

RÚSSIA

PERFIL E OPORTUNIDADES COMERCIAIS

2011

ApexBrasil

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS



Apex-Brasil

Mauricio Borges
PRESIDENTE

Rogério Bellini dos Santos
DIRETOR DE NEGÓCIOS

Ana Paula Guimarães
DIRETORA DE GESTÃO E PLANEJAMENTO

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

Emanuel Teixeira Figueira Júnior
Leonardo Silva Machado
AUTORES DO ESTUDO (UICC)

Ana Carolina Souza do Bomfim
Jean de Jesus Fernandes
COLABORADORES DO ESTUDO (UICC)

Agradecimento especial ao Centro de Negócios da Apex-Brasil em Moscou (Sr. Almir Américo e Sra. Yulia Mikhaleva), à Embaixada do Brasil na Rússia (Secretário Danilo Teófilo Costa) 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 possibilitaram o sucesso da Missão Prospectiva de Inteligência Comercial à Rússia. Todos contribuíram com informações que enriqueceram o presente estudo.

SEDE

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

© 2011 Apex-Brasil

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

APRESENTAÇÃO

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

Além de analisar os principais dados do comércio entre Brasil e Rússia, 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 russo.

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

Parte 1	INTRODUÇÃO	Localização / População / Principais Cidades	Pág.10
Parte 2	PANORAMA ECONÔMICO	Desempenho Econômico	Pág.13
Parte 3	PANORAMA COMERCIAL	Política Comercial	Pág.20
		Investimento Estrangeiro Direto	Pág.23
		Barreiras Não Tarifárias	Pág.27
		Procedimentos Aduaneiros	Pág.31
		Tributação	Pág.32
		Características de Mercado	Pág. 37
		Ambiente de Negócios	Pág. 37
		Capacidade de Pagamento	Pág. 41
		Infraestrutura e Logística	Pág. 43
		Intercâmbio Comercial	Pág. 48
		Evolução do Comércio Exterior da Rússia	Pág. 48
		Destino das Exportações da Rússia	Pág. 49
		Origem das Importações da Rússia	Pág. 52
		Principais Produtos da Pauta de Importações da Rússia	Pág. 53
		Intercâmbio Comercial Brasil-Rússia	Pág. 54
Corrente de Comércio	Pág. 54		
Saldo Comercial	Pág. 55		
Principais Produtos Exportados pelo Brasil para a Rússia	Pág. 57		
Principais Produtos Importados pelo Brasil da Rússia	Pág. 58		

		Indicadores de Comércio Brasil-Rússia	Pág. 59
		Índice de Complementaridade de Comércio	Pág. 61
		Índice de Intensidade de Comércio	Pág. 62
		Índice de Diversificação/Concentração das Exportações	Pág. 64
		Índice de Comércio Intrasetor Industrial	Pág. 66
		Índice de Especialização Exportadora	Pág. 67
		Índice de Preços e Índice de <i>Quantum</i>	Pág. 70
Parte 4	OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA O BRASIL NA RÚSSIA	Introdução à Metodologia de Identificação de Oportunidades para Exportação de Produtos Brasileiros	Pág. 73
		Alimentos, Bebidas e Agronegócios	Pág. 76
		Casa e Construção	Pág. 89
		Máquinas e Equipamentos	Pág. 100
		Moda	Pág. 110
		Tecnologia e Saúde/ Entretenimento/ Multissetorial e Outros	Pág. 127
Parte 5	ANEXOS	Anexo 1 - Descrição da Metodologia de Identificação de Oportunidades para Exportação de Produtos Brasileiros	Pág. 138
		Anexo 2 - Contatos Úteis	Pág. 143
		Anexo 3 - Fontes de Consulta	Pág. 148
		Anexo 4 - SH6 que têm exportações <i>expressivas</i>	Pág. 150

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

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Rússia, o mais extenso país do mundo, foi também um dos países que passou pelas maiores transformações políticas e econômicas durante o último século. A fraternidade comercial que existia entre os membros da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) foi rompida com o seu fim no início da década de 1990, o que trouxe consequências que até hoje se refletem em aspectos particulares na Rússia.

Com uma área de 17 milhões de quilômetros quadrados, a Rússia possui cerca de 140 milhões de habitantes, configurando-se como a nona maior população do planeta. A população russa apresenta níveis elevados de escolaridade e de desenvolvimento humano (com índice de 0,817). No que se refere aos indicadores de competitividade, tais como gastos em pesquisa e desenvolvimento e exportações de produtos tecnológicos, por exemplo, a posição da Rússia é intermediária nos *rankings* das agências multilaterais e de instituições de pesquisa.

A Federação Russa vem se destacando, neste início de século, devido à recuperação de seu dinamismo econômico. Os anos logo após o desmantelamento da União Soviética e a formação da Rússia foram afetados por uma série de problemas ligados à instabilidade política e econômica que culminaram em uma grave crise econômica em 1998. No entanto, a partir de 1999, a situação começou a se alterar radicalmente. Entre 1999 e 2008, o Produto Interno Bruto (PIB) russo cresceu a uma taxa média superior a seis pontos percentuais, percebeu-se uma sensível melhora nos níveis de investimento e também a ampliação dos excedentes gerados pelo comércio internacional, resultado da alta nos preços internacionais das *commodities* energéticas.

Os sinais de superaquecimento da economia eram evidentes na Rússia antes da crise financeira global de 2008. Nesse período, o PIB crescia em ritmo superior ao estimado pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), e a demanda doméstica crescia 15% ao ano, estimulada pela recuperação dos níveis de investimento e pela expansão do consumo. Nesse contexto, houve aumento generalizado de preços e ampliação dos níveis de importação. A inflação praticamente dobrou no início de 2008 comparando-se com o início de 2007, os salários cresceram a um patamar acima da produtividade, e as taxas de desemprego recuaram consideravelmente.

Atualmente, a inserção internacional da Rússia está estruturalmente ligada às suas riquezas naturais, com destaque para carvão, petróleo, gás natural e madeira. O setor de petróleo, que é o grande gerador de riquezas do país e o responsável por mais de um quarto das exportações, liderou o crescimento registrado nos anos 2000 e foi o pilar da recuperação da economia russa.

Em 2010, o PIB da Rússia foi de quase US\$ 1,5 trilhão em valores correntes convertidos em dólares estadunidenses. A estrutura produtiva do país é composta por 5% de agricultura, 35% de indústria e 60% de serviços. Em relação à indústria manufatureira, mais da metade do valor adicionado é proveniente de

setores processadores de recursos naturais minerais e energéticos, tais como refino de petróleo, siderurgia, metais não ferrosos e química básica.

A estrutura da propriedade no país é altamente concentrada, e há pouco espaço para empresas de menor porte, de modo que as pequenas e médias empresas respondem por somente 10% e 15% do PIB russo, participação significativamente menor quando comparada à participação das economias de mercado, o que também é resultado da herança da estratégia de industrialização do período soviético e que gerou consequências nos processos de privatizações no período pós-URSS.

Com relação às exportações, essas apresentaram taxa média de crescimento de 16% ao ano entre 1995 e 2008, saltando de US\$ 83 bilhões para US\$ 468 bilhões. As importações também apresentaram crescimento com taxa média de 15% ao ano no período, alcançando US\$ 267 bilhões em 2008, contra US\$ 63 bilhões de 1995. Esses números garantiram saldos comerciais expressivos e geraram superávits em conta corrente, o que produziu reflexos nos níveis de consumo de produtos importados no país. A recuperação dos preços das *commodities* já permitiu que a Rússia, em 2010, voltasse aos níveis de comércio exterior do momento pré-crise de 2008.

A estrutura do comércio exterior russo é caracterizada por uma elevada concentração de exportação de recursos naturais, já que dois terços do total exportado correspondem a combustíveis e minerais, com destaque para petróleo e gás, alumínio, carvão e produtos florestais. Com relação às importações, destacam-se máquinas e equipamentos, bens de consumo, remédios, carnes, açúcar e produtos de metais semiacabados. Os principais mercados de destino das exportações russas são Países Baixos, Alemanha, Itália, China e Ucrânia. As importações são originadas principalmente de Alemanha, China, Ucrânia e Japão. Isso demonstra a supremacia do comércio com os países europeus e asiáticos.

Com o Brasil, principal parceiro comercial na América Latina, pode-se perceber que a Rússia vem adquirindo relevância no intercâmbio comercial desde 2000. A corrente de comércio entre os dois países apresentou crescimento entre 2000 e 2008, saltando de US\$ 994 milhões para US\$ 8 bilhões. Nesse período, as exportações brasileiras para a Rússia cresceram mais do que as importações provenientes desse país. Ressalta-se a elevada concentração das exportações brasileiras para a Rússia em produtos agroindustriais, com especial relevância para os setores de *abate e preparação de produtos de carne e fabricação e refino de açúcar*. Com relação às compras brasileiras provenientes da Rússia, nota-se concentração em produtos químicos, petróleo e derivados e outros produtos extrativos minerais.

Depois de 18 anos, a Rússia finalmente concluiu as negociações para a entrada na Organização Mundial do Comércio (OMC) e, conseqüentemente, sua inserção no sistema multilateral de comércio. A entrada da Rússia na OMC tem uma forte importância política, já que o país era a última grande economia fora do organismo multilateral. Trata-se ainda do último dos BRICs a aderir ao sistema multilateral de

comércio, e essa entrada pode também significar o fim de duas décadas de transição de economia planificada para economia de mercado baseada em regras internacionais de comércio.

Nessas negociações, os russos conseguiram assegurar o direito de estabelecer tarifa diferenciada para o comércio de gás. Obtiveram ainda o direito de conceder subsídio agrícola, que poderá ser dobrado em 2012 e 2013 com relação ao valor atual de US\$ 5 bilhões, baixando para US\$ 4 bilhões somente em 2018. Além disso, conseguiram não se comprometer com a eliminação de restrições para a importação de carne bovina e de frango. Para esses produtos, continuará valendo a questão das quotas. A redução tarifária, dentro e fora dessas quotas, deverá acontecer somente daqui a oito anos. O país ainda poderá manter as exigências de declaração dos produtos em pontos alfandegários específicos. Para o açúcar, a tarifa de importação cairá de US\$ 243 para US\$ 223 por tonelada, com compromisso de liberalização já para 2012. Ressalta-se que as condições de transição foram muito bem negociadas pelos russos e que as barreiras somente cairão de forma progressiva.

Ainda assim, a entrada da Rússia na OMC proporciona aos 153 países-membros dessa organização melhor acesso ao mercado russo, a uma população de mais de 140 milhões de pessoas, com uma classe alta cada vez mais ávida por consumo, e a um setor energético que atrai a atenção mundial, além de regras comerciais mais justas e transparentes e da opção de abertura de contenciosos na eventualidade de práticas comerciais incompatíveis com as regras da OMC. Efeitos práticos já podem ser sentidos já que a Rússia anunciou que a alíquota geral do imposto sobre importação de produtos será reduzida de 10% para 7,8%. Para produtos agrícolas, a alíquota geral cairá de 13,2% para 10,8% e, para produtos manufaturados, de 9,5% para 7,3%.

Com relação a questões mais específicas e práticas, e ainda com relação às características particulares do mercado russo, pode-se destacar que, para acessá-lo, é muito importante poder contar com um parceiro local para importar, distribuir os produtos ou, pelo menos, tratar das questões alfandegárias, que podem ser bem complicadas e burocráticas, já que cada unidade alfandegária possui regras específicas em função da questão da diferença de classificação fiscal, sobretudo quando se trata de novos produtos ou de produtos tecnológicos. Ademais, ter uma rede de contatos, parceiros e conhecimento pode facilitar sobremaneira as operações de negócios na Rússia.

É importante ressaltar também que existe na Rússia uma forte preocupação com o desenvolvimento da indústria nacional e com a concorrência, e isso gera reflexos no crescimento e no equilíbrio econômico. Por isso, os russos importam o que não for estratégico para eles e trabalham para atrair indústrias para seu país. Outro ponto que merece destaque são as Zonas Econômicas Exclusivas, que, em diversos setores específicos, têm o objetivo de auxiliar na transformação da economia russa em uma economia moderna.

No que diz respeito aos aspectos de negociação, é importante ressaltar que existem várias “nacionalidades” dentro da Rússia, e isso faz com que existam vários estilos e segmentos dentro do país. Para obter êxito nos negócios com os russos, o fornecedor tem que ter certeza da qualidade de seu produto e acreditar nele, fazendo com que o comprador russo sinta segurança e acredite na negociação. Ressalta-se ainda a importância de se trabalhar a imagem do produto brasileiro, já que a imagem do Brasil naquele país está fortemente ligada ao futebol e ao café.

Por fim, ressaltam-se duas categorias de oportunidades comerciais para produtos brasileiros na Rússia. A primeira se refere às exportações em que o Brasil já se posiciona de forma mais contundente no mercado russo. Este estudo identificou oportunidades a diversos grupos de produtos, com destaque para: *açúcar refinado; café cru; carne de boi industrializada; carne de peru in natura; castanha-de-caju; demais produtos de café; farelo de soja; massas alimentícias e preparações alimentícias; sementes oleaginosas, exceto soja; obras de pedras e semelhantes; ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas; partes de máquinas agrícolas; demais materiais elétricos e eletrônicos; autopeças; chassis e carrocerias; colas e enzimas; demais produtos metalúrgicos; produtos laminados planos de ferro ou aço.*

Para as exportações brasileiras em estágio inicial ou inexistente na Rússia, foram encontrados 25 grupos de produtos com potencial a ser aproveitado pelo Brasil, quais sejam: *pneumáticos e câmaras de ar; aparelhos de ar condicionado; aparelhos mecânicos para projetar/pulverizar líquidos e pós; aparelhos para filtrar ou depurar; aquecedor e secador; compressores e bombas; computadores e acessórios; máquinas de lavar roupas e suas partes; máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator; máquinas e aparelhos para moldar borracha e plástico; máquinas e aparelhos para trabalhar pedra e minério; máquinas e aparelhos para encher e fechar recipientes; motores para veículos automóveis; refrigeradores e congeladores; rolamentos e engrenagens; aparelhos para interrupção, proteção de energia e suas partes; aparelhos transmissores e receptores; fios, cabos e condutores para uso elétrico; pilhas, baterias e acumuladores elétricos; plásticos e suas obras; automóveis; autopeças; reboques, semirreboques e suas partes; tratores; e veículos de carga.*



PARTE 1
INTRODUÇÃO

ApexBrasil

LOCALIZAÇÃO / POPULAÇÃO / PRINCIPAIS CIDADES

A Rússia ocupa uma área de 17 milhões de quilômetros quadrados, a maior do planeta, e está situada ao norte da Ásia, fazendo fronteira com 14 países. Suas maiores extensões territoriais fronteiriças ocorrem com Cazaquistão, China e Mongólia (Figura 1).

Figura 1 – Mapa geográfico da Rússia

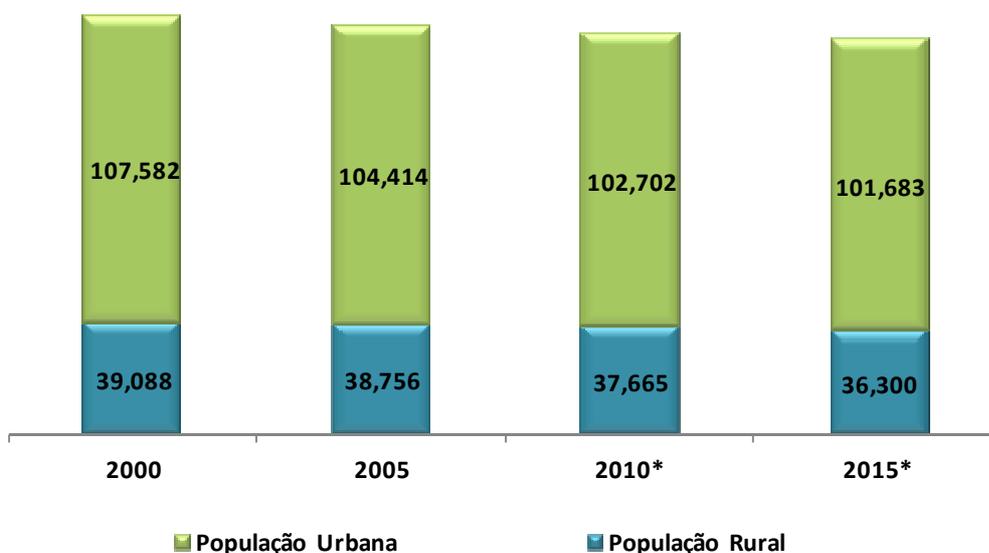


Fonte: CIA – The World Factbook.

A população russa, em 2005, era de 143,17 milhões de habitantes. Segundo estimativas da UN Population Division, tal contingente deve se reduzir nos próximos anos, alcançando 140,37 e 137,98 milhões de pessoas em 2010 e 2015, respectivamente. Estima-se que 73,17% da população tenha se situado na zona urbana em 2010 (Gráfico 1). O percentual da população urbana em relação à população total na Rússia é elevado, em comparação com a maioria dos países que integram os BRICs.¹ Na Índia, na China e na África do Sul, por exemplo, a população urbana representava, aproximadamente, 30%, 47% e 62% da população total em 2010, respectivamente. No Brasil, contudo, a população urbana representou 87% nesse mesmo ano. Há uma tendência de estabilização da urbanização russa, já que, em 2015, prevê-se que a participação da população urbana atinja 73,69%.

¹ Os BRIC são formados pelos seguintes países: Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul.

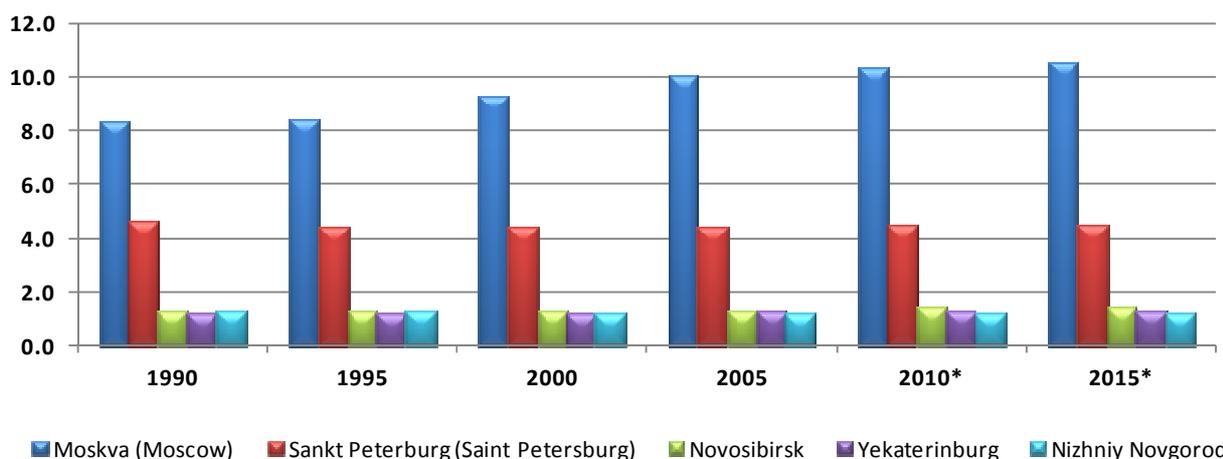
Gráfico 1 - População da Rússia (em milhares de pessoas) (2000 -2015)



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

A capital Moscou concentra grande parte da população russa, conforme pode ser observado no Gráfico 2. Em 2009, Moscou reunia 10,52 milhões de habitantes, ou 7,52% da população total do país. A segunda maior cidade, São Petersburgo, contava, no mesmo ano, com 4,58 milhões de habitantes. Juntas, as cinco principais aglomerações urbanas concentravam 13,56% da população da Rússia. Esse panorama não deve se modificar pelo menos até 2015, quando essas cidades deverão atingir, em conjunto, aproximadamente, 19,22 milhões de habitantes, segundo estimativas da UN Population Division.

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



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

*Previsão.



PARTE 2

PANORAMA ECONÔMICO

ApexBrasil

DESEMPENHO ECONÔMICO

O Produto Interno Bruto (PIB) da Rússia, em valores correntes convertidos em dólar estadunidense, foi de US\$ 1.222,33 bilhões em 2009, posicionando o país como a 12ª economia mundial.² No entanto, se o conceito utilizado for o de PIB por paridade poder de compra (PPC), mais apropriado para a análise do padrão de vida das populações, o valor alcançou US\$ 2.109,55 bilhões no mesmo ano, colocando a Rússia na sétima posição do *ranking* mundial (Tabela 1). Para efeito de comparação, entre os países que integram os BRICs, o PIB (PPC) russo situa-se na terceira posição, atrás de China e Índia, respectivamente.

Tabela 1 - Indicadores econômicos e sociais da Rússia

Indicadores selecionados da Rússia		
Descrição	2009	Ranking
1. Economia		
Crescimento do PIB (%) ¹	-7.90	178
PIB PPC (I\$ bilhões) ¹	2,109.55	7
PIB PPC <i>per capita</i> - ¹ (valores correntes US\$)	14,920	52
PIB PPC participação no mundo ¹ (%)	3.05	7
Taxa de Inflação (%) ¹	11.65	22
FBKF/PIB ²	20.15	52
IED/PIB (%) ²	3.10	30
IED - Estoque de entrada de invest. direto estrangeiro (US\$ milhões, 2008) ³	213,734	18
2. População		
IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) em 2007 ⁴	0.817	71
População (milhões de habitantes) ⁵	141.90	9
População economicamente ativa (milhões) ⁵	75.29	6
Taxa de desemprego (%) ⁵	8.30	30

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

O PIB PPC *per capita*³ russo é o mais elevado entre os BRICs. Já no *ranking* mundial de 2009, o país ocupava a 52ª posição, com o valor de US\$ 14,920.

