. Em 2006, os 10 setores mais exportados representavam 57% do total, enquanto, em 2011, esse percentual declinou ainda mais, passando para 51,1%. Quando se examina os três principais setores de exportação, percebe-se que essa tendência foi provocada por esses produtos, que apresentaram uma redução da participação na pauta exportadora de 28,8% para 19,8%, entre 2005 e 2011. Nota-se, também, que houve alterações significativas na composição da pauta, ao longo do período examinado. Apenas seis dos dez principais produtos exportados, em 2006, permaneciam, nessa lista, em 2011. Entre os que permaneceram na lista, muitos apresentaram alteração na sua posição entre os mais exportados. Esse é o caso de “confecção de artigos do vestuário e acessórios” (CNAE 141), que deixou a primeira posição, em 2006, para ocupar a quarta colocação, em 2011.

ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES DA ROMÊNIA

Assim como ocorre com as exportações, as importações da Romênia também se caracterizam pela sua elevada concentração geográfica em parceiros comerciais europeus. Os dez principais países fornecedores da Romênia, em 2006 e 2011, estão ilustrados no gráfico 13. Os quatro principais países exportadores para a Romênia são da região, com destaque para a Alemanha, que se manteve como o maior exportador, em 2011, com uma suave elevação de sua participação para 17,1% do total. Assim como ocorreu com as exportações, a Itália também perdeu participação nas importações da Romênia, entre 2006 e 2011, que declinaram de 14,6% para 11,4%. Quem mais ganhou participação no mercado romeno foi a Hungria,

transformando-se no terceiro maior fornecedor do mercado daquele país, em 2011, com 8,7% do total. A França reduziu ligeiramente a sua participação no total das importações da Romênia e passou a ocupar a quarta posição.

Gráfico 13 – Principais origens das importações da Romênia em 2006 e em 2011



Fonte: UN Comtrade.

Os únicos países de fora da Europa entre os principais fornecedores do mercado romeno são a China e o Cazaquistão. Ambos mostraram um pequeno avanço em sua participação nas importações da Romênia, com destaque para a China, que se tornou o quinto maior fornecedor daquele país, com 4,6% das importações da Romênia. O Brasil aparecia como o 21º maior fornecedor para a Romênia, com exportações de US\$ 663 milhões, em 2011, com uma redução de sua participação nas importações totais do país, que passaram de 1,1% para 0,9%, ao longo do período. O forte viés regional do comércio do país, acentuado com a sua entrada na União Europeia, a partir de 2007, é um grande obstáculo para um aumento significativo das exportações brasileiras para aquele mercado

PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE IMPORTAÇÕES DA ROMÊNIA

As importações da Romênia apresentam um perfil setorial ainda mais desconcentrado do que as suas exportações. No entanto, há certa similaridade entre as pautas, com forte predomínio de material de transporte e produtos siderúrgicos, como pode ser observado na tabela 4, que mostra os dez principais setores das importações da Romênia, por CNAE de três dígitos, em 2006 e 2011. No entanto, uma diferença importante é que o principal setor importado é o de “extração de petróleo e gás natural” (CNAE 060), que não consta entre os mais relevantes da sua pauta exportadora. No entanto, a sua participação na pauta

importadora declinou, entre 2006 e 2011, atingindo 7,6% do total importado pelo país. De qualquer forma, os produtos de extração mineral e derivados do petróleo ainda representavam em torno de 10% das importações totais do país, em 2011.

Um aspecto que chama a atenção é o grau de concentração setorial da pauta importadora da Romênia. Em 2006, os dez produtos mais importados representavam apenas 42,2% do total importado pelo país, enquanto, em 2011, esse percentual declinou ainda mais, para 38,7%, mostrando uma menor concentração da pauta importadora, ao longo do período. Nota-se ainda que houve algumas alterações na composição da pauta, entre 2006 e 2011, com três dos dez principais produtos importados, em 2006, não constando mais nessa lista, em 2011. Entre os que permaneceram, apenas dois mantiveram a mesma posição obtida em 2006, o primeiro e o décimo produto mais exportado.

Tabela 4 - Dez principais setores importadores da Romênia por CNAE três dígitos (2006 e 2011)

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2006 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2006	Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2011 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2011
060	Extração de petróleo e gás natural	5.672.723.516	11,10%	060	Extração de petróleo e gás natural	5.789.610.791	7,58%
291	Fabricação de automóveis, camionetas e utilitários	3.212.257.369	6,29%	242	Siderurgia	3.443.902.478	4,51%
132	Tecelagem, exceto malha	1.985.510.314	3,89%	273	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	3.253.559.748	4,26%
242	Siderurgia	1.875.904.324	3,67%	212	Fabricação de produtos farmacêuticos	3.081.897.617	4,04%
273	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	1.846.455.042	3,61%	263	Fabricação de equipamentos de comunicação	2.605.514.892	3,41%
222	Fabricação de produtos de material plástico	1.703.882.222	3,33%	294	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	2.386.947.166	3,13%
212	Fabricação de produtos farmacêuticos	1.513.925.589	2,96%	222	Fabricação de produtos de material plástico	2.275.585.656	2,98%
282	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	1.379.117.140	2,70%	192	Fabricação de produtos derivados do petróleo	2.265.193.073	2,97%
292	Fabricação de caminhões e ônibus	1.195.594.778	2,34%	291	Fabricação de automóveis, camionetas e utilitários	2.240.094.237	2,93%
281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	1.175.733.374	2,30%	281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	2.211.714.217	2,90%
	Outros	29.544.934.881	57,81%		Outros	46.811.264.833	61,30%
	Total	51.106.038.549	100%		Total	76.365.284.708	100%

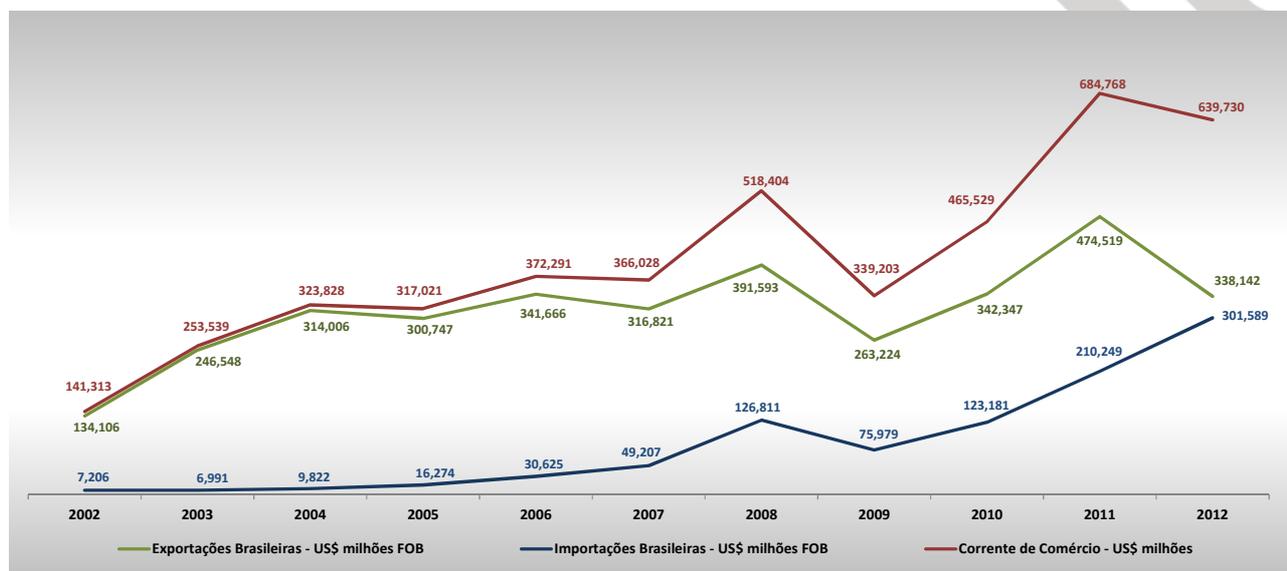
Fonte: UN Comtrade.

Em síntese, percebe-se que o perfil das importações da Romênia se manteve concentrado geograficamente em seus parceiros europeus, mas relativamente diversificado setorialmente, ao longo do período examinado. A sua recente entrada na União Europeia deve acentuar ainda mais o viés regional de comércio do país, nos próximos anos. Além disso, o relativamente pequeno volume de suas importações serve como um empecilho para um aumento significativo das exportações brasileiras naquele mercado. Uma boa oportunidade que se vislumbra para o Brasil se refere aos produtos de extração mineral, que possuem uma parcela importante na pauta importadora romena, em que o Brasil apresenta claras vantagens comparativas.

CORRENTE DE COMÉRCIO

O comércio bilateral entre Brasil e Romênia ainda é pouco significativo para ambos os países, com uma baixa participação nas respectivas pautas de exportação, não chegando a 1%, em ambos os casos. No entanto, houve um crescimento significativo, em termos absolutos, no período 2002-2012, como mostra o gráfico 14. Após um período de aumento contínuo do comércio bilateral entre 2002 e 2008, a crise financeira internacional reduziu a corrente de comércio bilateral, em 2009. A partir de 2010, houve a retomada da expansão da corrente de comércio, que passou de US\$ 339 milhões, em 2009, para US\$ 639 milhões, em 2012, o que representa uma elevação, em média, de 23,6% ao ano, refletindo o forte dinamismo do comércio bilateral.

Gráfico 14 - Evolução da corrente de comércio Brasil e Romênia no período 2002-2012



Fonte: MDIC.

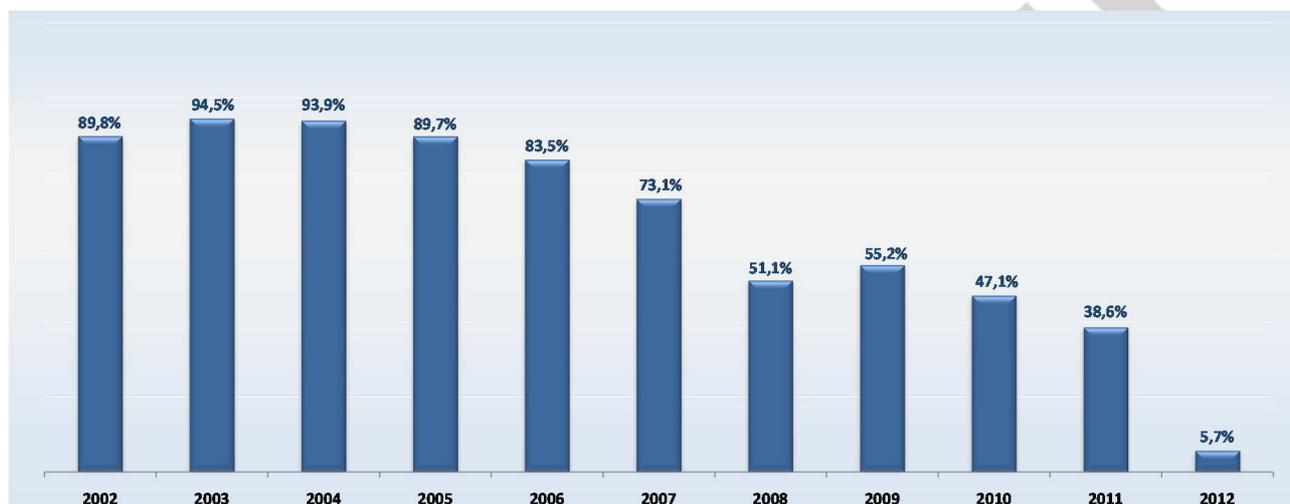
Nota: Balança comercial refere-se à soma das exportações e importações.

No período mais recente, entre 2009 e 2012, a elevação da corrente de comércio é resultado, principalmente, de um crescimento significativo das importações brasileiras, que aumentaram, em média, 58% ao ano, passando de US\$ 76 milhões para US\$ 302 milhões. As exportações brasileiras para a Romênia, por sua vez, passaram de US\$ 263 milhões, em 2009, para US\$ 338 milhões, em 2012, no mesmo período. Apesar da evolução recente do comércio bilateral, ele ainda é muito pequeno, correspondendo a uma parcela pequena do comércio de ambos os países

SALDO COMERCIAL

O Brasil obteve saldos superavitários no comércio bilateral com a Romênia, ao longo de todo o período 2002-2012. No entanto, há uma tendência de queda do superávit, especialmente, a partir de 2005. Isso é evidenciado pelo gráfico 15, que retrata o quanto o saldo comercial brasileiro representou em relação à corrente de comércio bilateral. Nota-se que o saldo superavitário brasileiro chegou a atingir mais de 90% da corrente comercial bilateral, entre 2003 e 2005, devido aos baixos valores das importações provenientes da Romênia. O declínio do superávit brasileiro, a partir de 2005, reflete o grande aumento das importações brasileiras observadas desde então. O menor superávit comercial brasileiro foi atingido em 2012, quando chegou a apenas 5,7% da corrente comercial bilateral.

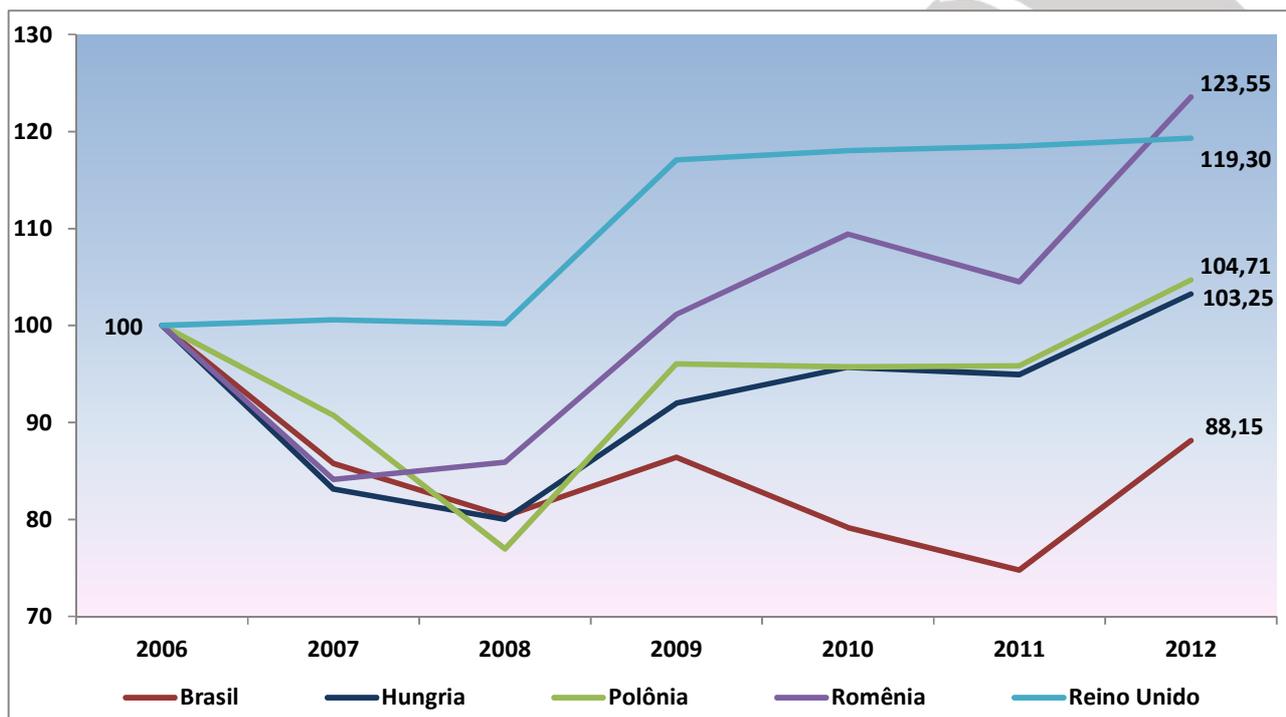
Gráfico 15 – Saldo comercial entre Brasil e Romênia em relação à corrente de comércio bilateral, no período 2002-2012



Fonte: MDIC.

A redução dos superávits comerciais brasileiros com a Romênia pode ser parcialmente explicada pela evolução da taxa de câmbio real desses dois países, *vis-à-vis* ao dólar estadunidense, entre 2006 a 2012. Enquanto o real mostrou forte valorização em relação à moeda dos EUA, especialmente, entre 2006 e 2011, acumulando uma apreciação de 25%, a moeda da Romênia mostrou uma acentuada desvalorização. Ao longo do período 2006-2012, ela chegou a 23,6%. O gráfico 16 mostra a evolução da taxa de câmbio real do *Leu* da Romênia e do Real brasileiro, bem como do *Florim* húngaro, do *Zloty* da Polônia e da *Libra Esterlina* do Reino Unido, moedas dos países examinados neste estudo. É possível observar que a moeda da Romênia foi aquela que mostrou a maior desvalorização em relação ao Dólar estadunidense, ao longo do período, enquanto o real foi a única moeda que registrou uma valorização em relação ao dólar. Esse comportamento do câmbio ajuda a entender a queda significativa do superávit comercial brasileiro em relação à Romênia, ao longo desse período.

Gráfico 16 - Evolução do câmbio real frente ao dólar estadunidense (2006 a 2012)



Fonte: Euromonitor.

Considerando-se o conjunto dos cinco países, observa-se claramente que há uma trajetória de valorização real da moeda brasileira, em comparação com o Dólar dos EUA, entre 2006 e 2011, que foi a mais expressiva. No entanto, a forte desvalorização ocorrida em 2012, amenizou essa situação, mas não evitou que o real fosse a moeda com a maior valorização entre 2006 e 2012, ou o equivalente a 12%. As moedas de Hungria, Polônia e Reino Unido mostraram uma trajetória de desvalorização, a partir de 2009, chegando a quase 20%, em 2012. Esse movimento está relacionado, em boa parte, ao advento da crise financeira internacional, que provocou um aumento da aversão ao risco, gerando uma busca por ativos denominados em moedas fortes, especialmente, o dólar estadunidense, levando à sua valorização.⁷¹

⁷¹ Essa situação dos mercados cambiais reflete, em larga escala, movimentos de curto prazo associados ao chamado “voo para a qualidade”, devido a maior aversão ao risco dos investidores internacionais, usual em momentos de incertezas econômicas, que buscam refúgio, geralmente, em títulos públicos de países desenvolvidos. Dado o grau de integração financeira vigente, tais movimentos causam a venda de ativos denominados em moedas domésticas e um incremento da demanda por moedas reservas internacionais, especialmente, o dólar estadunidense. Tal cadeia de eventos em sistemas de câmbio flexíveis ocasiona a desvalorização da moeda doméstica em relação ao dólar estadunidense.

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO BRASIL PARA A ROMÊNIA

O perfil setorial das exportações brasileiras para a Romênia se manteve, entre 2007 e 2012, baseando-se em produtos primários e intensivos em recursos naturais. A tabela 5 mostra os dez setores brasileiros que mais exportaram para a Romênia, segundo a classificação CNAE de três dígitos. Apenas dois produtos que constavam entre os mais exportados, em 2007, não se mantiveram em 2012. Entre eles, merece destaque “produção de lavouras temporárias” (CNAE 011), que era o terceiro mais exportado, em 2007, com uma participação de 12,9%. Em contrapartida, “fabricação de óleos e gorduras vegetais e animais” (CNAE 104) elevou significativamente a sua relevância na pauta exportadora brasileira, com sua participação crescendo de 11,1% para 43,5%, ao longo do período. Por sinal, apenas os três produtos mais exportados representavam 75% das exportações brasileiras para a Romênia, em 2012, mostrando o elevado grau de concentração das exportações para aquele mercado.

Tabela 5 – Dez principais setores exportados pelo Brasil para a Romênia (2007 e 2012)

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2007 (US\$)	Participação nas exportações totais em 2007	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2012 (US\$)	Participação nas exportações totais em 2012
071	Extração de minério de ferro	81.078.135	25,6%	104	Fabricação de óleos e gorduras vegetais e animais	146.936.020	43,5%
101	Abate e fabricação de produtos de carne	53.532.771	16,9%	071	Extração de minério de ferro	55.945.556	16,5%
011	Produção de lavouras temporárias	41.021.144	12,9%	107	Fabricação e refino de açúcar	52.289.280	15,5%
104	Fabricação de óleos e gorduras vegetais e animais	35.095.861	11,1%	121	Processamento industrial do fumo	34.578.893	10,2%
107	Fabricação e refino de açúcar	28.919.591	9,1%	108	Torrefação e moagem de café	7.029.225	2,1%
121	Processamento industrial do fumo	16.379.225	5,2%	101	Abate e fabricação de produtos de carne	5.839.900	1,7%
281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	11.081.399	3,5%	013	Produção de lavouras permanentes	5.693.042	1,7%
294	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	7.757.349	2,4%	135	Fabricação de artefatos têxteis, exceto vestuário	4.307.957	1,3%
108	Torrefação e moagem de café	5.956.281	1,9%	294	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	3.723.961	1,1%
203	Fabricação de resinas e elastômeros	5.737.015	1,8%	281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	2.871.073	0,8%
	Outros	30.262.297	9,6%		Outros	18.926.799	5,6%
	Total	316.821.068	100%		Total	338.141.706	100%

Fonte: MDIC. Elaboração GICC Apex-Brasil

O aumento do grau de concentração da pauta exportadora também pode ser observado na lista dos dez produtos mais exportados. Em 2007, eles representavam 90,4% do total, enquanto em 2012, esse percentual elevou-se ainda mais, chegando a 94,4%. Chama a atenção esse comportamento das exportações brasileiras para aquele mercado, pois como se viu, anteriormente, a pauta de importações totais da Romênia tornou-se menos concentrada, ao longo do mesmo período, mostrando uma tendência oposta àquela observada nas exportações do Brasil.

PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS PELO BRASIL DA ROMÊNIA

Os produtos importados pelo Brasil da Romênia sofreram mudanças importantes, entre 2007 e 2012. Quatro dos dez principais produtos importados pelo Brasil, em 2007, saíram dessa lista, em 2012. Os dez setores da Romênia que mais exportaram para o Brasil, ao longo desse período, classificados em CNAE de três dígitos, estão reportados na tabela 6. Entre os produtos que perderam relevância, destacam-se “confeção de artigos do vestuário e acessórios” (CNAE 141) e “fabricação de artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas” (CNAE 254). Enquanto isso, produtos de material de transporte ganharam espaço, com destaque para “fabricação de peças e acessórios para veículos automotores” (CNAE 294), que, além de se manter na primeira posição entre os mais importados pelo Brasil, aumentou a sua participação para 40,2% do total importado. Por sinal, boa parte dos setores mais exportados pela Romênia faz parte dos mais importados pelo Brasil daquele país, em sintonia com a maior importância que esses produtos passaram a ter na pauta de exportação da Romênia.

Tabela 6 – Principais setores importados pelo Brasil da Romênia 2007 e 2012

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2007 (US\$)	Participação nas importações totais em 2007	Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2012 (US\$)	Participação nas importações totais em 2012
294	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	15.274.281	31,0%	294	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	121.255.307	40,2%
242	Siderurgia	12.729.683	25,9%	283	Fabricação de tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura e pecuária	32.143.073	10,7%
281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	3.146.220	6,4%	221	Fabricação de produtos de borracha	24.853.064	8,2%
283	Fabricação de tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura e pecuária	2.648.756	5,4%	265	Fabricação de aparelhos e instrumentos de medida, teste e controle; cronômetros e relógios	20.031.382	6,6%
141	Confeção de artigos do vestuário e acessórios	1.599.245	3,3%	282	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	16.366.974	5,4%
254	Fabricação de artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas	1.596.825	3,2%	273	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	14.326.520	4,8%
273	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	1.290.562	2,6%	281	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	13.008.015	4,3%
271	Fabricação de geradores, transformadores e motores elétricos	1.061.777	2,2%	242	Siderurgia	7.463.397	2,5%
265	Fabricação de aparelhos e instrumentos de medida, teste e controle; cronômetros e relógios	923.458	1,9%	286	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso industrial específico	4.895.165	1,6%
261	Fabricação de componentes eletrônicos	805.895	1,6%	285	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e na construção	4.739.868	1,6%
	Outros	8.130.416	16,5%		Outros	42.506.005	14,1%
	Total	49.207.118	100%		Total	301.588.770	100%

Fonte: MDIC.

No que se refere ao grau de concentração da pauta importadora brasileira da Romênia, houve uma suave elevação, ao longo do período. Os dez produtos mais importados, em 2012, detinham uma participação de 86% do total, enquanto, em 2007, essa participação era de 83,5%. Além da manutenção do perfil e do pequeno aumento do grau de concentração, vale destacar, mais uma vez, o forte incremento das importações brasileiras daquele país, embora ainda tenham pouca representatividade na pauta total do Brasil. Elas elevaram-se em seis vezes, ao longo do período, passando de US\$ 49,2 milhões, em 2007, para US\$ 301,6 milhões, em 2012.

INDICADORES DE COMÉRCIO BRASIL-ROMÊNIA

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 Romênia. 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. Este estudo adota a classificação apresentada no quadro 5, para mensurar a intensidade tecnológica dos produtos comercializados entre Brasil e Romênia.