Sob a ótica do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH),⁴ a Rússia está classificada no grupo dos países com desenvolvimento humano alto, ocupando a 71ª posição no *ranking* mundial, e a melhor colocação entre os BRICs.

² Segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI), considerando um total de 182 países.

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

Na Tabela 2 é possível observar a perspectiva de desenvolvimento para a Rússia nos próximos anos. Alguns aspectos positivos previstos a partir de 2011 são o crescimento do PIB *per capita* (PPC), a redução da taxa de desemprego e o número elevado de investimento estrangeiro direto (IED), alcançando US\$ 62 bilhões no final do período. Contudo, a concentração de renda tende a se manter nos próximos anos, como mostra o Índice de *Gini*. Em relação ao consumo privado, após um pico de crescimento de 14,3%, em 2007, espera-se que o país alcance uma taxa média de 4,2% no período 2010-2014. Já acerca da formação bruta de capital fixo (FBCF), após um pico de 21%, em 2007, e um crescimento negativo de 15,7%, em 2009, prevê-se que o país alcance uma taxa 10% em 2014.

Tabela 2 - Desempenho e perspectivas econômicas e sociais da Rússia (2007-2014)

	2007	2008	2009	2010*	2011*	2012*	2013*	2014*
PIB PPC (crescimento)	8.5	5.2	-7.9	4.0	4.0	4.2	4.4	4.3
PIB PPC Per Capita (I\$)	14.888	16.034	14.913	15.807	16.750	17.788	18.888	20.074
Índice de Gini	42.3	42.2	42.2	42.3	42.4	42.5	42.5	42.6
Consumo Privado (crescimento)	14.3	10.8	-7.7	4.3	4.1	4.2	4.2	4.0
FBCF (crescimento)	21.0	10.4	-15.7	4.0	8.0	8.5	9.0	10.0
Importações (crescimento)	45.0%	33.7%	-37.3%	28.1%	20% e 24%	20.2% e 24.4%	21.6% e 26%	21.5% e 25.8%
IED (US\$ bilhões)	55.073	75.461	38.722	37.000	43.000	52.000	59.000	62.000
População Total (milhões)	142.2	142.0	141.9	141.7	141.5	141.2	140.9	140.7
Part. População Urbana	72.9%	73.1%	73.1%	73.1%	73.1%	73.1%	73.2%	73.3%
Taxa de Desemprego	6.13	6.36	8.38	7.9	7.5	6.8	6.3	6.0

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

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

Segundo dados relativos à estrutura produtiva da economia russa, publicados pelo *The Economist Intelligence Unit*, em 2010 a contribuição da agricultura, da pecuária, da pesca e do extrativismo na formação do PIB foi de 4,6%, enquanto a contribuição da mineração e da construção civil foi de 15,1%. Já a indústria representou 14,7% da formação do PIB e o setor de serviços, 65,6%.

Pela ótica da oferta agregada,⁵ segundo o *Euromonitor*, as importações russas representaram 16,9% do PIB em 2010. Os cinco principais produtos importados pela Rússia em 2010 (Descrição SH6), representando 9,9% em relação ao total importado, foram: *outros medicamentos contendo produtos misturados, para fins terapêuticos ou profiláticos, em doses, para venda a retalho; automóveis e outros veículos com motor de pistão alternativo, de ignição*

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

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

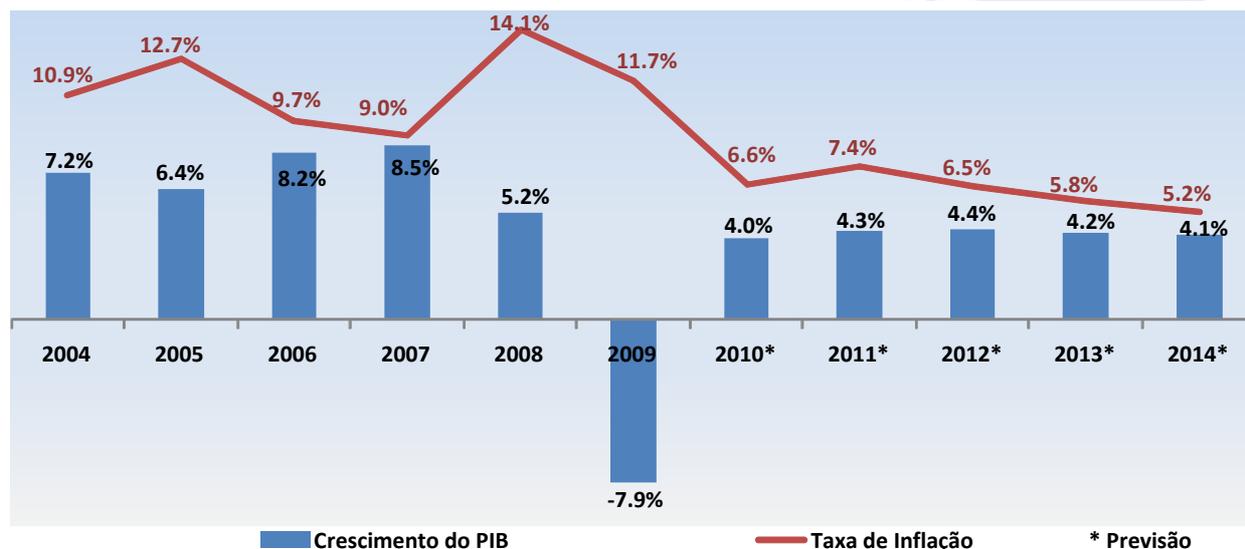
por centelha, de cilindrada >1.500cm³ e =<3.000cm³; aparelhos radiotelefônicos portáteis; máquinas automáticas digitais, para processamento de dados, portáteis, de peso =<10kg, contendo pelo menos uma unidade central de processamento, um teclado e uma tela; automóveis e outros veículos com motor de pistão alternativo, de ignição por centelha, de cilindrada >3.000cm³ (UN COMTRADE).

Quanto à demanda agregada,⁶ nesse mesmo ano, os gastos do consumidor representaram 52,5% do PIB, de acordo com *The Economist Intelligence Unit*, e as exportações de bens e serviços responderam por 27% do PIB do país, de acordo com o Euromonitor. As vendas externas russas são altamente dependentes do setor de matérias-primas, como petróleo e gás natural (*óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos; outros óleos de petróleo ou de minerais betuminosos e preparações, exceto desperdícios; gás natural no estado gasoso; óleos leves de petróleo ou de minerais betuminosos e preparações, exceto desperdícios; hulha betuminosa, não aglomerada*), que concentrou 67,1% do total das receitas provenientes com a exportação em 2010.

O Gráfico 3 mostra o crescimento do PIB e a evolução da taxa de inflação da Rússia entre 2004 e 2014. Entre 2004 e 2008, o crescimento da economia foi superior a 5% em todos os anos, atingindo o pico de 8,5% em 2007. No entanto, a crise econômica mundial iniciada em 2008 repercutiu sobre a economia russa, cuja taxa de crescimento caiu em 3,3 pontos percentuais nesse mesmo ano, quando comparado com 2007. O ápice da crise ocorreu em 2009, quando a taxa de crescimento do PIB foi de -7,9%. O Fundo Monetário Internacional (FMI) espera uma recuperação da economia russa a partir de 2010, com crescimento médio previsto de 4,2% para o período 2010-2014.

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

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



Fonte: FMI. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

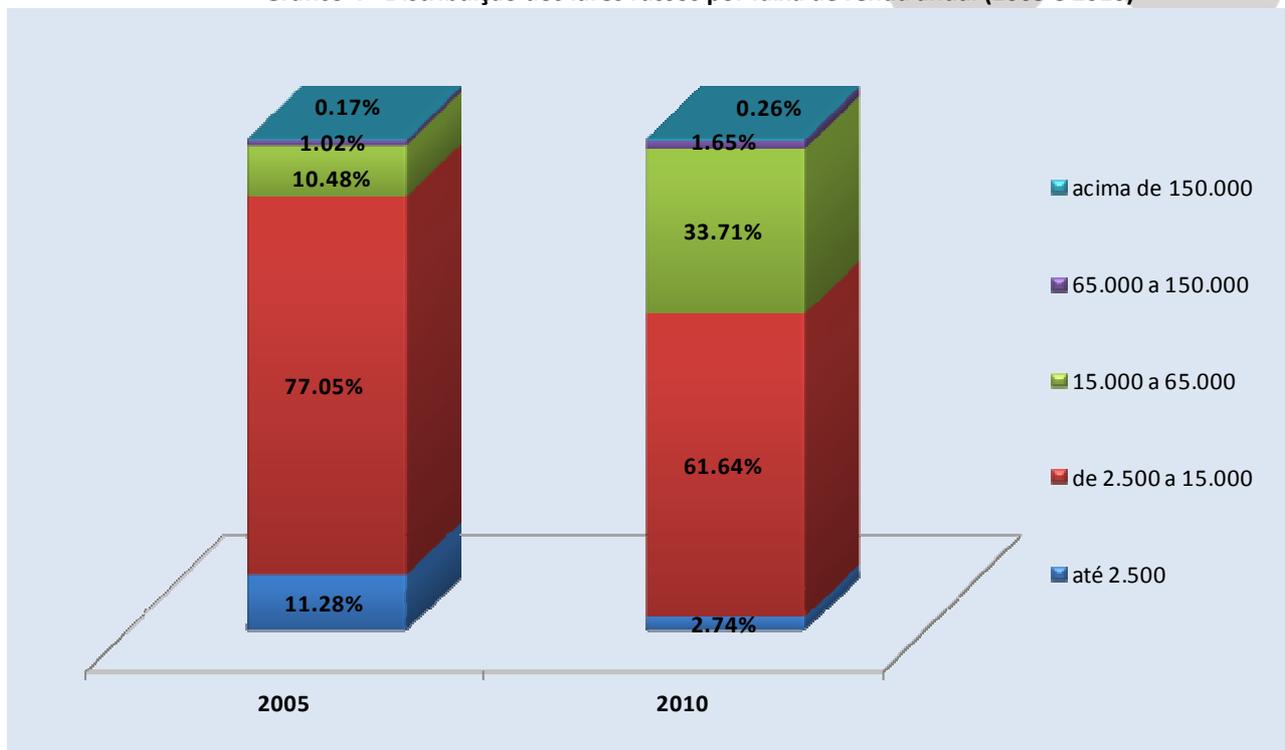
O principal fator determinante da queda do PIB, em 2009, foi o declínio das exportações russas, que passaram de 28,4% do PIB no ano anterior para 24,8%. A demanda interna, por outro lado, evitou uma recessão ainda maior da economia, pois evoluiu de 47,7% para 53,3% do PIB no mesmo período, de acordo com dados do Euromonitor.

Em relação ao comportamento dos preços no mercado russo, o pico inflacionário ocorrido em 2008 se deu principalmente por conta da forte elevação dos preços dos alimentos e do petróleo no mercado mundial, o que fez com que a taxa de inflação subisse em 5,1 % nesse mesmo ano, quando comparado com 2007. Entretanto, depois do valor crítico de 14,1% observado em 2008, houve uma desaceleração, chegando a 11,7% em 2009 e com expectativas inflacionárias em torno de 6,3% para o período 2010-2014.

No que concerne à distribuição de renda na Rússia, o Gráfico 4 mostra a participação dos lares por faixa de renda anual. Nota-se que, em 2010, 64,38% dos lares russos recebiam até US\$ 15 mil anuais (35,62% ganhavam acima desse valor). Observa-se que, entre 2005 e 2010, houve uma tendência de alteração na composição percentual das faixas de renda por lares russos. Verificou-se, no período, um aumento no número de lares com renda entre US\$ 15.000 e US\$ 65.000 por ano e uma queda dos lares com renda anual até US\$ 2.500 e entre US\$ 2.500 e US\$ 15.000. No caso da economia brasileira, segundo o Euromonitor, esse percentual localizava-se na faixa de 50,5%, sendo que 49,5% dos lares brasileiros tinham renda acima do patamar indicado.

Isso significa que, mesmo que a economia brasileira seja menor do que a russa, a distribuição de renda dos lares na Rússia é pior do que no Brasil.

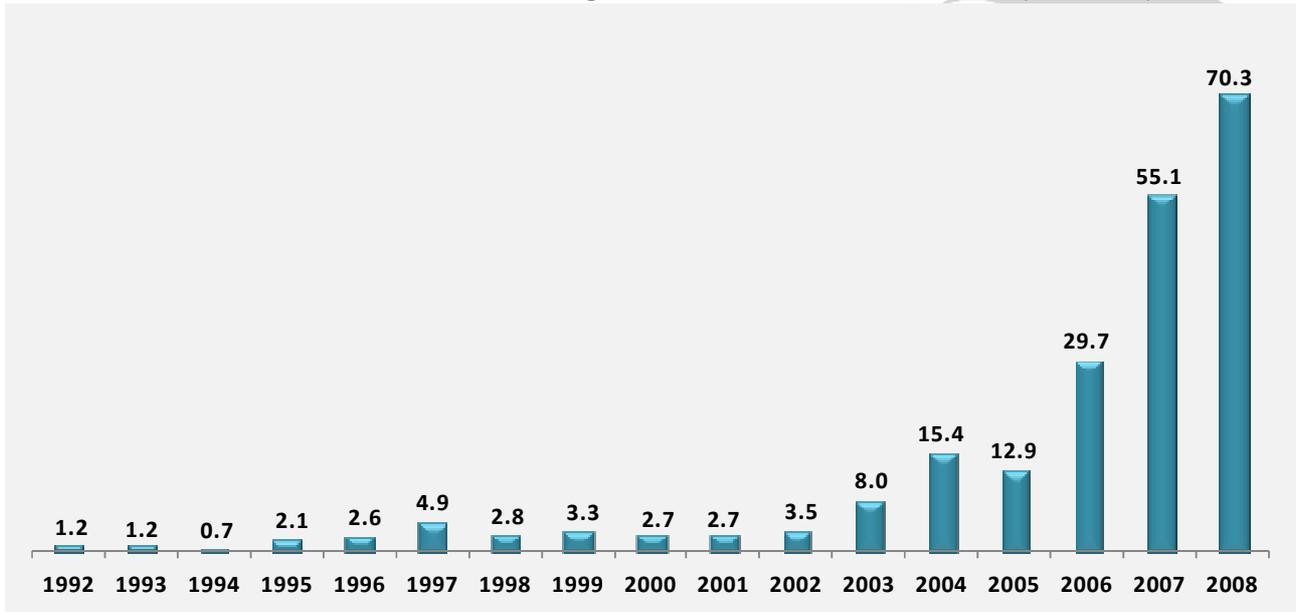
Gráfico 4 - Distribuição dos lares russos por faixa de renda anual (2005 e 2010)



Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A economia russa encontra-se em terceiro lugar entre os países que integram os BRICs, atraindo investidores estrangeiros para a região. O Gráfico 5 mostra a evolução da entrada de investimentos estrangeiros diretos (IED) no país entre 1992 e 2008. Nota-se um forte aumento da entrada de IED na Rússia, especialmente a partir de 2006. Em 2008, segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), o fluxo de entrada de IED alcançou US\$ 70,3 bilhões.

Gráfico 5 - Investimento Estrangeiro Direto na Rússia em US\$ milhões (1993-2009)



Fonte: UNCTAD. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

ApexBrasil



PARTE 3
PANORAMA COMERCIAL

ApexBrasil

A Federação Russa é reconhecida como sucessora da antiga União Soviética pelo direito internacional. Assumiu o assento permanente da URSS no Conselho de Segurança da Organização das Nações Unidas (ONU) e em outras organizações internacionais, além de ter herdado seus direitos e obrigações sobre tratados internacionais, bem como propriedades e dívidas. A Rússia integra o G8, o G20 e diversos outros organismos internacionais, estando em processo de negociação para se tornar membro da OMC.⁷

A transição da Rússia para uma economia de mercado na década de 1990 marca o início de seu processo de liberalização comercial, bem como dos esforços para entrada na OMC, cujo processo de adesão se iniciou em 1993. Com base no índice de restrições comerciais tarifárias (TTRI) de 2007, que é de 6,1%, o regime comercial da Rússia é mais aberto do que a média dos países de renda média-alta, ainda que seja mais restritivo do que a média europeia e da Ásia Central, cujos TTRIs são 6,9% e 4,4%, respectivamente. A Rússia ocupa o 70º lugar em um *ranking* global de 125 países (onde 1 significa “menos restritiva”), correspondendo a uma evolução de três posições com relação ao ano anterior.⁸

As negociações sobre a entrada da Rússia na OMC estão em pauta desde 1993, quando a organização ainda consistia no Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT, na sigla em inglês). A aplicação da Rússia para se tornar membro da OMC, além de atualmente representar o processo de maior duração na história da organização, conta igualmente com o maior Grupo de Trabalho já formado para tratar da entrada de um novo membro, compreendendo 62 países.

Em 2009,⁹ com exceção da Geórgia e de dois membros mais recentes, Vietnã e Camboja, os acordos bilaterais estabelecidos entre a Rússia e os demais países do Grupo foram bem-sucedidos, direcionando o foco, a partir de então, para a fase multilateral das negociações.¹⁰ Nessa etapa, a Rússia passou a discutir diversos temas de interesse multilateral, tais como aplicação de medidas

⁷ PriceWaterhouseCoopers. *Doing Business and investing in the Russian Federation*. 2010.

⁸ World Bank. Russian Federation Trade Brief. *World Trade Indicators 2009/10: Country Trade Briefs*. Washington, DC: World Bank, 2010. Disponível em: <http://www.worldbank.org/wti>.

⁹ US Trade. *Report on Foreign Trade Barriers*. 2010. Disponível em: <http://www.ustr.gov/about-us/press-office/reports-and-publications/2010>. Acesso em: 4 out. 2010.

¹⁰ Tarr, D. Russian WTO Accession: what has been accomplished, what can be expected. *World Bank Policy Research Working Paper*, Washington, DC, Dec. 2007. Disponível em: <http://elibrary.worldbank.org/docserver/download/4428.pdf?expires=1302056000&id=id&accname=guest&checksum=FFDD6BB681DF4BCB472C318B727E231C>. Acesso em: 5 abr. 2011.

sanitárias e fitossanitárias, direitos de proteção à propriedade intelectual, subsídios agrícolas, níveis de taxas alfandegárias etc.

Primeiramente, o primeiro ministro Putin havia anunciado o ingresso da Rússia na OMC como uma prioridade.¹¹ Em junho de 2009, contudo, Putin recuou de sua posição inicial e declarou que o país iria negociar sua entrada na organização de maneira conjunta com Bielorrússia e Cazaquistão (que juntos formam uma União Aduaneira, a RBK Customs Union). Posteriormente, Putin voltou atrás mais uma vez, informando que a Rússia negociaria sua entrada de maneira individual, com a condição de que todos os termos que a ela se aplicassem também o fossem para os outros dois países.¹²

A Rússia estabeleceu acordos de livre-comércio com os membros da Comunidade dos Estados Independentes (CEI), de modo que as mercadorias originárias desses países são isentas de impostos de importação, ainda que sujeitas a certas condições. Assim, de acordo com o artigo 9º do *Tratado de Livre-Comércio da CEI*, às Partes Contratantes não é permitido lançar mão de subsídios de exportação, ou quaisquer outros, caso, com o emprego de tais medidas, os termos de concorrência justa não mais se verifiquem. Há ainda a existência de uma nomenclatura comum para a discriminação dos bens importados dentro da CEI, visto a exclusão de determinados tipos de mercadorias da isenção de impostos (o artigo 13 do Tratado prevê um tratamento diferenciado aos bens que possam, de alguma maneira, afetar questões de segurança, como equipamentos militares. Além disso, questões ambientais, de proteção de propriedade intelectual ou industrial, entre outras, têm prioridade caso algum membro se sinta prejudicado nesse sentido).¹³

Em janeiro de 2010, entrou em vigor a União Aduaneira entre Rússia, Bielorrússia e Cazaquistão (RBK Customs Union). Com a criação desse espaço aduaneiro comum entre os três países, foram abolidas as restrições tarifárias para a circulação de bens originários dos países-membros no interior do bloco. Não obstante, permanecem ainda alguns aspectos políticos e econômicos a serem resolvidos no âmbito do novo bloco, tais como a adesão da RBK Customs Union à OMC, questões referentes à produção energética entre Rússia e Bielorrússia, bem como o gradualismo na incorporação do Cazaquistão.¹⁴

¹¹ Cooper, W. H. *Russia's Accession to the WTO. CRS Report for Congress*. Washington, DC, January, 7th 2008. Disponível em: <http://www.nationalaglawcenter.org/assets/crs/RL31979.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2011.

¹² US Trade. *Report on Foreign Trade Barriers*. 2010. Disponível em: <http://www.ustr.gov/about-us/press-office/reports-and-publications/2010>. Acesso em: 4 out. 2010.

¹³ Free Trade Agreement between Commonwealth of Independent States. Disponível em: www.worldtradelaw.net. Acesso em: 26 set. 2010.

¹⁴ US Commercial Service. *Doing Business in Russia*. 2010.

Em âmbito multilateral, destaca-se também a participação da Rússia na Cooperação Econômica da Ásia-Pacífico (Apec) – organismo intergovernamental informal para consulta e cooperação econômica entre os países da região, cujos objetivos são promover a liberalização do comércio e do investimento; intensificar a cooperação econômica e técnica; e promover o crescimento e o desenvolvimento regional sustentáveis. Atualmente a Apec tem 21 membros: Austrália, Brunei, Canadá, Chile, China, Hong Kong, Indonésia, Japão, Coreia do Sul, Malásia, México, Nova Zelândia, Papua Nova Guiné, Peru, Filipinas, Rússia, Cingapura, Taipé, Tailândia, Estados Unidos e Vietnã. O prazo para liberalização comercial na região é 2010, para as economias industrializadas, e 2020, para as economias em desenvolvimento.¹⁵

Em âmbito bilateral, a Rússia concluiu acordos de livre-comércio com Sérvia, Ucrânia, Bielorrússia, Azerbaijão, Armênia, Quirguistão, Tajiquistão, Cazaquistão, Turcomenistão, Uzbequistão, Moldávia e Geórgia.¹⁶

Ainda em nível bilateral, mas fora da antiga zona de influência soviética, a Rússia possui acordos de comércio com Estados Unidos, Canadá e Japão. Tais acordos, celebrados ou no fim do regime soviético e simplesmente adaptados à Federação Russa – caso do acordo com os Estados Unidos –, ou logo após o colapso do sistema soviético, não preveem uma área de livre-comércio, mas, devido a não participação da Rússia na OMC, concedem aos países envolvidos nas trocas comerciais o *status* de Nação mais Favorecida (NMF), isto é, a inexistência de barreiras adicionais à entrada de mercadorias.¹⁷

A base bilateral para as relações da Rússia com a União Europeia (EU) é o *Acordo de Parceria e Cooperação*, o qual entrou em vigor em 1º de dezembro de 1997 por um período inicial de dez anos. Esse acordo estabeleceu um quadro institucional para consultas regulares entre a UE e a Rússia. Na reunião de cúpula de São Petersburgo, em maio de 2003, a UE e a Rússia reforçaram a sua cooperação através da criação de quatro “espaços comuns” no âmbito do *Acordo de Parceria e Cooperação*: um espaço econômico comum; um espaço comum de liberdade, segurança e justiça; um espaço de cooperação no campo da segurança externa; e um espaço de pesquisa e

¹⁵ Disponível em:

http://www.apec.org/etc/medialib/apec_media_library/downloads/sec/docs/2007.Par.0014.File.v1.1. Acesso em: 13 set. 2010.

¹⁶ PriceWaterhouseCoopers. *Doing Business and investing in the Russian Federation*. 2010.

¹⁷ Disponível em: <http://www.wto.ru/documents.asp?f=trade&t=15>. Acesso em: 29 set. 2010.

educação, incluindo aspectos culturais. Um novo acordo de parceria está sendo avaliado, mas sua conclusão foi adiada por razões políticas.¹⁸

Quanto às relações bilaterais entre Brasil e Rússia, destacam-se alguns acordos celebrados entre os dois países, todos na área de controle fitossanitário e de preservação da saúde animal, nos quais se verifica uma regulação cada vez mais severa por parte do país leste-europeu. Nesse sentido, o acordo que abriu as portas para uma cooperação maior entre Brasil e Rússia foi o *Protocolo de Cooperação na Área de Preservação da Saúde de Animais e Controle de qualidade dos Produtos de Origem Animal*, que vigora desde 1997. O segundo acordo foi assinado em 1999, *Acordo sobre Cooperação na Área da Proteção da Saúde Animal*, e entrou em vigor no ano seguinte. No mesmo ano foi celebrado o *Acordo sobre Cooperação na Área da Quarentena Vegetal*.¹⁹

INVESTIMENTO ESTRANGEIRO DIRETO

Nos últimos anos, foram implementadas diversas reformas na Rússia. O sistema fiscal tornou-se mais justo e transparente, o país está cada vez mais integrado com os mercados globais e a alfândega tem melhorado sensivelmente. Paralelamente, o ambiente operacional continua arriscado em várias frentes, com muitos investidores estrangeiros receosos com as garantias legais, bem como com as questões de corrupção e burocracia. Desde que se candidatou como membro para o GATT e mais tarde para a OMC, a Rússia estabeleceu várias medidas para reformar sua economia progressivamente, adotando leis e regulações consistentes com as regras da OMC. Foi dada prioridade para a crescente interdependência das economias nacionais, integração global de mercados e ligações entre fluxos de comércio e investimento, o que tornou necessária a adaptação da legislação russa sobre comércio, finanças e investimentos, de acordo com as normas da OMC. A política de comércio da Rússia se tornou em geral mais liberalizada, transparente e previsível.²⁰

A Rússia tem testemunhado um grande aumento nos fluxos de IED, graças a um mercado doméstico em crescimento, capital humano qualificado, recursos naturais e estabilidade política. Gradualmente, os constrangimentos para empresas estrangeiras estão sendo abolidos e o

¹⁸ PriceWaterhouseCoopers. *Doing Business and investing in the Russian Federation*. 2010.

¹⁹ Idem.

²⁰ COUNTRY note on Trade and Investment Policy Coordination Country: Russian Federation, 2007, p. 1. Disponível em: http://www.unescap.org/tid/artnet/mtg/tipc_russianotes.pdf.

ambiente regulatório está sendo melhorado. Ainda assim, muitos setores permanecem fechados para o investimento estrangeiro.

As regulamentações atuais restringem o envolvimento estrangeiro no setor bancário e em 39 setores estratégicos da economia, incluindo energia nuclear, monopólios naturais, equipamentos militares, indústria espacial e desenvolvimento do subsolo. Como parte do plano do governo de simplificar o processo pelo qual os investidores estrangeiros podem acessar os setores estratégicos, foi elaborada uma lei, no início de março de 2010, que deveria entrar em vigor no segundo trimestre do referido ano.

A política de investimento da Rússia inclui isenções fiscais, barreiras administrativas reduzidas e parcerias público-privadas. O governo planeja investir em infraestrutura para promover o investimento. Várias organizações e instituições formam a plataforma de diálogo entre o setor público e o setor privado para abranger todas as necessidades específicas da política de investimento. Em primeiro lugar, a Câmara de Comércio da Federação Russa²¹ e a União Russa de Industrialistas e Empreendedores,²² que representam os interesses dos seus membros, promovem consultas regulares sobre a política implementada pelo governo. Em segundo lugar, associações estrangeiras de negócios proveem seus membros com informações comerciais relevantes e informam o governo russo sobre seus problemas para achar uma solução conjunta. Outros dois mecanismos de promoção de investimentos e suporte ao desenvolvimento socioeconômico são o Fundo de Investimentos e a Companhia Russa de Empreendimentos (Russian Venture Company - OJSC).²³ Usando diferentes tipos de ferramentas de suporte do governo, elas estimulam grandes investimentos, a maioria direcionada para infraestrutura e desenvolvimento de alta tecnologia. Para garantir o melhor funcionamento do Fundo de Investimentos, da Russian Venture Company e da Agência Russa de Gerenciamento das Zonas Econômicas Especiais, o governo estabeleceu o Banco de Desenvolvimento Russo,²⁴ que deverá ser o coordenador entre todas as instituições mencionadas, o que deve resultar em facilitação da competição e incentivo ao investimento.²⁵

Em maio de 2008, a legislação para investidores estrangeiros se modificou substancialmente e se tornou mais rigorosa. Os termos e as condições para o investimento

²¹ Disponível em: <http://www.tpprf.ru/en>

²² Disponível em: <http://www.xn--o1aabe.xn--p1ai/Default.aspx?CatalogId=2879>

²³ Disponível em: <http://www.rusventure.ru/en>

²⁴ Disponível em: <http://www.rosbr.ru/en>

²⁵ Country Note on Trade and Investment Policy Coordination Country: Russian Federation, 2007. p. 2.

estrangeiro na Rússia agora são regulados pela *Lei sobre Indústrias Estratégicas*, a qual entrou em vigor em 7 de maio de 2008, e pela *Lei sobre Investimentos Estrangeiros*, que foi alterada pela primeira. Nos termos da *Lei sobre Indústrias Estratégicas*, determinadas empresas russas são consideradas de importância estratégica para a defesa nacional e a segurança do país. Além de armas, indústrias aeronáutica e espacial, essa lei também declara os monopólios naturais, os meios de comunicação de massa e as empresas envolvidas na exploração e na extração de recursos naturais (exceto as que o Governo Russo possui mais de 50% de participação) como estratégicas. No total, a *Lei sobre Indústrias Estratégicas* reconhece cerca de quarenta tipos de atividade como sendo de importância estratégica para a defesa nacional e a segurança do Estado.²⁶

Para investidores estrangeiros adquirirem controle direto ou indireto sobre as empresas estratégicas russas, é necessário obter autorização prévia ou, em certos casos, autorização pós-transação de uma comissão especial do governo. O Serviço Federal Antimonopólio²⁷ e o Serviço Federal de Segurança²⁸ devem estabelecer que a aquisição não ameaça a segurança nacional russa, e os investidores estrangeiros podem ter que cumprir outros requisitos para obter a aprovação. A *Lei sobre Indústrias Estratégicas* proíbe os Estados estrangeiros, as organizações internacionais e as entidades jurídicas direta ou indiretamente controladas por Estados estrangeiros ou organizações internacionais de adquirirem o controle sobre empresas estratégicas.

Conforme as últimas alterações na *Lei sobre Investimentos Estrangeiros*, qualquer transação com a participação de Estados estrangeiros, organizações internacionais ou entidades jurídicas controladas direta ou indiretamente por Estados estrangeiros ou organizações internacionais para adquirir o controle de qualquer entidade russa deve ser revista pela comissão governamental para assegurar que a entidade não é uma empresa estratégica. Transações efetuadas que violem a *Lei sobre Indústrias Estratégicas* são nulas.

O que não se pode saber ao certo é a quantidade de negócios que serão abandonados ou afetados por essa legislação. Pelo lado positivo, a nova lei torna mais claro o que antes era confuso sobre proceder com transações que se encaixem nos assim chamados setores estratégicos. Agora existem procedimentos determinados que, pelo menos em teoria, devem tornar o processo

²⁶ Pomeranz, W. Russian protectionism and the strategic sectors law. *American University International Law Review*, p. 213-224, 2010. Disponível em: <http://www.auilr.org/pdf/25/25-2-2.pdf>.

²⁷ Disponível em: <http://en.fas.gov.ru>

²⁸ Disponível em: <http://www.fsb.ru>

mais objetivo. O problema central consiste em a Rússia estabelecer um processo caro, demorado, cheio de documentos e que pode desencorajar em vez de promover o investimento estrangeiro.²⁹

Em 30 de dezembro de 2009, o governo russo estabeleceu disposições regulatórias para um Comitê Consultivo para Investimentos Estrangeiros,³⁰ o qual incluirá representantes dos principais investidores estrangeiros e deverá aconselhar o governo com relação aos passos para melhorar o clima de investimento na Rússia.

Geralmente, investidores estrangeiros usufruem dos mesmos direitos e garantias que os participantes locais do mercado. Ainda assim, conforme mencionado anteriormente, certas restrições e requerimentos se aplicam para investidores estrangeiros que queiram investir em determinados setores.

Em muitas indústrias, por exemplo, o nível de participação estrangeira é limitado ou proibido. Outros impedimentos ao investimento incluem regulação do governo inconsistente e onerosa, cumprimento não confiável de contratos, infraestrutura e capacidade financeira inadequadas. Residentes e não residentes podem manter contas de câmbio, sujeitas a restrições. Pagamentos de capital e transferências também estão sujeitas a restrições. A propriedade estrangeira de terras não agrícolas que não se localizam perto de fronteiras internacionais é permitida.³¹

Paralelamente, o setor financeiro permanece vulnerável a influências governamentais. Os bancos estatais dominam o setor bancário e respondem por mais de um terço do total de ativos. Apesar de a regulação ter sido melhorada em 2006, a supervisão e a transparência ainda são insuficientes. Os mercados de capitais são relativamente pequenos, mas crescentes, e são dominados por empresas de energia. Os mais de mil bancos licenciados e registrados são geralmente pequenos e descapitalizados, porém a crise financeira global forneceu um impulso para a consolidação bancária. Mais de sessenta bancos foram eliminados, mas o governo impediu o fechamento de grandes empresas financeiras. Requisitos mais rigorosos de capital foram estabelecidos em 2010. O governo canalizou grandes quantidades de fundos públicos para sustentar instituições financeiras em dificuldades.³²

²⁹ Pomeranz, W. Russian protectionism and the strategic sectors law. *American University International Law Review*, p. 213-224, 2010. Disponível em: <http://www.auilr.org/pdf/25/25-2-2.pdf>.

³⁰ Disponível em: <http://www.fiac.ru>.

³¹ 2011 Index of Economic Freedom, Russia. Disponível em: <http://www.heritage.org/index/country/russia>. Acesso em: 5 abr. 2011.

³² 2011 Index of Economic Freedom, Russia. Disponível em: <http://www.heritage.org/index/country/russia>. Acesso em: 5 abr. 2011.

Ademais, alguns entraves ligados à corrupção e a burocracia também são apontadas como barreiras consideráveis nos negócios na Rússia. Entretanto, o governo russo aboliu e simplificou muitos requerimentos de licenças de importação e baixou as barreiras não tarifárias no processo de entrada para a OMC. É uma reclamação comum a de que a Rússia não publica todas as regulações, decisões judiciais e regras administrativas dos procedimentos aduaneiros. Além disso, a aplicação das regras varia de região para região, e portos de entrada e mudanças frequentes nos regulamentos são imprevisíveis, o que tornam os procedimentos mais caros e demorados. A Rússia reconhece que vai precisar revisar elementos da sua estrutura aduaneira.³³

BARREIRAS NÃO TARIFÁRIAS

Autorizações, certificações (de conformidade, de saneamento, por exemplo), licenças e outros tipos de aprovação, que devem ser submetidas às autoridades aduaneiras durante o processo de desembaraço de determinadas mercadorias, também podem se transformar em barreiras à importação.

Para a importação de álcool, uma licença de distribuição e uma comprovação do pagamento de tributos são necessárias. Conseguir todos esses documentos se torna muitas vezes complicado, caro e demorado.³⁴ Os importadores de álcool também sofrem uma variedade de medidas regulatórias. De acordo com o código tributário e a lei sobre a produção e distribuição de álcool, alterada em dezembro de 2008, todos os tributos alfandegários, impostos indiretos, e IVA sobre o álcool devem ser pagos antecipadamente usando uma garantia bancária e depósito. O governo russo estabeleceu quantias de garantias fixas, já que o valor real de todos os impostos pode não ser conhecido no momento da obtenção de garantias. Às vezes, essas quantias excedem o valor final devido, especialmente para produtos de menor valor. Também é comum que a restituição dessas garantias demore até sete meses para serem feitas. O pagamento adiantado de tributos e impostos, bem como o tempo que o banco demora para devolver a garantia podem limitar o volume de comércio, já que é necessário muito dinheiro para obter essas garantias.³⁵

Todos os produtos vendidos na Rússia devem incluir informações relevantes no idioma russo. Também se recomenda que os embarques a granel tenham informações básicas escritas em russo. Os bens devem ser embalados de forma segura, tendo em conta a natureza das

³³ USTR 2010 Report on Foreign Trade Barriers, 2010. p. 3.

³⁴ New Zealand Trade and Enterprise, 2008. p. 6.

³⁵ USTR 2010 Report on Foreign Trade Barriers, 2010. p. 4.

mercadorias, os meios de transporte e as condições climáticas. É importante levar em consideração as especificidades do mercado russo, incluindo as suas extremas condições climáticas e o manuseio brusco em estradas, ferrovias e portos. Recipientes externos devem ostentar a marca do destinatário e a marca do porto, e devem ser numerados (de acordo com a lista de embalagem), a menos que o conteúdo possa ser facilmente identificado. O número dos contratos deve estar no exterior dos *containers*.³⁶

Como a rotulagem é um grande problema na Rússia, o governo introduziu novos padrões para rótulos sob o nome “GOST”. Os rótulos da maioria dos produtos, alimentos e bebidas devem ser em russo e fornecer, entre outras coisas, as seguintes informações:

- tipo e nome do produto;
- endereço legal do produtor (pode ser em letras latinas);
- peso/volume do produto (se o item é preservado em líquido, peso sem a massa líquida);
- conteúdo dos alimentos (nome dos ingredientes básicos/aditivos listados por peso em ordem decrescente);
- valor nutricional (calorias e vitaminas, se seu conteúdo é significativo ou se o produto é destinado a crianças, por médicos, ou para uso dietético);
- condições de armazenagem;
- data de vencimento (ou data de produção e período de armazenamento);
- orientação para a preparação de produtos semiacabados ou alimentos para crianças;
- avisos sobre restrições e efeitos colaterais;
- termos e condições de utilização.

Rótulos em produtos não alimentares devem incluir:

- nome do produto;
- país de origem e nome do fabricante (pode ser em letras latinas);
- instruções de uso;
- principais características, regras e condições de utilização eficaz e segura do produto;
- qualquer outra informação determinada pelo órgão regulador estadual.

É aconselhável colocar a marca Rostest no rótulo dos produtos que têm, além dessa certificação, certificados sanitários e epidemiológicos. Essa regra é aplicável a ambos os itens

³⁶ Doing Business in Russia. For Australian Exporters, Austrade, 2010. Disponível em: <http://www.austrade.gov.au/Doing-business-in-Russia/default.aspx>. Acesso em: 5 abr. 2011.

alimentares e não alimentares.³⁷ Códigos de barra, quando aplicáveis, devem ser adicionados também.³⁸

Os seguintes produtos exigem licença de importação na Rússia: substâncias radioativas, explosivas e narcóticas; carnes de aves; carnes bovinas; carnes suínas; produtos de segurança de informação; remédios e substâncias farmacêuticas para fins terapêuticos; remédios veterinários; produtos químicos para proteção de lavouras; álcool etílico; vodca; entre outros.

As licenças são emitidas pelo Ministério das Relações Econômicas Exteriores e controladas pelo Comitê Aduaneiro Estatal.³⁹ Dependendo do grupo de bens, é preciso requerer a Licença na Agência Federal de Energia Atômica da Federação Russa (Rosatom), no Serviço Federal de Saúde e Controle de Desenvolvimento Social (Roszhdravnadzor), no Serviço de Segurança Federal da Federação Russa (FSS), no Serviço Federal de Fiscalização Veterinária e Fitossanitária da Federação Russa (Rosselkhozadzhor), no Ministério da Agricultura da Rússia e na Receita Federal.⁴⁰

Certificados fitossanitários do Serviço Federal de Fiscalização Veterinária e Fitossanitária da Federação Russa (Rosselkhozadzhor)⁴¹ são exigidos para os seguintes produtos:

- vegetais;
- frutas (frescas e desidratadas);
- lavouras de grãos;
- farinha;
- chá e grãos de café;
- castanhas, feijões e sementes;
- plantas e partes de plantas;
- fertilizantes;
- produtos de madeira selecionados e materiais de construção.

O mesmo Serviço exerce o controle médico e sanitário para animais vivos e produtos animais nos seguintes grupos:

- animais domésticos;
- gado;
- carnes e produtos de carne;

³⁷ US Commercial Service. *Doing Business in Russia. 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*, 2010. p. 79.

³⁸ New Zealand Trade and Enterprise, 2008. p. 6.

³⁹ Disponível em: <http://www.customs.ru>.

⁴⁰ Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Departamento de Promoção Comercial. *Como exportar: Rússia*. Brasília, DF, 2008. p. 45-46.

⁴¹ Disponível em: <http://www.fsvps.ru/fsvps/main.html? language=en>.

- peixes vivos e frutos do mar;
- ovos, mel e outros produtos de origem animal similares;
- remédios utilizados na medicina veterinária;
- sementes selecionadas e lavouras;
- peles animais não processadas.⁴²

Produtos naturais ou processados, produtos infantis, cosméticos e perfumes, além de itens que têm contato com alimentos e pele humana exigem a *Conclusão Higiênica*, documento emitido para certa categoria de produtos, antes da emissão de um *Certificado de Conformidade*. É emitida para um importador pela Supervisão Estatal Sanitária e Epidêmica do Ministério da Saúde (Gossanepidnadzor), baseada nos resultados dos testes conduzidos. O período de validade do certificado depende do tipo de produto certificado e dos resultados dos testes, mas não pode exceder cinco anos. O certificado de qualidade, documento que confirma a qualidade dos grãos importados e dos produtos derivados de grãos, é emitido pela Inspetoria Estatal de Grãos (Hlebnaya Inspectsia) ou seus estabelecimentos territoriais. A certificação de produtos no campo de segurança contra fogo é componente obrigatório do certificado de conformidade "GOST R". Os seguintes grupos de produtos exigem essa certificação: substâncias e materiais utilizados na construção ou em casa; materiais de construção; meios de proteção contra fogo e segurança contra fogo; produtos eletrônicos e eletromecânicos; produtos de geração de calor.⁴³

De acordo com a Lei Federal nº.184 – FZ, "Em Regulamentos Técnicos", de 27 de dezembro de 2002, existem certificações obrigatórias (certificado impresso em papel azul) e certificações voluntárias (certificados impressos em papel amarelo). A certificação obrigatória é, basicamente, a certificação de conformidade emitida por organismos de certificação acreditados. Para saber se um determinado produto exige certificação obrigatória, a empresa deve verificar o número OKPO (atribuído pela Classificação do Produto Russo⁴⁴), que não é totalmente idêntico aos códigos TNVED (Classificação de Comércio Exterior).⁴⁵

⁴² Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Departamento de Promoção Comercial. *Como Exportar: Rússia*. Brasília, DF, 2008. p. 45-46.

⁴³ Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Departamento de Promoção Comercial. *Como exportar: Rússia*. Brasília, DF, 2008. p. 45-46.

⁴⁴ A Russian Product Classification (OKP) está em funcionamento desde a época soviética e, até agora, não foi harmonizada com qualquer sistema internacional. Desde 1991, tem coexistido com a Foreign Trade Classification (TNVED), que estabelece a base para a pauta aduaneira da Rússia. Os seis primeiros dígitos do código TNVED coincidem com códigos HS.

⁴⁵ Us Commercial Service. *Doing Business in Russia. 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*, p. 84.