Quadro 5 – Taxonomia da medida de intensidade tecnológica e respectivos setores da economia

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 ou Tradicional	Bens industriais de consumo não-duráveis mais tradicionais: Têxteis, Confeções, Couro e Calçado, Cerâmico, Produtos Básicos de Metais, entre outros.
Indústria Intensiva em Escala	Indústria Automobilística, Indústria Siderúrgica e os Bens Eletrônicos de Consumo [1]
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).⁷²

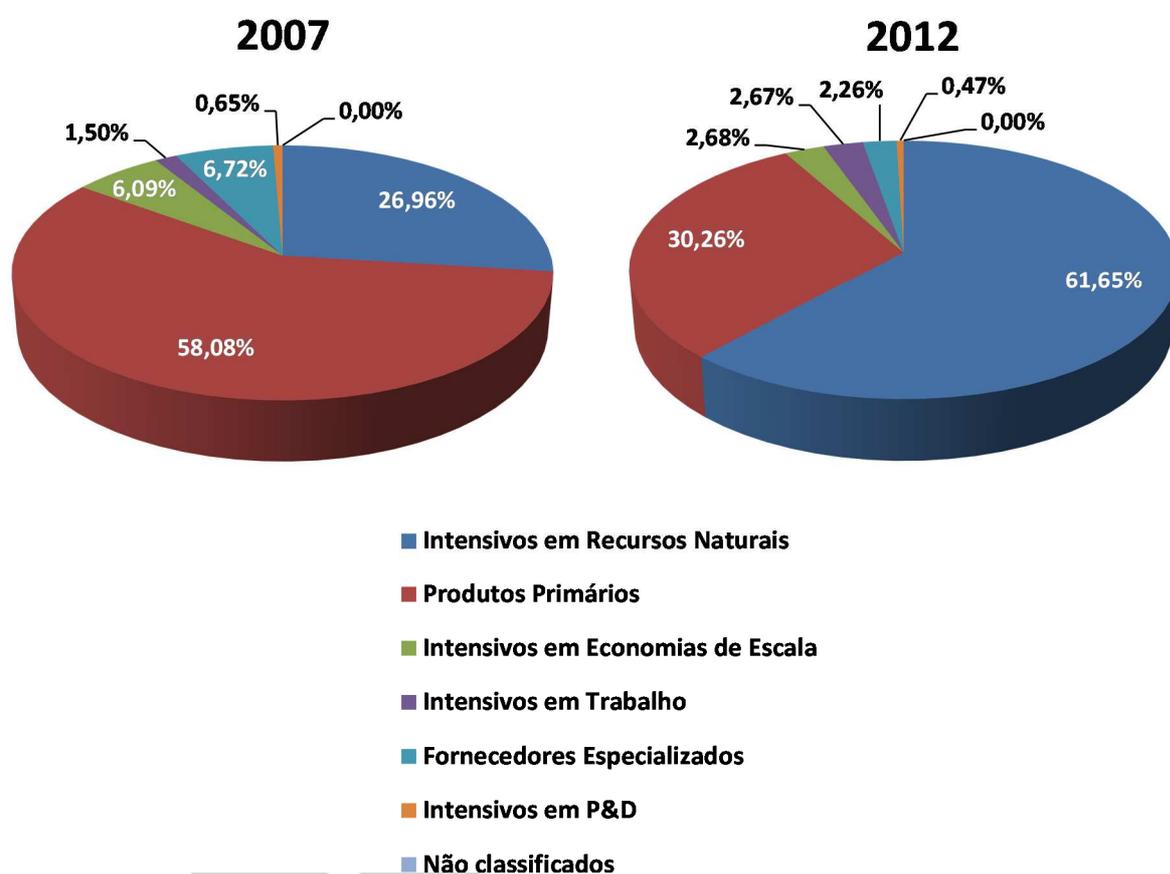
A análise das exportações brasileiras para a Romênia, no período 2007-2012, mostra um aumento significativo da participação dos produtos intensivos em recursos naturais, que passaram de 27% do total, para 61,7%, destacando-se como o principal segmento exportador, em 2012, conforme mostra o gráfico 17. Apesar do bom desempenho desse segmento, a maioria dos demais setores industriais apresentou uma perda de participação exportadora brasileira para o país. A maior queda foi observada em manufaturas intensivas em fornecedores especializados, com redução de 6,7% para apenas 2,3%, ao longo do período. No

⁷² Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) Vídeo – televisores, videocassete e câmera de vídeo; (b) Áudio – rádio, autorrádio, cd player, toca-disco, sistema de som, etc; (c) Outros Produtos – forno de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

entanto, a queda mais expressiva ocorreu no segmento de produtos primários, cuja participação declinou de 58,1% para 30,3%, entre 2007 e 2012.

A perda de relevância dos produtos primários nas exportações para a Romênia se contrapõe à tendência de reprimarização da pauta total de exportação brasileira.⁷³ O grande aumento de participação dos produtos intensivos em recursos naturais na pauta exportadora brasileira se deve, em grande parte, ao setor de “fabricação de óleos e gorduras vegetais e animais”. Esse setor apresentou uma grande elevação de suas exportações para a Romênia, passando de apenas US\$ 35,1 milhões (11,1% do total), em 2007, para US\$ 146,9 milhões (43,5% do total), em 2012, tornando-se o principal produto exportado pelo Brasil para aquele país.

Gráfico 17 – Exportações brasileiras para a Romênia por intensidade tecnológica – 2007 e 2012



⁷³ Para uma versão não tão crítica em relação ao recente processo de reprimarização da pauta exportadora brasileira, ver RIBEIRO, Fernando. “Reprimarização” das exportações: onde está o problema? *Revista Brasileira de Comércio Exterior*, Rio de Janeiro, n. 99, p. 2-3, jun. 2009.

Apresentada a intensidade tecnológica dos setores econômicos, no intercâmbio comercial entre Brasil e Romênia, seguem abaixo os indicadores de comércio entre os dois países. Para efeitos de comparação com os outros países emergentes da região e importantes na pauta comercial brasileira, foram incluídos também os dados de Hungria, Polônia e Reino Unido.

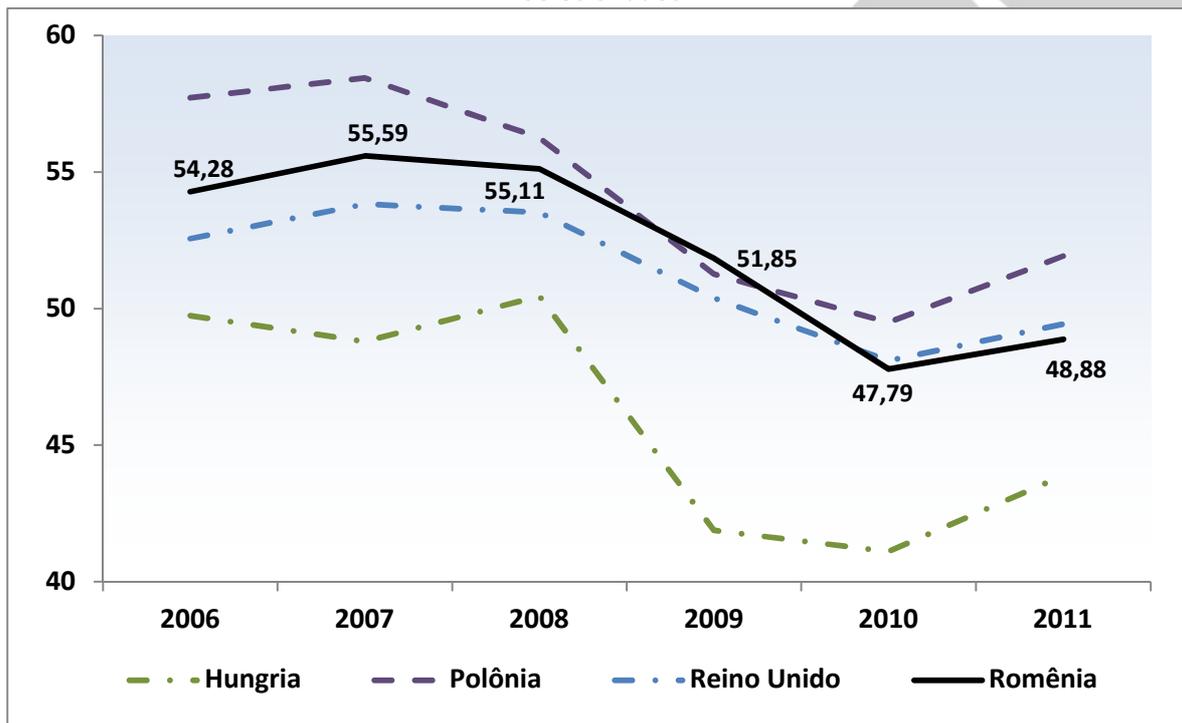
ÍNDICE DE COMPLEMENTARIDADE DE COMÉRCIO

O Índice de Complementaridade de Comércio (ICC) fornece informações sobre as perspectivas de integração comercial entre dois países. Entre Brasil e Romênia, o ICC é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações da Romênia. Por meio dessa comparação, é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil para o mundo coincidem com os produtos importados pela Romênia. 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 deste.

No período 2006-2011, houve uma queda generalizada do grau de complementaridade entre o Brasil e os países examinados, com o ICC situando-se abaixo de 50 em todos eles, à exceção da Polônia, em 2011. O ICC mostrou o maior declínio entre Brasil e Hungria, passando de 49,7 para 43,9, ao longo do período, acentuando essa tendência, a partir de 2008, conforme mostra o gráfico 18. Em razão desse desempenho, o índice se manteve com o menor patamar em relação aos demais países examinados. A queda menos acentuada do grau de complementaridade do Brasil ocorreu com o Reino Unido, com o ICC passando de 52,6, em 2006, para 49,4, em 2011. Apesar da queda do ICC, a Polônia se manteve com o maior índice, chegando a 51,9, em 2011. Por fim, a Romênia registrou uma queda do ICC com o Brasil de 54,3 para 48,9, ao longo do período.

O ICC aponta, portanto, para uma baixa e declinante complementaridade comercial entre o Brasil e a Romênia, assim como com os demais países europeus examinados. Dado que a Romênia faz parte da União Europeia, cuja recente inclusão de países com uma pauta exportadora coincide parcialmente com a brasileira, é possível que esteja ocorrendo uma substituição de fornecedores brasileiros por europeus. Ou seja, dada as preferências comerciais do bloco, pode estar havendo desvio de comércio em benefício de produtores do bloco menos eficientes em produtos nos quais o Brasil é internacionalmente competitivo.

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



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

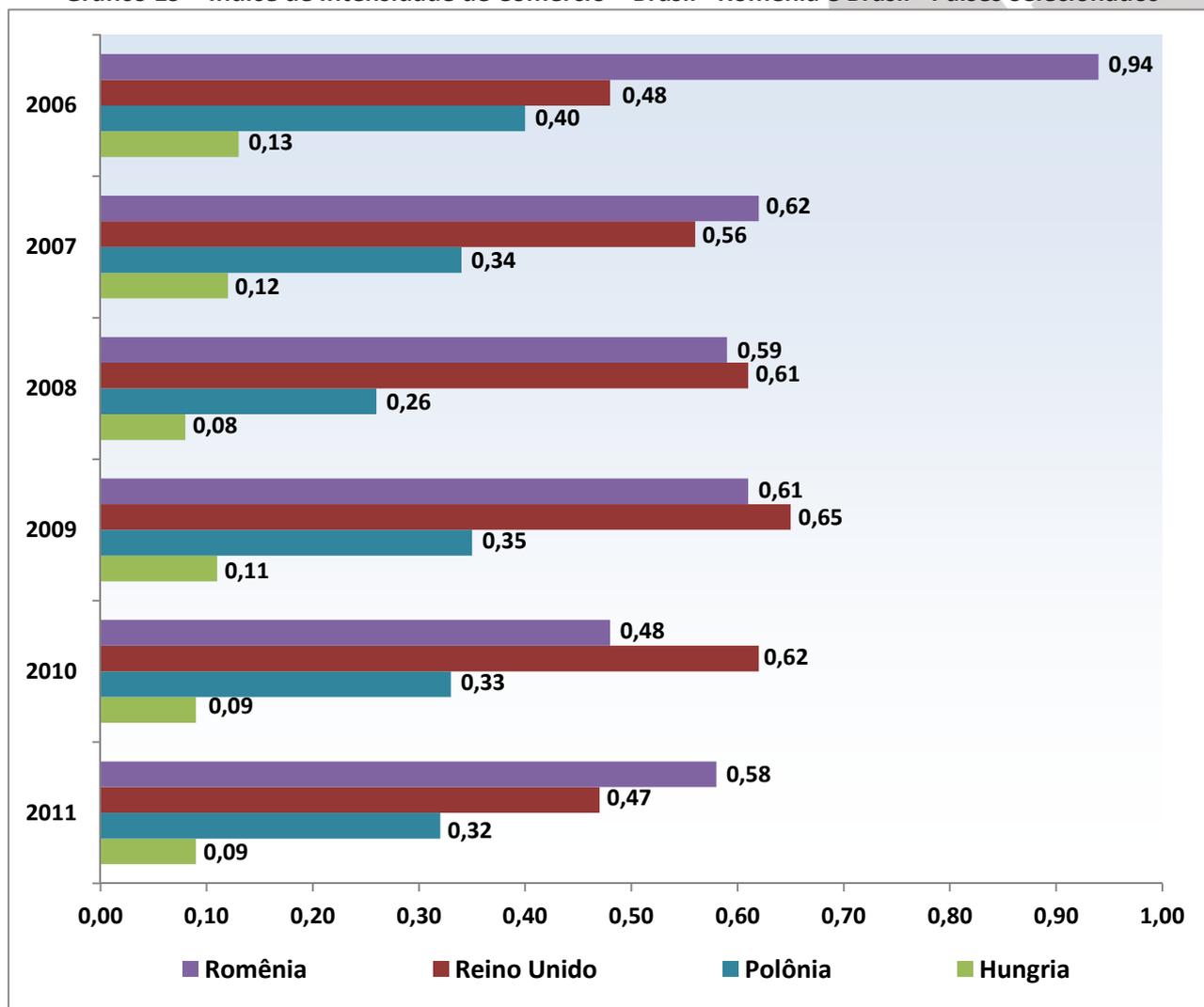
ÍNDICE DE INTENSIDADE DE COMÉRCIO

Esse 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 Romênia é obtido pela razão entre a participação das exportações brasileiras nas importações da Romênia e a participação das exportações brasileiras no resto do mundo. Um valor superior à unidade significa que as exportações brasileiras para o mercado da Romênia são maiores do que seria de se esperar, a partir do *market-share* do Brasil no comércio mundial. A análise da evolução desse índice, ao longo do tempo, mostra se os dois países estão apresentando uma maior ou menor tendência de comercializar entre si. Além disso, quanto maior o indicador, maior a intensidade de trocas entre os parceiros.

O gráfico 19 mostra a série do IIC do Brasil com a Romênia e países selecionados, entre 2006 e 2011. Assim como ocorreu com o grau de complementaridade de comércio, houve uma queda da intensidade de comércio do Brasil com os países examinados. Também chama a atenção que, em nenhum dos países europeus analisados, o índice se situa acima da unidade, ficando, em 2011, em um intervalo de 0,09 a 0,58, portanto, bastante abaixo da média brasileira com os demais países. A redução mais significativa ocorreu justamente com a Romênia, com o índice passando de 0,94 para 0,58, ao longo do período. Apesar da queda

na comparação dos cinco anos, houve uma suave recuperação, em 2011. Tanto no início como no final do período observado, a Hungria mostrou o menor índice de intensidade comercial com o Brasil, entre os países europeus examinados, chegando a apenas 0,09, em 2011. Reino Unido e Polônia também registraram queda do índice, chegando, em 2011, a 0,47 e 0,32, respectivamente, mostrando a baixa intensidade de comércio entre o Brasil e esses países.

Gráfico 19 – Índice de Intensidade de Comércio – Brasil - Romênia e Brasil - Países Selecionados



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

A queda do grau de complementaridade e os baixos valores assumidos pelo índice de intensidade de comércio, abaixo da unidade, entre o Brasil e os países europeus analisados, sinalizam para um quadro comercial preocupante naquela região. Especialmente, porque esses países têm mostrado um grande dinamismo importador, nos últimos anos. A criação de um acordo preferencial de comércio entre o MERCOSUL e a União Europeia poderia gerar oportunidades comerciais, nos próximos anos, principalmente,

para aqueles produtos em que o Brasil apresenta claras vantagens comparativas, mas que, atualmente, estão sendo adquiridos de países que pertencem ao bloco europeu.

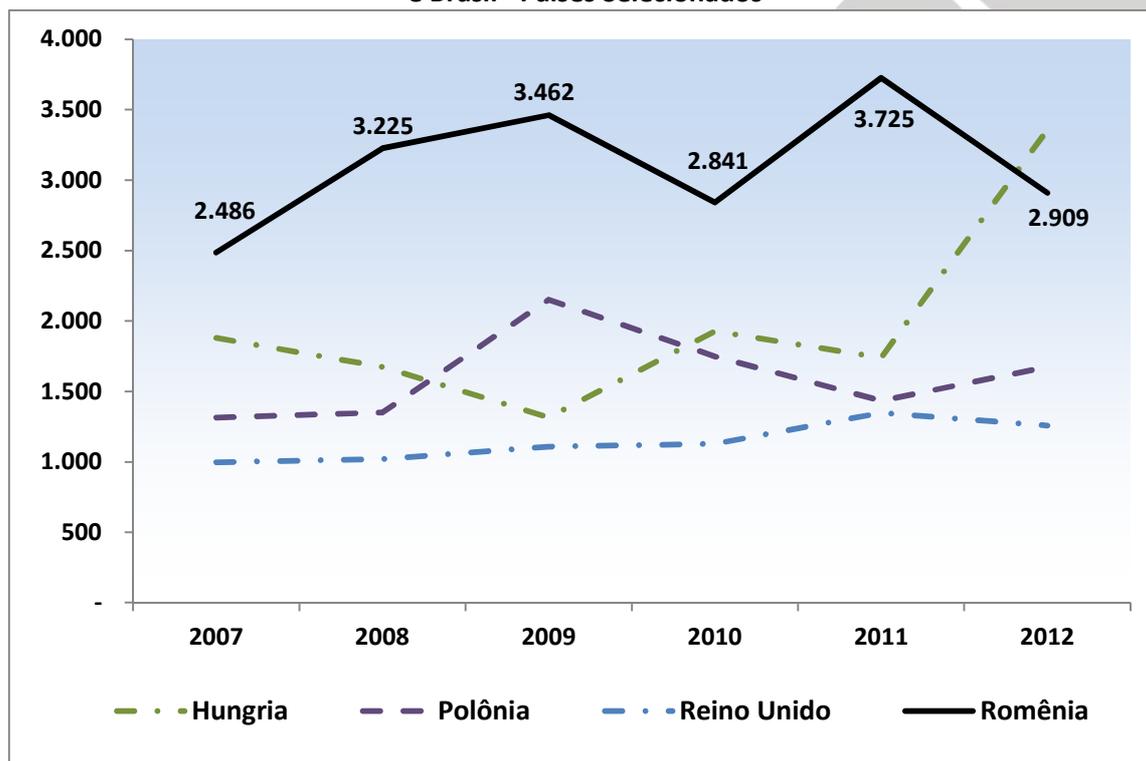
INDICADOR DE DIVERSIFICAÇÃO/CONCENTRAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES – ÍNDICE DE HERFINDHAL-HIRSCHMAN (HHI)

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 1.000 são considerados com baixa concentração, ou seja, o valor de suas exportações não está concentrado em alguns produtos. Países com HHI entre 1.000 e 1.800 são considerados de concentração moderada e países com HHI superior a 1.800 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 a Romênia apresentou uma elevação de seu grau de concentração, nos últimos anos. O índice passou de 2.486, em 2007, para 2.909, em 2012, mantendo-se em um patamar considerado de elevada concentração (gráfico 20). Houve uma acentuada oscilação, ao longo do período, chegando a atingir um pico de 3.725, em 2011, declinando novamente, em 2012. A tendência observada reflete a configuração da pauta de exportações brasileiras para aquele país. Em 2012, os dez principais produtos exportados para a Romênia, de acordo com a classificação CNAE de três dígitos, representavam uma parcela equivalente a 94,4% do total. Somente os três principais produtos exportados pelo Brasil, para aquele país, já representavam três quartos (75,5%) do total, em 2012, mostrando o quão concentrada são as exportações brasileiras para aquele mercado.

Gráfico 20 – Índice de Concentração das Exportações (Índice de Herfindhal-Hirschman) – Brasil - Romênia e Brasil - Países Selecionados



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

Nos demais países examinados, também houve uma tendência de aumento da concentração das exportações brasileiras, ao longo do período, mantendo-se em patamares bastante elevados. O grau de concentração mais alto é observado na Hungria, chegando a 3.358, em 2012. O mais baixo, por sua vez, é verificado com o Reino Unido, embora também tenha se elevado de 997 para 1.257, ao longo do período, passando de um HHI de baixa para moderada concentração, em apenas cinco anos. Em relação à Polônia, houve um aumento do HHI, no período 2007-2012, de 1.313 para 1.674, mantendo ainda as exportações brasileiras para aquele país no limite de moderada concentração, em 2012.

Seguindo os limites estabelecidos anteriormente, em dois dos países europeus examinados, Hungria e Romênia, o índice atingiu, em 2012, valores superiores a 1.800, o que caracteriza uma pauta exportadora altamente concentrada, tendo aumentado, ao longo do período em análise. Na Polônia e no Reino Unido, o HHI se manteve ainda no patamar de moderada concentração, em 2012.

A partir da análise dos três indicadores examinados até aqui, percebe-se que o perfil do comércio brasileiro com a Romênia é altamente concentrado, além de apresentar baixa intensidade e complementaridade. Nesses três indicadores, conforme foi observado, houve uma piora, ao longo do período examinado. Essa situação sinaliza a necessidade de uma profunda alteração da relação comercial bilateral com esses países.

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, mas 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 intrassetor industrial. Dessa forma, mesmo que não haja complementaridade no comércio entre os dois países, as trocas entre eles podem ser elevadas devido à existência de comércio intrassetor industrial.

É essa modalidade de comércio que explica, por exemplo, 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 do que o de comércio entre países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, que, em geral, exportam produtos primários ou intensivos em trabalho. O índice de comércio intrassetorial pode variar entre 0 e 1. Se esse indicador alcançar um valor igual à unidade, todo o comércio será intrassetorial. Por outro lado, atingindo um valor 0, o comércio será tipicamente intersetor industrial, ou seja, os países apresentariam uma diversidade em sua pauta comercial, isto é, um bem comercializável ou é importado ou é exportado, mas não ambos. De maneira geral, quando o índice é maior que 0,5, prevalece o comércio intrassetor industrial, caso contrário, o comércio bilateral será intersetorial.

A tabela 7 mostra os produtos que integram a pauta de comércio intrassetor industrial entre Brasil e Romênia.⁷⁴ Esse tipo de comércio não tem sido historicamente muito elevado entre os dois países, dado o perfil das exportações brasileiras para a Romênia, predominantemente, de produtos primários e intensivos em recursos naturais, os quais têm, inclusive, aumentado nos últimos anos. No entanto, em alguns setores econômicos, predomina o comércio intrassetor industrial entre os dois países, representados por códigos CNAE de dois dígitos, chegando a cinco, em 2012 (19, 20, 22, 28 e 35). Em todos esses setores, houve, inclusive, um aumento do comércio intrassetor industrial, entre 2007 e 2012, com destaque para o CNAE 20, ou “fabricação de produtos químicos”, cujo índice de comércio intrassetor industrial mostrou o maior crescimento, chegando a 0,88, em 2012. Devido a esse desempenho, o setor mostrou o maior grau de comércio intrassetor industrial, nesse ano.

⁷⁴ A classificação setorial empregada no cálculo do índice de comércio intrassetorial é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), versão 1.0, detalhada em três dígitos.

Tabela 7 – Comércio Intra-setor Industrial – Brasil – Romênia

CNAE	Descrição	2007	2008	2009	2010	2011	2012
19	Fabricação de coque, de produtos derivados do petróleo e de biocombustíveis	0,301	0,326	0,129	0,153	0,315	0,785
193	Fabricação de biocombustíveis	0,851	0,679	0,476	0,286	0,464	0,761
20	Fabricação de produtos químicos	0,038	0,073	0,246	0,301	0,641	0,880
22	Fabricação de produtos de borracha e de material plástico	0,269	0,838	0,579	0,426	0,423	0,834
28	Fabricação de máquinas e equipamentos	0,250	0,428	0,765	0,103	0,569	0,562
284	Fabricação de máquinas-ferramenta	0,266	0,705	0,476	0,072	0,837	0,638
35	Eletricidade, gás e outras utilidades	0,002	0,691	0,097	0,000	-	0,804

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

Em quatro dos cinco setores examinados, o grau de comércio intra-setor industrial se situava próximo ou acima de 0,80, em 2012. Isso mostra que, praticamente, todo o comércio nesses setores é intra-setor industrial. Portanto, pode-se constatar que, embora ainda concentrado em poucos setores, o comércio intra-setor industrial entre Brasil e Romênia se intensificou, ao longo do período examinado.