Ressalte-se que existem custos para a obtenção de certificações, tais como: custos de amostras para testes; custos dos laboratórios de análise; despesas de auditoria; serviços de tradução; entre outros. Podem ser oferecidos descontos no caso de o exportador desejar um número relativamente grande de certificados ou se está se candidatando para o mesmo serviço várias vezes.⁴⁶

PROCEDIMENTOS ADUANEIROS

Os procedimentos de exportação para a Federação Russa envolvem uma série de documentos que varia de acordo com a natureza da mercadoria e, por vezes, com o país onde essa mercadoria foi produzida. Os documentos exigidos e os prazos para sua obtenção são administrados por diferentes órgãos. Dessa forma, dada a complexidade dos procedimentos aduaneiros praticados pela Rússia, deve-se valorizar o estabelecimento prévio de contato com agentes e distribuidores locais, especialmente aqueles que possuem experiência pregressa com exportadores brasileiros.

A realização do desembaraço aduaneiro, pagamento de impostos e escoamento posterior da carga é de responsabilidade de um agente despachante de cidadania russa, legalizado pelas Autoridades Aduaneiras.⁴⁷ Valores cobrados no processo de desembaraço aduaneiro são estabelecidos como uma taxa fixa e variam aproximadamente de €12 a €2.400 por despacho alfandegário, dependendo do valor aduaneiro dos bens importados.⁴⁸

A documentação básica para a exportação para a Rússia é composta por: contrato de transação, conhecimento de embarque, nota fiscal, fatura comercial e certificado de origem. Todos esses documentos devem ser traduzidos para o idioma russo. O despachante, quando da chegada da carga, deve preencher a declaração aduaneira, que corresponde a um formulário de informações gerais a respeito da mercadoria, tais como: dados do despachante aduaneiro, do recipiente da carga etc.; dados do frete; dados do produto (nome, descrição, país de origem, país de destino, embalagem, massa, custo aduaneiro); dados do cálculo do valor do produto (taxa de câmbio oficial do Banco da Rússia vigente no dia do preenchimento da declaração, aplicação ou não de privilégios aduaneiros, tarifas para aquele produto etc.); dados do produtor/exportador.

⁴⁶ Mais informações disponíveis em: <http://www.gost.sgs.com/faqs.htm>.

⁴⁷ Código Aduaneiro da Federação Russa. Disponível em: www.customs.ru/tk_en.

⁴⁸ "Como Exportar" – Rússia, Brazil Trade Net, e valores convertidos dos equivalentes em rublo, fornecidos pelo Código Aduaneiro.

O Brasil é beneficiário do Sistema Geral de Preferências da UNCTAD,⁴⁹ assim como a Federação Russa. Assim, pode utilizar o *status* de país em desenvolvimento para receber reembolso parcial das tarifas alfandegárias pagas.⁵⁰ É por essa razão que o certificado de origem se torna especialmente importante. Sua obtenção é administrada por órgãos nacionais (i.e. federações de indústrias) e deve estar de acordo com a legislação russa sobre a questão.

As informações, a pedido das autoridades aduaneiras, devem ser respaldadas mediante a apresentação de documentos que as comprovem, por parte do despachante aduaneiro. Quanto ao valor do produto, por exemplo, a declaração de valor aduaneiro apresentada pelo despachante será verificada pelos funcionários aduaneiros conforme a veracidade dos valores apresentados e corrigida, caso julgado necessário. Os pagamentos aduaneiros normalmente são feitos antes ou quando submetidos às declarações aduaneiras.

A Rússia possui diversas Zonas Econômicas Especiais (ZEE), que oferecem benefícios aduaneiros. Enquanto regra geral, bens importados e utilizados dentro das ZEE são elegíveis para isenção de direitos aduaneiros e do imposto sobre valor agregado (IVA). Quando as mercadorias estrangeiras ou produtos de sua transformação forem introduzidos para livre circulação no resto da Rússia, os direitos aduaneiros de importação e o IVA são pagos. Se os bens produzidos numa ZEE são exportados, eles estão sujeitos às tarifas de exportação, se aplicáveis. Mercadorias estrangeiras que foram importadas por ZEE, mas que não foram transformadas, podem ser reexportadas sem pagamento de direitos aduaneiros de exportação. As ZEE da Federação Russa são administradas pelo Ministério do Desenvolvimento Econômico e do Comércio.⁵¹

As ZEE russas são: ZEE República do Tatarstão – materiais de construção, indústria automotiva, e indústria química e petroquímica -, ZEE Região de Sverdlovsk – materiais de construção, indústria aeroespacial e indústria de titânio -, ZEE Região Samara – materiais de construção, indústria automotiva e indústria química e petroquímica -, ZEE Região de Lipestek (zonas industriais e produtivas) – materiais de construção, indústria química, máquinas elétricas e equipamentos para geração de energia, eletrodomésticos e equipamentos para comércio -; ZEE de São Petersburgo – engenharia de alimentos, tecnologias médicas, eletrônicos, tecnologia da informação e comunicação e nanotecnologia -, ZEE da Região de Moscou – nanotecnologia, biotecnologia, tecnologia nuclear, tecnologia da informação e eletrônica e comunicação -, ZEE de

⁴⁹ Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (sigla em inglês).

⁵⁰ Brazil Trade Net.

⁵¹ Disponível em: <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/specialeconomicareasmain>.

Moscú – microeletrônica e óptico-eletrônica, nanotecnologia, bioengenharia e tecnologias biossensoriais e tecnologia da informação -, ZEE de Tomsk 033 (zonas de tecnologia e inovação) – equipamentos de comunicação, tecnologia médica, tecnologia de instrumentos eletrônicos e tecnologia da informação -; e ZEE Murmansk, ZEE de Khabarovsk – especializadas em operações portuárias, logística, manutenção e reparo de navios e processamento de pesca -, ZEE Ulyanovsk (zonas portuárias) – manutenção e reparos de aeronaves, conversão e reequipamento de aeronaves, logística e expedição.

Na prática, diversos produtos importados necessitam de licença de importação e/ou certificados de conformidade sanitária, veterinária, de segurança, entre outros. Esses certificados também são necessários para o preenchimento da declaração aduaneira; por conseguinte, a posse desses documentos é imprescindível para o sucesso na operação comercial. Apesar de ser signatária de alguns tratados internacionais de conformidade de produtos, a Rússia exige que amostras dos produtos a serem importados sejam testadas para comprovar seu padrão de qualidade e emitir os certificados adequados.⁵² Em outras palavras, isso deve ser resolvido antes da operação comercial. Uma vez emitidos, esses certificados duram, geralmente, cinco anos. Os principais órgãos relativos a essa certificação são Serviço Federal de Fiscalização Veterinária e Fitossanitária (Rosselkhoz nadzor), Supervisão Estatal Sanitária e Epidêmica do Ministério da Saúde (Rosпотребнадзор) e a Agência Federal para o Regulamento Técnico e Metrologia (GOST).

Substâncias radioativas, substâncias explosivas, narcóticos, carne de aves, carne bovina (congelada, fresca e resfriada), carne suína, produtos de tecnologia encriptada, remédios e fármacos, substâncias que destroem ozônio, lixo tóxico, agrotóxicos, álcool (etílico e bebidas alcoólicas) e esturjão e seu caviar só podem ser importados mediante licença de importação solicitada perante o Ministério do Desenvolvimento Econômico e do Comércio e/ou do Ministério da Defesa.⁵³ Todos os importadores de produtos alcoólicos devem ter um certificado de atividade para produção e armazenamento. Além disso, nos termos do novo regime de licenciamento da união aduaneira (Rússia, Bielorrússia e Cazaquistão), os importadores devem obter uma licença de importação para cada tipo de bebida alcoólica (uma exigência anteriormente aplicada apenas às importações de vodca, tequila, grapa e álcool puro).⁵⁴ Além da licença, o governo russo também

⁵² Us Commercial Service. *Doing Business in Russia*.

⁵³ Brasil Trade Net.

⁵⁴ USTR 2010 Report on Foreign Trade Barriers, p. 2.

estabelece quotas de importação para determinados produtos, como carne.⁵⁵ Atualmente, o regime de importação de carnes e outros produtos de origem animal da Federação Russa é basicamente gerido por essas licenças e certificados; ademais, a importação de peixes e produtos similares de origem brasileira está temporariamente banida.⁵⁶

TRIBUTAÇÃO

O sistema russo de tarifas tem como base o Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias (Harmonised Commodity Description and Coding System), que é um método internacionalmente adotado de classificação de mercadorias transacionadas no comércio exterior. O procedimento de valoração aduaneira é determinado de acordo com os princípios do General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) da OMC. O valor aduaneiro é geralmente equivalente ao valor da operação até a fronteira Russa/DAF (Delivered at Frontier).

Impostos de importação se aplicam para a maioria dos bens. Majoritariamente, as tarifas aduaneiras na Rússia são *ad valorem* (ou seja, uma percentagem sobre o valor da mercadoria). Existem também tarifas específicas para determinados tipos de produtos importados, calculadas com relação ao volume, peso ou quantidade. Alguns impostos são compostos pelos dois tipos de tarifas e, portanto, a base de tributação pode variar.

De fato, a base das tarifas aduaneiras varia amplamente, de 100%, mas não menos de € 2 por litro nas bebidas alcoólicas, até 0% para alguns materiais impressos e certos produtos de importação prioritários, como equipamentos e máquinas. Em média, os impostos ficam entre 5% e 20% do valor aduaneiro das mercadorias. As bases tarifárias especificadas pela lei aplicam-se aos países com *status* de Nação Mais Favorecida (NMF).

Certas matérias-primas e bens fabricados nos países “em desenvolvimento” e “menos desenvolvidos” podem ser importados a 75% das taxas base ou à taxa zero, respectivamente. Bens originários de outros países estarão sujeitos ao dobro das taxas básicas.

Entre os bens que estão isentos de direitos aduaneiros, constam bens em trânsito, bens importados por particulares para uso pessoal (valor não superior a cerca de € 1.500 e peso inferior a 35 quilogramas), objetos de valor cultural, meios de transporte envolvidos no movimento internacional de mercadorias e passageiros, ajuda humanitária, entre outros.

⁵⁵ Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Departamento de Promoção Comercial. *Como exportar: Rússia*. Brasília, DF, 2008. p. 45.

⁵⁶ Disponível em: <http://www.fsvps.ru>.

Determinadas categorias de bens para importação na Rússia estão sujeitas a impostos indiretos (Imposto sobre Consumo, Imposto sobre Valor Adicionado). Tais impostos de consumo são específicos, isto é, baseados no volume, peso ou outras características do produto.

Para a maioria das mercadorias, o Imposto de Importação sobre Valor Adicionado (IVA)⁵⁷ é de 18% do valor aduaneiro, inclusive dos direitos aduaneiros e do imposto de consumo (se houver). O IVA de importação pode ser reavido se os requisitos para sua recuperação forem cumpridos. Ainda assim, empresas estrangeiras não registradas na Rússia não têm direito de reaver o IVA de importação. O valor tributável de IVA na importação é definido pelo valor aduaneiro (incluindo frete, seguro e outras despesas efetuadas antes da fronteira alfandegária), somado a quaisquer outros impostos de aduana ou de consumo aplicáveis. As autoridades russas buscam a inclusão do pagamento de *royalties* no valor das mercadorias importadas.

Isenções de IVA de importação se aplicam a vários produtos e serviços. Alimentos, diversos produtos para crianças, produtos médicos, equipamentos tecnológicos que não tenham equivalente russo (incluindo componentes e peças de reposição) e alguns outros bens podem ter IVA reduzido de 10% até 0%. Como exemplo, mercadorias que tenham sido importadas para a Rússia podem ser reexportadas, sem o pagamento dos direitos aduaneiros de exportação, desde que não tenham sido introduzidas em livre circulação no país. Bens declarados para importação temporária podem ter isenção total ou parcial do IVA de importação. Se as mercadorias temporariamente importadas são reexportadas ou introduzidas em livre circulação, o IVA pago sob a isenção parcial é potencialmente recuperável como o IVA de acordo com as regras gerais.

As Faturas do IVA – *schet-facturas* – servem como base para a restituição do IVA de entrada faturados pelos fornecedores. O Código Tributário requer que certas informações específicas sejam apresentadas nesse documento. As faturas de IVA devem estar em russo e devem conter as assinaturas originais do presidente da empresa e do contador-chefe. O envio eletrônico desse documento ainda não é permitido.⁵⁸

A Rússia estabelece um imposto *antidumping* para certos bens (tubos metálicos da Ucrânia, por exemplo). Ativos fixos de produção importados por um investidor estrangeiro como contribuição do capital estatutário são livres de direitos aduaneiros. As mercadorias não devem ser sujeitas a impostos especiais e devem ser importadas dentro do consumo e das taxas de

⁵⁷ VAT, na sigla em inglês.

⁵⁸ Deloitte. *Doing Business in Russia*, 2009. p. 31.

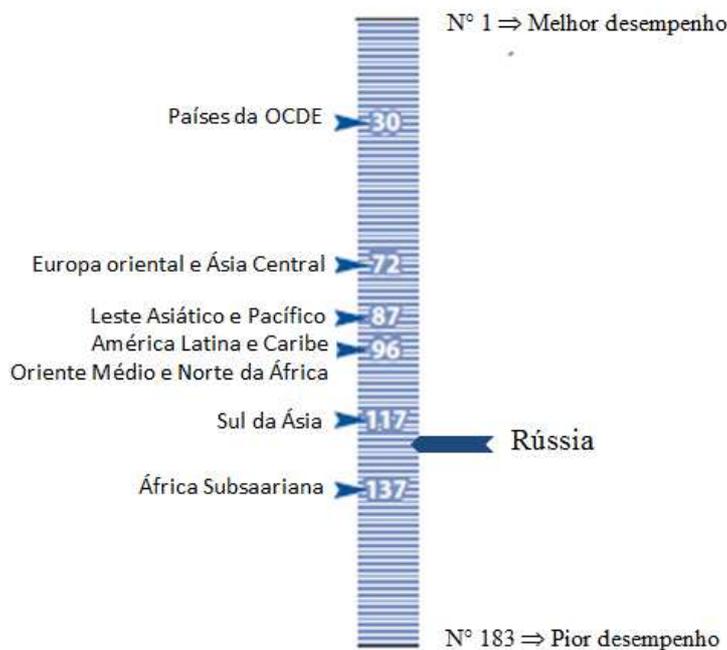
despacho aduaneiro. As autoridades aduaneiras podem verificar para assegurar o correto uso e posterior alienação dos bens isentos de direitos aduaneiros. Impostos de indiretos se aplicam para importação de carros, tabaco, gasolina e lubrificantes. Tarifas especiais de consumo para cada tipo de mercadorias taxáveis estão estabelecidas no Código Tributário.

ApexBrasil

AMBIENTE DE NEGÓCIOS

De acordo com o *Doing Business 2011*,⁵⁹ do Banco Mundial, a Rússia ocupa a 123ª posição no *ranking* de 183 países avaliados por sua facilidade para fazer negócios. A classificação dos países leva em conta aspectos relacionados à abertura de empresas, obtenção de alvarás, contratação de empregados, emissão de registro de propriedades, obtenção de crédito, proteção de investidores, pagamentos de impostos, comércio exterior, cumprimento de contratos e fechamento de empresas, entre outros. A título de comparação mundial, a Figura 2 apresenta a colocação da Rússia em relação às principais regiões do mundo, onde se pode perceber que, por essa medida, o país apresenta uma classificação próxima à dos países africanos, ficando ligeiramente acima da média obtida por esses países.

Figura 2 - Ranking Doing Business 2011: posição da Rússia em relação às principais regiões do mundo



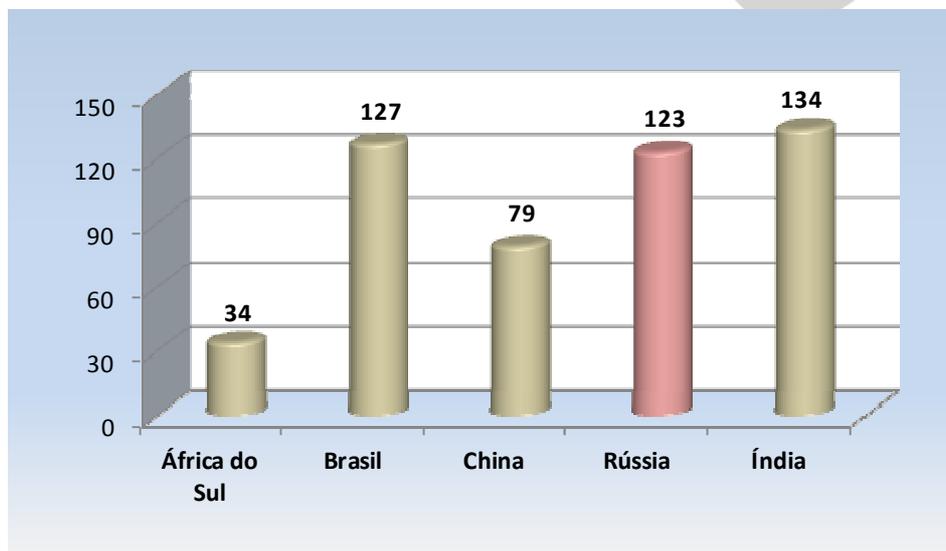
Fonte: Doing Business 2011, Banco Mundial. Elaboração UICC Apex-Brasil.

O país com melhor ambiente de negócio no mundo, segundo esse *ranking*, é Cingapura que se mantém nessa posição há dois anos. Dos países do BRIC mais a África do Sul, a Rússia está à

⁵⁹ Publicação anual do Banco Mundial que fornece uma avaliação quantitativa das regulações relacionadas à atividade empresarial. Disponível em: <http://www.doingbusiness.org/reports/doing-business/doing-business-2011>.

frente do Brasil e da Índia, com uma classificação ligeiramente melhor, mas bem inferior ao observado para a África do Sul e China, como pode ser observado no Gráfico 6.

Gráfico 6 - Ranking Doing Business 2011: posição de África do Sul, Brasil, China, Rússia e Índia



Fonte: Doing Business 2011, Banco Mundial. Elaboração UICC Apex-Brasil.

Embora o desempenho da Rússia no *ranking* de negócios supere o do Brasil e da Índia, aquele país apresentou uma queda significativa na avaliação em relação ao ano de 2010, caindo sete posições no período de apenas um ano. Destaca-se que essa queda se deu mesmo com a implantação de duas reformas econômicas na tentativa de melhorar as facilidades para o desenvolvimento dos negócios. Os elementos que mais impactaram para que ocorresse essa perda foram aqueles relacionados à abertura de empresas e registro de propriedades, como pode ser observado na Tabela 3.

Os países do Leste Europeu e da Ásia Central foram os que mais tiveram incremento na criação de novas empresas na década de 2000. A partir de 2002, a Rússia, na busca de estimular a criação de novos negócios, unificou sob uma única instituição o processo de abertura de empresas. Essa política foi seguida por 19 países da região, incluindo países como Azerbaijão, Bielorrússia, Macedônia, Sérvia e Ucrânia. Com isso, esses países reduziram, em média, os procedimentos para 4 e 21 dias para a abertura do empreendimento. Cabe destacar que, dos indicadores observados na Tabela 3, nenhum apresentou melhoria.

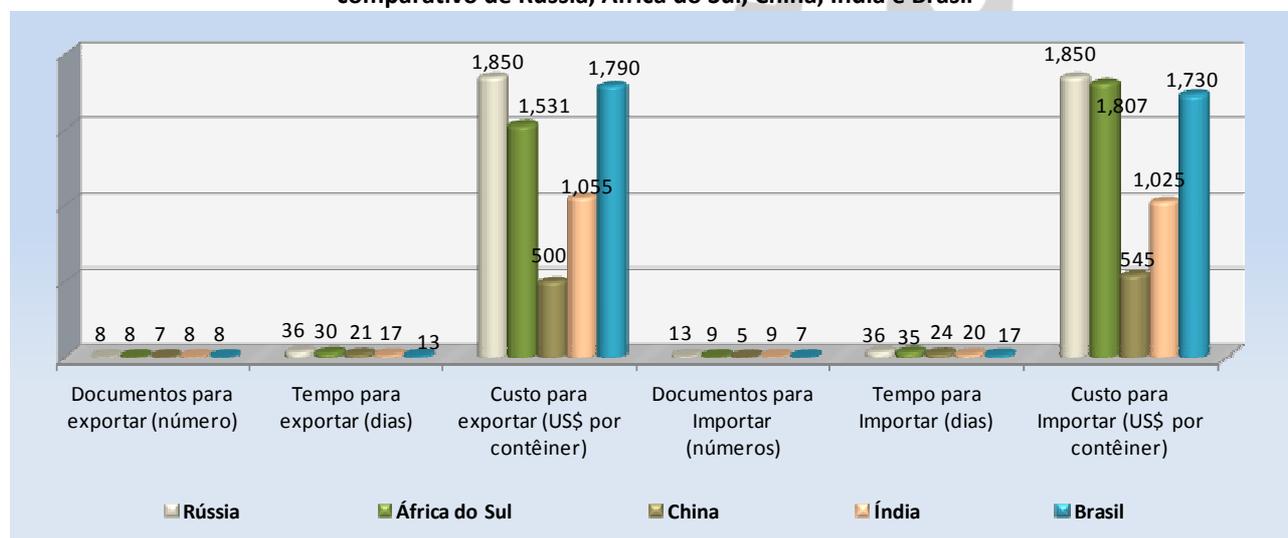
Tabela 3 - Ranking dos itens que compõem o índice de facilidades de fazer negócio em 2010 e 2011

Item	Ranking de 2011	Ranking de 2010	Mudanças no Ranking
Facilidade de fazer negócios	123	116	-7
Abertura de empresas	108	104	-4
Obtenção de alvarás	182	182	0
Registro de propriedades	51	45	-6
Obtenção de crédito	89	87	-2
Proteção de investidores	93	92	-1
Pagamento de impostos	105	103	-2
Comércio exterior	162	162	0
Cumprimento de contratos	18	18	0
Fechamento de empresas	103	93	-10

Fonte: Doing Business 2011, Banco Mundial. Elaboração UICC Apex-Brasil.

O item comércio exterior leva em consideração seis itens, 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 os países do BRIC mais a África do Sul para uma avaliação comparativa desses itens, compôs-se o Gráfico 7.

Gráfico 7 - Elementos de avaliação do item “comércio exterior” do ranking Doing Business 2011: comparativo de Rússia, África do Sul, China, Índia e Brasil



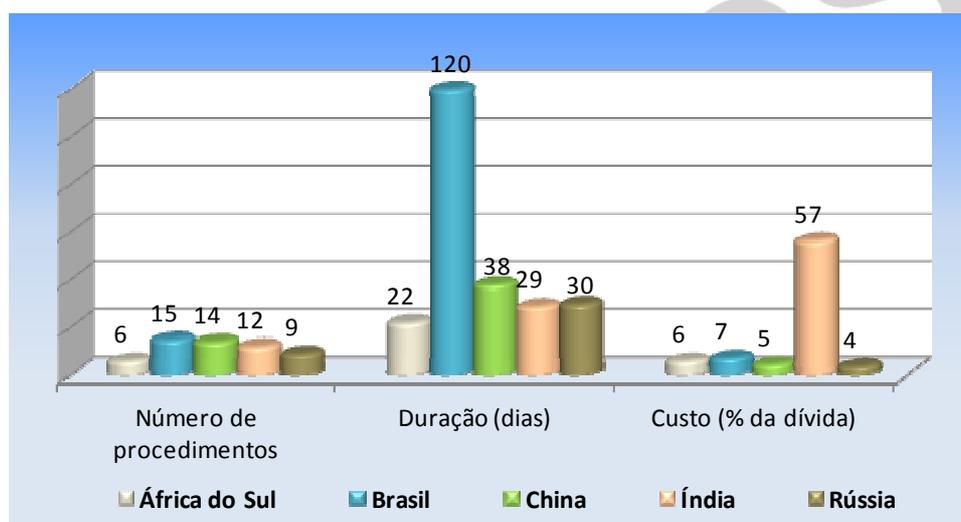
Fonte: Doing Business 2011, Banco Mundial. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Pelos dados do Gráfico 7, pode-se verificar que a Rússia, entre os países selecionados, é o que apresenta o maior custo por contêiner para exportar e para importar, porém não difere muito

dos valores dos demais, exceto em relação à China, cujo custo é significativamente inferior. Outro elemento importante na avaliação dos processos de exportação e importação é o número de dias necessários para importar e exportar, que, no caso da Rússia, são elevados, superando os demais, exceto a África do Sul.

Outro item de avaliação refere-se ao cumprimento de contratos, que busca medir a eficiência dos tribunais na resolução de disputas relacionadas a operações de venda. São avaliados, no referido item, o tempo, o custo e número de processos envolvidos na contenda, desde o momento do registro da ação até a efetivação do pagamento requerido por uma das partes. Nesse critério, a Rússia apresenta elevado desempenho, ficando na 18ª posição do *ranking* mundial, tendo um pequeno número de procedimentos, processos rápidos e baixos custos, em comparação com os países mencionados. Esses dados podem ser observados no Gráfico 8.

Gráfico 8 - Elementos de avaliação do item *Cumprimento de contratos* do *ranking Doing Business 2011*: comparativo de África do Sul, Brasil, China, Índia e Rússia



Fonte: Doing Business 2011, Banco Mundial. Elaboração UICC Apex-Brasil.

CAPACIDADE DE PAGAMENTO

A avaliação da capacidade de pagamentos inclui não somente a avaliação financeira como também o risco político - medido na disposição de pagar as dívidas em moeda estrangeira do governo russo - e a facilidade de aquisição de moedas estrangeiras. Parte dessa avaliação foi realizada com base nas medidas de risco feitas pela Standard and Poor's (S&P), que apresenta uma classificação que vai de AAA, menor risco ou melhor avaliação, até C, maior risco ou pior avaliação, assim distribuída: AAA; AA+; AA; AA-; A+; A; A-; BBB+; BBB; BBB-; BB+; BB; BB-; B+; B; B-; CCC; CC; C. Cada uma dessas categorias possui uma escala numérica que vai de um (melhor nota) até seis (pior nota).⁶⁰

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

No longo prazo, a qualificação da Rússia foi BBB, o que representa uma capacidade média de cumprir seus contratos. Já para o curto prazo foi A-3, o que indica que, para contratos de curto prazo, há maior segurança de pagamento. No que se refere à tendência, o país foi classificado como estável, logo se pode esperar que não haverá mudanças nesses indicadores no curto prazo.

Em termos comparativos com Brasil, China, Índia e África do Sul, a Rússia está uma classificação acima de Brasil e Índia no que se refere ao longo prazo, ficando, nesse quesito, em terceiro lugar. A tendência é igual para todos esses países, ou seja, de estabilidade, e, no que se refere ao curto prazo, a Rússia ficou com a mesma avaliação de Brasil e Índia, ou seja, inferior à China e África do Sul.

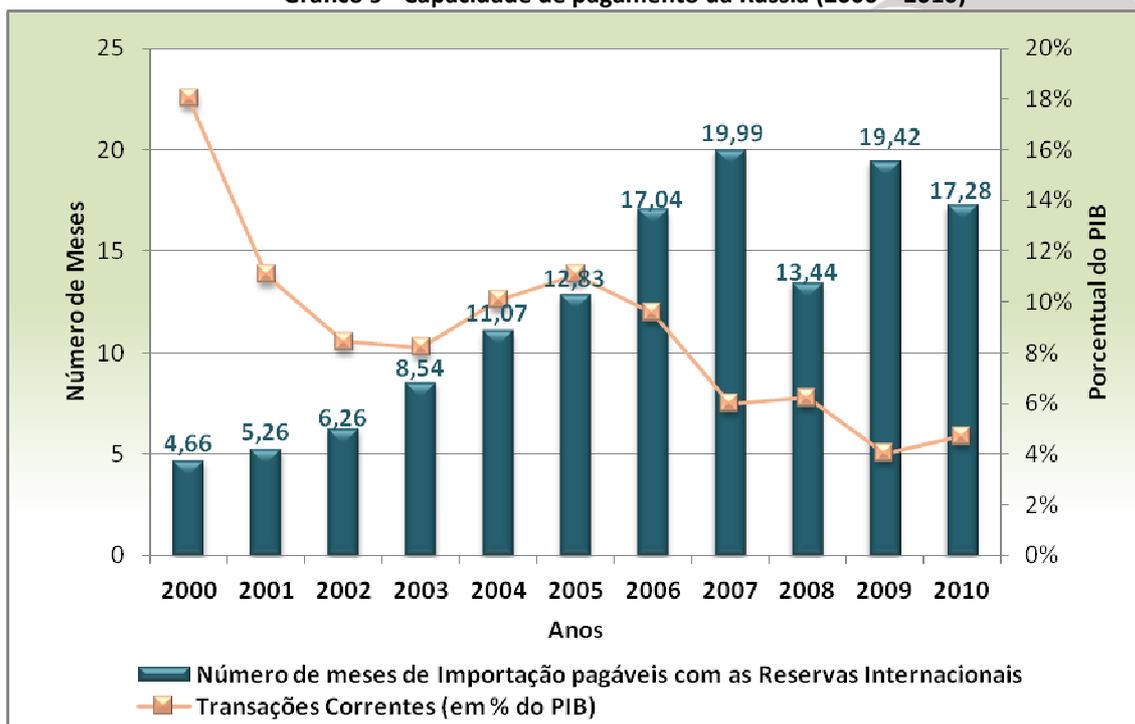
Existem ainda duas outras formas adicionais de se avaliar a capacidade de pagamento de um determinado país. A primeira é avaliar o Saldo de Transações Correntes⁶¹ em relação ao PIB da economia. A segunda é verificar quantos meses de importações podem ser pagos com as reservas internacionais. O Gráfico 9 contempla essas informações.

⁶⁰ Outras referências relativas aos *ratings* estão disponíveis em:

http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/ps/la/page.topic/researchlearning_cm/3,2,2,0,0,0,0,0,2,1,0,0,0,0,0,0.html

⁶¹ No Saldo de Transações Correntes estão contabilizadas receitas e despesas com exportações e importações de mercadorias, vagens, fretes, seguros, salários, juros, lucros e dividendos, entre outras. Quando as despesas superam as receitas, tem-se um déficit em conta corrente e vice-versa.

Gráfico 9 - Capacidade de pagamento da Rússia (2000 – 2010)



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

Pelos dados do Gráfico 9, pode-se verificar que o número de meses de importações que se pode pagar com as reservas na Rússia cresceu de 2000 até 2007, atingindo o valor de 19,9 meses, e se manteve em alta, com ligeiras oscilações nos últimos três anos. Em parte, isso se deve ao efeito da elevação dos preços do petróleo e do gás no mercado internacional, cujos produtos a Rússia apresenta grande quantidade exportada. Por outro lado, ocorreu uma queda no percentual do Saldo de Transações Correntes em relação ao PIB, de 18% para 5% entre 2000 e 2010, sendo estes ainda superavitários, indicando que a capacidade de pagamento deve ser ampliada se essas condições prevalecerem no mercado internacional.

Em resumo, essas informações indicam elevada capacidade de pagamentos, que, somadas aos *ratings* obtidos pelo país junto a *Standard and Poor's*, permite concluir que, nesse quesito, a Rússia não deverá apresentar problemas com relação à capacidade de pagamentos.

INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

A Rússia é um país continental, com uma área de aproximadamente 17 milhões de quilômetros quadrados (o dobro da área brasileira) e com baixa densidade populacional, ou seja, tem pouco mais de 140 milhões de habitantes. Dada a sua dimensão geográfica, a Rússia faz fronteira terrestre com 14 países e marítima com Estados Unidos e Japão. Possui uma extensa rede de rios navegáveis e sua costa marítima é de 37 mil quilômetros, extensão superior a, aproximadamente, quatro vezes a brasileira.⁶²

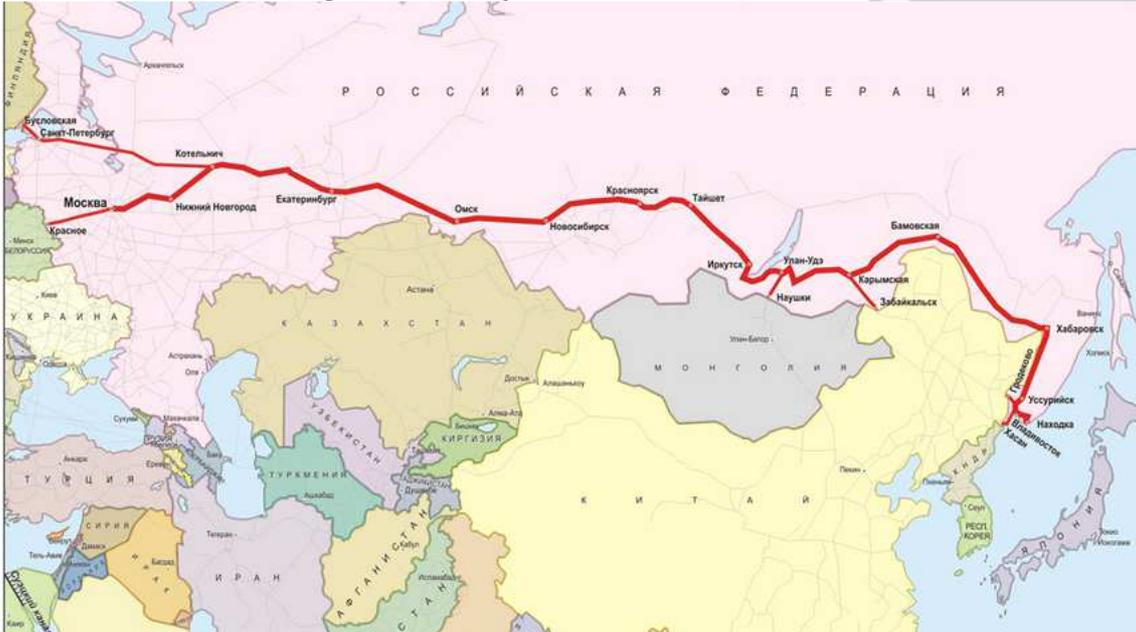
Essas proporções continentais exigiram que o país construísse uma extensa rede hidroviária e ferroviária e ainda uma ampla quantidade de portos. No que se refere ao transporte ferroviário, são quase 86 mil quilômetros de estradas de ferro, dos quais cerca da metade são eletrificadas, fazendo da Rússia o país com a maior malha ferroviária elétrica do mundo e o segundo em termos de extensão de malha ferroviária total, atrás apenas dos Estados Unidos. Destaca-se que a maioria dessa rede ferroviária é administrada pela Ferrovias Russas SA – RZD.

A linha mais importante em termos econômicos é a que atravessa a Rússia de leste a oeste, com cerca de 10 mil quilômetros, sendo a mais longa do mundo, que é denominada de ferrovia Transiberiana. Essa ferrovia possui grande capacidade de carga com níveis elevados de eficiência, já que é uma via de mão dupla totalmente eletrificada, equipada com modernos sistemas de informação e comunicação. Isso faz dela um corredor natural do transporte internacional de cargas.⁶³ A Figura 3 permite visualizar a localização e extensão dessa ferrovia.

⁶² Para mais informações, ver <http://www.russobras.com.br/estado.php>.

⁶³ Russian Railways. Disponível em: http://cargo.rzd.ru/isvp/public/cargo?STRUCTURE_ID=5128. Acesso em: 1 maio 2011.

Figura 3 - Localização da ferrovia Transiberiana na Rússia



Fonte: Russian Railways (2011).

A Transiberiana não é a única que une os dois extremos do país, existem outras ferrovias, que, em escala menor, cobrem essa vasta área. No entanto, essas outras ferrovias de menor porte formam uma malha mais intensa na parte europeia da Rússia, como pode ser observado na Figura 4.

Figura 4 - Malha ferroviária da Rússia



Fonte: Wikipédia (2011).

Em resumo, a capacidade de transporte de carga da Rússia por via férrea é excelente. Pode-se transportar com rapidez e custos competitivos elevados volumes de carga para quase a totalidade do país.

Outro elemento importante na logística da Rússia são os rios. Entre eles, o Volga, que é o maior da Europa. Ele se origina no planalto de Valdai (com altitude de 229 metros) e deságua no mar Cáspio, cujo sistema fluvial composto por esse rio apresenta uma extensão de 574 mil quilômetros. Sua bacia ocupa cerca de um terço do território europeu da Rússia.

O rio Volga possui um impacto significativo na logística da Rússia. A navegação foi possível graças às barragens construídas, de forma que navios de grande porte possam viajar desde o mar Cáspio, em longos percursos em direção ao planalto de Valdai, e ligá-lo ao Don e ao mar Negro, através do canal Volga-Don. Ainda é possível conexões com os lagos do norte, São Petersburgo, e com o mar Báltico, através da hidrovia Volga-Báltico, e Moscou via canal de Moscovo.

Outro rio importante é o Ob, um dos maiores rios da Rússia e da Eurásia. Esse rio atravessa a Sibéria Ocidental de sul a norte e desemboca no golfo de Ob. Ainda, no Extremo Oriente da Rússia encontra-se o rio Amur, um dos maiores do nordeste da Ásia. Esse rio se constitui em uma importante via fluvial no Extremo Oriente e atualmente é utilizado para o tráfego de navios de tipo "rio-mar", unindo o Extremo Oriente à região Ásia-Pacífico.

A intensa malha hidroviária está intimamente ligada aos grandes portos marítimos na Rússia, o que favorece o acesso por barco de grandes movimentos de carga pelo país, reduzindo os custos de transporte para diversas localizações. A Figura 5 permite verificar a localização dos principais portos Russos.⁶⁴

⁶⁴ As características desses portos estão disponíveis em: <http://www.russobras.com.br/econ/portos.php>.

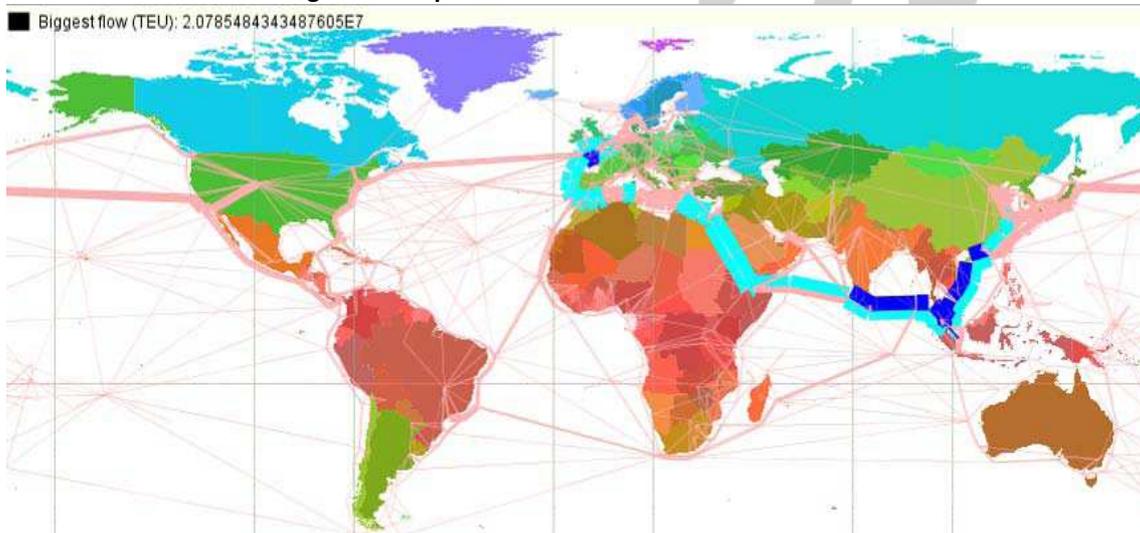
Figura 5 - Mapa com a localização dos principais portos russos



Fonte: Russian Ports (2011).

Os portos russos estão significativamente concentrados nos pontos de maior fluxo de transporte de contêineres do mundo, conforme indicado na Figura 6. Essa disposição gera benefícios de custos no transporte marítimo de produtos da costa leste para a costa oeste e vice-versa.

Figura 6 - Mapa do fluxo marítimo de contêineres no mundo



Fonte: Newton et al. (2010).⁶⁵

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

⁶⁵ Newton, S. et al. Ports and their connections within the TEN-T. Zoetermeer, Dec. 2010. Final Report. Disponível em: http://ec.europa.eu/transport/infrastructure/studies/doc/2010_12_ports_and_their_connections_within_the_ten-t.pdf.

Da mesma forma que no transporte ferroviário, a Rússia encontra-se muito bem equipada no que se refere à capacidade portuária. Os portos estão instalados nas mais diversas localidades, com capacidade de atendimento e significativa eficiência no transbordo de carga. Porém, um elemento que tem sido um entrave para o comércio internacional é a burocracia existente nos portos, que exige um volume enorme de papéis que se alteram constantemente e que, somados à falta de integração eletrônica entre diferentes sistemas, tornam o processo lento e ineficiente.⁶⁶

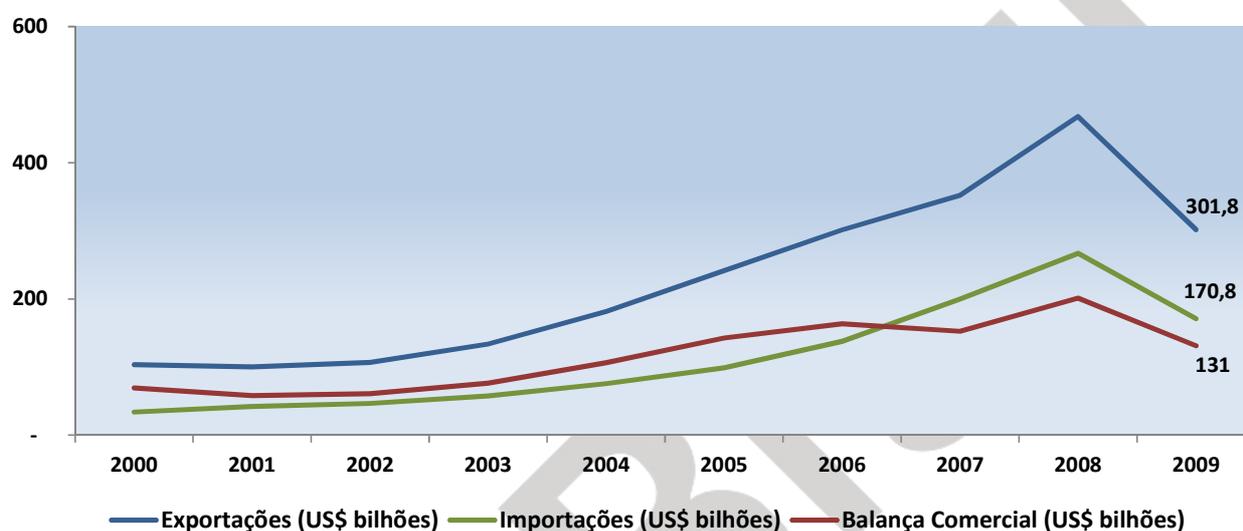
Por fim, no que se refere à estrutura rodoviária na Rússia, a malha ampla e em boas condições concentra-se na parte ocidental do país. As demais regiões, de um modo geral, até mesmo devido às condições climáticas, não apresentam condições adequadas para o transporte de cargas.

⁶⁶ UK Trade & Investment. Russia: Opportunities for UK-Based Companies in the Ports Sector. 2010. Disponível em: <http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/corporate/docs/r/russia-opportunities-for-uk-based-companies-in-the-ports-sector.pdf>.

EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DA RÚSSIA

A evolução do comércio exterior russo entre 2000 e 2009 está ilustrada no Gráfico 10. Observa-se que, no período entre o ano de 2000 a meados de 2006, os fluxos comerciais russos mantiveram uma trajetória ascendente, com exportações bem acima das importações. As exportações russas cresceram, em média anual, 19,4%, enquanto as importações aumentaram em um ritmo superior, com média de 26,3%.

Gráfico 10 - Evolução do comércio exterior da Rússia (2001 - 2009)



Fonte: UN Comtrade.

Entre 2006 e 2008, ano da crise financeira internacional, os fluxos comerciais russos permaneceram em expansão. Nesse período, as importações cresceram a uma taxa média anual mais elevada, de 39,6%, contra 24,6% das vendas externas. Claramente, o comércio foi sustentado pelo crescimento do *quantum* das exportações e pelos preços do petróleo e gás, principais produtos na pauta das exportações da Rússia. Nota-se ainda, de acordo com o Gráfico 10, que o saldo comercial russo foi de US\$ 152,5 bilhões em 2007.

A partir de 2008, entretanto, a situação se inverteu. O valor das exportações russas apresentou queda de 35,5%, passando de US\$ 467 bilhões, em 2008, para US\$ 301 bilhões em 2009. Isso se deu devido ao reflexo da brusca queda da demanda por petróleo e gás,

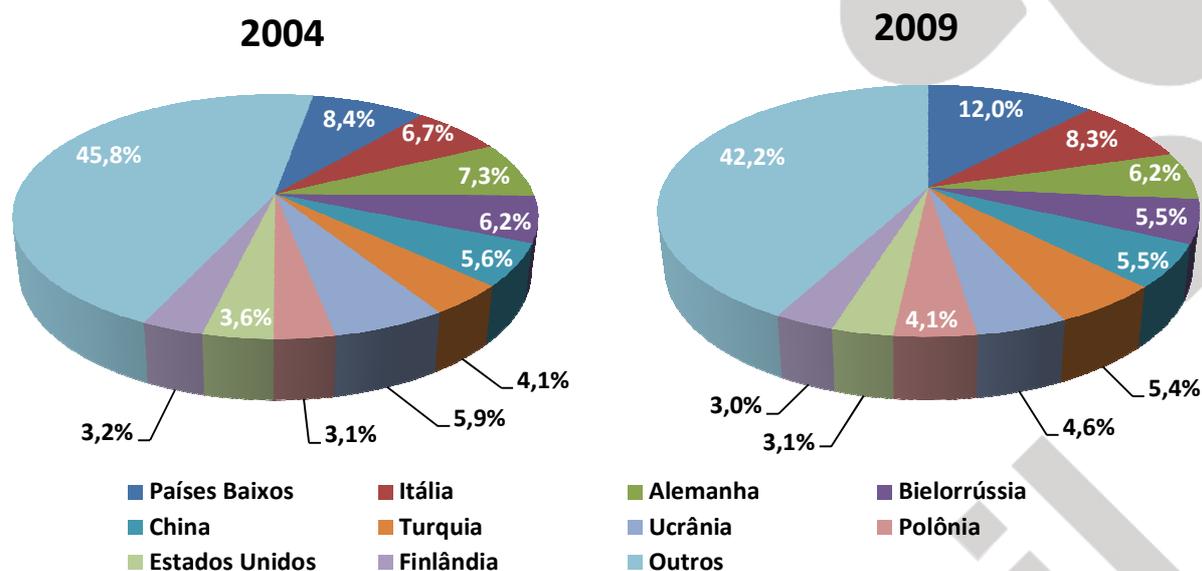
principalmente entre os países da União Europeia. As importações, por sua vez, registraram uma contração ainda maior, declinando de U\$S 267 bilhões, em 2008, para U\$S 170 bilhões, em 2009, o que significou uma queda de 36% em relação ao seu nível mais elevado registrado em 2008. Como resultado, o saldo comercial do país passou, no ano da crise, de U\$S 200 bilhões, seu maior nível, para U\$S 130 bilhões em 2009.

DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DA RÚSSIA

Entre os anos de 2004 e 2009, os três principais destinos das exportações russas foram Países Baixos, Itália e Alemanha, como revela o Gráfico 11. Os Países Baixos participaram, em média, com 10,2% do valor exportado, já as médias de Itália e Alemanha ficaram em 7,5% e 6,7% respectivamente. A China, por sua vez, participou, em média, com 5,5% das vendas externas russas.

O Gráfico 11 demonstra ainda que não houve mudança significativa nos principais destinos das exportações russas. Em 2009, os Países Baixos aumentaram sua participação no mercado em 3,6% em relação a 2004, a Itália em 1,6%, enquanto que a Alemanha teve sua participação reduzida em 1,1%. Bielorrússia, China e Turquia aparecem como o quarto, quinto e sexto maiores comparadores dos produtos russos. Verifica-se, ainda, que apenas um país latino-americano aparece entre os cinquenta principais destinos das exportações russas. Trata-se do Brasil, que se caracteriza como um destino pouco expressivo, pois sua participação era de 0,2%, em 2004 e passou para 0,4% em 2009.

Gráfico 11 - Principais destinos das exportações da Rússia (2004 e 2009)



Fonte: UN Comtrade.

As exportações russas são muito concentradas na *Indústria de extração e fabricação de produtos derivados do petróleo* e em *Siderurgia*. Esses setores industriais responderam por, aproximadamente, 65% do valor exportado em 2009. Tal concentração da pauta e o significativo aumento da demanda e do preço internacional desses produtos favoreceram o crescimento médio anual das exportações da Rússia, que foi superior a 20% entre 2000 e 2008. A Tabela 4 aponta os dez principais setores das exportações russas por CNAE três dígitos em 2004 e em 2009. Verifica-se que, nos anos analisados, os principais setores representaram, aproximadamente, 77% do total da pauta das exportações do país.

Tabela 4 - Dez principais setores das exportações russas por CNAE 3 dígitos (2004 e 2009)

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2004 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2004	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2009 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2009
111	Extração de petróleo e gás natural	76,000,880,020	41.9%	111	Extração de petróleo e gás natural	133,861,015,198	44.4%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	19,559,324,633	10.8%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	47,801,196,820	15.8%
272	Siderurgia	14,328,676,430	7.9%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	13,885,327,852	4.6%
274	Metalurgia de metais não-ferrosos	10,873,253,775	6.0%	272	Siderurgia	12,482,419,265	4.1%
241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	3,979,333,836	2.2%	100	Extração de carvão mineral	7,403,213,976	2.5%
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	3,164,421,319	1.7%	241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	7,186,463,843	2.4%
100	Extração de carvão mineral	2,766,856,402	1.5%	11	Produção de lavouras temporárias	3,532,260,578	1.2%
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	2,351,532,296	1.3%	271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	2,865,489,023	0.9%
21	Silvicultura, exploração florestal e serviços relacionados	2,337,495,941	1.3%	201	Desdobramento de madeira	2,827,407,978	0.9%
271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	2,228,287,063	1.2%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	2,455,635,949	0.8%
	Outros	44010317432	24.2%		Outros	67,495,628,340	22.4%
	Total	181,600,379,147	100%		Total	301,796,058,822	100%

Fonte: UN Comtrade.

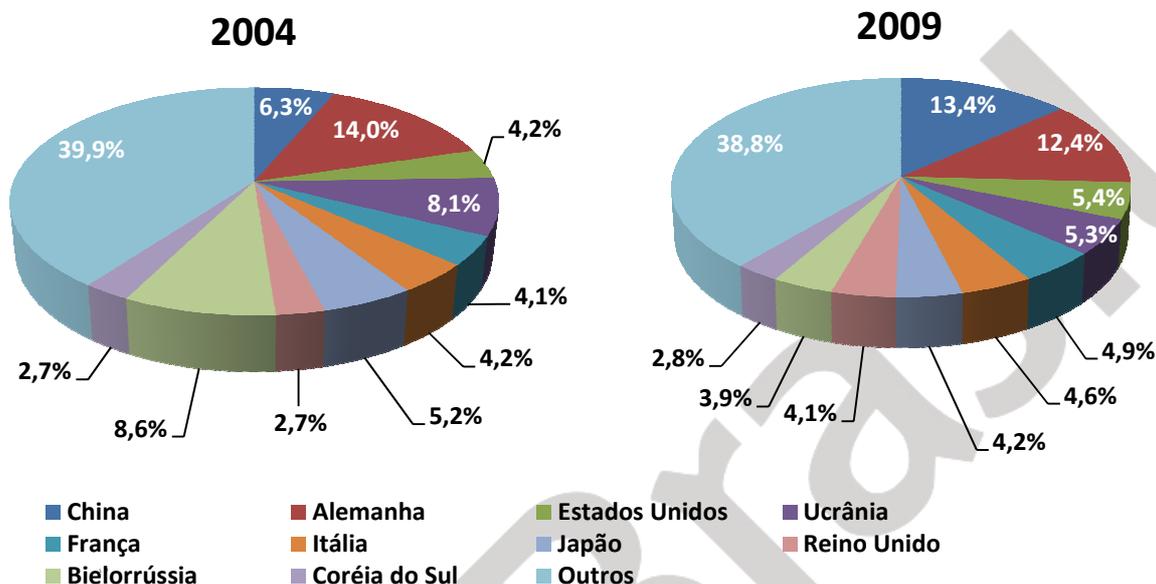
Houve poucas alterações na composição da pauta entre 2004 e 2009. Os dois principais setores de cada período permaneceram os mesmos, somente a participação de cada um deles nas exportações totais se alterou e, conseqüentemente, o posicionamento dos demais setores. Como exemplo, nota-se que os setores industriais *Siderurgia* e *Metalurgia de metais não ferrosos*, que ocupavam a terceira e quarta posição em 2004, inverteram essa ordem em 2009. Nesse ano, os setores participaram com 4,6% e 4,1%, respectivamente.

Outro ponto em destaque é o aumento da participação, no total das exportações russas, do setor *Extração de carvão mineral*, que se situava na sétima posição, em 2004, e passou para a quinta, em 2009. Além disso, os setores *Desdobramento de madeira* e *produção de lavouras temporárias* passaram a incorporar a pauta dos dez principais setores exportadores em 2009, embora suas respectivas participações sejam pequenas, 0,9% e 1,2% respectivamente.

ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES DA RÚSSIA

Os principais países fornecedores do mercado russo, no período 2004-2009, encontram-se evidenciados no Gráfico 12. A Alemanha era o maior fornecedor para o mercado russo em 2004, com 14% do total importado. Essa posição foi assumida pela China a qual deteve, em 2009, aproximadamente 13,4% do mercado, deslocando a economia alemã para a segunda posição.

Gráfico 12 - Principais origens das importações da Rússia (2004 e 2009)



Por outro lado, a presença dos Estados Unidos, que ocupava a terceira colocação, cresceu apenas marginalmente, isto é, passou de 4,2%, em 2004, para 5,4% em 2009. Comparando-se 2004 com 2009, houve redução na participação das vendas para o mercado russo de uma série de países, incluindo a Ucrânia, caindo de 8,0% para 5,3%, o Japão, de 5,2% para 4,2%, e a Bielorrússia, com uma perda de participação de 4,6 pontos percentuais, como mostra o Gráfico 12.

O Brasil surge na 16ª posição na relação dos principais países fornecedores para o mercado russo, embora sua participação seja pequena. Em 2004, a economia brasileira vendia o equivalente a 1,8% do total das compras externas russas. Esse percentual cresceu ligeiramente para 2,1% em 2009.

PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE IMPORTAÇÕES DA RÚSSIA

Os dez principais setores das importações russas por CNAE três dígitos, em 2004 e 2009, podem ser observados na Tabela 5. Nota-se que, tanto em 2004 como em 2009, esses dez principais setores representam aproximadamente 34% do total da pauta importadora. Observa-se que os quatro principais setores importadores continuaram ocupando, praticamente, os mesmos lugares, tanto em 2004 quanto em 2009. A exceção, no entanto, fica por conta dos setores industriais *Fabricação de produtos farmacêuticos*, e *Abate e preparação de produtos de carne e de pescado*, que, em 2004, apareciam com a posição invertida. No entanto, o setor *Siderurgia* caiu da sétima posição na pauta das importações russas, em 2004, para a décima, cinco anos mais tarde, embora a perda de sua participação seja apenas de 0,5%.

Tabela 5 - Dez principais setores das importações russas (2004 e 2009)

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2004 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2004	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2009 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2009
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	5,287,146,899	7.0%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	9,114,759,287	5.3%
151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	3,045,058,652	4.0%	245	Fabricação de produtos farmacêuticos	9,076,493,451	5.3%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	3,038,439,999	4.0%	151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	7,995,861,844	4.7%
292	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	2,492,197,872	3.3%	292	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	6,171,459,981	3.6%
296	Fabricação de outras máquinas e equipamentos de uso específico	2,176,366,642	2.9%	302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	4,581,774,945	2.7%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	2,074,905,016	2.7%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	4,472,151,455	2.6%
272	Siderurgia	1,958,643,236	2.6%	291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	4,388,879,546	2.6%
13	Produção de lavouras permanentes	1,711,922,800	2.3%	13	Produção de lavouras permanentes	4,066,531,388	2.4%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	1,685,781,474	2.2%	296	Fabricação de outras máquinas e equipamentos de uso específico	3,822,007,566	2.2%
298	Fabricação de eletrodomésticos	1,575,949,745	2.1%	272	Siderurgia	3,563,399,701	2.1%
	Outros	50,522,602,182	66.9%		Outros	1.13573E+11	66.5%
	Total	75,569,014,517	100%		Total	170,826,590,297	100%

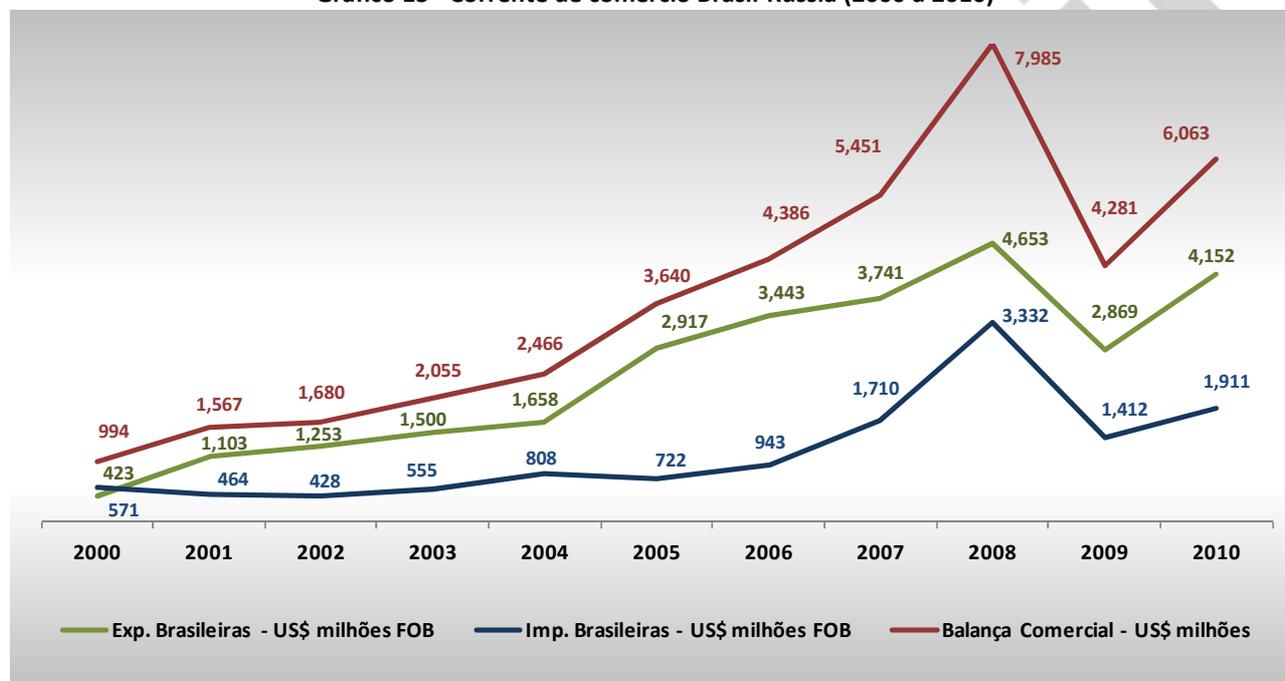
Fonte: UN Comtrade.

Destaca-se a incorporação na lista dos dez principais setores das importações russas a indústria de *Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados*, com uma participação de 2,7% do total das compras russas do exterior. Esse setor passou a ocupar o quinto lugar em 2009.

CORRENTE DE COMÉRCIO

Entre os anos 2000 e 2010, a Rússia ganhou relevância no intercâmbio comercial brasileiro, como mostra o Gráfico 13. A representatividade russa na soma do comércio bilateral apresentou um crescimento médio anual de, aproximadamente, 30% entre 2000 e 2008, passando de US\$ 994 milhões para quase US\$ 8 bilhões. Já em 2009, devido aos efeitos da crise financeira internacional, a queda no intercâmbio comercial foi superior a 50%. Entretanto, essa perda nas relações comerciais entre Brasil e Rússia apresentou uma boa recuperação em 2010, contabilizando uma perda de em torno de 25%, em relação ao seu nível máximo registrado em 2008.

Gráfico 13 - Corrente de comércio Brasil-Rússia (2000 a 2010)



Fonte: MDIC.

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

O Gráfico 13 explicita ainda os valores dos fluxos comerciais entre o Brasil e a Rússia no período 2000-2010. Observa-se que as trocas entre os dois países se intensificaram consideravelmente entre os anos 2000 e 2008. Nesse período, as exportações brasileiras para a Rússia cresceram 1002,0%, ou seja, passaram de US\$ 422 milhões para US\$ 4,65 bilhões, contra 882,45% de aumento das importações brasileiras de produtos russos. Por outro lado, entre 2008 e

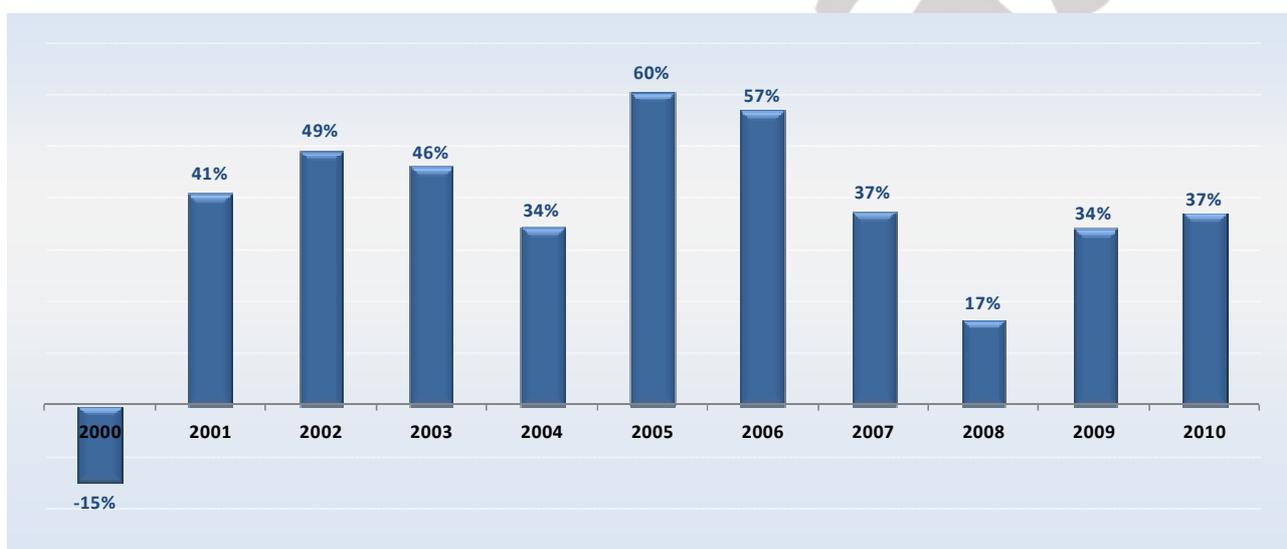
2009, houve forte perda de dinamismo em ambos os fluxos comerciais, principalmente das importações brasileiras, que caíram 57,6%, contra a redução de 38,3% nas exportações.

SALDO COMERCIAL

Em geral, o Brasil tem obtido saldos positivos na corrente de comércio com a Rússia, conforme se observa no Gráfico 14, que evidencia o quanto o saldo comercial brasileiro representou em relação à corrente de comércio bilateral. O único período em que a parcela do saldo foi registrada negativamente foi em 2000. No período 2001-2010, o saldo comercial relativo⁶⁷ favorável ao Brasil atingiu o maior patamar em 2005, quando o superávit comercial do Brasil com a Rússia alcançou 60%.

Em 2007 e 2008, o saldo comercial relativo entre Brasil e Rússia apresentou tendência de queda, que pode ser explicada pelo aumento das importações do Brasil provenientes da Rússia. Nos dois últimos anos analisados percebe-se a retomada no crescimento do saldo comercial relativo, refletindo o aumento das exportações brasileiras para aquele país em 2010.

Gráfico 14 - Saldo comercial entre Brasil e Rússia (2000 a 2010)



Fonte: MDIC.