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. Neste estudo, o índice de especialização exportadora compara a participação das exportações de determinados setores brasileiros para o mundo com a participação das exportações da Romênia dos mesmos setores para o mundo. Um valor do IEE superior a 1 sugere que, no setor analisado, o Brasil tem vantagem de especialização exportadora em relação à Romênia.

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

A tabela 8 mostra os setores em que o Brasil era mais especialista do que a Romênia, em 2011. Em todos, também há um elevado grau de complementaridade entre a pauta de exportação brasileira e a de importação da Romênia, com o índice atingindo o valor de 100 em um setor. Chama a atenção que, naqueles setores onde o Brasil era mais especialista do que a Romênia, há baixa participação dos mesmos na pauta total de importação do país. Apenas um setor apresentava uma elevada participação na pauta de importações totais, “extração de petróleo e gás natural”, com 7,8%. No entanto, a participação do Brasil, nas importações da Romênia desse setor, era nula. Há, portanto, nesse setor, um grande potencial de

crescimento das exportações brasileiras para aquele mercado, pois combina elevada especialização exportadora brasileira, alto grau de complementaridade entre os países e elevada participação nas importações da Romênia.

Tabela 8 – Índice de Especialização Exportadora – Romênia

Setor/ CNAE	Descrição	IEE 2011	ICC 2011	Participação do setor nas importações da Romênia	Participação do Brasil nas importações da Romênia do setor 2011	Principal Fornecedor	Participação do principal fornecedor nas importações da Romênia do setor
131	Extração de minério de ferro	511.392,72	97,56	0,43%	39,76%	Ucrânia	42,0%
211	Fabricação de celulose e outras pastas para a fabricação de papel	469,22	50,74	0,07%		Áustria	24,8%
111	Extração de petróleo e gás natural	89,92	88,23	7,58%		Cazaquistão	54,2%
234	Produção de álcool	24,88	100,00	0,07%		Áustria	62,9%
156	Fabricação e refino de açúcar	21,76	90,54	0,56%	53,73%	Bulgária*	16,9%
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	8,38	56,50	0,40%		Itália	41,2%
233	Elaboração de combustíveis nucleares	4,54	68,72	0,01%		Hungria	25,6%
372	Reciclagem de sucatas não-metálicas	4,31	87,63	0,00%		Alemanha	34,6%
293	Fabricação de tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura, avicultura e obtenção de produtos animais	3,62	65,90	0,65%	0,08%	Alemanha	27,3%
246	Fabricação de defensivos agrícolas	3,50	66,27	0,35%		França	17,6%
295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	3,02	57,58	0,85%	0,33%	Alemanha	23,3%
248	Fabricação de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	2,55	78,42	0,51%	0,00%	Alemanha	22,4%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	2,23	63,90	1,25%		Alemanha	32,3%
331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	1,59	53,44	0,55%	0,08%	Alemanha	35,5%
301	Fabricação de máquinas para escritório	1,55	68,60	0,06%		Alemanha	19,2%
158	Fabricação de outros produtos alimentícios	1,22	59,71	1,06%	0,04%	Alemanha	20,2%
160	Fabricação de produtos do fumo	1,10	60,25	0,36%	20,09%	Alemanha*	18,2%
999	Não classificado	1,06	99,45	2,58%	0,02%	Itália	22,5%

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

* Principal fornecedor após o Brasil.

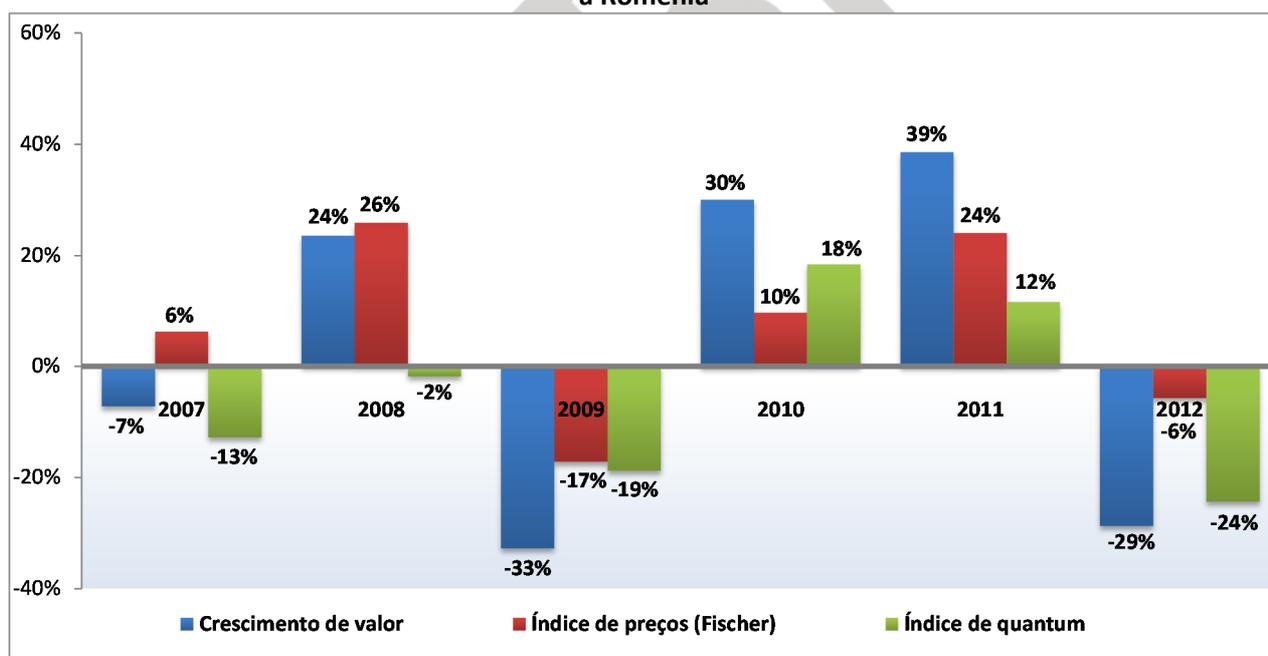
No entanto, em todos os demais setores, a participação no total importado pela Romênia é baixa e, em muitos casos, aproxima-se de zero. Assim, mesmo que haja um esforço para aumentar as exportações desses produtos, o impacto não deverá ser significativo. Esse é o caso, por exemplo, dos dois produtos em que o Brasil é o principal fornecedor da Romênia: “fabricação e refino de açúcar” (CNAE 156) e “fabricação de produtos do fumo” CNAE (160). Ambos apresentam uma participação na pauta importadora da Romênia inferior a 1%, o que acaba limitando o potencial de expansão das exportações brasileiras. Os países europeus são os principais fornecedores de boa parte dos produtos nos quais o Brasil é mais especialista do que a Romênia, especialmente a Alemanha. Em 2011, a Alemanha era a principal fornecedora de oito desses setores, com participação, em torno de, 5% no total importado.

ÍNDICE DE PREÇOS E ÍNDICE DE *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 na diminuição do valor das exportações brasileiras, para o mercado da Romênia. No período 2007-2012, conforme ilustrado no gráfico 21, percebe-se que o valor exportado apresentou crescimento em apenas metade dos anos examinados. Ao longo do período, os preços tiveram uma influência mais positiva do que o comportamento do *quantum*, que mostrou grande volatilidade. Nesse período, sempre que o *quantum* declinou, houve uma queda do valor exportado. O melhor desempenho do valor exportado ocorreu em 2011, quando chegou a se elevar em 39%, sendo impulsionado tanto pelo comportamento dos preços como do *quantum*.

Em 2009, no entanto, houve a queda mais expressiva do valor exportado, que chegou a 33%. Nesse ano, quando a crise financeira internacional teve o maior impacto negativo sobre os fluxos de comércio globais, os preços das exportações brasileiras também apresentaram a maior redução, ao longo do período examinado, chegando a 17%. A partir de então, o valor exportado voltou a crescer mais vigorosamente, superando os 30% em 2010 e 2011, com um desempenho positivo tanto dos preços como do *quantum*. Em 2012, o valor das exportações voltou a declinar, reforçando a grande volatilidade das exportações brasileiras para a Romênia. A queda de 29% do valor exportado, nesse ano, foi impulsionada pelo comportamento do *quantum*, que se reduziu em 24%.

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



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

Uma das razões que pode explicar a grande oscilação das exportações do Brasil para a Romênia nos últimos anos é o fraco desempenho econômico romeno após a crise financeira internacional. Após apresentar um crescimento médio do PIB acima de 6% ao ano, entre 2006 e 2008, a economia romena ainda não voltou a se expandir com o mesmo dinamismo de então. Entre 2009 e 2012, o melhor desempenho foi registrado em 2011, quando o PIB cresceu apenas 2,5%, enquanto houve queda do PIB, em 2009 e 2010. Essa forte oscilação do crescimento econômico não tem tido um reflexo positivo sobre o comércio, que também se mostrou muito instável com o Brasil. Além disso, a entrada do país na União Europeia, a partir de 2007, não contribuiu para expandir o comércio bilateral com o Brasil, desviando o comércio em produtos nos quais o Brasil era competitivo, mas não gozava das mesmas preferências concedidas aos parceiros do bloco europeu, reduzindo o potencial comercial bilateral entre os países.

ApexBrasil



PARTE 4

OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA O BRASIL NA ROMÊNIA

ApexBrasil

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

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

O primeiro passo da metodologia consiste em levantar os produtos que a Romênia importou de todo o mundo entre 2006 e 2011. Cruzando-se esses produtos com aqueles que o Brasil exportou⁷⁵ para a Romênia nesse período, faz-se a seguinte separação:

- **Produtos brasileiros com Exportações Incipientes** – são aqueles:

- cuja participação brasileira nas importações romenas é muito baixa; e/ou
- cujas exportações brasileiras para a Romênia não são contínuas.⁷⁶

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

- o Brasil seja especialista⁷⁷ em sua exportação; e
- exista complementaridade entre a pauta exportadora brasileira e a pauta importadora romena, ou seja, a Romênia precisa importar os produtos que o Brasil deseja exportar; e
- as importações romenas 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 romeno.

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

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

⁷⁵ Aqui, consideram-se os dados das importações feitas pelo país analisado, oriundas do Brasil.

⁷⁶ Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior.

⁷⁷ Na relação comercial entre dois países, o indicador de especialidade exportadora aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto do que o país B. A ideia é a de que, se um país é mais especialista do que o outro, existe oportunidade de comércio entre eles, com o país A exportando para o país B.

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

É possível notar na Tabela 9 que, nas vendas do Brasil para a Romênia, há forte predominância de produtos classificados como exportações expressivas (91,5%), embora esses produtos sejam representados por apenas 32 SH6. Em valor, as importações romenas provenientes do Brasil classificadas como expressivas atingiram US\$ 606 milhões, ao passo que as importações classificadas como incipientes alcançaram US\$ 56 milhões.

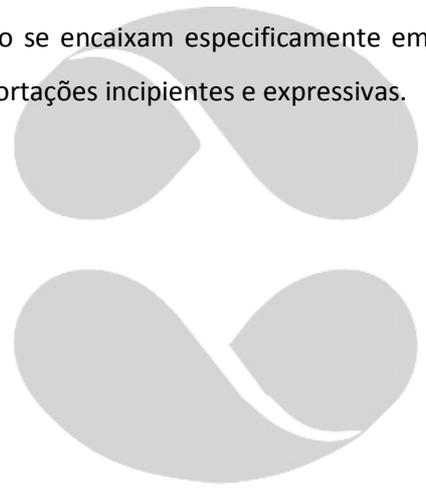
Tabela 9 - Classificação das exportações dos produtos brasileiros importados pela Romênia

Classificação	Nº de SH6	Nº SH6 (%)	Importações totais da Rômenia em 2011 (US\$)	Importações totais da Romênia em 2011 (%)	Importações romenas provenientes do Brasil em 2011 (US\$)	Importações romenas provenientes do Brasil em 2011 (%)
Expressivo	32	0,6%	1.657.895.705	2,2%	606.876.615	91,5%
Incipiente	5.380	99,4%	74.707.389.003	97,8%	56.213.998	8,5%
Total	5.412	100%	76.365.284.708	100%	663.090.613	100,00%

Fonte: Comtrade. Elaboração: GICC Apex-Brasil.

A fim de apresentar as oportunidades de exportação para o mercado romeno, os grupos de produtos brasileiros foram organizados em cinco grandes complexos: 1) Alimentos, Bebidas e Agronegócios; 2) Casa e Construção; 3) Máquinas e Equipamentos; 4) Moda e Cuidados Pessoais; e 5) Multissetorial e Outros. Esse

último abrange produtos que permeiam mais de um complexo ou não se encaixam especificamente em nenhum deles. Em cada complexo são apresentados os grupos com exportações incipientes e expressivas.



ApexBrasil

A Romênia, embora ainda precise superar alguns obstáculos para o desenvolvimento de seu agronegócio, se posiciona como o segundo maior produtor agrícola da Europa Centro-Oriental, atrás somente da Polônia. Com uma zona cultivável de aproximadamente 15 milhões de hectares, o país foi, no século XIX, um importante celeiro de grãos para a Europa. Atualmente, somente sessenta por cento das terras agrícolas romenas estão sendo utilizadas, sendo que cerca de 5 milhões de hectares são destinados a pastagens para a criação animal. No restante do espaço ocupado pela agricultura destaca-se a produção de cereais, sobretudo de milho e trigo, que são as culturas predominantes no país.

No que se refere à produção agrícola, destacam-se, pela qualidade do solo e pelas condições climáticas, as regiões de *Walachia*, da *Transilvânia*, de *Moldova*, de *Banat* e de *Dobrogea*. A região de *Walachia*, que corresponde às regiões de *Oltenia* (em vermelho) e *Muntenia* (em azul real) no mapa a seguir, é considerada o celeiro de grãos do país e responde por metade da colheita de cereais e de frutas, especialmente uvas, da Romênia. Dentro desta mesma região destaca-se a produção em maior escala⁷⁸ de frutas, hortaliças, legumes e flores no distrito agrícola de *Ilfov* localizado nas cercanias da capital Bucareste. Apesar da qualidade do solo de *Walachia*, as colheitas são bastante flutuantes quando se analisa sua produção ao longo dos anos, devido às variações climáticas que causam, frequentemente, secas e que afetam o desempenho agrícola daquela área.

Figura 6: Romênia – subdivisão em regiões



Fonte: <http://romaps.batcave.net/>. Nota: a região de *Walachia* corresponde às regiões de *Oltenia* e *Muntenia*.

⁷⁸ A produção em grande escala corresponde ao termo em inglês *Truck Farming* e se caracteriza pela produção em propriedades grandes e em larga escala de frutas, hortaliças, legumes, flores e fumo para o atendimento de grandes compradores. Em oposição ao referido termo, existe o conceito de *Market Garden* que se entende pela produção nas pequenas propriedades em escala reduzida, geralmente caracterizada pelo cultivo da agricultura familiar e que se destina ao fornecimento direto a consumidores e restaurantes.

A região da *Transilvânia* (em verde esmeralda no mapa apresentado), apesar de receber uma quantidade maior de precipitações, apresenta solos mais pobres em nutrientes e mais acidificados e pedregosos, o que dificulta o cultivo mecanizado em grande escala. Dessa forma, destacam-se na referida região a criação de rebanhos nas áreas montanhosas e de batatas e de alguns grãos em sua porção mais central. A região de *Moldova* (representada pela cor rosa) que fica na porção nordeste do país possui solos menos férteis e recebe uma quantidade muito menor de chuvas. Suas principais culturas são milho, trigo, frutas e batatas. A região de *Banat* (em amarelo mel no mapa), por sua vez, reúne o equilíbrio quase ideal de solo rico em nutrientes (*chernozem*⁷⁹) e quantidade de chuvas. A principal cultura da região é o trigo e se destaca ainda a produção de frutas e de legumes. A região de *Dobrogea* (em amarelo pastel), na qual está situado o Porto de Constanza, embora não apresente nível pluviométrico ideal, já teve papel importante na agricultura romena, sobretudo na década de 1980, pois a região pantanosa do delta do Rio Danúbio era drenada e utilizada para o plantio. As colheitas tradicionais da referida região são grãos, girassóis e leguminosas.

Historicamente, milho e trigo se destacam como importantes culturas respondendo pela ocupação de cerca de dois terços das terras aráveis e, aproximadamente, 90% da produção de grãos na Romênia. Outras importantes lavouras de grãos são cevada, aveia, arroz e centeio. O país se destaca ainda como importante produtor de feno, girassóis, batatas, soja, beterraba, tubérculos, milho para silagem e tabaco. Na história da agricultura romena se destacaram ainda a produção de uvas e, conseqüentemente, de vinhos, especialmente na região de Moldova, o que acabou conferindo ao país, a partir do século XIX, boa reputação como produtor de vinhos finos. Ressalta-se que, sobretudo entre as décadas de 1950 e 1980, a Romênia aumentou largamente sua produção agrícola, mas que todo esse aumento foi conseqüência de ampla utilização de adubos e produtos químicos para correção do solo e de grandes investimentos em irrigação e drenagem para expansão das terras aráveis no país. Esses fatores elevaram os custos de produção e, por conseqüência, o valor dos produtos.

Ainda com relação ao contexto histórico do agronegócio romeno, pode-se afirmar que antes do aumento na produção de grãos houve um grande aumento na criação de rebanhos, principalmente na criação de carneiros, que já foi a atividade econômica agropecuária mais importante do país. No entanto, essa atividade foi prejudicada pela destinação das terras para a agricultura e pela escassez de forragem. Após

⁷⁹ O *chernozem*, que em russo quer dizer terra preta, é um dos tipos mais comuns de solo do leste europeu. Esse solo consiste de uma camada superficial escura, com profundidade geralmente de 1 metro. A cor escura do solo *chernozem* deriva do conteúdo altamente orgânico que o compõe. Os verões quentes e secos, assim como os invernos frios das áreas onde esse solo está presente, geralmente inibem a decomposição da matéria orgânica, tornando-o rico em húmus. O *chernozem* também possui depósitos que descem com o derretimento da neve na primavera, e então sobem novamente no verão para repousarem sob o húmus, diminuindo a acidez, fazendo dele um solo naturalmente fértil.

a Segunda Guerra Mundial os rebanhos voltaram a crescer, sobretudo a criação de carneiros na região montanhosa de *Dobrogea*. Outras criações que também se desenvolveram em larga escala foram porcos, aves e coelhos, devido a fortes incentivos do estado e barreiras às importações. A piscicultura foi outra atividade que se desenvolveu nos últimos anos e que é favorecida pelos numerosos rios do país, por suas águas litorâneas e pelo lago *Razelim* no Delta do Danúbio.

Atualmente a agricultura é um dos motores da economia romena, já que, diferentemente da maioria dos membros da União Europeia, o país não possui um parque industrial muito diversificado. Dessa forma, o agronegócio é uma importante fonte de geração de riquezas e atrai a atenção não somente dos produtores agrícolas mas também de empresários, investidores, analistas e governo. De acordo com dados do Instituto Nacional de Estatísticas da Romênia a contribuição da agricultura para a formação do PIB foi de 6,5% em 2011.

A compra de terras na Romênia cada vez mais tem se tornado um rentável negócio que atrai não somente o interesse dos romenos mas também de estrangeiros⁸⁰, já que a produção de alimentos pode ser uma opção bastante lucrativa de negócio. O valor médio das terras no país quase que triplicou desde 2007, de acordo com informações da Consultoria DTZ. E a tendência é de continuidade de crescimento. Ainda segundo informações da DTZ, o valor médio de um hectare de terra era EUR 927 em 2007. Em 2011 esse valor saltou para EUR 1.972 e, em 2012, o valor do hectare superou os EUR 2.000⁸¹. A estimativa é que esse valor ultrapasse os EUR 3.000 após 2015.

Ainda de acordo com a DTZ, a crise econômica de 2008 não chegou a afetar significativamente as transações do setor na Romênia. Importante característica que impacta fortemente esse mercado no país é o tamanho reduzido das propriedades rurais. Com algumas exceções ao sul e na porção mais ocidental, a maioria dessas propriedades estão divididas em lotes de um hectare ou menos, o que dificulta a compra de grandes volumes contínuos de terras para produção agrícola em larga escala.

Aliada a todas essas características ainda existe a possibilidade de obtenção de subsídios agrícolas e da utilização da terra como garantia para empréstimos. Por tudo isso a Romênia tem sido chamada pelos jornais e publicações especializadas da Europa de “um novo eldorado” para a exploração agrícola.

Ao se observar a contribuição da agricultura para o PIB dos demais países da União Europeia, pode-se perceber que, das 252 regiões do bloco em seus 28 países membros⁸², 46 regiões se destacam em relação

⁸⁰ A partir de 2014 por força do tratado assinado para adesão à União Europeia cidadãos dos outros países do bloco poderão comprar terras na Romênia. Esse assunto está gerando várias discussões internas e um forte temor de perda do “controle” da produção agropecuária do país.

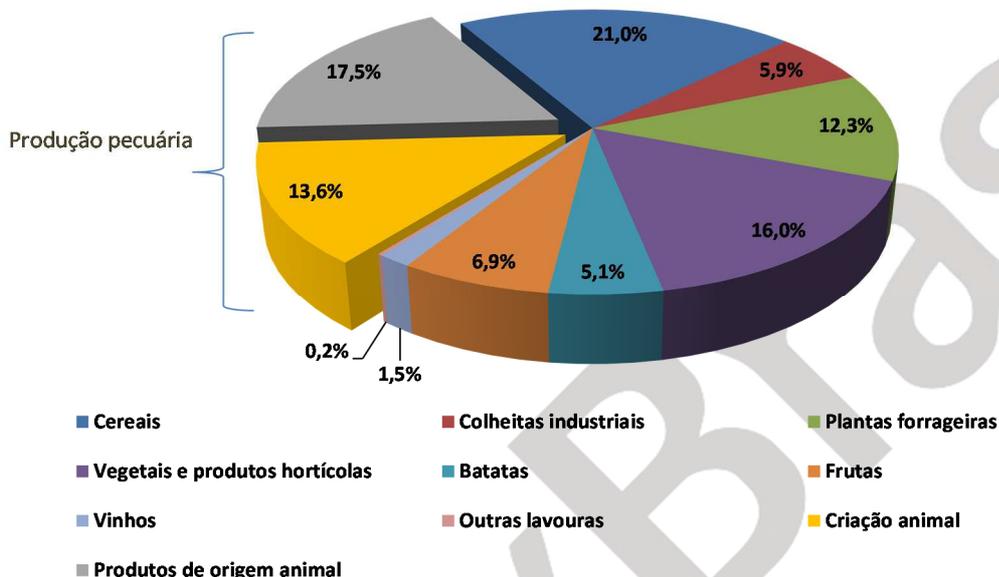
⁸¹ A título de comparação acerca do valor das terras na Europa, na Inglaterra o hectare pode ser comprado por cerca de EUR 24.000, na Dinamarca por EUR 33.000 e na Ucrânia por EUR 700.

⁸² Ressalta-se que os dados utilizados são de 2012 quando a União Europeia contava com 27 países membros. Atualmente são 28 membros já que em julho de 2013 a Croácia passou a fazer parte do bloco.

à contribuição do setor agrícola para a composição do PIB de seus países⁸³. Todas as regiões da Romênia estão inseridas dentre essas destacadas.

De acordo com dados do *Eurostat*, o valor da produção agropecuária romena girou em torno de EUR 13 bilhões em 2012, sendo que EUR 9 bilhões corresponderam à produção agrícola e EUR 4 bilhões à produção pecuária. Esses valores foram inferiores aos registrados em 2011 devido a problemas gerados pelas condições meteorológicas. Para 2013 estima-se que a produção agropecuária da Romênia volte a crescer devendo atingir EUR 18 bilhões. O gráfico a seguir demonstra o total da produção agropecuária da Romênia em 2012 e mostra que a participação da produção pecuária foi responsável por 31,1% da produção agropecuária do país. Nesta categoria estão a “criação animal” (13,6%) e “produtos de origem animal” (17,5%). A participação da produção agrícola foi de 68,9% do total.

Gráfico 22: Produção Agropecuária na Romênia em 2012 (%).



Fonte: Eurostat – março/2013. **Elaboração:** GICC - Apex-Brasil.

Nesse mesmo ano a Romênia exportou aproximadamente EUR 4 bilhões em produtos agrícolas⁸⁴, o que representa cerca de 8% do total exportado pelo país. As importações romenas de produtos agrícolas em 2012 foram de EUR 4,5 bilhões, o que representa cerca de 7,5% do total importado. Seus principais parceiros

⁸³ Esse destaque é considerado, de acordo com dados do *Eurostat*, quando a contribuição da agricultura para o PIB é superior a 3,5%. Além da Romênia, se destacam ainda regiões da Grécia, Espanha, França, Polônia, Bulgária, Hungria, Itália, Países Baixos e Portugal. Disponível em: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/publications/regional_yearbook. Acessado em 30/10/2013.

⁸⁴ De acordo com dados da *European Commission, Eurostat, COMEXT, Directorate General for Economic and Financial Affairs*. Updated: May 2013.

comerciais no agronegócio são Alemanha, Itália, França, Hungria, Turquia, Bulgária, Reino Unido, Países Baixos, Espanha, Polônia e Rússia.

Especificamente no que se refere à produção pecuária, destacaram-se na categoria “criação animal” a criação de porcos (6,8% do total da categoria), de aves (3,0%) e de gado (2,0%). Na categoria “produtos de origem animal” destacam-se a produção de leite (9,1% do total desses produtos) e de ovos (6,4%). Com relação à produção agrícola, na categoria “cereais” destacaram-se a produção de milho em grãos (10,7% do total da categoria) e de trigo (7,7% desse total) em 2012.

Com relação aos hábitos alimentares dos romenos, ressalta-se que a culinária do país foi fortemente influenciada pelos países da Europa Central, da Europa Oriental e dos Balcãs, sobretudo por Sérvia, Hungria, Bulgária, Grécia e Turquia. As refeições romenas tendem a ser substanciosas e servidas em grandes quantidades e sempre acompanhadas de pão. Os principais itens da culinária local são bifes, salsichas, carne moída, costeletas, guisados, batatas, polenta, sopas, couve, feijões, alho e cebola. A maioria dos pratos são preparados com carne de porco.

O café da manhã na Romênia é nutritivo e variado e é composto por produtos lácteos (leite, queijos e iogurtes), pães, salames e embutidos, ovos (cozidos e omeletes), doces e mel. O café é mais comum que o chá como acompanhamento. O almoço, principal refeição dos romenos, é composto por três pratos. Uma entrada fria (queijos, carnes defumadas, legumes frescos), uma sopa (de carne e/ou vegetais), o prato principal (carne acompanhada de vegetais), além da sobremesa. O jantar é um pouco mais leve e geralmente equivale ao prato principal do almoço.

No geral a alimentação dos romenos é bastante rica em vegetais e alimentos frescos. As refeições são em sua maioria feitas em casa, sobretudo nas pequenas e médias cidades. Os alimentos mais consumidos são os tradicionais da culinária romena, embora a culinária internacional venha ganhando cada vez mais espaço, sobretudo as comidas italianas, chinesas, turcas e libanesas.

Devido a essas características as compras de alimentos na Romênia são uma parte importante do comércio varejista do país. Nos últimos anos percebe-se uma forte tendência de adaptação das vendas no varejo ao padrão europeu ocidental. As redes de supermercados estrangeiras começaram a entrar no mercado romeno na década de 1990 e a adesão do país à União Europeia em 2007 consolidou essa mudança com a queda das barreiras às mercadorias dos demais Estados-membros. Dessa forma, houve uma série de fusões e aquisições com o objetivo de adaptar as redes ocidentais de varejo ao mercado romeno e na tentativa de sobrevivência das pequenas redes locais para superar a nova concorrência.

A primeira cadeia estrangeira de supermercados a entrar no país foi a *La Fourmi* em 1991. Posteriormente, em 1994, a rede *Mega Image* se estabeleceu na Romênia e, dois anos mais tarde, foi a vez da cadeia *Metro*. Após um aumento quantitativo no número de lojas, a partir dos anos 2000 começaram as mudanças qualitativas, tais como melhoria no atendimento e surgimento das formas modernas de vendas,

que foram caracterizadas pela abertura de grandes supermercados em *shoppings centers*, lojas atacadistas, hipermercados e lojas *gourmet*.

Nos últimos anos as redes varejistas de alimentos traçaram diversas estratégias para aumentar suas participações no mercado. No geral a penetração no mercado romeno se deu por meio de aquisições de pequenas redes de supermercados no país. No geral esses varejistas optaram por iniciar suas operações pela capital Bucareste. Interessante destacar que grandes redes mundiais como *Wal-Mart* (Estados Unidos) e *Tesco* (Grã-Bretanha) ainda não estão presentes naquele mercado.

A tabela a seguir fornece uma visão geral dos varejistas europeus mais importantes que operaram em 2011 no mercado romeno e destaca o formato de varejo, o país de origem, o ano de entrada na Romênia, o número de lojas e o número de empregados dessas redes de supermercados. Destaca-se a presença da rede *Mega Image* especializada em lojas menores e situadas nos bairros e de fácil acesso aos consumidores. A rede de supermercados *Kaufland* também se destaca pelo número de lojas em seu formato de atuação.

Tabela 10: Estabelecimentos de varejo de alimentos na Romênia - 2011.

Rede	Formato	País de Origem	Ano de entrada no mercado romeno	Número de lojas (2011)	Número de empregados (2011)
Mega Image (Delhaize B)	Supermercado	Bélgica	1994	98	3000
Shop & Go (Delhaize B)	Conveniência	Bélgica	2000	9	NI
Metro C&C (Metro Group)	Cash & Carry	Alemanha	1996	32	5700
Real (Metro Group)	Hipermercado	Alemanha	2006	25	8000
Billa (Eurobilla, REWE Group)	Supermercado	Áustria	1999	61	2800
Interex (Intermarche)	Supermercado	França	1999	12	530
Profi (Investitori)	Supermercado	França	1999	108	1700
Carrefour	Hipermercado	França	2000	25	7123
Carrefour Market	Supermercado	França	2007	45	1000
Carrefour Express	Conveniência	França	2010	3	100
Selgros (Trans Gourmet Holding)	Cash & Carry	Suíça	2001	19	4300
Penny Market XXL (REWE)	Atacadista	Alemanha	2001	6	NI
Penny (REWE Group)	Atacadista	Alemanha	2005	128	2100
CBA (CBA Com Rom)	Conveniência	Hungria	2002	366	NI
Cora (Louis Delhaize, F)	Hipermercado	França	2003	8	2660
Kaufland (Lidl/Schwarz Group)	Supermercado	Alemanha	2005	70	9993
Spar	Supermercado	Países Baixos	2005	4	200
Auchan	Hipermercado	França	2006	9	3200
Lidl (ex-Plus)	Atacadista	Alemanha	2008	129	2000

Fonte: IGD, M&M Euro Data. Elaboração: GICC - Apex-Brasil. NI: Dados não informados.

Em pesquisa realizada na rede *Kaufland* em Bucareste, durante missão prospectiva de inteligência comercial⁸⁵, foram levantados os preços para produtos alimentícios demonstrados na tabela a seguir.

Tabela 11: Preços de produtos alimentícios em supermercado romeno – maio/2013.

Produto	Valor em Euros (\$)	Valor em moeda local (\$)
Abacaxi (un)	1,25	5,55
Melancia (kg)	0,76	3,33
Mamão papaya (un)	2,68	11,99
Limão (kg)	4,46	19,99
Manga (kg)	1,79	7,99
Óleo de girassol	1,12	4,99
Feijão (pct 1 kg)	0,91	3,99
Açúcar (pct 1 kg)	1,89	8,4
Café premium (1kg)	4,23	18,99
Frango resfriado (kg)	4,23	18,99
Frango congelado - peito (kg)	3,02	13,49
Frango congelado - coxa (kg)	3,46	15,49

Fonte: Pesquisa própria feita no *Kaufland*. Elaboração: GICC - Apex-Brasil.

Interessante destacar que, dos produtos apontados na tabela 11, o mamão papaya, o limão, a manga e o frango congelado foram importados do Brasil. Isso demonstra que temos boas chances de comercialização de produtos alimentícios no país. Conforme pode ser observado nas fotos a seguir, tiradas no mesmo supermercado em Bucareste, na Romênia é disponibilizada a informação de origem do produto nos supermercados.

Figura 7 – Comercialização de produtos alimentícios em supermercados da Romênia



Fonte: Acervo GICC

⁸⁵ A missão prospectiva de Inteligência Comercial foi realizada na cidade de Bucareste entre os dias 13 e 24 de maio de 2013.

Figura 7 – Comercialização de produtos alimentícios em supermercados da Romênia- continuação



Fonte: Acervo GICC

O levantamento de preços dos produtos alimentícios nos supermercados romenos demonstra a força do agronegócio do país e evidencia que, ainda assim, existem oportunidades para exportação de alimentos para aquele mercado, pois foram encontrados nos supermercados produtos de diversos países. Em reunião com a Câmara de Comércio e Indústria da Romênia⁸⁶ foi ressaltado que o país é bastante competitivo em produtos agrícolas, mas que ainda assim existe interesse na importação de alguns produtos específicos como café, açúcar, sucos e frutas.

Em pesquisa realizada no Carrefour, também em Bucareste durante a missão prospectiva de inteligência comercial, foram encontrados os seguintes preços: óleo EUR 1,12; molho de tomate EUR 0,96; Arroz (1 kg) EUR 0,49; Café (250 gr.) EUR 1,39; frango resfriado (kg) EUR 2,15; frango congelado marca Carrefour (kg) EUR 1,30. Abaixo algumas fotos dos alimentos nas gôndolas dos supermercados romenos⁸⁷.

⁸⁶ Reunião realizada na sede da Câmara em Bucareste no dia 14/05/2013 com a Sra. Ana Cristina Ionescu durante missão prospectiva de Inteligência Comercial.

⁸⁷ Os valores dos produtos nas fotos estão expressos na moeda local da Romênia. 1 Euro = 4,5 Lei.

Figura 8 – Produtos em supermercados da Romênia



Fonte: Acervo GICC

De acordo com informações fornecidas pela empresa *Darine Distributor*⁸⁸ a distribuição de produtos alimentícios na Romênia é feita majoritariamente por caminhões e o relacionamento com os compradores das redes de varejo é bastante difícil e é preciso investir muito tempo e dinheiro para conseguir colocar os produtos nas gôndolas dos supermercados. Na visão dos representantes da distribuidora, os consumidores romenos estão abertos a novos sabores, mas precisam antes provar os produtos para tomarem a decisão de compra-los e ressaltaram a importância de ações de promoção e degustação dos produtos nos supermercados. Para esses distribuidores a percepção da imagem dos produtos alimentícios brasileiros é positiva.

Em reuniões com representantes dos órgãos governamentais romenos também foram identificados potenciais negócios para o Brasil para alimentos, bebidas e agronegócios. Os representantes do Ministério das Relações Exteriores⁸⁹ destacaram o interesse do país em estreitar relações comerciais com o Brasil, sobretudo para compra de frutas e de café e para a possibilidade de estabelecimento de acordos visando o desenvolvimento de ações para produção de produtos a serem exportados para a Romênia. Ressaltaram ainda que a Romênia compra vários produtos alimentícios brasileiros de outros países. Os membros do Ministérios da Economia e da Agência de Promoção Comercial e Atração de Investimentos⁹⁰, por sua vez, destacaram as oportunidades comerciais para o Brasil ligadas à indústria alimentícia romena e ressaltaram a importância do setor agrícola do país.

Em reunião com representantes da Agência de Vigilância Sanitária da Romênia⁹¹ foi destacado que o país adota as mesmas regras e procedimentos de certificação da União Europeia e que não existem restrições específicas para importação de produtos alimentícios provenientes do Brasil. Porém, ressaltou-se que a Romênia não possui quotas para importação de carne bovina (as quotas são estabelecidas pela União Europeia) e que as compras são feitas dos demais países Europeus. A Romênia importa alguns produtos de carne e gelatina que são utilizados para fins industriais. Os membros da agência ressaltaram ainda que existe uma coordenação dentro do Ministério da Agricultura do país que monitora a questão das quotas no país. Informaram também que os produtos agrícolas mais produzidos na Romênia são: lácteos, queijos, mel e

⁸⁸ Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste no dia 21/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial no mercado romeno. A *Darine Distributor* é uma empresa de importação e distribuição que fornece para redes de supermercados de todo o país.

⁸⁹ Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Sr. Adrian Mitu – diretor de diplomacia econômica e com Sr. Octav-Dan Paxino – departamento Ásia e América Latina no dia 13/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

⁹⁰ Reunião realizada na sede do Ministério da Economia em Bucareste no dia 13/05/2013 com o Sr. Constin Lianu – Coordenador da Estratégia Nacional de Exportações do Ministério e diretor da Divisão de Desenvolvimento de Exportações, o Sr. Mihai Nicula – Conselheiro do Ministério, o Sr. Stelian Samson – Diretor da Divisão de Programas de Promoção Comercial da Romania Trade and Invest, durante missão prospectiva de inteligência comercial.

⁹¹ Reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Dr. Liviu Rusu – Diretor, Dra. Dana Tanase – Diretora e o Dr. Cristian Duicu, em 13/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

carnes. Com relação aos produtos geneticamente modificados ressaltou-se que estes são permitidos somente para alimentação animal.

Especificamente com relação às importações de carne bovina de acordo com informações da *Romanian Meat Association*⁹², que representa cerca de 40 processadores romenos de carnes, que juntos respondem por 60% do mercado no país, o Brasil era um grande fornecedor desses produtos para a Romênia até 2007, antes do país se tornar membro da União Europeia. Destacou-se que as quotas, que são administradas pelo bloco, são determinadas a partir do histórico de comércio. Atualmente a Romênia não possui quotas para importar do Brasil e o representante da associação destacou que o Brasil seria muito competitivo se as quotas fossem desconsideradas e que a Romênia atualmente trabalha para tentar obtê-las. Alguns estabelecimentos *gourmet* até compram carnes do Brasil, mas o preço é bastante elevado a atende a um nicho específico de mercado. Para o consumo geral as compras da carne brasileira, que podem ser encontradas em supermercados romenos, são feitas de outros países europeus como Países Baixos e Alemanha. Com relação à carne de frango, a imagem do produto brasileiro é positiva e o preço é competitivo. Este produto originado do Brasil pode ser facilmente encontrado nos supermercados romenos. Atualmente percebe-se uma mudança no comportamento dos consumidores que preferem o frango congelado por ser mais barato. Percebe-se ainda a preferência por coxas já que o peito é um corte mais caro.

Outro produto brasileiro com boas oportunidades no mercado romeno é o café. Na Romênia a maior parte do café é consumida em casa e geralmente durante o café da manhã e na visita de amigos, embora o hábito de consumir a bebida em cafeterias ter apresentado crescimento nos últimos anos, o que é comprovado pela presença de cafeterias internacionais no mercado. O consumo de café instantâneo também registrou crescimento nos últimos anos e importantes fornecedores mundiais como a *Nestlé* e a *Kraft* estão disputando o mercado e espaço nas gôndolas dos supermercados. Curiosamente a empresa que domina o segmento de café solúvel na Romênia é brasileira e está presente no mercado desde 1981. Esta empresa trabalha exclusivamente com café solúvel no mercado romeno e importa o produto do Brasil em grandes quantidades e o embala na Romênia para distribuição local e exportação para outros países europeus⁹³.

Os principais produtos agrícolas exportados pelo Brasil para o mercado romeno em 2012 foram carnes de aves, café não torrado, pimentas, sucos e extratos vegetais, gorduras e óleos vegetais, açúcar, gomas de mascar e produtos de confeitaria, chocolates e preparações alimentícias de cacau, bolachas e biscoitos, extratos e essências de café, produtos para alimentação animal, fumo. Estes produtos

⁹² Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Sr. Mihai Visan – Diretor Executivo da entidade no dia 14/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

⁹³ Informações colhidas em reunião no dia 21/05/2013 na sede da Embaixada brasileira em Bucareste com o Sr. Carlos Kato, gerente geral da *Panfoods Romania* que uma empresa do grupo Cia Iguazu, durante missão prospectiva de inteligência comercial.

representaram cerca de 75% das exportações brasileiras para a Romênia. A seguir serão destacadas as principais oportunidades para produtos brasileiros desse complexo no mercado romeno.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Alimentos, Bebidas e Agronegócios” na Romênia.

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Foram identificadas oportunidades na Romênia para produtos do complexo “Alimentos, Bebidas e Agronegócios” que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, que designa os produtos com essas características. Os grupos que foram selecionados a partir desses filtros estão listados na tabela 12.

Tabela 12: Grupo de produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Grupo de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia em 2011 (US\$)	Crescimento* das importações da Romênia 2006-2011 (%)
Café torrado	2	112.324.731	17,9
Demais preparações alimentícias	13	332.325.150	11,5
Fumo em folhas	1	24.567.183	15,0
Fumo manufaturado	3	38.213.469	28,5
Outros produtos de origem animal	15	67.201.616	11,2
Produtos de confeitaria, sem cacau	1	40.959.223	21,6
Soja mesmo triturada	1	17.777.488	33,3

*Taxa média anual de crescimento

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

Referente ao grupo de produtos “demais preparações alimentícias” a Romênia importou US\$ 332 milhões em 2011 em 13 tipos de produtos distintos (SH6) que englobam vários tipos de produtos tais como condimentos (maionese e *catchup*), preparações para alimentação de crianças, preparações alimentícias de farinhas e sêmolas, concentrados de proteínas, preparações para caldos e sopas, molho de soja.

Destacam-se ainda as importações do grupo de produtos “café torrado”, cujos principais fornecedores para o mercado romeno são Alemanha, Itália, Bulgária e Polônia, países vizinhos. De acordo com informações fornecidas pelo representante da Cia Iguazu, a exportação de café torrado não é viável pois pode comprometer a qualidade do produto. Dessa forma existiriam oportunidades para exportação do café verde para os fornecedores da Romênia.

Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a Romênia

As exportações brasileiras classificadas como “expressivas” já alcançaram um maior grau de maturidade em sua inserção no mercado importador, possuem certa continuidade ao longo do período analisado e registram participação minimamente significativa naquele país. Referente ao complexo Alimentos, Bebidas e Agronegócios na Romênia as exportações “expressivas” foram classificadas nas cinco situações: “consolidadas”, “a consolidar”, “em declínio”, “em risco” e “desvio de comércio”.

As exportações denominadas “consolidadas” possuem um posicionamento privilegiado no mercado importador, ou seja, são aquelas cuja participação brasileira no mercado já é significativa e nas quais 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. As exportações expressivas classificadas como “a consolidar”, por sua vez, reúnem aqueles produtos para os quais o Brasil registra alguma parcela de mercado e produtos cujas exportações brasileiras crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nesse cenário, há grande chance de os exportadores brasileiros aumentarem sua presença no país importador.

Os produtos com presença “em declínio”, por sua vez, são aqueles que nunca conseguiram se estabelecer no mercado romeno e que perdem espaço face ao crescimento verificado para os demais concorrentes. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, pois o cenário desfavorável inicial precisaria ser revertido. Nas exportações classificadas como *em risco* estão os produtos brasileiros que já haviam sido consolidados no mercado analisado e, atualmente, ainda possuem significativa participação, embora venham 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 se perde participação para os 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 no mercado analisado. Apesar disso, a taxa média de crescimento das exportações brasileiras é inferior à verificada para seus concorrentes, e o Brasil posiciona-se com uma fatia de mercado pouco relevante no país analisado. Isso denota que há algum elemento não determinado pela simples observação dos fluxos comerciais globais que favorece o principal concorrente brasileiro no mercado importador, como acordos comerciais e barreiras ao comércio por exemplo.

Produtos brasileiros com presença “a consolidar” e “consolidada” na Romênia

Na tabela 13, estão indicados os grupos de produtos de exportações expressivas classificadas como “a consolidar” e “consolidadas” no mercado romeno. Verifica-se que o grupo de produtos “farelo de soja”, representado pelo item “tortas e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja” (SH6 230400) e classificado como exportações consolidadas cresceu a uma taxa média superior à dos concorrentes no período analisado.

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

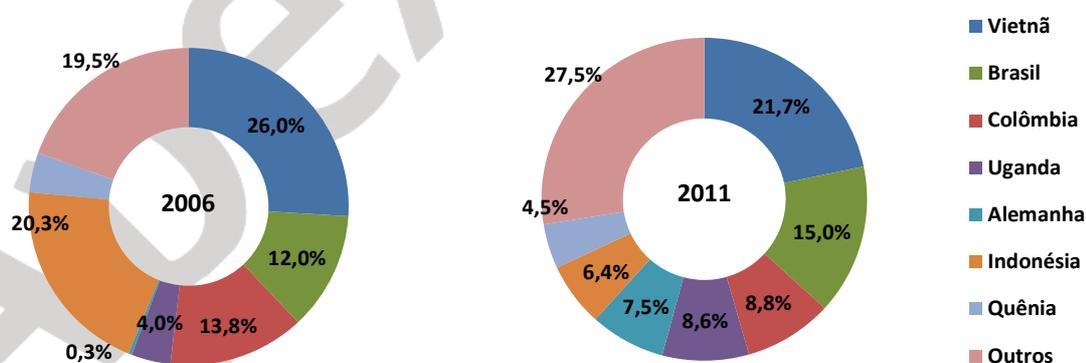
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Café cru	1	75.409.819	11.330.867	13,69	15,03	7,99	Vietnã	21,75	A consolidar
Carne de frango industrializada	1	11.799.066	345.924	76,63	2,93	45,39	Hungria	56,26	A consolidar
Farelo de soja	1	195.232.624	145.321.398	58,39	74,43	47,55	Argentina	18,72	Consolidado

*taxa média anual de crescimento.

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

Entre os grupos de produtos classificados como de exportações brasileiras “a consolidar”, cabe destacar o valor comprado internacionalmente pela Romênia do grupo “café cru”. Esse grupo de produtos é representado pelo item “café não torrado, não descafeinado” (SH6 090111). Apesar de a participação das exportações brasileiras no período analisado ser inferior à participação do Vietnã, que é o principal concorrente, o Brasil apresentou taxa média de crescimento das exportações para a Romênia maior que a média dos concorrentes entre 2006 e 2011 e maior que a do Vietnã no período que foi de 4,94%. Ressalta-se que em 2006 a Romênia havia importado US\$ 49,6 milhões desse produto, o que demonstra a ampliação do mercado para exportação. O gráfico 23 evidencia os principais fornecedores desse produto em 2011 e a posição deles no mercado romeno em 2006.

Gráfico 23: Participação de mercado dos principais fornecedores de “café cru” para a Romênia - 2006 e 2011 (%).

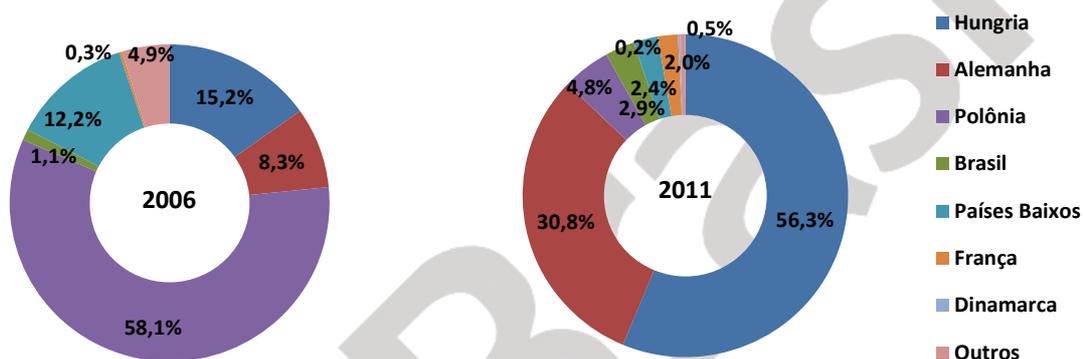


Fonte: GICC – Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: GICC - Apex-Brasil.

A partir da análise do gráfico percebe-se que os quatro principais fornecedores (Vietnã, Indonésia, Colômbia e Brasil) desse grupo de produtos para a Romênia em 2006 permaneceram sendo os principais também em 2011. Vietnã, Indonésia e Colômbia perderam espaço com o crescimento do demais fornecedores, inclusive para a Alemanha. O Brasil subiu de quarto maior fornecedor, com US\$ 5,9 milhões exportados para o mercado romeno em 2006, para segundo maior fornecedor em 2011, com US\$ 11,3 milhões exportados, revelando uma taxa média de crescimento de 13,69% no período.

Destacam-se ainda as oportunidades para carne de frango industrializada pelo crescimento das exportações brasileiras no mercado romeno. Esse grupo é formado pelo item “preparações alimentícias e conservas de galos e de galinhas” (SH6 160232). O gráfico 24 evidencia os principais fornecedores em 2011 e a posição deles no mercado romeno em 2006.

Gráfico 24: Participação de mercado dos principais fornecedores de “carne de frango industrializada” para a Romênia – 2006 e 2011 (%)



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

A análise do gráfico aponta que a Polônia, que era o principal fornecedor desse produto para a Romênia em 2006, perdeu espaço no mercado e, em 2011, apresentou apenas 4,84% de participação. A Romênia havia importado US\$ 1,7 milhão no primeiro ano analisado e, em 2011, importou US\$ 11,7 milhões. O Brasil, embora em valor ainda apresente pequena participação no mercado romeno, apresentou taxa média de crescimento de 76,63% no período analisado, alcançando US\$ 346 mil exportados em 2011.