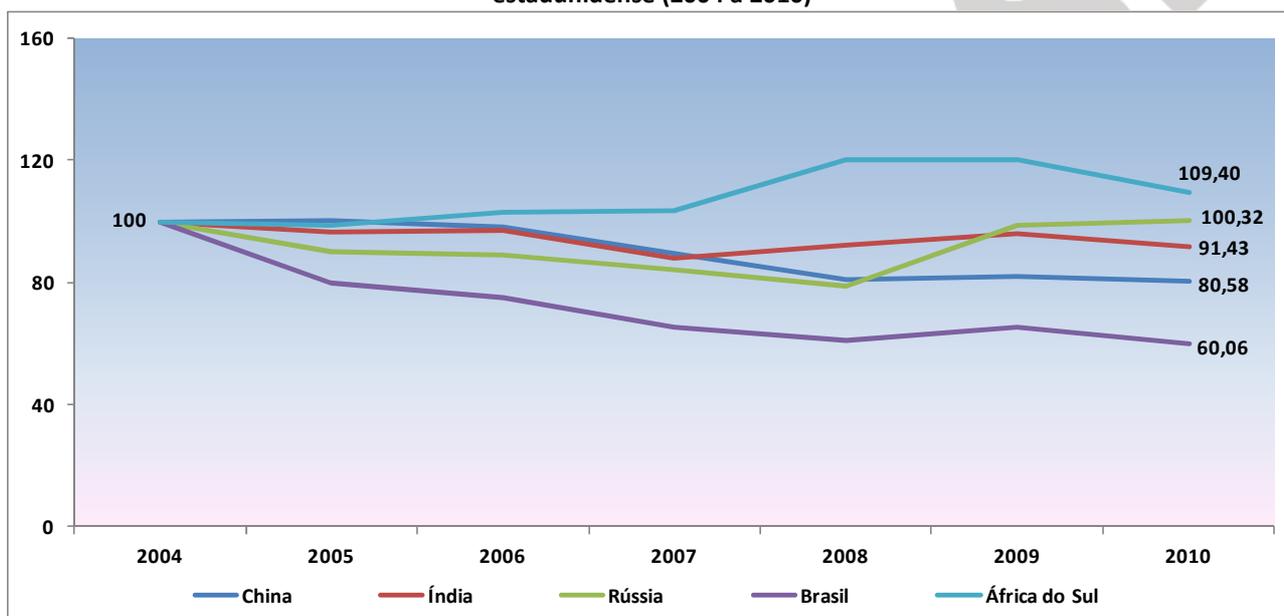
Um componente que pode ter colaborado para que o crescimento do saldo comercial brasileiro não fosse ainda maior é a variação da taxa de câmbio real desses dois países entre 2004

⁶⁷ O saldo comercial relativo mostra a participação do superávit ou déficit comercial na corrente de comércio (exportações + importações) de dois países.

a 2009. O Gráfico 15 mostra a evolução da taxa de câmbio real das moedas chinesa, indiana, russa, brasileira e sul-africana frente ao dólar estadunidense. Nota-se que a taxa de câmbio real da moeda russa se valorizou, entre 2004 e 2008, em cerca de 20%, mas retornou, em 2010, ao nível que se encontrava em 2004, enquanto o real se valorizou no período 2004-2008 em torno de 40%, em termos reais. Outra moeda de país emergente que se valorizou em torno de 9% foi a rúpia indiana, enquanto o rande, da África do Sul, se desvalorizou em quase 10% no período 2004-2010.

Considerando-se os cinco países emergentes, a trajetória da valorização da moeda brasileira, entre 2004 e 2010, foi sempre a mais expressiva, enquanto a moeda sul-africana permaneceu bastante estável até 2006, mostrando, no final de 2010, uma desvalorização de 9%. Por fim, a rúpia indiana foi a moeda que apresentou uma trajetória mais estável entre as cinco moedas analisadas.

Gráfico 15 - Evolução do câmbio real das moedas da China, Índia, Rússia, Brasil e África do Sul frente ao dólar estadunidense (2004 a 2010)



Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO BRASIL PARA A RÚSSIA

A Tabela 6 apresenta os setores nacionais que mais exportaram para a Rússia nos anos 2005 e 2010, segundo a classificação CNAE 3 dígitos. Destaca-se a elevada concentração das exportações brasileiras para a Rússia em dois produtos, que vêm se mantendo nas duas primeiras colocações, perfazendo quase 90% da pauta. Somente o CNAE 151, que expressa o setor *Abate e preparação de produtos de carnes e de pescado*, composto principalmente de carne bovina, detinha 59,4% de participação do total das exportações em 2005, caindo para 48,2% em 2010. No sentido inverso, encontra-se o setor industrial *Fabricação e refino de açúcar*, com 27,9% em 2005, que aumentou para 38,4% em 2010.

As exportações brasileiras para a Rússia estão concentradas em produtos agroindustriais, que representaram aproximadamente 98% do total das exportações em 2010. Salienta-se ainda que, em 2005, o Brasil exportava produtos classificados nos setores de *Fabricação de caminhões e ônibus*, *Fabricação de sabões, detergentes, produtos de limpeza e artigos de perfumaria*, *Siderurgia*, *Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários* e *Fabricação de eletrodoméstico*, que totalizavam apenas 4,6% da pauta. Todos esses setores saíram da lista dos mais exportados pelo Brasil em 2010.

Tabela 6 - Dez principais setores exportadores do Brasil para a Rússia (2005 e 2010)

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2005 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2010 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2010
151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	1,676,270,657	59.4%	151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	2,000,094,715	48.2%
156	Fabricação e refino de açúcar	787,365,829	27.9%	156	Fabricação e refino de açúcar	1,592,677,407	38.4%
160	Fabricação de produtos do fumo	104,242,673	3.7%	11	Produção de lavouras temporárias	157,577,591	3.8%
157	Torrefação e moagem de café	86,807,703	3.1%	160	Fabricação de produtos do fumo	119,373,845	2.9%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	54,380,670	1.9%	157	Torrefação e moagem de café	68,853,872	1.7%
247	Fabricação de sabões, detergentes, produtos de limpeza e artigos de perfumaria	23,328,974	0.8%	13	Produção de lavouras permanentes	65,269,828	1.6%
153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	21,143,318	0.7%	193	Fabricação de calçados	24,332,583	0.6%
272	Siderurgia	19,819,539	0.7%	152	Processamento, preservação e produção de conservas de frutas, legumes e outros vegetais	12,254,070	0.3%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	18,052,617	0.6%	295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	11,992,505	0.3%
298	Fabricação de eletrodomésticos	16,848,657	0.6%	269	Aparelhamento de pedras e fabricação de cal e de outros produtos de minerais não-metálicos	9,941,695	0.2%
	Outros	11,416,861	0.4%		Outros	89,672,766	2.2%
	Total	2,819,677,498	100%		Total	4,152,040,877	100%

Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil

PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS PELO BRASIL DA RÚSSIA

A Tabela 7 evidencia os setores econômicos brasileiros que mais importaram da Rússia em 2005 e 2010, classificados em CNAE três dígitos. Percebe-se que a pauta das exportações russas para o mundo é bem mais diversificada do que a pauta de exportações para o mercado brasileiro. Apenas os dois primeiros setores representaram 79,4% das compras brasileiras, em 2005, e 74,7% em 2010. Os produtos mais importados pelo Brasil pertencem aos setores *Fabricação de produtos químicos inorgânicos*, *Extração de petróleo e gás natural* e *Metalurgia de metais não ferrosos*. Nota-se, portanto, que as compras brasileiras do mercado russo estão altamente concentradas em produtos químicos, petróleo e derivados e outros produtos extrativos minerais.

Tabela 7 - Dez principais setores importados pelo Brasil da Rússia (2005 e 2010)

Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2005 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor exportado em 2010 (em US\$)	Participação nas exportações totais em 2010
241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	524,809,646	72.7%	241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	839,363,248	43.9%
274	Metalurgia de metais não-ferrosos	48,125,041	6.7%	272	Siderurgia	345,191,055	18.1%
100	Extração de carvão mineral	29,351,454	4.1%	111	Extração de petróleo e gás natural	130,306,816	6.8%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	28,635,581	4.0%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	113,515,211	5.9%
271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	24,203,616	3.4%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	88,897,093	4.7%
142	Extração de outros minerais não-metálicos	16,439,686	2.3%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	88,526,186	4.6%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	15,111,575	2.1%	353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	76,141,311	4.0%
272	Siderurgia	9,373,086	1.3%	100	Extração de carvão mineral	61,764,758	3.2%
212	Fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão	6,575,640	0.9%	142	Extração de outros minerais não-metálicos	37,743,710	2.0%
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	5,385,672	0.7%	297	Fabricação de armas, munições e equipamentos militares	32,228,803	1.7%
	Outros	14,120,037	2.0%		Outros	97,126,267	5.1%
	Total	722,131,034	100%		Total	1,910,804,458	100%

Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil

Outro ponto a ser enfatizado das importações do Brasil provenientes da Rússia, embora com percentual pequeno, cerca de 6% do total em 2010, refere-se aos setores industriais *Construção, montagem e reparação de aeronaves* e *Fabricação de armas, munições e equipamentos militares*. Em termos absolutos, o Brasil importou em torno de US\$ 110 milhões desse setor.

INDICADORES DE COMÉRCIO BRASIL-RÚSSIA

Esta seção apresenta um conjunto de indicadores que estão envolvidos nas trocas comerciais internacionais e que também afetam o comércio existente entre Brasil e Rússia. A sua análise é importante para a compreensão da estrutura das relações comerciais entre os dois países. Na abordagem dos indicadores, frequentemente é utilizado o conceito de “Medida de Intensidade Tecnológica”, empregado para classificar os setores econômicos envolvidos nas trocas comerciais entre dois países. Esse estudo adota a classificação, apresentada no Quadro 1, para mensurar a intensidade tecnológica dos produtos comercializados entre Brasil e Rússia.

Quadro 1 - Taxonomia da medida de intensidade tecnológica e respectivos setores da economia

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

Fonte: Holland e Xavier (2004).⁴⁵

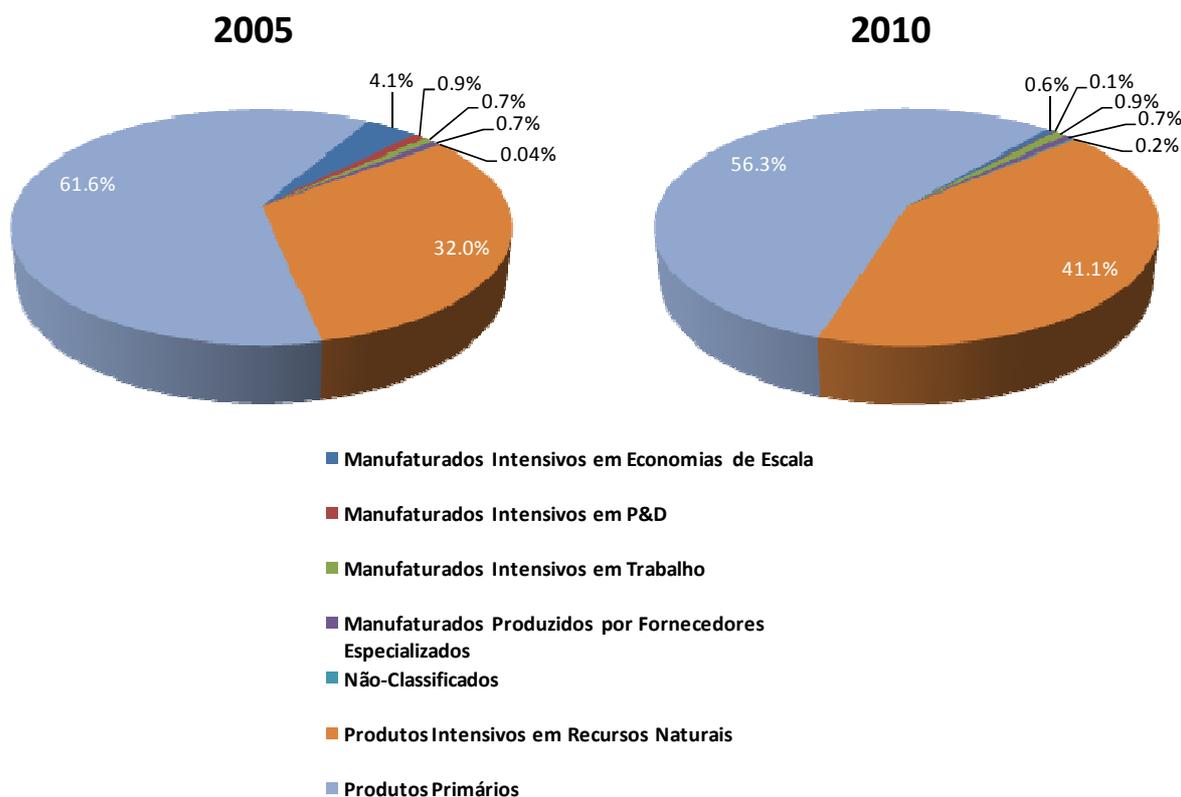
Nota: Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) Vídeo: televisores, videocassete e câmera de vídeo; (b) Áudio: rádio, autorrádio, *cd player*, toca-discos, sistema de som etc.; (c) Outros Produtos: forno de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras,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

A análise das exportações brasileiras para a Rússia, em 2010, mostra uma concentração significativa em produtos primários, 56,3%, e produtos intensivos em recursos naturais, 41,1%, conforme o Gráfico 16. Durante o período 2005-2010, houve um aumento expressivo da participação de produtos intensivos em recursos naturais, cuja representatividade na pauta exportadora brasileira cresceu de 32,0% para 41,1%. No mesmo período, a participação das exportações de produtos primários recuou de 61,6% para 56,3%. Em 2005, havia uma concentração das exportações do setor *Abate e preparação de produtos de carne e de pescado*

(59,4%) e *Fabricação e refino de açúcar* (27,9%), com exportações conjuntas de US\$ 2,4 bilhões. Em 2010, as vendas nacionais se mantiveram concentradas nesses dois setores, apenas com uma reorientação das exportações em direção a *Fabricação e refino de açúcar*, cuja participação no total exportado pelo país chegou a 38,4%, ao passo que as exportações do setor *Abate e preparação de produtos de carne e de pescado* apresentaram queda na participação para 48,2%.

Cabe salientar a retração relativa das vendas brasileiras de produtos intensivos em economias de escala. Em 2005, esses produtos representavam 4,1% da pauta de exportação do país para a Rússia (US\$ 118,5 milhões), enquanto, em 2010, a sua representatividade declinou para apenas 0,6% (US\$ 26 milhões). Essa situação foi provocada pela queda das exportações brasileiras dos setores *Caminhões e ônibus* e *Siderurgia*, que chegaram a representar 1,9% e 0,7%, respectivamente, das vendas à Rússia, em 2005, e 0% e 0,003% em 2010.

Gráfico 16 - Composição das exportações brasileiras de acordo com a intensidade tecnológica de seus produtos (2005 e 2010)



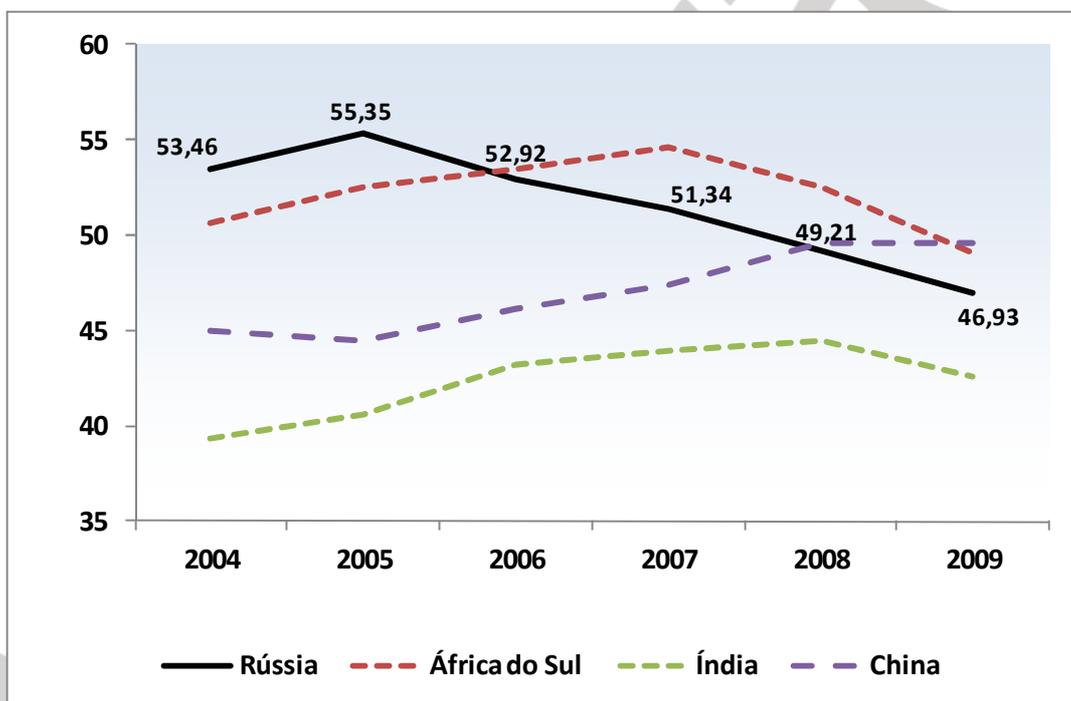
Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Demonstrada a intensidade tecnológica dos setores econômicos no intercâmbio comercial entre Brasil e Rússia, apresentam-se a seguir os indicadores de comércio entre os dois países. Para efeitos de comparação com os países do BRIC, foram incluídos também os dados de Índia, China e África do Sul.

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 Rússia, o ICC é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações da Rússia. Por meio dessa comparação, é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil para o mundo coincidem com os produtos importados pela Rússia. 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 cem, quer dizer que as pautas são perfeitamente complementares, ou seja, o que um país exporta para o mundo é exatamente o que o outro importa.

Gráfico 17 - Índice de Complementaridade de Comércio entre Brasil-Rússia e Brasil-Países Seleccionados



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

No período 2004-2009, o valor do ICC entre Brasil e Rússia declinou de 53,5 para 46,9, o que indica redução do grau de complementaridade entre esses dois países, conforme mostra o

Gráfico 17. Considerando-se os demais países do BRIC (Rússia, Índia, China e África do Sul), a maior queda do grau de complementaridade ocorreu justamente com a Rússia, que deixou de apresentar o maior valor do ICC com o Brasil, em 2004, para se tornar apenas o terceiro, em 2009. Entre os demais países do BRIC e o Brasil, houve ou elevação ou estabilidade do ICC ao longo do período. Chama a atenção a situação do Brasil com a China, que apresentou o maior crescimento desse índice no período, passando de 47,1, em 2004, para 49,6 em 2009, tornando-se o país do BRIC com o maior grau de complementaridade com o Brasil.

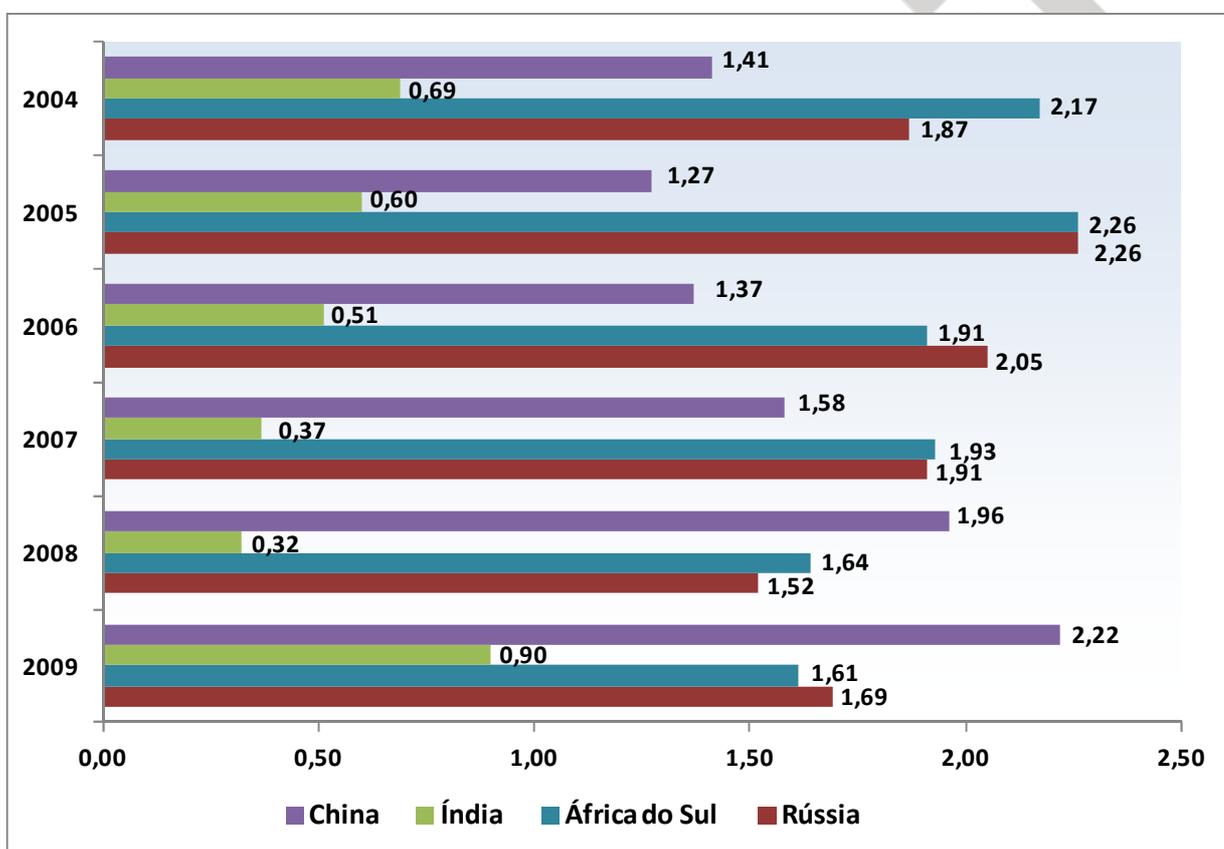
ÍNDICE DE INTENSIDADE DE COMÉRCIO

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

Na série do IIC do Brasil com a Rússia, entre 2004 e 2009, conforme mostra o Gráfico 18, encontram-se valores superiores a 1,6 em todos os anos, variando entre 1,69 e 2,26. Portanto, a intensidade de comércio Brasil-Rússia foi ligeiramente superior à média brasileira ao longo do período. Em relação aos demais países do BRIC, a intensidade de comércio Brasil-Rússia tem se mantido entre as mais elevadas, sendo superada somente pela África do Sul, em 2004 e 2007, e pela China em 2008 e 2009. No biênio 2005-2006, o valor do IIC Brasil-Rússia foi o maior entre os países do BRIC. No entanto, ocorreu uma pequena queda na intensidade de comércio entre esses dois países ao longo dos seis anos, passando de 1,87, em 2004, para 1,69 em 2009. Por outro lado, tanto a China quanto a Índia apresentaram elevação da intensidade de comércio com o Brasil ao longo do período, especialmente a China, cujo valor do IIC cresceu de 1,41 para 2,22, tornando-se o país do BRIC com o qual o Brasil apresentou a maior intensidade comercial entre os países analisados desde 2008.