Conforme mencionado anteriormente a associação de produtores romenos de carne destacou a percepção positiva da carne de frango brasileira pelos consumidores romenos e a atratividade do preço do produto brasileiro, o que denota oportunidades de ampliação e consolidação da participação brasileira no mercado.

Produtos brasileiros com presença “em declínio”, “em risco” e “desvio de comércio” na Romênia

Os produtos classificados como “em declínio”, representados na tabela 14, somaram US\$ 62,3 milhões em importações romenas em 2011, dentre as quais apenas US\$ 8,4 milhões foram importados do Brasil. Ressalta-se que, muito embora as importações romenas originadas do Brasil dos grupos de produtos sob esta classificação tenham aumentado em valor, já que em 2006 haviam sido US\$ 7,6 milhões fornecidos pelo Brasil, a taxa média de crescimento apresentada pelas vendas brasileiras foi menor que a média dos concorrentes desses grupos de produtos, o que justifica terem sido classificadas como “em declínio”.

Tabela 14: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a Romênia e presença “em declínio”, “em risco” e “desvio de comércio” naquele país.

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Açúcar em bruto	1	279.771.232	229.981.881	6,29	82,20	199,92	Bulgária	4,52	Em risco
Carne de peru “in natura”	1	17.933.931	633.292	-21,33	3,53	31,90	Alemanha	32,21	Em declínio
Chá, mate e especiarias	1	3.329.436	368.400	-16,20	11,06	6,84	Vietnã	33,13	Em declínio
Demais produtos de café	1	41.104.861	7.404.174	9,87	18,01	18,24	Alemanha	22,40	Em declínio
Carne de frango “in natura”	1	86.915.042	10.274.787	-27,59	11,82	7,31	Alemanha	27,24	Desvio de comércio
Produtos de confeitaria, sem cacau	1	2.869.441	28.693	-33,36	1,00	2,89	República Tcheca	37,76	Desvio de comércio

*taxa média anual de crescimento.

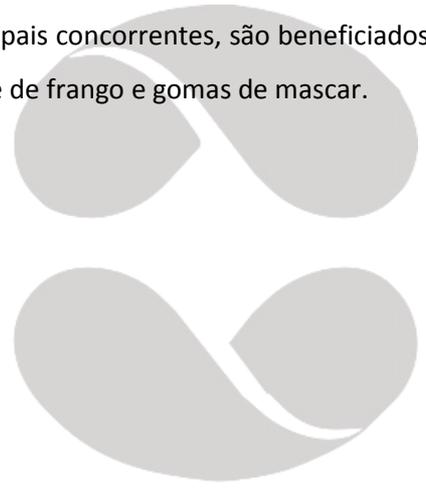
Fonte: GICC Apex-Brasil, a partir de dados do *Comtrade*.

A retração mais acentuada no período analisado (2006-2011) foi registrada nas exportações brasileiras do grupo “carne de peru *in natura*”, representado pelo SH6 020727 “carnes de peruas e de perus, da espécie doméstica, em pedaços e miudezas comestíveis, congeladas” e cujo principal fornecedor para o mercado romeno foi a Alemanha, que foi também o principal fornecedor de “extratos, essências e concentrados de café” do grupo “demais produtos de café”. A força do comércio intrabloco na União Europeia explica o declínio da participação brasileira nas exportações desses produtos.

Já o “açúcar de cana” classificado como “em risco” registrou US\$ 279,7 milhões em importações realizadas pela Romênia, sendo US\$ 229,9 milhões fornecidos pelo Brasil. A Bulgária, país membro da União Europeia e segundo maior fornecedor, apesar de ainda registrar uma participação pequena, apresentou forte crescimento em suas exportações para o mercado romeno. Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira e mesmo seu aumento de participação nas importações romenas.

Por fim, os produtos agrupados sob a classificação “desvio de comércio” registraram US\$ 89,7 milhões em importações realizadas pela Romênia e somente US\$ 10,3 milhões em exportações brasileiras

para o referido mercado em 2011. Alemanha e República Tcheca, principais concorrentes, são beneficiados pelas vantagens comerciais advindas do bloco. Esses produtos são carne de frango e gomas de mascar.

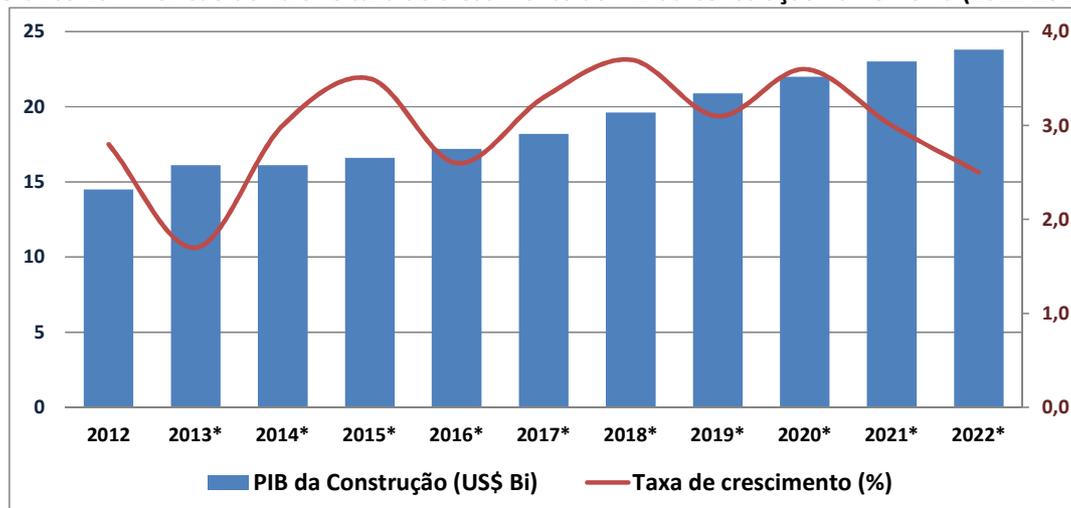


ApexBrasil

O setor de construção desempenha uma papel de extrema importância para economia romena. Em 2012, o setor contribuiu com 8,6% do PIB romeno, o que correspondeu a um valor adicionado de US\$ 14,5 bilhões.⁹⁴ Em termos reais o valor do setor cresceu em média 2,8% ao ano entre 2007 e 2012. Os reflexos da crise internacional e a aceleração da inflação na Romênia obrigaram governo a apertar sua política de crédito e elevar as taxas de juros. Com isso, vários projetos que estavam sendo planejados ou mesmo que já haviam sido iniciados foram temporariamente suspensos.

Para o ano de 2013, o *Business Monitor Internacional* - BMI prevê que o setor atinja um crescimento real de 1,7%. Já para o médio prazo, as expectativas são bastantes positivas, em relação aos anos posteriores à crise. Para o período 2014-2017, prevê-se um crescimento médio da indústria da construção de 2,8% e de 3,25% para o período de 2018 a 2022. O gráfico a seguir apresenta as previsões do BMI para o setor de construção na Romênia.

Gráfico 25 - Previsão do valor e taxa de crescimento do PIB da Construção na Romênia (2012-2022)



Fonte: Business Monitor Internacional Elaboração GICC – Apex-Brasil
*Previsão

O setor de infraestrutura respondeu por 41,3% do valor total do setor de construção em 2012, sendo o restante correspondente a edificações residenciais e não residenciais.⁹⁵ O setor de construção é também um dos que mais contribui para a geração de empregos no país. Atualmente, o setor emprega 690 mil trabalhadores, o que representa 4,5% da força de trabalho. A previsão do BMI é que os empregos do setor

⁹⁴ Segundo dados do *Business Monitor International*.

creçam em média 1,8% até 2016. A tabela 15 apresenta alguns dados inerentes ao setor de construção romeno.

Tabela 15 - Dados do setor de construção na Romênia - 2011 a 2016*

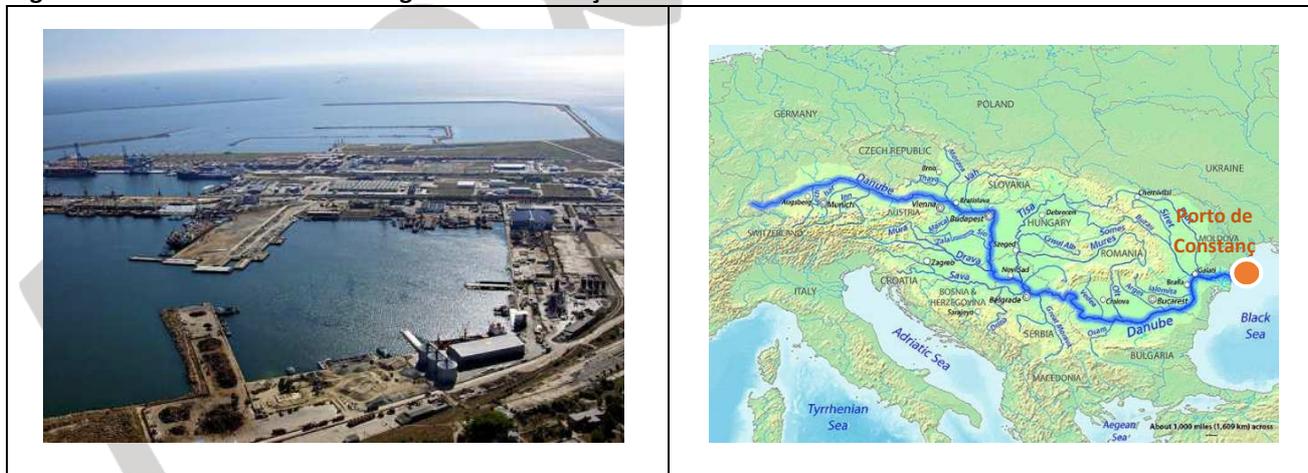
	2011	2012	2013*	2014*	2015*	2016*
Construção						
Valor (US\$ bilhões)	18,2	19,6	20,9	22	23	23,8
Crescimento real (%)	3,3	3,7	3,1	3,6	3	2,5
Participação no PIB total (%)	7,6	7,4	7,2	7	6,8	6,5
Empregos						
Empregados do setor de construção (mil pessoas)	744	760,9	775,6	793,3	808,7	821,6
Crescimento dos empregos setor de construção (%)	2,0	2,3	1,9	2,3	1,9	1,6
Participação no total de empregados (%)	5,0	5,2	5,4	5,5	5,7	5,8
Infraestrutura						
Valor (US\$ bilhões)	7,8	8,4	9	9,4	9,8	10,1
Crescimento real (%)	3,2	3,3	2,9	3,1	2,7	2,2
Participação em Construção	43,1	43	42,9	42,7	42,6	42,5

*Previsão

Fonte: *Business Monitor International*

Após a entrada da Romênia na União Europeia, a indústria da construção tem recebido fundos de instituições estrangeiras como Banco Europeu para a Reconstrução e Desenvolvimento e o Banco Europeu de Investimento para o desenvolvimento da Infraestrutura com o objetivo de melhor integrar a Romênia com o resto da Europa. A partir da utilização desses fundos, o país tem desenvolvido diversos projetos para investimento em ferrovias e rodovias. Um dos projetos em andamento no país é a ampliação da autoestrada que liga *Brasov* a Bucareste. Além disso, um número crescente de empresas estrangeiras estão mostrando interesse na ampliação da capacidades de produção eléctrica do país. Uma das prioridades do governo é atrair investimentos para o Porto de Constanza, que possui uma localização estratégica como alternativa de acesso aos mercados europeus pelo Mar Negro e com ligação hidroviária aos países da Europa Ocidental pelo Rio Danúbio.

Figura 09 – Porto de Constanza e Figura 10 - Localização Porto de Constanza e conexão hidroviária com Rio Danúbio



Fonte: Porttechnology

O mercado de construção de novas edificações deve se recuperar à medida que o cenário macroeconômico do país se estabilize. As perspectivas de longo prazo são positivas, estimuladas pela crescente urbanização e industrialização, e também pelo fortalecimento de setores como serviços, turismo e varejo. Ainda de acordo com o BMI, as construções de edificações residenciais impulsionarão esse dinamismo nos próximos quatro anos, com mais 6 bilhões de Euros em investimentos e 35 mil casas construídas. O gráfico 26 apresenta a estrutura das novas obras de construção na Romênia em 2012.

Gráfico 26 – Estrutura das novas obras de construção da Romênia - 2012



Fonte: Instituto Nacional de Estatística da Romênia

Em 2012, as dez principais construtoras de capital romeno somaram uma cifra de negócios de aproximadamente EUR 1,5 bilhão, representando cerca de 15% do valor total da indústria de construção. A maioria das construtoras romenas procedem das grandes empresas estatais criadas durante o anterior regime. Com a abertura econômica muitas estatais foram privatizadas, convertendo os trabalhadores em acionistas. Em geral, as empresas de capital nacional possuem uma certa dificuldade em cumprir todos os requisitos exigidos pela UE nas licitações internacionais, o que explica a forte presença de construtoras estrangeiras no país, que participam ativamente do processo de modernização da infraestrutura, normalmente acompanhadas de sócios locais. As principais empresas estrangeiras presentes na Romênia nos últimos anos foram: *Strabag* (Austria), *Alpine* (austríaca com participação espanhola), *Astaldi* (Itália) e as espanholas *FCC* e *AZVI*.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Casa e Construção” na Romênia.

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Dentre os grupos de produtos relacionados ao complexo Casa e Construção com oportunidades no mercado romeno, três foram classificados como de exportações incipientes “a desenvolver”. Trata-se de produtos nos quais a presença brasileira na Romênia ainda é pouco significativa muito embora se constate potencial para seu desenvolvimento. Para a definição dessas oportunidades, foi levado em conta se, ao longo de seis anos (2006-2011), houve crescimento das importações totais do mercado nos grupos de produtos. Ademais, para se ter certeza da capacidade do Brasil de aproveitar as oportunidades ainda não exploradas, considerou-se a especialidade ou não brasileira na exportação desses produtos e ainda se as pautas de importação da Romênia e de exportação do Brasil são complementares.

Tabela 16: Grupo de produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Grupo de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia em 2011 (US\$)	Crescimento* das importações da Romênia 2006-2011 (%)
Lâmpadas e equipamentos de iluminação	9	142.381.195	4,4
Madeira compensada ou contraplacada	13	26.853.324	5,5
Produtos cerâmicos	29	293.584.269	-3,1

*Taxa média anual de crescimento

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

Em função do valor importado pelo mercado em 2011, merecem destaque as compras romenas do grupo “produtos cerâmicos”, representado por 29 produtos (SH6), que juntos somaram US\$ 293,5 milhões em importações romenas em 2011. Ainda que a participação brasileira nessas importações seja pequena (0,02%), há oportunidades particularmente interessantes para “outros ladrilhos e artigos semelhantes, de cerâmica, vidrados ou esmaltados – SH6 690890”, cujas exportações brasileiras cresceram em média 40% nos últimos três anos. Outro destaque é o grupo “Lâmpadas e equipamentos de iluminação”, no qual as importações dos nove produtos (SH6) listados na tabela 16 cresceram, em média, 4,4% ao ano entre 2006 e 2011, somando US\$ 142,3 milhões no último ano analisado. Em 2011 o Brasil somente registrou exportações de partes de aparelhos de iluminação, de outras matérias – SH6 940599”, no valor de US\$ 28,1 mil. Dado o dinamismo e o crescente interesse apresentado por esses segmentos no mercado externo nos últimos anos, entende-se haver potencial para uma maior presença brasileira desses produtos na Romênia.

Produtos brasileiros com exportações expressivas para a Romênia

As exportações brasileiras classificadas como “expressivas” já alcançaram um maior grau de maturidade em sua inserção no mercado importador, possuem certa continuidade ao longo do período analisado e registram participação minimamente significativa naquele país. Para o complexo Casa e Construção, as exportações “expressivas” encontram-se em duas situações: “a consolidar” e “em declínio”.

Produtos brasileiros com presença a consolidar na Romênia

As exportações classificadas como “a consolidar”, reúnem aqueles produtos para os quais o Brasil possui uma significativa participação no mercado e nos quais as exportações nacionais crescem em um ritmo próximo ou superior aos dos concorrentes. Nessa classificação encontram-se as melhores oportunidades, visto que, há grande chance de os exportadores aumentarem ainda mais sua participação no país importador.

Tabela 17: Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas “a consolidar” para a Romênia

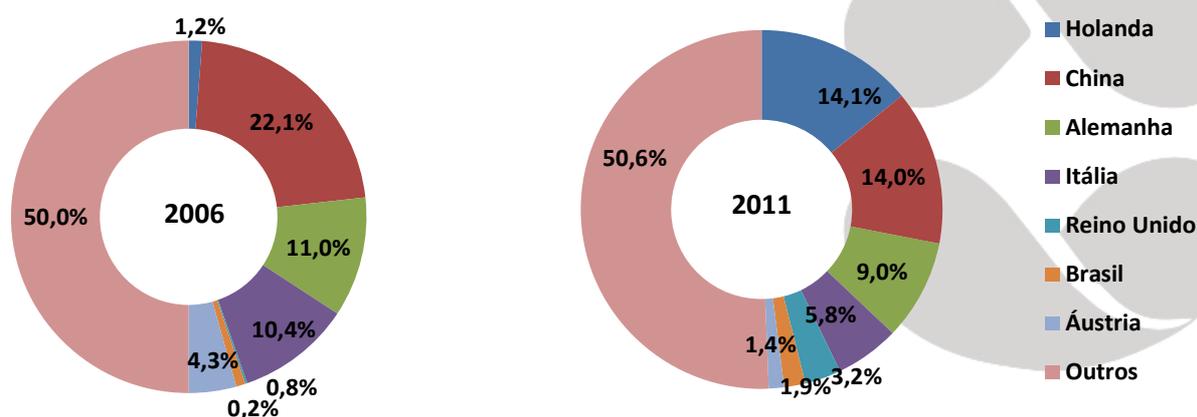
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Ferramentas e talheres	3	8.265.629	255.527	102,25	3,09	8,84	China	24,39	A consolidar
Madeira serrada	1	1.542.430	90.753	127,75	5,88	3,40	Países Baixos	45,72	A consolidar

*taxa média anual de crescimento.

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

A Tabela 17 lista os dois grupos de produtos classificados como “a consolidar”, que apresentaram as melhores possibilidades de exportação para os empresários brasileiros. A análise do período entre 2006 e 2011 revela que o Brasil tem apresentando bom dinamismo no que se refere às exportações, mantendo taxas de crescimento relativamente altas. Em ambos os grupos de produtos listados, o crescimento médio das exportações do Brasil foi superior ao crescimento das exportações dos concorrentes no mercado. Merece destaque o grupo “ferramentas e talheres”, representado pelos SH6 821191 – “facas de mesa, de lâmina fixa, de metais comuns”; 821192- “outras facas de lâmina fixa, de metais comuns”; e 821599 – “outras colheres, garfos, conchas e artefatos semelhantes, de metais comuns”. O gráfico a seguir apresenta os principais fornecedores desses três produtos para o mercado romeno no período analisado.

Gráfico 27: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “ferramentas e talheres” para a Romênia - 2006 e 2011 (%).

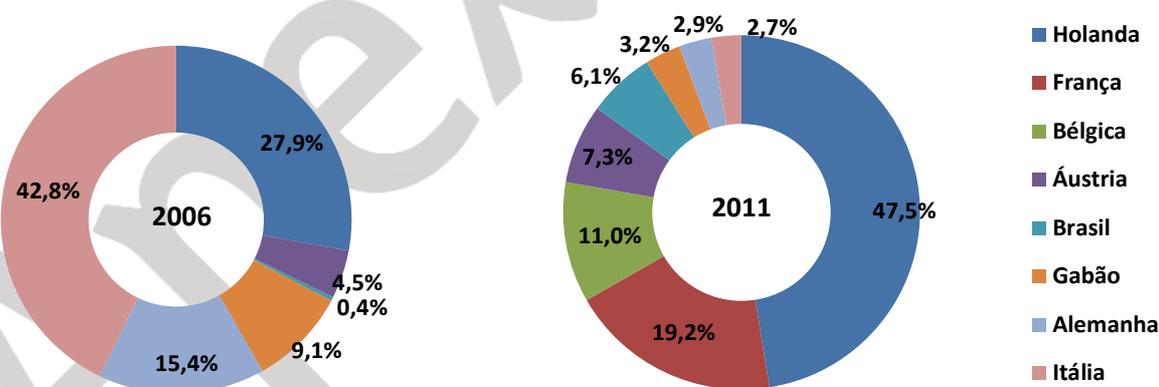


Fonte: GICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade.

As constantes taxas de crescimento das exportações brasileiras de “ferramentas e talheres” contribuíram também para o ganho de *market share* no mercado romeno nos últimos anos. Conforme ilustrou o Gráfico 27, o Brasil, sexto maior fornecedor para o mercado romeno em 2011, não se configurava entre os principais parceiros da Romênia em 2006. Em contrapartida, a China, segundo maior fornecedor desse grupo de produtos, obteve perdas significativas de participação, passando de 22,1% em 2006 para 14,0% em 2011.

O grupo “madeira serrada”, representado pelo SH6 440729 – “*outras madeiras tropicais (cedro, ipê, pau-marfim, louro, etc), serradas, cortadas em folhas ou desenroladas, de espessura inferior a 6 mm*” também merece destaque no que tange ao dinamismo das exportações brasileiras. O crescimento apresentado pelo Brasil ultrapassou os 100% na média dos anos 2006-2011, taxa bem superior ao do seu principal concorrente no mercado, a China, que apresentou um crescimento de 24,39% na médias dos anos em análise.

Gráfico 28 - Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “madeira serrada” para a Romênia (2006 e 2011)



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

Em 2011, a Holanda foi a origem de 47,5% das importações romenas de “madeira serrada”. A Holanda tem conquistado uma parcela cada vez maior do mercado romeno, contudo cabe ressaltar que por se tratar de um país com uma característica de *hub* na região, provavelmente a origem da madeira importada pela Romênia não seja em sua totalidade proveniente da Holanda, tendo somente entrado na Europa via *Rotterdam* e de lá reexportada para a Romênia. É interessante observar a evolução do Brasil, que em 2006 não registrou exportação para a Romênia e, em 2011, dado ao dinamismo das suas exportações, conquistou uma parcela de mercado de 11%, se configurando como o quarto maior fornecedor desse produto para o mercado romeno.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” na Romênia

Em declínio estão os produtos que nunca conseguiram se estabelecer no mercado romeno e que nele vêm perdendo espaço face ao crescimento verificado para os demais concorrentes. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, pois o cenário desfavorável inicial precisaria ser revertido. Nessa classificação encontram-se os grupo “demais madeiras e manufaturas de madeiras”, “madeira compensada ou contraplaca” e “obras de pedras e semelhantes”. As importações romenas desses produtos somaram US\$ 34 milhões em 2011.

Tabela 18: Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas “em declínio” para a Romênia

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Demais madeiras e manufaturas de madeiras	1	8.461.194	108.345	-26,53	1,28	-8,90	Itália	22,02	Em declínio
Madeira compensada ou contraplacada	1	3.658.972	42.084	-5,77	1,15	-6,50	China	39,30	Em declínio
Obras de pedras e semelhantes	2	21.952.060	627.990	-5,13	2,86	15,68	China	64,44	Em declínio

*taxa média anual de crescimento.

Fonte: GICC Apex-Brasil, a partir de dados do *Comtrade*

As exportações brasileiras do grupo “obras de pedra e semelhantes” alcançaram US\$ 627,9 mil em 2011. O ritmo de crescimento do Brasil na média do período em análise (2006 a 2011), foi de -5,13%, taxa menor do que o dos principais concorrentes, de 15,6%. O Brasil possui uma participação de mercado de 2,86%, ao passo que a China, principal fornecedor desses produtos, participa com 64,4% no total importado pela Romênia.

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

A produção industrial na Romênia registrou crescimento contínuo nos últimos anos, principalmente devido ao aumento da produção dos setores automotivo, metalúrgico, de turbinas e motores e de equipamentos para energia. De acordo com dados do Instituto Nacional de Estatísticas da Romênia esses segmentos industriais apresentaram aumento de 13,4% em 2011, e foram favorecidos pelo desenvolvimento industrial do país como um todo. Ao se comparar o ano de 2012 com o ano anterior pode-se perceber um aumento de 1,2% na produção industrial bruta, sobretudo pelo crescimento gerado pelos setores de mineração (5,4%), manufatureiro (0,9%) e de produção de eletricidade, gás e de refrigeração (0,9%).

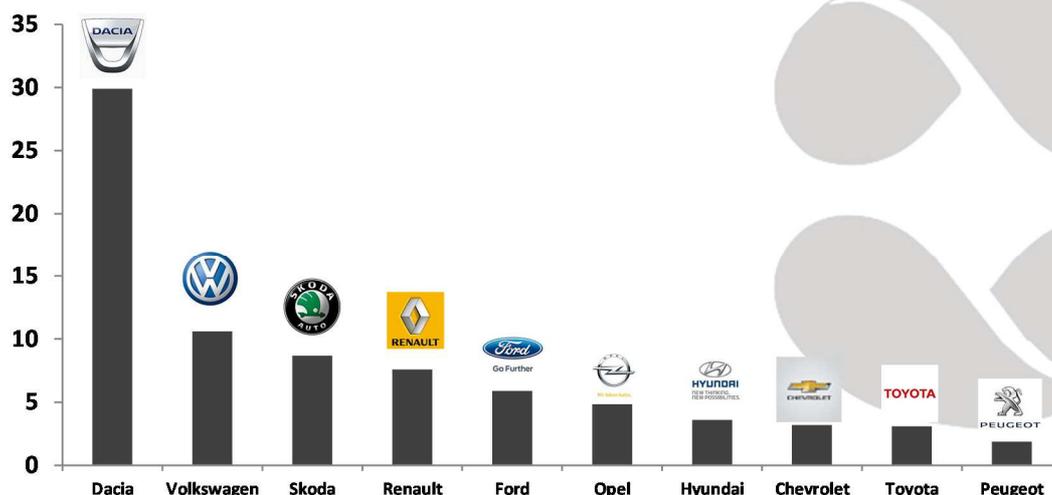
Dentre todos os setores econômicos, a indústria respondeu por importante parcela da composição do PIB romeno em 2011 com 26,5%. Em 2008 o setor industrial havia sido responsável por 22,8% do PIB da Romênia. Nos últimos anos o consumo doméstico e os investimentos estrangeiros estimularam o desenvolvimento econômico do país, o que fez com que a taxa de crescimento do PIB aumentasse na última década, gerando reflexos para o crescimento industrial da Romênia. Os principais segmentos industriais romenos são máquinas e equipamentos elétricos, automotivo, matérias têxteis e calçados, maquinaria leve, software, mineração, química, metalurgia, indústria alimentícia, indústria química e refinação de petróleo. De acordo com informações do *Eurostat*, o crescimento da produção industrial da Romênia se destacou dentro da União Europeia em 2012 juntamente com o da Polônia e da Estônia.

Para 2013 a expectativa é que a indústria responda por cerca de 26,7% do PIB e 17,7% da mão de obra empregada na Romênia⁹⁶. Segmentos industriais tradicionais no país, como têxtil e calçados, tem apresentado declínio ao passo que a indústria automotiva e de engenharia apresentam bom desempenho e crescimento superior ao verificado nos países vizinhos e sustentado pela demanda dos parceiros do bloco europeu. Máquinas e equipamentos de transporte compuseram 41,5% da pauta exportadora romena em 2012, sendo os demais membros da União Europeia os principais destinos das exportações romenas desses produtos.

Com grande destaque dentro do segmento industrial, o setor automotivo apresenta boas perspectivas de crescimento na Romênia. O número de automóveis por habitantes no país é inferior à metade da média europeia, o que denota o potencial de crescimento do mercado automobilístico romeno. De janeiro a setembro de 2012 as vendas de automóveis de passeio ultrapassaram as 53,5 mil unidades, sendo 14,2 mil unidades de carros nacionais e 39,3 mil unidades de importados. O gráfico abaixo mostra a participação de mercado das principais marcas de automóveis comercializadas na Romênia em 2012.

⁹⁶ De acordo com dados do Euromonitor International.

Gráfico 29: Participação de mercado das principais marcas de automóveis comercializadas na Romênia em 2012 (%).



Fonte: APIA. Elaboração: GICC - Apex-Brasil.

Os modelos mais comercializados no país, em 2012, foram o Dacia Logan (7,1 mil unidades) e o Dacia Duster (3,9 mil unidades), seguidos por Skoda Octavia (2,6 mil unidades), Renault Clio (1,8 mil unidades), Dacia Logan MCV (1,5 mil unidades) e pelo Volkswagen Golf (1,4 mil unidades). Nesse mesmo ano as vendas de vans e micro ônibus alcançaram 8,5 mil unidades, sendo 1,8 mil unidades de produção nacional.

Com relação à produção automobilística romena destaca-se que o maior fabricante nacional é Dacia (marca que foi comprada pela Renault mas que manteve seu nome no país), embora nos últimos anos a participação de marcas internacionais tenha apresentado crescimento. De janeiro a setembro de 2012 foram produzidos 239,1 mil novas unidades de veículos automotores. Desse total, 227,9 mil unidades foram de carros de passeio e 11,1 mil unidades de vans e micro ônibus. A Dacia foi responsável pela produção de 31,3 mil unidades e 75% dos novos veículos produzidos pela empresa foram destinados para exportação. Nesse mesmo período as exportações romenas de veículos novos alcançaram 233,7 mil unidades, valor que foi 3,9% maior que o registrado no mesmo período do ano anterior.

Já as importações de veículos novos apresentaram diminuição de 19,1% entre janeiro e setembro de 2012, comparando-se com igual período de 2011, atingindo 39,3 mil unidades, sendo que 6,2 mil foram de veículos de passeio. Isso indica maiores oportunidades para veículos comerciais de transporte no mercado. Contudo, as importações romenas de veículos usados apresentaram crescimento em 2012. De acordo com informações da APIA (Associação Romena de Produtores e Importadores de Automóveis)⁹⁷ para cada veículo novo no mercado romeno existem quatro usados, que são importados, principalmente, dos demais países da União Europeia.

⁹⁷ Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Sr. Ion Margineanu – Conselheiro da APIA – no dia 21/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

Dados fornecidos pela APIA apontam ainda que a Romênia possui uma forte base para produção de autopeças integrada à sua indústria automobilística que foi resultado da adaptação de antigos produtores de sistemas elétricos do país para se tornarem fabricantes de autopeças. Esses produtores estão localizados majoritariamente na parte ocidental da Romênia e mais recentemente na parte sul do país. A tabela abaixo mostra a produção de partes e peças para veículos na Romênia em 2010 por categoria e o crescimento médio na produção de autopeças entre 2006 e 2010.

Tabela 19: Produção de partes e peças por categoria na Romênia em 2010.

Produto	Produção em 2010 (milhões de Euros)	Crescimento médio 2006-2010 (%)
Chassis e suas partes	901.0	20,00
Motores e suas partes	654.0	63,00
Sistemas de ignição e suas partes	350.0	19,00
Veículos elétricos	1,712.0	7,60
Equipamentos elétricos e suas partes	155.0	58,00
Acessórios de plástico e borracha	46.0	21,00
Outras partes e acessórios	1,469.0	21,00
Pneumáticos	797.0	25,00
Carrocerias e suas partes	5.5	25,00
Total	6,090.0	19,00

Fonte: APIA. **Elaboração:** GICC - Apex-Brasil.

A produção de partes e peças registrou crescimento médio de 19% entre 2006 e 2010. Esse crescimento foi impulsionado principalmente pela Dacia, que utiliza em torno de 60% de peças produzidas domesticamente, e que possui acordo de cooperação para produção com cerca de 200 produtores locais. Atualmente existem cerca de três mil fabricantes de partes e peças automotivas operando no mercado romeno.

A Romênia é um dos menores mercados de autopeças e componentes para veículos da União Europeia, embora esteja apresentando crescimento nos últimos anos. De 2006 a 2010 o consumo de autopeças no mercado romeno registrou crescimento médio de 22% ao ano. Espera-se um maior crescimento no consumo de peças para veículos usados. Em 2010 o consumo total desses produtos no país foi estimado em EUR 4,4 bilhões. A tabela a seguir mostra o consumo de partes e peças para veículos na Romênia em 2010 por categoria e o crescimento médio do consumo entre 2006 e 2010.

Tabela 20: Consumo de partes e peças por categoria na Romênia em 2010.

Produto	Consumo em 2010 (milhões de Euros)	Crescimento médio 2006-2010 (%)
Chassis e suas partes	593.0	14,00
Motores e suas partes	970.0	30,00
Sistemas de ignição e suas partes	347.0	6,30
Veículos elétricos	479.0	25,00
Equipamentos elétricos e suas partes	199.0	33,00
Acessórios de plástico e borracha	68.0	6,20
Outras partes e acessórios	1,455.0	27,00
Pneumáticos	294.0	23,00
Carrocerias e suas partes	7.6	28,00
Total	4,413.0	22,00

Fonte: APIA. **Elaboração:** GICC - Apex-Brasil.

Esse segmento recebeu novos investimentos estrangeiros após a adesão do país ao bloco europeu. Atualmente diversas empresas estão presentes no mercado romeno o que força a competição por preço por parte dos produtores nacionais. Nesse segmento destacam-se os investimentos da *Kautex Textron* (peças plásticas, tanques, válvulas e bombas); da *Continental*, *Michelan* e *Pirelli* (pneus e cabos de aço); da *Koyo Seiko* e *Ina Schaeffer* (rolamentos); da *Johnson Controls* e da *Faurecia* (assentos); da *Daimler Chrysler* e *DCI Wallbridge* (caixas de engrenagens); da *Auto Chassis International* (chassis); e da *Phoenix AG* e *Solvay-Inergy* (componentes de plástico e borracha). Os principais países de origem dessas empresas são: Alemanha, França, Itália, Japão, Estados Unidos e Bélgica.

Especificamente para autopeças brasileiras, de acordo com percepção da APIA, poderiam haver oportunidades para o fornecimento de autopeças para as montadoras estrangeiras instaladas no país e para reposição para assistência técnica dos carros usados importados. Importante feira do segmento na Romênia é a *AUTO PARTS EXHIBITION* que acontece anualmente no mês de novembro em Bucareste.

Outro segmento que merece destaque no contexto de oportunidades comerciais no mercado romeno é o de máquinas agrícolas, que apresentou crescimento nos últimos anos e que é abastecido majoritariamente por importações. De acordo com informações da APIMAR (Associação Romena de Produtores e Importadores de Máquinas Agrícolas)⁹⁸ a Romênia não é um grande produtor de máquinas agrícolas e possui apenas quatro empresas fabricantes desses produtos. Esses fabricantes são concentrados na produção de máquinas e implementos agrícolas de pequeno porte.

⁹⁸ Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Sr. Mihai Ivascu – Diretor de Marketing da APIMAR – no dia 21/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

Atualmente, o país conta com aproximadamente 180 mil tratores e 25 mil colheitadeiras para trabalhar toda a sua área cultivável⁹⁹. Cerca de 2/3 dessas máquinas agrícolas possuem mais de dez anos de uso. Estudos da APIMAR apontam que seriam necessários cerca de 200 mil novos tratores para se garantir a renovação da frota atual e o atendimento da demanda por esses produtos no país.

Conforme foi exposto na seção de agronegócios, a estrutura e o tamanho das fazendas para produção agrícola estão mudando e as propriedades agrícolas estão se convertendo em grandes fazendas, o que aumentará ainda mais a demanda por tratores e colheitadeiras, sobretudo pelas utilizadas para o manejo de lavouras de cereais. Da mesma forma existe demanda por máquinas agrícolas de pequeno porte devido à estrutura de produção em pequenas propriedades que é tradicional no país. A dificuldade de obtenção de financiamento também gera grande demanda por máquinas usadas. De acordo com informações da APIMAR existem ainda boas perspectivas para aumento da demanda por sistemas de irrigação, por máquinas para manejo de lavouras de uvas e por tratores mecânicos de médio e pequeno porte.

Outros pontos destacados pela entidade são a importância da competição por preço no segmento de máquinas agrícolas devido às dificuldades de obtenção de financiamentos para compra de novas máquinas, ao aumento da capacidade de armazenamento de grãos que aumentará a demanda por máquinas agrícolas de grande porte e ainda ao aumento do mercado para pequenas máquinas. Importantes feiras do segmento na Romênia são a *INDAGRA*, que acontece em novembro em Bucareste; a *ROMAGROTEC*, em *Ilfov* em maio. Publicações do setor que se destacam são *Magazin Agricol*, *Recolta* e *Satul*.

Destacam-se ainda as oportunidades comerciais para maquinário para construção no mercado romeno. De acordo com informações da ADUC (Associação de Distribuidores de Equipamentos para Construção da Romênia)¹⁰⁰ a demanda por esses produtos acompanha o crescimento do mercado de construção no país, que está sendo impulsionado por investimentos em infraestrutura após a adesão à União Europeia. A Romênia não produz máquinas para construção e toda a demanda é suprida por importação. Na percepção da ADUC o Brasil poderia aproveitar os potenciais de negócios gerados pelos investimentos em infraestrutura, mas a entidade destacou que o mercado europeu é bastante regulamentado e que isso pode gerar dificuldades de acesso ao mercado.

A seguir serão destacadas as principais oportunidades para produtos desse complexo na Romênia.

⁹⁹ A área cultivável da Romênia está estimada em 15 milhões de hectares.

¹⁰⁰ Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Sr. Liviu Neagu – Presidente da APIMAR – no dia 22/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Máquinas e Equipamentos” na Romênia

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Foram identificadas oportunidades na Romênia para produtos do complexo “Máquinas e Equipamentos” que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, que designa os produtos com essas características. Os grupos que foram selecionados a partir desses filtros estão listados na tabela 21.

Tabela 21: Grupo de produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Grupo de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia em 2011 (US\$)	Crescimento* das importações da Romênia 2006-2011 (%)
Aparelhos de ar-condicionado	5	189.799.399	9,8
Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas	7	74.246.905	12,0
Lâmpadas, tubos elétricos e faróis	10	70.816.401	8,9
Motores para veículos automóveis	5	521.280.230	26,9
Partes e peças de aviões e helicópteros	7	72.582.808	22,6

*Taxa média anual de crescimento

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

Referente ao grupo de produtos “motores para veículos automóveis” a Romênia importou US\$ 521 milhões em 2011 em 5 tipos de produtos distintos (SH6) que englobam vários tipos de motores de pistão de ignição por centelha para propulsão. Essas importações evidenciam a força do segmento automotivo no país e indicam possibilidades de integração das cadeias produtivas da Romênia e do Brasil.

Destacam-se ainda as importações dos grupos de produtos “aparelhos de ar condicionado” que podem refletir a demanda gerada pelo setor de construção mencionada pela ADUC durante missão prospectiva de inteligência comercial.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” na Romênia

Ressaltam-se que não foram encontradas oportunidades para produtos brasileiros classificadas como expressivas consolidadas, a consolidar, em risco e desvio de comércio.

Os produtos classificados como “em declínio”, representados na tabela 22, somaram US\$ 331,3 milhões em importações romenas em 2011, das quais somente US\$ 758 mil foram fornecidos pelo Brasil. Em 2007, no entanto, as importações originadas do Brasil desses mesmos grupos de produtos foram de US\$ 10,1 milhões. Muito embora as exportações brasileiras dos produtos desses grupos tenham declinado por causa

do crescimento registrado pelos concorrentes no mercado romeno vis a vis à diminuição da participação do Brasil, tais grupos de produtos merecem atenção por se constituírem de mercadorias que a indústria brasileira já teve maior participação no conjunto das importações romenas. A queda no volume importado do Brasil em alguns desses grupos é reflexo da entrada da Romênia na União Europeia.

Tabela 22: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a Romênia e presença “em declínio” naquele país.

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Autopeças	1	228.504.407	108.297	22,70	0,05	França	-64,97	22,29	Em declínio
Compressores e bombas	1	102.820.666	649.555	14,78	0,63	China	-18,69	22,15	Em declínio

*Taxa média anual de crescimento

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

A retração mais acentuada no período analisado (2006-2011) foi registrada nas exportações brasileiras do grupo “autopeças” representado pelo SH6 870830 “freios e servo-freios, suas partes, para veículos automóveis das posições 87.01 a 87.05”. A França, principal fornecedor, é beneficiada pelos acordos da União Europeia e pela integração industrial das fábricas Dacia e Renault.

Faz-se necessário, portanto, desenvolver estratégias de promoção comercial que facilitem a continuidade da participação brasileira, com o intuito de conter o declínio, e mesmo facilitar o aumento de participação desses produtos no mercado romeno.

A previsão de crescimento do mercado de vestuário na Romênia é bastante positiva, uma vez que a atual conjuntura econômica vem apresentando significativas tendências de recuperação. O crescimento será impulsionado pela recuperação do poder de compra e pelo aumento da confiança do consumidor, o que leva a uma elevação dos gastos totais das famílias. Outro aspecto positivo é a rápida expansão de redes de vestuário internacionais, que já estão bem posicionadas na Europa e competem no mercado romeno com artigos de qualidade a preços mais acessíveis.

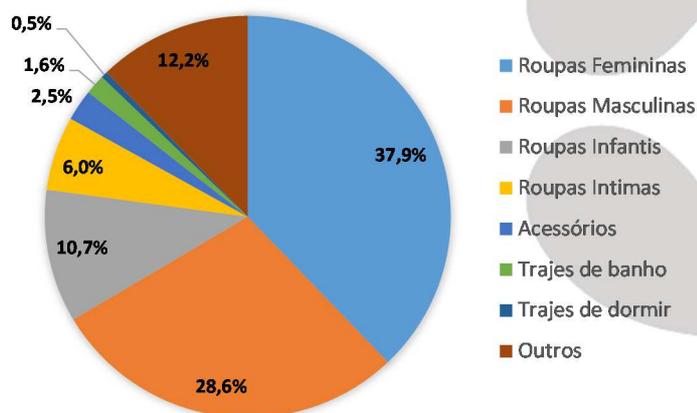
Por outro lado, a crescente preocupação com a beleza, aparência pessoal e posição social são elementos que tendem a elevar os gastos com moda, em geral, e com produtos de marca, especificamente entre consumidores de renda média e alta. Os segmentos que possuem renda mais elevada, têm crescentemente aumentado a demanda por produtos *high-end*, como roupas de grife e calçados. Ademais, o número crescente de mulheres que entram no mercado de trabalho também leva a um incremento do consumo dessa categoria de produtos.

Segundo informa o relatório *Apparel in Romania*¹⁰¹, do Euromonitor, as marcas internacionais europeias como *Zara*, *H&M*, *Mango* e *C&A*, por exemplo, já tinham uma boa reputação na Romênia antes mesmo de entrar no país, pois os consumidores tornaram-se familiarizados com essas marcas durante viagens ao exterior e por meio de grandes campanhas publicitárias internacionais. *Design*, qualidade do material e preço competitivo são os fatores mais importantes que ajudam a aumentar a popularidade de uma marca específica. A espanhola *Zara*, do grupo *Inditex*, em comparação com outras marcas no mesmo segmento, mantém sua imagem como uma marca *premium*, sem necessariamente recorrer a grandes liquidações ou promoções. A *H&M*, uma marca forte para os romenos, esperada por um longo tempo, abriu sua primeira loja em 2011, e sua entrada foi um enorme sucesso, apesar de os preços estarem até 50% mais elevados do que em outros países. Também em 2011, as marcas de luxo *Valentino*, *Gucci* e *Burberry* entraram no mercado romeno com o objetivo de chegar a um restrito nicho de mercado que anseia por prestígio.

Dados do Euromonitor indicam que o valor total consumido pelos romenos com vestuário em 2012 foi de US\$ 5,9 bilhões. O gráfico a seguir apresenta a participação de cada tipo de categoria de vestuário na venda varejista total do setor em 2012. Observa-se uma maior concentração de vendas nas roupas femininas, que participam com quase 39% das vendas totais, seguidas das roupas masculinas com 28,6% e das roupas infantis com 10,7%.

¹⁰¹ *Apparel in Romania*, Euromonitor Internacional, novembro de 2012

Gráfico 30 - Participação de cada categoria nas vendas varejistas de vestuário na Romênia em 2012



Fonte: Euromonitor Elaboração: GICC Apex-Brasil

Em relação à atitude dos consumidores romenos no que diz respeito a moda, o recente estudo *Consumer Lifestyles in Romania*¹⁰², também do Euromonitor, aponta vários hábitos e tendências. Os consumidores romenos tendem a buscar uma combinação de estilo e qualidade na escolha das roupas. Nos últimos anos, os hábitos de moda de consumidores das classes mais altas foram altamente influenciados por tendências internacionais da moda e percebe-se crescente interesse por marcas internacionais. Os costumes também variam de acordo com as estações do ano, visto que durante o inverno as pessoas tendem a se vestir com roupas escuras, como preto, marrom ou roupas azuis, enquanto que as consumidoras durante o verão tendem a usar cores mais claras e mais vívidas como azul claro, branco, rosa, verde e lilás.

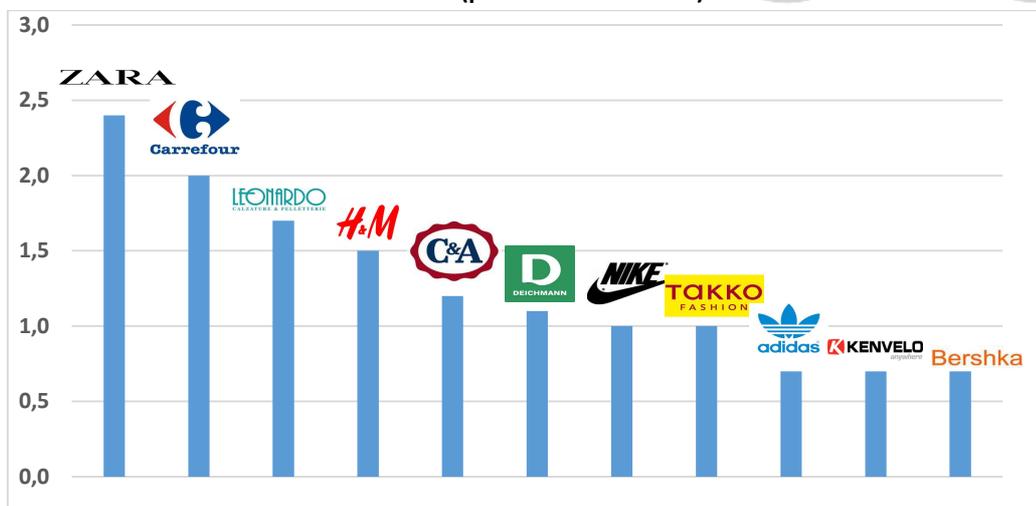
Em relação ao consumidor masculino, o estudo aponta que o uso de ternos no local de trabalho tem se tornado menos comum nos últimos anos. Atualmente, há maior procura por camisas casuais, que são mais confortáveis e menos dispendiosas. Durante os finais de semana, os homens vestem camisetas e camisas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

O mercado de vestuário na Romênia é bastante pulverizado, composto por diversas empresas nacionais, em sua maioria de médio e pequeno porte, e por grandes multinacionais, especialmente europeias. O Gráfico 31 apresenta a participação das principais redes especializadas em vestuário nas vendas totais do setor. A *Zara* lidera as vendas com 2,4% do total. Além da *Zara*, fazem parte desse grupo as marcas: *Beshka*, *Pull and Bear*, *Stradivarius* e *Massimo Dutti*, que juntas representam aproximadamente 5% das

¹⁰² *Consumer Lifestyles in Romania* Euromonitor Internacional, Novembro de 2013.

vendas de vestuário da Romênia. As peças de vestuário populares comercializadas com a marca *Carrefour* ocupam o segundo lugar, com 2,0% de participação.

Gráfico 31 – Participação (%) das principais redes especializadas em vestuário nas vendas totais do setor na Romênia em 2012 (por marca comercial)



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

A maior parte das companhias internacionais busca um distribuidor local para apoiar suas operações na Romênia, que geralmente são encarregados da criação das lojas e das atividades de *marketing*. Em geral, as marcas internacionais preferem abrir suas lojas em *shopping centers*, aproveitando-se do recente *boom* ocorrido nos últimos cinco anos, período no qual o total de áreas comerciais dessa categoria praticamente duplicou, com cerca de 20 novos estabelecimentos inaugurados na região de Bucareste e outras grandes cidades do país. Em Bucareste dois grandes centros comerciais foram abertos em 2010: *Sun Plaza* e *Cocor*. Esses novos empreendimentos possibilitaram a entrada de várias novas marcas de moda no mercado, tais como: *New Yorker*, *C&A*, *Mango*, *Promod*, *Peacocks*, *GAP*, *Orsay*, *Marks & Spencer*, *Peek & Cloppenburg*, *Debenhams*, *Bata* and *Aldo*, entre outras.

Figura 11 – Fachada do Centro Comercial *Baneasa* em Bucareste



Fonte: Acervo GICC

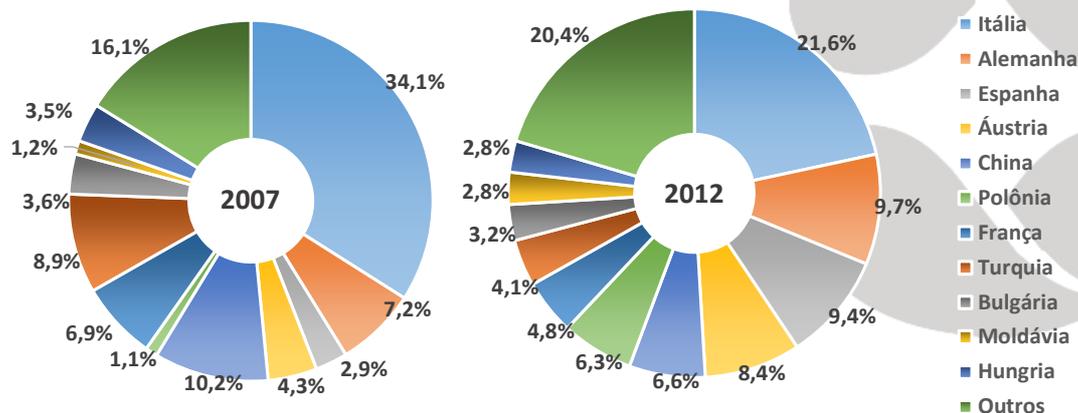
Figura 12 – Lojas de vestuário em *shopping center* da Romênia



Fonte: Acervo GICC

No que tange ao volume importado pela Romênia, o Gráfico 32 apresenta a procedência das peças importadas do segmento de vestuário, composto pelos capítulos 61 e 62 do Sistema Harmonizado. Observa-se que as importações são originadas principalmente da Itália, Alemanha e Espanha, que juntos, detiveram mais de 40% do mercado em 2012. Tanto a Alemanha quanto a Espanha apresentaram significativos ganhos de mercado nos cinco anos analisados. O Brasil possui uma participação bem pequena nesse segmento e não figura entre os principais fornecedores. Segundo dados do GTIS – *Global Trade Information System* – as importações totais romenas desse segmento somaram US\$ 1,01 bilhão em 2012, apresentando um crescimento médio anual de 1,8% entre 2007 e 2012.

Gráfico 32 – Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de vestuário na Romênia (Capítulos 61 e 62) – 2007 e 2012



Fonte: GTIS. Elaboração: GICC Apex-Brasil

A imagem do Brasil é bastante positiva no segmento moda praia, pois os romenos associam a moda brasileira ao verão e ao mar. Entre maio e setembro, período em que os romenos vão às praias do Mar Negro, as vendas de biquínis crescem consideravelmente. As roupas de banho geralmente são compradas em lojas de departamento como *H&M* e *Zara*, que oferecem preços mais acessíveis, entretanto, existe um nicho de mercado para produtos diferenciados, como melhor qualidade e *design*, produtos nos quais o Brasil é relativamente competitivo e pode se beneficiar de sua boa imagem no mercado para incrementar suas vendas ao país.

Em relação aos calçados usados pelos consumidores romenos, o estudo *Consumer Lifestyles in Romania*¹⁰³ aponta que a decisão pelo tipo de calçado varia de acordo com os eventos que frequentam, as atividades de que participam e a região onde vivem. O público feminino que mora nas cidades mais frias do país, por exemplo, tende a usar botas de salto alto clássicas, principalmente de couro, nas cores preta, marrom escuro ou azul escuro. Em geral, essas botas podem ser usadas com jeans ou *leggings*. Já nas regiões mais quentes, as mulheres tendem a usar sandálias de cores mais claras, prezando mais pelo conforto. Quando se trata das compras de calçados esportivos, *Adidas* e *Nike* estão entre as marcas preferidas, especialmente entre os consumidores mais jovens.

¹⁰³ *Consumer Lifestyles in Romania*, Euromonitor Internacional, Novembro de 2012.

Figura 13 – Lojas de calçados no shopping center Boneasa em Bucareste



Fonte: Acervo GICC

Os homens, durante o inverno, costumam usar sapatos de couro e botas de couro que tendem a combinar com a cor de suas roupas, geralmente preto, marrom escuro ou azul escuro. A nova geração de homens que não usam ternos para trabalhar começou a usar sapatos que são mais casuais e que combinam com o estilo informal. A maior parte dos consumidores é sensível ao preço e prefere comprar sapatos durante grandes promoções e liquidações.

A indústria de calçados, na Romênia, é composta por cerca de dois mil fabricantes locais em sua maioria pequenas e médias empresas, que produzem cerca 71 milhões de pares de sapatos ao ano. A maior parte da produção é dedicada à exportação. Apesar da haver produção local, cerca de 80% dos sapatos vendidos na Romênia são importados, sendo 95% deles provenientes da Ásia. O consumo médio *per capita* atinge cerca de três pares de calçados por ano. Dados do Euromonitor indicam que o as vendas totais de calçados no mercado romeno em 2012 foi de US\$ 986,1 bilhões. A Tabela a seguir apresenta a participação de cada tipo de calçado nas venda varejistas totais do setor em 2012. Observa-se uma maior concentração de vendas nos calçados femininos, que participaram com 56% das vendas totais.

Tabela 23: vendas varejistas de calçados, por categoria - 2012 (Quantidade e Valor)

Categorias	Quantidade (Mil unidades)	Valor (US\$ Mil)
Calçados Femininos	25.747	558.345,40
Calçados Masculinos	15.102	323.917,30
Calçados Infantis	5.669	99.758,80

Fonte: Euromonitor. Elaboração GICC Apex-Brasil

Com respeito a higiene pessoal e cosméticos, o mercado é dominado por grandes multinacionais do setor, como *Unilever*, *Procter & Gamble*, *Colgate-Palmolive* e *Oral-B*. Tais companhias possuem marcas bem estabelecidas, que oferecem boa qualidade a preços razoáveis. O segmento de produtos de massa domina o mercado, uma vez que os consumidores romenos são relativamente sensíveis aos preços. Ainda assim, produtos *premium*, vem expandindo suas vendas, especialmente nos segmentos de maquiagens, produtos para pele e perfumes.

As farmácias, que representam cerca de um terço das vendas do setor, são consideradas um dos melhores canais de distribuição para os produtos de cuidados pessoais por geralmente trabalham com as marcas já conhecidas pelos consumidores. Recentemente algumas farmácias passaram a lançar produtos com marca própria. Um dos melhores exemplos é *Sensiblu*, que tem cinco marcas próprias distintas (*Herbology / Herbosophy, Oxyance, Imacul'Eau, Dermalin e Sensiblu*), dentre as quais pelo menos três são exclusivas na categoria "ingredientes naturais."

A seguir serão analisadas as principais oportunidades para exportação dos produtos que integram o complexo de Moda e Cuidados Pessoais e que apresentaram os melhores cenários para o Brasil, considerando as tendências de crescimento das importações do mercado romeno e das exportações brasileiras, bem como das participações tanto do Brasil como de seu maior concorrente no mercado romeno.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Moda e Cuidados Pessoais” na Romênia.

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

A Tabela 24 apresenta os grupos de produtos de exportações incipientes, ou seja, aquelas que ainda estão em seus estágios iniciais de inserção no mercado romeno. Esses produtos geralmente apresentam participação brasileira pouco significativa nas importações romenas ou carecerem de continuidade no período em estudo. Apesar disso, as pautas de importação da Romênia e de exportação do Brasil são complementares, e o Brasil é especialista na exportação desses produtos.

Tabela 24: Grupo de produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Grupo de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia em 2011 (US\$)	Crescimento* das importações da Romênia 2006-2011 (%)
Calçados	26	341.470.118	13,6
Partes de calçados	4	482.189.436	9,3

*Taxa média anual de crescimento

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

Em termos de valor, o principal grupo de produtos incipientes importados pela Romênia foi “*partes de calçados*”, composto por composto por 4 tipos diferentes de produtos (SH6), no valor total de US\$ 482,1 milhões em 2011. As importações desse conjunto de produtos cresceram, em média, 9,3% ao ano no período 2006-2011. Já em relação ao bom dinamismo no país, cumpre enfatizar o grupo “calçados”, cujas importações romenas dos 26 códigos SH6 que compõem o grupo saltaram de US\$ 180 milhões, em 2006, para US\$ 341 milhões em 2011, após crescerem 13,6% ao ano, em média, no período. O maior fornecedor desse conjunto de produtos para a Romênia, em 2011, foi a China, que concentrou cerca de 20% das vendas.

Produtos brasileiros com exportações expressivas para a Romênia

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

Produtos brasileiros com presença “a consolidar” na Romênia

Os produtos com presença *a consolidar* incluem-se nos casos em que o Brasil já tem uma boa fatia de mercado e que as exportações dos produtos brasileiros crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nessa classificação, encontram-se as melhores oportunidades, visto que há grandes chances de os exportadores aumentarem ainda mais sua participação no país importador.

Tabela 25: Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas “a consolidar” para a Romênia

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Calçados	1	1.635.323	168.651	315,29	10,31	35,31	China	39,28	A consolidar
Confecções	1	52.948.774	5.555.514	79,72	10,49	-4,01	Itália	31,88	A consolidar

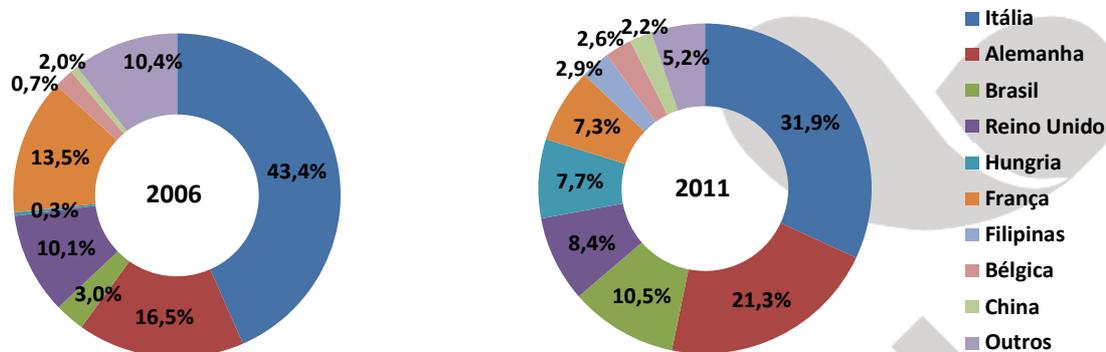
*taxa média anual de crescimento.

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

A Tabela 25 lista os dois produtos classificados como “a consolidar”, que apresentaram as melhores possibilidades de exportação para os empresários brasileiros. A análise do período entre 2006 e 2011 revela que o Brasil tem apresentando bom dinamismo no que se refere às exportações, mantendo taxas de crescimento relativamente altas. Em ambos os grupos de produtos listados, o crescimento médio das exportações do Brasil foi superior ao crescimento das importações do mercado. Merece destaque o grupo

“confeções”, representado pelo SH6 580632 – “outras fitas de fibras sintéticas ou artificiais”, cujas importações romenas somaram US\$ 52,9 milhões em 2011.

Gráfico 33: Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “outras fitas de fibras sintéticas ou artificiais” para a Romênia - 2006 e 2011 (%).

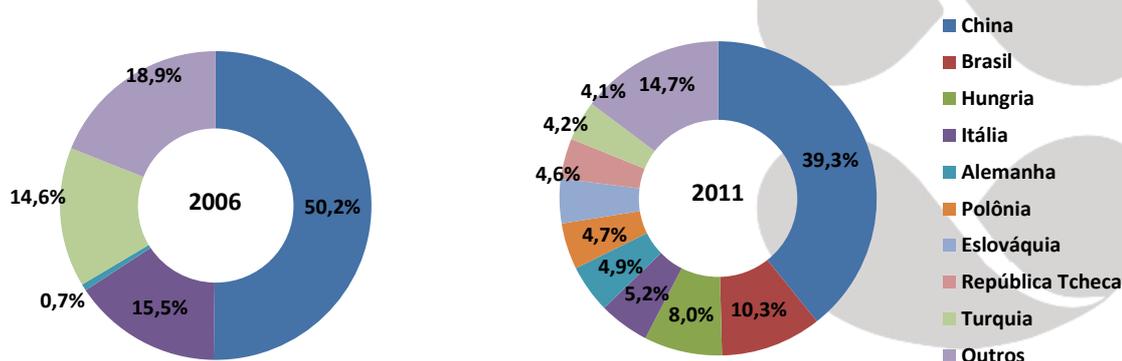


Fonte: GICC Apex-Brasil, a partir de dados do *Comtrade*.

As constantes taxas de crescimento das exportações brasileiras de “outras fibras sintéticas” contribuíram também para o ganho *market share* no mercado romeno nos últimos anos. Conforme ilustra o Gráfico 33, o Brasil, terceiro maior fornecedor para o mercado romeno em 2006, apresentava uma participação de mercado de 3,0% no total importado pela Romênia do produto em análise, ao passo que em 2011, a participação brasileira aumentou mais de 7 pontos percentuais, alcançando 10,5%. Em contrapartida, a Itália, principal fornecedor desse produto, obteve perdas significativas de participação, passando de 43,4% em 2006 para 31,9% em 2011.

O grupo “calçados”, representado pelo SH6 640220 – “calçados de borracha ou plástico, com parte superior em tiras ou correias, com saliências (espigões) que se encaixam na sola – sapatos” também merece destaque no que tange ao dinamismo das exportações brasileiras. O crescimento apresentado pelo Brasil ultrapassou os 315% na média dos anos 2006-2011, taxa bem superior ao do seu principal concorrente no mercado, a China, que apresentou um crescimento de 30,5% na média dos cinco anos em análise.

Gráfico 34 - Evolução da participação de mercado dos principais fornecedores de “calçados de borracha ou plástico” para a Romênia (2006 e 2011)



Fonte: GICC Apex-Brasil, a partir de dados do *Comtrade*

Em 2011, a China foi a origem de 39,3% das importações romenas de “calçados de borracha ou plástico”. Sua participação em relação ao Brasil, vice-líder de mercado, é ampla. Apesar disso, a situação do país já foi mais confortável. Em 2006 a presença chinesa na Romênia era ainda mais marcante, uma vez que o percentual era de 50,2%. É interessante observar a evolução do Brasil, que no período em análise ganhou o equivalente a 10 pontos percentuais de participação, ao passar de 0,1% em 2006 para 10,3% em 2011, se configurando como o segundo maior fornecedor para a Romênia.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” na Romênia

Em declínio estão as exportações brasileiras que, apesar de nunca terem conseguido se consolidar no mercado romeno, encontram-se em processo de contração. Nessa classificação encontra-se o grupo “higiene pessoal e cosméticos”, que contém dois produtos: *dentifrícios e fios utilizados para limpar espaços interdentais (fio dental)*. As importações romenas desses produtos somaram US\$ 25,5 milhões em 2011.

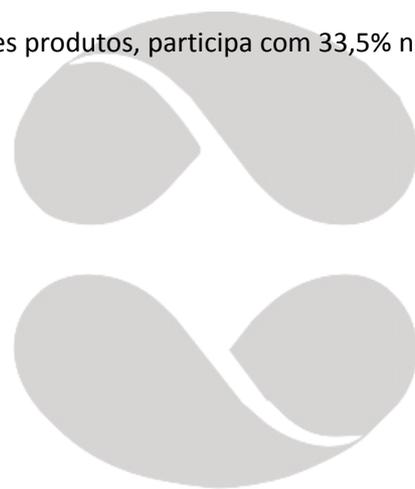
Tabela 26: Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas “em declínio” para a Romênia

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Higiene pessoal e cosméticos	2	25.556.902	922.649	1,03	3,61	9,35	Polônia	33,55	Em declínio

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

As exportações brasileiras do grupo “higiene pessoal e cosméticos” alcançaram US\$ 922 mil em 2011. O ritmo de crescimento do Brasil na média do período em análise (2006 a 2011), foi de 1,03%, taxa relativamente menor que a dos principais concorrentes que foi de 7,98%. O Brasil possui uma participação

de mercado de 3,6%, ao passo que a Polônia, principal exportador desses produtos, participa com 33,5% no total importado pela Romênia.



ApexBrasil

Nessa seção serão apresentadas as oportunidades para produtos brasileiros na Romênia relacionados aos complexos *Tecnologia e Saúde, Entretenimento* e aqueles classificados como *Multissetorial e Outros*. Essa última classificação reúne os grupos de produtos que podem ser incluídos em mais de um complexo ou em algum outro complexo não contemplado anteriormente. Dentre os inúmeros grupos de produtos classificados como *Multissetorial e Outros*, alguns são integrantes de setores importantes da economia romena e que podem oferecer oportunidades comerciais interessantes para produtos, serviços e empresas brasileiras, com especial destaque para tecnologia da informação, mineração e metais, medicamentos e embalagens.

A indústria de tecnologia da informação na Romênia apresentou forte crescimento nos últimos anos e, após ter conseguido se manter em crescimento durante o período da crise, começa a alcançar sua maturidade e a posicionar a Romênia como importante competidor mundial. O país é um dos mercados de maior crescimento de TI da Europa. A Romênia apresentou progressos significativos em todos os subsetores da tecnologia da informação, incluindo telefonia fixa, telefonia móvel, *internet* e *software*. O país atualmente é líder na Europa e sexto no mundo em termos de números de especialistas no setor. De acordo com a *Microsoft*, que adquiriu a tecnologia romena antivírus em 2003, a Romênia tem alto potencial na área de TI e um número grande de estudantes, pesquisadores e empresários engajados no setor. Para a *Stefanini*, empresa brasileira que está instalada na Romênia, o país oferece muitos atrativos às empresas da área de tecnologia tais como facilidade de acesso aos demais mercados da União Europeia, tributação favorável, mão de obra técnica altamente qualificada e salários mais baixos que a média europeia.¹⁰⁴

Atualmente a Romênia responde por 5% do mercado mundial de desenvolvimento e programação de *software* e é o terceiro maior exportador mundial de *software*, atrás somente de Índia e China. A presença de empresas globais do setor, tais como *Intel, Motorola, Microsystems, Boeing* e *Nokia* intensificam as atividades do setor. Cerca de 25 mil profissionais trabalham na indústria de *software* do país, que está na sexta posição mundial em número de profissionais certificados. A Romênia registrou, em 2012, 10,1 milhões de usuários de *internet*, número que foi 64,7% maior que o registrado em 2007. Registraram crescimento também o número de linhas de telefonia fixa, 4,8 milhões de linhas em 2012, crescimento de 8,0% com relação a 2007; o número de vendas pela *internet* que em 2012 foi 82,2% superior ao valor de 2007; e

¹⁰⁴ Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Sr. Gabriel-Iulian Ciucu – Gerente de Aplicações e Serviços da Stefanini – no dia 15/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

também de linhas de telefonia celular que em 2012 registrou crescimento de 83,1% comparando-se com 2007.¹⁰⁵ O investimento total no setor de telecomunicações no país girou em torno de US\$ 744 milhões em 2012. Todo esse crescimento é resultado das orientações e diretrizes de desenvolvimento para adequação de infraestrutura da União Europeia. Registraram aumento ainda o número de usuários de banda larga, de redes sociais e de registro de domínios na *internet*.

O setor de mineração e metais na Romênia também deverá demonstrar crescimento, mesmo que modesto, nos próximos anos. O país é um grande produtor de carvão mineral, que é uma importante fonte de energia na Europa. Produz também ouro, que teve sua extração incrementada devido às restrições da Comunidade Europeia para extração de carvão mineral até 2014. A produção de aço romena deverá apresentar crescimento de 1,5% ao ano até 2017 e será incentivada pelas melhorias da infraestrutura de produção de aço e pelas exportações, que por sua vez, são favorecidas pela desvalorização da moeda local frente ao Euro. O consumo doméstico de aço também deverá aumentar devido ao incremento dos setores automotivo e de construção civil e aos investimentos em infraestrutura. Tudo isso poderá se refletir em boas oportunidades comerciais para exportação de minério de ferro do Brasil.

A indústria farmacêutica romena está voltada majoritariamente para a produção de medicamentos genéricos e está concentrada em dois grandes produtores, quais sejam, *Terapia* e *Biopharm*. De acordo com informações da APMGR (Associação de Produtores de Medicamentos Genéricos da Romênia)¹⁰⁶ o mercado de produtos farmacêuticos é altamente regulado e obedece aos padrões e legislação da União Europeia. A matéria prima utilizada pela indústria farmacêutica é majoritariamente importada. De acordo com percepção dos representantes da entidade, a relação com os fornecedores asiáticos é complicada e os produtores de matérias primas de Estados Unidos, Canadá e Brasil são mais competentes, embora haja um forte relacionamento com a Alemanha nesse setor. Ainda de acordo com a APMGR há uma boa aceitação de medicamentos genéricos por parte dos consumidores. Esse tipo de medicamento responde por 70% das vendas em quantidade na Romênia e o governo monitora os preços e possui um programa de reembolso a partir do preço de referência desses produtos. A produção nacional atende a 65% da demanda do mercado, que ainda é dependente de importações. Na percepção da entidade, no setor de medicamentos, as melhores oportunidades para produtos brasileiros estariam concentradas em suplementos alimentares e medicamentos sem prescrição médica.

¹⁰⁵ De acordo com dados do Euromonitor International.

¹⁰⁶ Em reunião realizada na sede da Embaixada do Brasil em Bucareste com o Sr. Laurentiu Mihai – Diretor Executivo da APMGR, e com o Sr. George Baicu – Executivo da Terapia – no dia 17/05/2013 durante missão prospectiva de inteligência comercial.

Outro segmento industrial importante e que tem acompanhado o recente desenvolvimento e desempenho econômico da Romênia é o de embalagens. Nos últimos anos o setor de embalagens apresentou taxa média de crescimento de 4% ao ano devido ao desenvolvimento tecnológico, à inovação e à preocupação com questões ambientais e de sustentabilidade. Em 2002 o consumo médio de embalagens na Romênia era de 39kg/habitante ao ano, em 2009 esse consumo saltou para 60kg/habitante ao ano. Tal crescimento é sustentado pelo desenvolvimento industrial do país e pelas mudanças geradas pela modernização e alterações nos padrões de vendas do varejo, sobretudo das vendas e consumo de alimentos industrializados. As melhores oportunidades comerciais para esses produtos estão ligadas às embalagens de papel e vidro, devido às preocupações ecológicas e à questão da reciclagem, que são temas importantes dentro dos padrões e exigências da União Europeia. A seguir serão destacadas as principais oportunidades para produtos desse complexo na Romênia.

Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Multissetorial e Outros” na Romênia.

Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Foram identificadas oportunidades na Romênia para produtos do complexo “Multissetorial e Outros” que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, que designa os produtos com essas características. Os grupos que foram selecionados a partir desses filtros estão listados na tabela 27.

Tabela 27: Grupo de produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a Romênia

Grupo de Produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia em 2011 (US\$)	Crescimento* das importações da Romênia 2006-2011 (%)
Petróleo e derivados de petróleo	43	8.638.163.492	4,6
Produtos farmacêuticos	32	3.178.832.989	15,6
Produtos para fotografia	35	46.110.158	-0,5
Vidro e suas obras	64	358.324.452	3,5

*Taxa média anual de crescimento

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

Referente ao grupo de “produtos farmacêuticos” a Romênia importou US\$ 3,1 bilhões em 32 tipos de produtos distintos (SH6) que englobam vários tipos de produtos como medicamentos para vendas a retalho; anti-soros e frações de sangue; antibióticos para venda a retalho; medicamentos contendo insulina; culturas de microorganismos; medicamentos contendo hormônios corticosteroides; outros medicamentos

contendo hormônios; medicamentos contendo vitaminas ou provitaminas; vacinas para medicina humana; medicamentos contendo penicilinas ou seus derivados; pastas, gazes, ataduras e artigos análogos, impregnados ou recobertos de substâncias farmacêuticas ou acondicionados para venda a retalho; cimentos e outros produtos para obturação dentária e para reconstituição óssea. Essas importações evidenciam a força de demanda do segmento farmacêutico romeno e apontam possibilidades de integração comercial nesse setor com o Brasil.

Destacam-se ainda as importações dos grupos de produtos “vidros e suas obras” com US\$ 358 milhões importados pela Romênia em 2011 em 64 tipos de produtos (SH6), com destaque para vidraria para laboratório; vidros para automóveis; utilidades domésticas de vidro.

Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a Romênia

As exportações brasileiras classificadas como “expressivas” já alcançaram um maior grau de maturidade em sua inserção no mercado importador, possuem certa continuidade ao longo do período analisado e registram participação minimamente significativa naquele país. Referente ao complexo Multissetorial e Outros na Romênia as exportações “expressivas” foram classificadas em cinco situações: “consolidadas”, “a consolidar”, “em risco” “em declínio” e “desvio de comércio”.

As exportações denominadas “consolidadas” possuem um posicionamento privilegiado no mercado importador, ou seja, são aquelas cuja participação brasileira no mercado já é significativa e nas quais 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. As exportações expressivas classificadas como “a consolidar”, por sua vez, reúnem aqueles produtos para os quais o Brasil registra alguma parcela de mercado e produtos cujas exportações brasileiras crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nesse cenário, há grande chance de os exportadores brasileiros aumentarem sua presença no país importador.

Nas exportações classificadas como *em risco* estão os produtos brasileiros que já haviam sido consolidados no mercado analisado e, atualmente, ainda possuem significativa participação, embora venham 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 se perde participação para os concorrentes. Os produtos com presença “em declínio”, por sua vez, são aqueles que nunca conseguiram se estabelecer no mercado romeno e que perdem espaço face ao crescimento verificado para os demais concorrentes. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, pois o cenário desfavorável inicial precisaria ser revertido. 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 no mercado analisado. Apesar disso, a taxa média de crescimento das exportações brasileiras é inferior à verificada para seus concorrentes e o Brasil posiciona-se com uma fatia de mercado pouco relevante no país analisado. Isso denota que há algum elemento não determinado pela simples observação dos fluxos comerciais globais que favorece o principal concorrente brasileiro naquele mercado, como acordos comerciais por exemplo.

Produtos brasileiros com presença “a consolidar” e “consolidada” na Romênia

Na tabela 28, estão indicados os grupos de produtos de exportações expressivas classificadas como “a consolidar” e “consolidadas” no mercado romeno. Verifica-se que o grupo “produtos químicos inorgânicos”, representado pelo item “outros silícios” (SH6 280469), classificado como exportações consolidadas cresceram a uma taxa média muito superior à dos concorrentes no mercado romeno no período analisado.

Tabela 28: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a Romênia e presença “consolidada” e “a consolidar” naquele país.

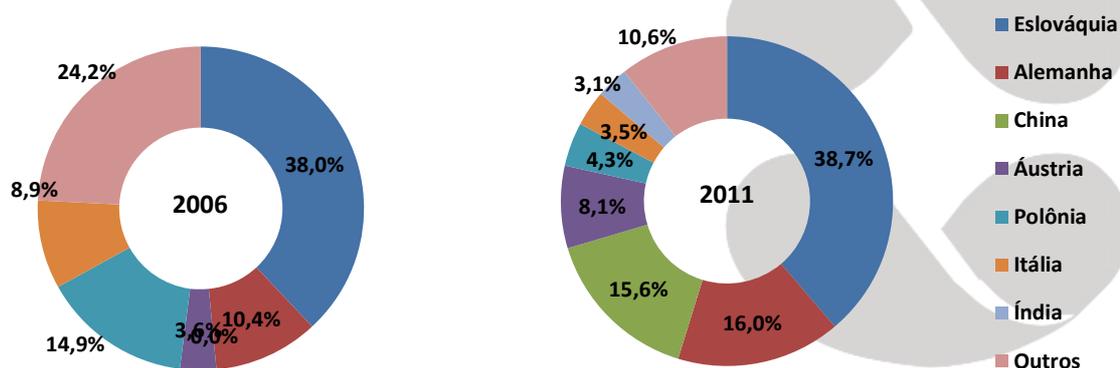
Subgrupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Papel e suas obras	1	23.098.163	365.555	17,24	1,58	Eslováquia	23,49	38,75	A consolidar
Produtos químicos inorgânicos	1	8.527.645	4.098.163	-16,19	48,06	Alemanha	107,50	17,01	Consolidado

*Taxa média anual de crescimento

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

Com relação ao grupo de produtos classificado como de exportações brasileiras “a consolidar”, cabe destacar o valor comprado internacionalmente pela Romênia de “papel e suas obras”, representado pelo item “outros papéis e cartões não revestidos, contendo ao menos 10% de fibras obtidas por processo mecânico ou químico-mecânico, de peso menor ou igual a 40 g/m² mas não maior que 150 g/m², em rolos ou folhas” (SH6 480257) que foi de US\$ 23,1 milhões em 2011. O crescimento das exportações brasileiras para o mercado romeno foi superior ao crescimento dos demais concorrentes. O gráfico 35 evidencia os principais fornecedores desses produtos em 2011 e a posição deles no mercado romeno em 2006.

Gráfico 35: Participação de mercado dos principais fornecedores de “papel e suas obras” para a Romênia - 2006 e 2011 (%).



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

A partir da análise do gráfico 35 percebe-se que o principal fornecedor, Eslováquia, manteve sua participação no período analisado, consolidando sua posição no mercado romeno. China e Índia, que não haviam exportado esses produtos para a Romênia em 2006, participaram com 15,6% e 3,1%, respectivamente. O Brasil, que também não havia exportado esses produtos para a Romênia no primeiro ano analisado apresentou taxa média de crescimento de 23,49% entre 2007 e 2011 e foi o 11º maior fornecedor para o mercado romeno no último ano analisado. A Romênia havia importado US\$ 10,2 milhões em 2006 e importou em 2011 US\$ 23,1 milhões, o que pode comprovar o aumento da demanda por embalagens no país.

Produtos brasileiros com presença “em declínio” e “desvio de comércio” na Romênia

Os produtos classificados como “em declínio”, representados na tabela 29, somaram US\$ 7,6 milhões em importações romenas em 2011, sendo apenas US\$ 4,7 mil fornecidos pelo Brasil. Ressalta-se que muito embora as importações romenas originadas do Brasil dos grupos de produtos sob esta classificação tenham aumentado em valor, já que em 2006 o Brasil não havia exportado esses produtos para a Romênia, a taxa média de crescimento apresentada pelas vendas brasileiras foi menor que a média dos concorrentes desses grupos de produtos, o que justifica terem sido classificadas como “em declínio”.

Tabela 29: Grupos de produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a Romênia e presença “em risco”, “em declínio” e “desvio de comércio” naquele país.

Subgrupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Romênia 2011 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Romênia 2011 (US\$)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Romênia 2006-2011 (%)	Participação brasileira nas importações da Romênia 2011 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado da Romênia 2011	Crescimento* das exportações brasileiras para a Romênia 2006-2011 (%)	Participação do principal concorrente nas importações da Romênia 2011 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Romênia
Minérios de ferro	1	260.314.735	131.661.430	13,51	50,58	Ucrânia	0,34	40,59	Em risco
Vidro e suas obras	1	7.629.833	2.739	-4,00	0,04	França	-68,23	33,72	Em declínio
Demais produtos de borracha e suas obras	1	33.415	1.982	89,48	5,93	Itália	-19,50	43,37	Em declínio
Instrumentos, aparelhos de ótica e precisão, partes e	2	26.758.705	716.120	11,17	2,68	Turquia	-14,16	33,05	Desvio de comércio

*taxa média anual de crescimento.

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

A retração mais acentuada no período analisado (2006-2011) foi registrada nas exportações brasileiras do grupo “vidro e suas obras”, representado pelo SH6 701349 “outros objetos de serviço de mesa ou de cozinha, exceto de vitrocerâmica” cujo principal fornecedor para o mercado romeno foi a França. Também com contração significativa aparece o grupo “demais produtos de borracha e suas obras”, formado pelo SH6 400430 “balata, guta-percha, guaiúle, chicle e gomas naturais análogas” cujo principal fornecedor para a Romênia foi a Itália. O acordo com a União Europeia pode ser a possível razão para o decréscimo das exportações brasileiras e é um obstáculo que precisa ser contornado no intuito de dinamizar as vendas brasileiras dos referidos grupos de produtos. Ainda assim, e por se tratarem de grupos de produtos que o Brasil se destaca nas exportações para outros países, se faz necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que facilitem a continuidade da participação brasileira, com o intuito de conter o declínio, e mesmo favorecer o aumento da participação do Brasil naquele mercado.

O grupo de produtos “minérios de ferro” classificado como “em risco” registrou US\$ 260,3 milhões em importações realizadas pela Romênia, sendo US\$ 131,6 milhões fornecidos pelo Brasil. Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira e mesmo seu aumento de participação nas importações romenas.

Por fim, os produtos agrupados sob a classificação “desvio de comércio” registraram US\$ 26,7 milhões em importações realizadas pela Romênia e somente US\$ 716 mil em exportações brasileiras para o referido mercado em 2011. A Ucrânia, principal concorrente, pode estar se beneficiando de algum acordo comercial que confere vantagens para suas exportações e impedem o avanço da participação do Brasil no mercado romeno.



PARTE 5
ANEXOS

ApexBrasil

ANEXO 1 - DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES PARA EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS BRASILEIROS

O trabalho de identificação de oportunidades para as exportações brasileiras se inicia com o levantamento de todos os produtos (SH6) que o mercado-alvo importou nos últimos seis anos. Esses produtos são separados em dois grupos: produtos com exportações expressivas e produtos com exportações incipientes.

Para identificar quais produtos têm exportações expressivas, são realizados três passos na seguinte ordem:

1) identificam-se os produtos, cuja participação média das exportações brasileiras em relação à média do total importado pelo mercado-alvo tenha sido superior a 1% nos últimos seis anos;

2) desconsidera-se o primeiro *quartil*, formado pelos produtos identificados no passo 1. Consideram-se, assim, apenas os produtos que estão entre os 75% com maior participação nas exportações brasileiras para o mercado-alvo;

3) verifica-se, então, se as exportações dos produtos identificados ao final do passo 2 são contínuas. Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior. Analisando-se, por exemplo, um período de quatro anos, se determinado produto foi vendido apenas nos dois primeiros anos, suas exportações são descontínuas. Se, no entanto, as vendas do produto iniciaram no terceiro ano e se repetiram no quarto, suas exportações são consideradas contínuas.

Os produtos com *exportações incipientes* são aqueles excluídos em um dos três passos anteriormente descritos. Dessa maneira, assegura-se que todos os produtos importados pelo mercado-alvo, mesmo os que não são exportados pelo Brasil, participaram da análise de oportunidade.

Uma vez separados, os produtos que têm exportações expressivas dos que têm exportações incipientes são agregados em grupos. A partir de então, os grupos de produtos com exportações expressivas e incipientes são analisados separadamente por meio de diferentes critérios metodológicos.

Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações expressivas

Os grupos de produtos com *exportações expressivas* são classificados em cinco categorias: *consolidados*, *em risco*, *em declínio*, *desvio de comércio* e *a consolidar*. A classificação é feita considerando-se:

- O posicionamento do Brasil em relação a seus concorrentes em cada grupo de produtos. Isso é verificado por meio da análise da participação brasileira e do principal concorrente nas importações do mercado-alvo no último ano do período considerado e do crescimento médio das exportações brasileiras em relação ao crescimento médio das exportações dos concorrentes.
- A especialização do Brasil na exportação de produtos daquele grupo em relação à especialização exportadora do principal concorrente, definida a partir do cálculo da Vantagem Comparativa Revelada (VCR) de cada país.¹⁰⁷

Um grupo de produtos é considerado *consolidado* quando o Brasil já tem, no mínimo, 30% de participação no mercado-alvo, e o crescimento médio das exportações brasileiras é igual ou superior ao crescimento médio das exportações dos concorrentes, no período considerado. A característica principal desses grupos de produtos é que eles já gozam de uma situação confortável no mercado-alvo, que demanda apenas esforços para sua manutenção.

Os grupos de produtos considerados *em risco* são aqueles em que o Brasil tem uma participação de mercado igual ou superior a 30%, mas o crescimento médio das exportações dos concorrentes supera em mais de 50% o crescimento médio das exportações brasileiras, o que significa que a posição do Brasil encontra-se ameaçada.

Grupos de produtos com *desvio de comércio* são aqueles cujo crescimento médio das exportações brasileiras é inferior ao das exportações dos concorrentes, apesar de o Brasil apresentar vantagens na exportação do grupo de produtos observado ($VCR_{BR} > 1$), ao contrário de seu principal concorrente ($VCR_{Conc.} < 1$). Isso indica que há algum elemento, não determinado pela simples observação dos fluxos comerciais globais, favorecendo o principal concorrente do Brasil no mercado-alvo. Esse elemento pode ser a existência de acordos comerciais, a proximidade geográfica, entre outros. Para se contornar o desvio de comércio são necessários esforços que normalmente vão além da promoção comercial.

¹⁰⁷ A VCR é calculada pela participação do grupo de produtos nas exportações totais brasileiras para o mundo em relação à participação do mesmo grupo nas exportações mundiais totais.

Um grupo de produto está *em declínio* se não há diferença de especialização na exportação entre o Brasil e o principal concorrente ($VCR_{BR} > 1$ e $VCR_{Conc.} > 1$ ou $VCR_{BR} < 1$ e $VCR_{Conc.} < 1$), e se 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%,¹⁰⁸ e a taxa de crescimento dos concorrentes é o dobro da taxa de crescimento brasileira.

Nos grupos de produtos classificados como *a consolidar*, a participação do Brasil no mercado-alvo é inferior a 30%, mas as exportações brasileiras acompanham o ritmo dos concorrentes ou são mais aceleradas. Esses são os grupos de produtos que apresentam as melhores oportunidades para o aumento das exportações brasileiras. Por isso, eles são investigados mais profundamente.

Nesse caso, são levantados os produtos representados por códigos SH6 mais significativos. Para isso, utilizam-se duas variáveis:

- 1) contribuição de cada produto para o crescimento total das exportações brasileiras do grupo;
- 2) tendência de crescimento de cada produto, calculada comparando-se o valor exportado pelo Brasil no último ano do período analisado com a média do valor exportado nos últimos três anos. Produtos que contribuíram para o crescimento de seu grupo mais do que a média e que foram mais exportados do que a média dos últimos três anos no último ano são considerados mais determinantes para o desempenho positivo do grupo.

Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações incipientes

No caso das *exportações incipientes*, as variáveis adotadas para seleção dos principais grupos de produtos levam em conta apenas a demanda do mercado-alvo (dados de importações), já que o Brasil ainda não se estabeleceu no país com esse conjunto de produtos.

Em primeiro lugar, determina-se o dinamismo do grupo de produtos em relação ao próprio mercado e o dinamismo do grupo de produtos em relação às importações mundiais. O primeiro compara o crescimento das importações do mercado-alvo do grupo de produtos com o crescimento de suas importações totais. Já o segundo compara o crescimento das importações do mercado-alvo do grupo de produtos com o crescimento das importações mundiais do mesmo grupo. Em relação ao dinamismo, um

¹⁰⁸ A taxa média anual de crescimento abaixo de 15% foi definida como valor máximo para um grupo caracterizar-se como *em declínio* porque, acumulada em um período de seis anos, representa um crescimento total de aproximadamente 100% no valor exportado pelo Brasil. Assim, ainda que a taxa de crescimento das exportações brasileiras seja menos da metade da taxa dos concorrentes, considera-se que a variação total das vendas do Brasil para o mercado foi significativa, e o grupo de produtos não poderia ser caracterizado como *em declínio*.

grupo de produtos pode estar *em decadência*, apresentar *baixo dinamismo*, *dinamismo intermediário*, ser *dinâmico* ou *muito dinâmico*. Apenas os grupos intermediários, dinâmicos e muito dinâmicos prosseguem na análise.

Em segundo lugar, mede-se a participação desses grupos no total importado pelo mercado-alvo e o crescimento das importações no último biênio do período analisado. Para aqueles de participação mais relevante e crescimento nos últimos dois anos, é avaliada a competitividade brasileira no mercado, por meio do Índice de Especialização Exportadora (IEE), e a complementaridade das pautas de exportação brasileira e de importação do mercado-alvo, por meio do Índice de Complementaridade de Comércio (ICC).

Como mencionado na seção de Indicadores de Comércio deste estudo, o IEE aponta, na relação comercial entre dois países, se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto que o país B. Mais especificamente, o IEE compara a participação das exportações de determinados setores brasileiros para o mundo com a participação das exportações do mercado-alvo dos mesmos setores para o mundo. Um valor do IEE superior a 1 sugere que, no setor analisado, o Brasil tem vantagem de especialização exportadora em relação ao mercado em análise.

No entanto, esse indicador só faz sentido se analisado junto ao índice de complementaridade de comércio entre os dois países. Isso porque a especialização exportadora indica o potencial de venda do país A para o país B. Mas é necessário, sobretudo, que o país B necessite adquirir o produto exportado pelo país A. Para tanto, o Índice de Complementaridade de Comércio (ICC) fornece informações sobre as perspectivas de integração comercial entre dois países. O ICC é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações do mercado-alvo. Por meio dessa comparação, é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil para o mundo coincidem com os produtos importados pelo mercado analisado.

Os grupos de produtos que atenderem a esse conjunto de critérios são classificados como *a desenvolver*, ou seja, são aqueles em que o Brasil apresenta maiores chances de abertura de mercado. Portanto, representam as principais oportunidades do conjunto de exportações incipientes, sendo analisados com mais profundidade.

Por fim, são definidos os principais produtos dentro de cada grupo *a desenvolver*, selecionados novamente com o auxílio do IEE e levando-se em conta a tendência de crescimento das importações desses produtos.

NA RÔMENIA

1) REPRESENTAÇÃO DIPLOMÁTICA E CONSULAR BRASILEIRA

Ambasada Braziliei (Embaixada do Brasil)

Bulevardul Aviatorilor, nr.40 - Bucharest
Telefone: + 40 21 230-1130
Fax: + 40 21 230-1599
E-mail: braembuc@starnets.ro
brasemb.bucareste@itamaraty.gov.br

2) ORGÃOS OFICIAIS

Ministério dos Negócios Estrangeiros

Aleea Alexandru, nr.31, cod.011822 – sector 1 – Bucharest
Tel.: + 40 21 230 - 5785, 230 - 2071
Fax: + 40 21 230 - 7587, 230 - 7961
E-mail: mae@mae.ro
presa@mae.ro
informatii.consulare@mae.ro
Site: www.mae.ro

Ministério da Economia e do Comércio

Calea Victoriei, nr.152 – sector 1 – Bucharest
Tel.: + 40 21 212 - 9437
Fax: + 40 21 202 - 5108
E-mail: minind@minind.ro
Site: www.minind.ro

Ministério das Finanças Públicas

Strada Apollodor nr. 17, sector 5 – cod 050741
Tel: +40 21 410 - 3400, 410 - 3550, 410-5025
Fax: +40 21 312 - 2509
Site: www.mfinante.ro

Ministério da Justiça

Strada Apollodor nr.17, sector.5 – Bucharest
Tel: +40 21 314 - 4400
E-mail: relatiipublice@just.ro
Site: www.just.ro

Ministério da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural

Bulevardul Carol I, nr.24, cod.020921 – Sector 3 - Bucharest

Tel: +40 21 307 - 2424

Fax: +40 21 307 - 2446

Email: comunicare@maa.ro

Site: www.mapam.ro

Ministério da Saúde

Strada Cristian Popisteanu, nr.1-3, cod.010024 – Sector 1- Bucharest

Tel: +40 21 307 - 2500, 307 - 2600

Fax: +40 21 314 - 1526

Email: dirrp@ms.ro

Site: www.ms.ro

Delegação da Comissão Européia

Strada Julles Michelet, nr 18-20 – Sector 1 - Bucharest

Tel.: + 40 21 203 - 5400

Fax: + 40 21 230 - 2453.

Email: delegation-roumania@cec.eu.int

Site: http://ec.europa.eu/romania/index_ro.htm

3) CÂMARAS DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA

Câmara de Comércio e Indústria da Romênia e do Município de Bucareste – Sistema Territorial de Câmaras Comerciais

Bulevardul Octavian Goga, nr.2, cod.030982 – Sector 3 – Bucharest

Tel: +40 21 319 1418

Fax: +40 21 319 0120

Email: ccir@ccir.ro

Site: www.ccir.ro

Câmara de Comércio, Indústria e Agricultura de Constança

Bd. Alexandru Lapusneanu 185A, Constança

Tel.: +40 24 161 - 9854

Fax: +40 24 161 - 9454

Email: office@ccina.ro

Site: www.ccina.ro

Câmara de Comércio, Indústria e Agricultura Olt

Bd. Nicolae Titulescu, 49 - Slatina

Tel: +40 24 943 - 9107

Fax: +40 24 943 - 9109

Email: cciaolt@slatina.ro

Câmara de Comércio e Indústria Neamt

Bd. Decebal, 33 - Piatra Neamt

Tel: +40 23 321 - 6663

Fax: +40 23 321 - 6657

Email: secretariat@ccint.ro,
presedinte@ccint.ro

Câmara de Comércio, Indústria e Agricultura Mures

Primariei, 1 - Mures

Tel: +40 26 526 - 9218

Fax: +40 26 526 - 9219

E-mail: office@cciams.ro

Câmara de Comércio, Indústria e Agricultura Mehedinti

Smardan, 29 – Drobeta Turnu Severin

Tel: +40 25 231 - 0280

Fax: +40 25 231 - 2736

E-mail: secretariat@cciamh.severin.rdsnet.ro

Site: www.cciamh.ro

Câmara de Comércio e Indústria Maramures

Bd.Unirii, 16 – Baia Mare

Tel: +40 26 222 - 3217

Fax: +40 26 222 – 5794

Email: ccimm@ccimm.ro

Câmara de Comércio e Indústria Ilfov

Piata Walter Maracineanu 1-3, Sector 1 – Bucharest

Tel: +40 21 310 - 2173

Fax: + 40 21 310 - 2173

Email: ccilfov@starnet.ro

Câmara de Comércio, Indústria e Agricultura Iasi

Bd. Carol I, nr.27 – Iasi

Tel: +40 23 226 - 8001

Fax: +40 23 221 - 4530

Email: cciais@mail.dntis.ro

Site: www.cciasi.dntis.ro

4) ORGANIZAÇÕES COMERCIAIS

Centro Romeno de Comércio Exterior

Strada Apollodor, nr.17, C.P 1/156, Sector 6 - Bucharest

Tel.: +40 21 318 - 5050

Fax: +40 21 311 - 1491

Email: office@traderom.ro

Site: www.traderom.ro/

Administração Aduaneira Romena

Strada Matei Millo, nr.1, Sector 1 – Bucharest

Tel: +40 21 315 - 5858, 315 - 5859, 315 - 6570

Fax: +40 21 313 - 8251, 312-2247

Email: relatiipublice@customs.ro

Site: www.customs.ro

Agência Nacional de Controle das Exportações Estratégicas – ANCEX

Strada Polona, nr.8 – sector 1 – Bucharest

Tel.: + 40 21 311 - 1265

Fax: + 40 21 311 - 1265

Email: ancex@ancex.ro

Site: <http://www.ancex.ro>

Agência das Zonas Francas

Bulevardul Dinicu Golescu, nr.38, cod 77113 – Bucharest

Tel.: +40 21 223-1495

Fax: +40 21 223-1495

Autoridade.Nacional.para.a.Proteção.dos.Consumidores

Strada Georges Clemenceau, nr. 5 – sector 1 – Bucharest

Tel.: + 40 21 313.5026, 312.1275

Fax: + 40 21 314-3462

Email: office@anpc.ro

Site: www.anpc.ro

NO BRASIL

5) REPRESENTAÇÃO DIPLOMÁTICA E CONSULAR ROMENA

Embaixada da Romênia

SEM Avenida das Nações, Lote 6
70456-900. Brasília -DF
Tel.: (61) 3226 - 0746/ 3226 - 2481
Fax: (61) 3226 - 6629
Email: romenia@solar.com.br

Consulado Geral da Romênia no Rio de Janeiro

Rua Cosme Velho, 526 – Laranjeiras
22241-091. Rio de Janeiro – RJ
Tel.: (21) 2556 - 4799 / 2556 - 7403
Fax: (21) 2557 - 9694

Consulado Honorário da Romênia - Curitiba – PR

Av. 7 de Setembro, 4881 - 11º andar; cj. 111 - Batel
Curitiba – Paraná. 80240-170
Telefone: +55 41 3244-3899
Fax: +55 41 3242-4688
Email: consul@consuladoromenia.com.br
Site: <http://www.consuladoromenia.com.br/>

6) CÂMARAS DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA

Câmara de Comércio Brasil-Romênia

Rua da Candelária, 9 - 11º Andar - Centro
20091-020 - Rio de Janeiro – RJ
Tel.: (21) 2514-1275/76
Fax: (21) 2514-2620
Email: camaras@acrj.org.br

Câmara de Comércio, Indústria e Turismo Brasil-Romênia

Rua Bento Freitas, 362 – 6º Andar Cj. 62 – VI.
Buarque. São Paulo – SP – CEP 01220-000
Tel.: (11) 3231-4173
Fax: (11) 3258-2231

Organismos Internacionais

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

Órgãos Governamentais da Turquia

- Ministério das Relações Exteriores
- Ministério da Economia
- Vigilância Sanitária
- Autoridade Aduaneira
- Instituto Nacional de Estatística
- EximBank
- Administração do Porto de Constanza

Câmaras e Associações Setoriais

- Câmara de Comércio e Indústria da Romênia
- Associação dos Produtores de Medicamentos Genéricos da Romênia
- Associação dos Distribuidores de Equipamentos para Construção da Romênia
- Associação dos Produtores e Importadores de Máquinas Agrícolas da Romênia
- UGIR – União Geral das Indústrias da Romênia
- APIA – Associação dos Fabricantes e Produtores de Automóveis
- BRACC – Câmara de Comércio e Indústria Romênia - Brasil
- Associação dos Produtores de Carne da Romênia
- Associação dos Produtores de Plástico da Romênia
- Associação Romena para Indústria Eletrônica e de Software

Outras fontes

- Euromonitor International
- The Economist Intelligence Unit
- Business Monitor International
- Global Trade Information Service

- Comtrade (ONU)
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.



ApexBrasil

ANEXO 4 - SH6 COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

020714	230400	440729	701349
020727	240120	440929	821191
090111	240130	441239	821192
090411	260111	480257	821599
160232	280469	580632	841430
170111	330610	640220	870830
170410	330620	680293	901849
210111	400130	680300	902920

ApexBrasil