A queda do IIC com a Rússia não é negativa por si só, pois pode indicar apenas um movimento de diversificação da pauta de exportação do Brasil em direção a outros mercados, objetivo da política comercial do país nos últimos anos. Assim, o IIC com um determinado país pode declinar, ainda que a participação brasileira em suas importações apresente aumento, desde que o ganho da participação das exportações brasileiras nos demais países do mundo for superior àquele verificado no país em questão. De fato, entre 2004 e 2009, houve uma diversificação dos destinos das exportações brasileiras. A participação de regiões como África⁶⁸ e Ásia⁶⁹ no total das vendas do Brasil aumentou de 4,4% para 5,7% e de 15,1% para 26,3%, nessa ordem, enquanto o então principal destino das exportações do Brasil em 2004, os Estados Unidos, teve uma queda significativa em sua representatividade, passando de 20,8% para 10,2% no mesmo período.

Gráfico 18 - Índice de Intensidade de Comércio Brasil-Rússia e Brasil-Países Selecionados



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

⁶⁸ África exclusive Oriente Médio, de acordo com a classificação do ALICE-Web.

⁶⁹ Ásia exclusive Oriente Médio, de acordo com a classificação do ALICE-Web.

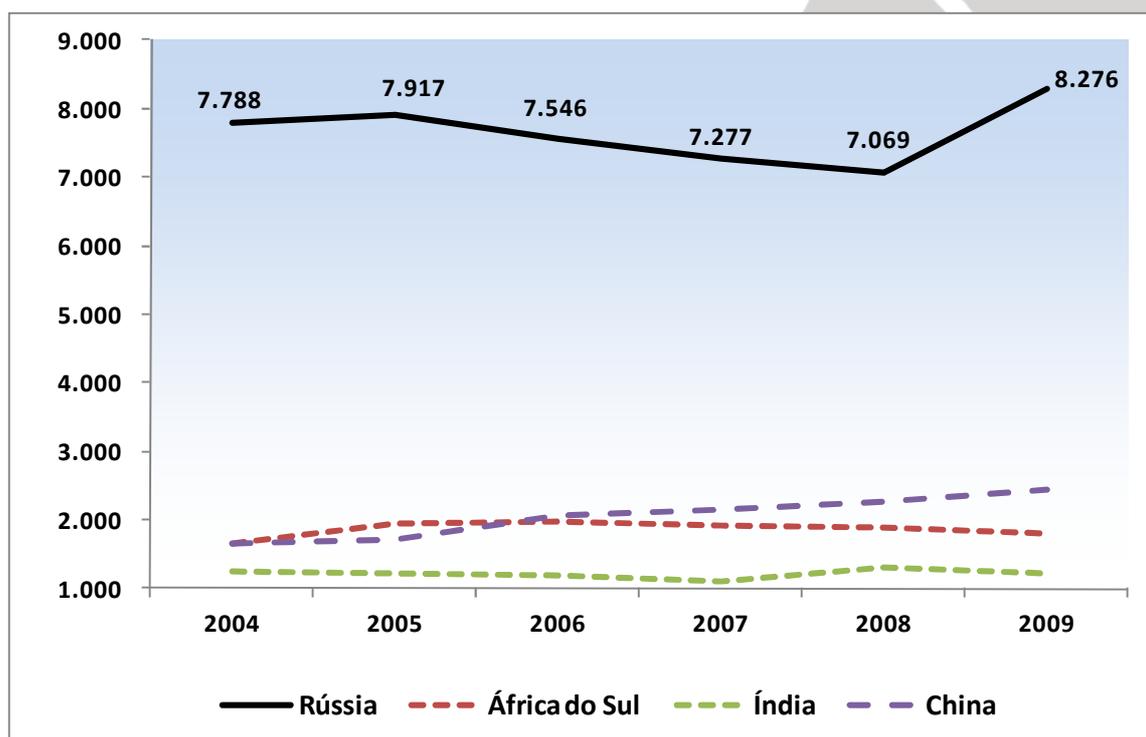
ÍNDICE DE DIVERSIFICAÇÃO/CONCENTRAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES

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

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

A análise do HHI, conforme já era possível perceber pelo exame da pauta de exportações brasileiras para a Rússia, é extremamente concentrada, com o valor médio para o indicador situando-se próximo a 8.000 pontos para o período 2004-2009, chegando a 8.276 em 2009, como mostra o Gráfico 19. Essa constatação condiz com a configuração da pauta de exportações brasileiras para aquele país ao longo do período. Tanto no primeiro como no último ano analisados, os cinco principais produtos importados por classificação CNAE três dígitos representavam mais de 90% das exportações brasileiras para a Rússia. Vale lembrar que, em 2009, 86,5% das vendas brasileiras para a Rússia concentraram-se em apenas dois setores: *Abate e preparação de produtos de carne e de pescado* (48,2%) e *Fabricação e refino de açúcar* (38,4%).

Gráfico 19 - Indicador de Concentração das Exportações (Índice de Herfindahl-Hirschman) Brasil-Rússia e Brasil- Países Seleccionados



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

O valor desse índice para a Rússia, embora tenha sido relativamente estável ao longo do período, se manteve muito acima daqueles apresentados para os demais países do BRIC, que se situaram entre 1.800 e 2.400. O HHI do comércio brasileiro com a África do Sul e a Índia se manteve estável ao longo do período, ao passo que, com a China, cresceu de 1.669 para 2.439, levando esse país a apresentar o segundo maior índice de concentração das exportações brasileiras entre os BRICs. Seguindo os limites estabelecidos anteriormente, o grau de concentração das exportações brasileiras para Índia e África do Sul seria moderadamente concentrado, enquanto para a China e, em especial, para a Rússia, ele seria concentrado. Ou seja, justamente nos dois maiores mercados para as exportações brasileiras do BRIC, China e Rússia, há um maior grau de concentração das exportações e, justamente, em *commodities*.

ÍNDICE DE COMÉRCIO INTRASSETOR INDUSTRIAL

O Índice de Comércio Intra-setor Industrial mostra a dinâmica do comércio exterior entre países que têm em comum um mesmo setor produtivo. Supondo que os países A e B tenham indústrias automobilísticas desenvolvidas, essas indústrias, apesar de poderem ser competidoras no cenário internacional, são, na verdade, parceiras. Peças de veículos produzidas em grande escala no país A abastecem não apenas o mercado interno, mas também o país B. Indústrias do país B que são especialistas na fabricação de determinados itens automotivos suprem tanto os automóveis locais quanto os do país A. Assim, as indústrias de ambos os países cooperam entre si, gerando o chamado comércio intra-setor industrial. Dessa forma, mesmo que não haja complementaridade no comércio entre os dois países, as trocas entre eles podem ser elevadas devido à existência de comércio intra-setor industrial.

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

A Tabela 8 mostra os produtos que integram a pauta de comércio intra-setor industrial entre Brasil e Rússia.⁷⁰ Dado o perfil das exportações brasileiras para a Rússia, predominantemente de produtos primários e intensivos em recursos naturais, o escopo para a existência de comércio intra-setor industrial é reduzido. Assim, os setores econômicos nos quais predominou o comércio intra-setor industrial, representados por códigos CNAE 2 dígitos (29, 30 e 33), participaram de apenas 1,3% das exportações do Brasil para o mercado russo, em 2010,

⁷⁰ A classificação setorial empregada no cálculo do índice de comércio intra-setorial é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), versão 1.0, detalhada em 3 dígitos.

somando US\$ 25,9 milhões. Aproximadamente 80% desse valor, US\$ 21,4 milhões, refere-se ao setor *Fabricação de máquinas e equipamentos*, cujo índice de comércio intrasetor industrial atingiu 0,91 em 2010.

Tabela 8 - Comércio Intrasetor Industrial Brasil-Rússia

CNAE	Descrição	2005	2006	2007	2008	2009	2010
29	Fabricação de máquinas e equipamentos	0,08	0,05	0,07	0,05	0,37	0,91
291	Fabricação de Motores, Bombas, Compressores e Equipamentos de Transmissão	0,25	0,04	0,02	0,01	1,00	0,37
292	Fabricação de Máquinas e Equipamentos de Uso Geral	0,03	0,56	0,01	0,03	0,07	0,26
294	Fabricação de Máquinas-Ferramenta	0,94	0,83	0,68	0,31	0,14	0,32
30	Fabricação de máquinas para escritório e equipamentos de informática	0,12	0,31	0,41	0,16	0,33	0,36
302	Fabricação de Máquinas e Equipamentos de Sistemas Eletrônicos Para Processamento de Dados	-	0,29	0,52	0,08	-	0,47
33	Fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios	0,13	0,26	0,20	0,26	0,66	0,74
331	Fabricação de Aparelhos e Instrumentos Para Usos Médicos-Hospitalares, Odontológicos e de Laboratórios e Aparelhos Ortopédicos	0,10	0,05	0,07	0,29	0,34	0,34
332	Fabricação de Aparelhos e Instrumentos de Medida, Teste e Controle - Exceto Equipamentos Para Controle de Processos Industriais	0,75	0,56	0,86	0,25	0,18	0,31
334	Fabricação de Aparelhos, Instrumentos e Materiais Ópticos, Fotográficos e Cinematográficos	0,40	0,03	0,52	0,99	0,04	0,24

Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO EXPORTADORA

O Índice de Especialização Exportadora (IEE), na relação comercial entre dois países, aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto do que o país B. Nesse estudo, o IEE compara a participação das exportações de determinados setores brasileiros para o mundo com a participação das exportações russas 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 Rússia.

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

A Tabela 9 mostra os principais setores em que o Brasil foi mais especialista do que a Rússia em 2009. Em todos também há um grau de complementaridade entre a pauta de exportação brasileira e a de importação russa. Esses setores representaram mais de 90% das exportações brasileiras para a Rússia em 2010. Conforme esperado, os dois produtos que o Brasil mais exporta para aquele país se encontram entre os setores que apresentam o maior índice de especialização exportadora: *Fabricação e refino de açúcar*, com IEE de 154,5 e *Abate e preparação de produtos de carne e de pescado*, com IEE de 12,6. Em ambos, a participação do Brasil nas importações russas também é significativa, chegando a 67,2%, no caso de *Fabricação e refino de açúcar*, e 27,6% no caso de *Abate e preparação de produtos de carne e de pescado*. Esse setor, por sinal, é um dos mais importantes na pauta de importação da Rússia, chegando a 4,7% em 2009.

Tabela 9 - Índice de Especialização Exportadora - Rússia

Setor/CNAE	Descrição	IEE 2009	ICC 2009	Participação do setor nas importações da Rússia	Participação do Brasil nas importações russas do setor 2009	Principal Fornecedor	Participação do principal fornecedor nas importações russas do setor
131	Extração de minério de ferro	28,66	80,66	0,35%		Cazaquistão	98,7%
151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	12,59	53,53	4,68%	27,59%	Estados Unidos*	15,1%
156	Fabricação e refino de açúcar	154,50	81,07	0,33%	67,16%	Cuba*	94,9%
157	Torrefação e moagem de café	18,99	85,76	0,25%	11,85%	Suíça	15,7%
158	Fabricação de outros produtos alimentícios	2,40	55,40	1,80%	0,34%	Ucrânia	12,4%
160	Fabricação de produtos do fumo	12,65	82,59	0,62%	30,29%	Índia*	88,3%
174	Fabricação de artefatos têxteis, incluindo tecelagem	27,07	57,29	0,18%	0,18%	China	63,8%
193	Fabricação de calçados	102,87	67,42	1,33%	0,86%	China	69,0%
213	Fabricação de embalagens de papel ou papelão	5,16	50,14	0,21%	0,00%	Alemanha	21,7%
214	Fabricação de artefatos diversos de papel, papelão, cartolina e cartão	2,06	70,21	0,74%	0,00%	Ucrânia	20,5%
234	Produção de álcool	349,94	100,00	0,00%		Alemanha	100,0%
244	Fabricação de fibras, fios, cabos e filamentos contínuos artificiais e sintéticos	6,32	55,26	0,17%		Estados Unidos	27,1%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	8,35	55,26	5,31%	0,02%	Alemanha	17,5%
246	Fabricação de defensivos agrícolas	15,17	68,16	0,21%	0,16%	Alemanha	32,9%
248	Fabricação de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	3,09	71,84	0,76%	0,00%	Alemanha	21,1%
251	Fabricação de artigos de borracha	3,92	71,90	0,85%	0,20%	Japão	25,6%
252	Fabricação de produtos de plástico	4,02	71,59	1,96%	0,05%	China	17,9%
261	Fabricação de vidro e de produtos do vidro	1,54	55,99	0,34%	0,11%	China	21,2%
264	Fabricação de produtos cerâmicos	3,95	56,62	0,44%	0,04%	China	25,4%
275	Fundição	2,87	88,26	0,03%	0,00%	Ucrânia	19,8%
281	Fabricação de estruturas metálicas e obras de caldeiraria pesada	2,38	67,61	0,45%	0,00%	China	25,4%
283	Forjaria, estamparia, metalurgia do pó e serviços de tratamento de metais	1,19	63,37	0,01%	0,01%	Itália	22,7%
289	Fabricação de produtos diversos de metal	2,47	65,44	1,21%	0,06%	China	25,0%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	4,07	56,48	2,57%	0,06%	Alemanha	18,5%
292	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	2,87	63,18	3,61%	0,02%	Alemanha	26,1%
293	Fabricação de tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura, avicultura e obtenção de produtos animais	5,20	54,35	0,55%	1,31%	Alemanha	34,4%
294	Fabricação de máquinas-ferramenta	4,48	51,24	1,51%	0,17%	Alemanha	30,3%
296	Fabricação de outras máquinas e equipamentos de uso específico	3,09	52,77	2,24%	0,06%	Alemanha	28,5%
297	Fabricação de armas, munições e equipamentos militares	16,39	59,33	0,02%	0,04%	Itália	42,6%
301	Fabricação de máquinas para escritório	3,52	60,35	0,15%		Hungria	41,2%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	3,76	56,88	2,68%	0,02%	China	65,9%
312	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	1,44	76,94	0,93%	0,01%	Alemanha	29,7%
313	Fabricação de fios, cabos e condutores elétricos isolados	2,21	75,08	0,31%	0,65%	China	17,9%
314	Fabricação de pilhas, baterias e acumuladores elétricos	5,88	66,67	0,23%		China	15,6%
315	Fabricação de lâmpadas e equipamentos de iluminação	2,04	64,49	0,31%	0,01%	China	50,4%
316	Fabricação de material elétrico para veículos - exceto baterias	12,27	75,23	0,21%	0,23%	Japão	18,8%
321	Fabricação de material eletrônico básico	1,76	54,66	0,31%	0,04%	China	20,2%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	17,81	76,12	2,62%	0,02%	China	36,4%
333	Fabricação de máquinas, aparelhos e equipamentos de sistemas eletrônicos dedicados à automação industrial e controle do processo produtivo	3,37	100,00	0,11%	0,00%	Alemanha	18,2%
335	Fabricação de cronômetros e relógios	1,64	57,26	0,09%	0,02%	Suíça	67,4%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	27,38	73,60	5,34%	0,14%	Japão	35,9%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	3,84	50,71	0,73%	0,23%	Alemanha	23,7%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	18,27	64,28	1,86%	0,27%	Alemanha	20,6%
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	9,12	52,59	0,17%	0,00%	Ucrânia	84,8%
361	Fabricação de artigos do mobiliário	5,44	66,19	0,80%	0,02%	Itália	30,9%
369	Fabricação de produtos diversos	4,07	53,11	1,02%	0,03%	China	59,5%
401	Produção e distribuição de energia elétrica	3,27	100,00	0,04%		Cazaquistão	60,7%
525	Comércio varejista de artigos usados	11,92	100,00	0,05%		Finlândia	22,0%

Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: * Principal fornecedor depois do Brasil.

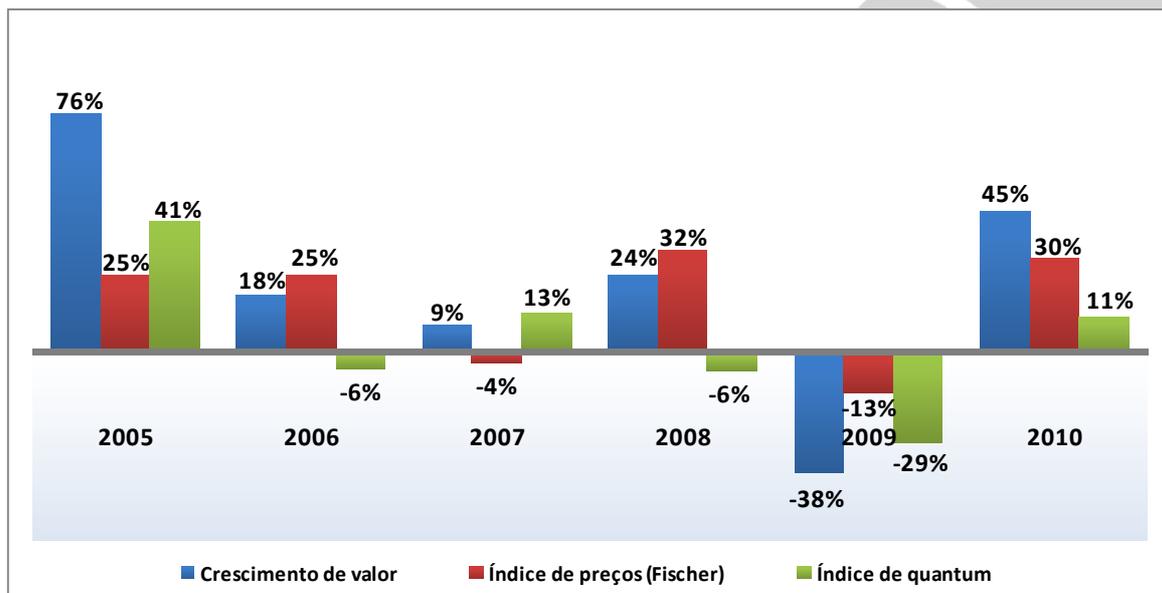
Chama a atenção, no entanto, que vários setores nos quais o Brasil apresenta um elevado IEE mostram um baixo grau de penetração no mercado russo (abaixo de 1%), com destaque para *Fabricação de calçados*, *Fabricação de automóveis, camionetas e utilitários* e *Fabricação de artefatos têxteis*. A China, de forma não surpreendente, é a principal fornecedora tanto de calçados como de produtos têxteis, com participação acima de 60% no mercado russo. Embora não se espere que o Brasil possa ameaçar a liderança chinesa nesses produtos naquele mercado, dado o alto grau de especialização brasileira e de complementaridade nesses produtos com a Rússia, parece haver espaço para uma maior inserção do país com relação a eles.

ÍNDICE DE PREÇOS E ÍNDICE DE QUANTUM

O cálculo do Índice de Preços e do Índice de *Quantum* (quantidade), neste estudo, analisa respectivamente quanto o preço e a quantidade dos produtos exportados influenciam no aumento ou na diminuição do valor das exportações brasileiras para o mercado russo. No período 2005-2010, conforme ilustrado no Gráfico 20, a evolução do valor exportado, na maioria dos anos, teve uma influência mais positiva do comportamento dos preços do que do *quantum* exportado. Em 2005, no entanto, ano de maior crescimento do valor das exportações brasileiras para a Rússia neste período recente, dos 76% de crescimento do valor exportado para a Rússia, 41% decorreram de um aumento da quantidade exportada (*quantum*) e 25% da variação de preços de produtos. A partir de 2006, no entanto, o preço das exportações passa a explicar a maior parte do dinamismo das exportações brasileiras para aquele mercado. Em 2006 e 2008, por sinal, a queda da quantidade exportada foi mais do que compensada pelo aumento do preço de exportação, permitindo um crescimento do valor exportado.

Em 2009, ano em que a crise financeira internacional teve o maior impacto negativo sobre os fluxos de comércio globais, as exportações brasileiras para a Rússia declinaram 39%, principalmente pela queda acentuada, de 29%, da quantidade exportada. Em 2010, com a recuperação econômica mundial, novamente os preços das exportações foram os maiores protagonistas da recuperação do nível de comércio bilateral Brasil-Rússia, com uma elevação de 30%, bastante acima da expansão de 11% da quantidade exportada, gerando um crescimento de 45% das exportações brasileiras para o mercado russo.

Gráfico 20 - Crescimento de Valor, Índice de Preços e Índice de *Quantum* das exportações brasileiras para a Rússia



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

O maior dinamismo dos preços de exportação, em relação à quantidade exportada para a Rússia, no período examinado, reflete o perfil da pauta de exportação do Brasil para esse país, baseada principalmente em *commodities* que, à exceção de 2009, tem mostrado uma forte elevação de preços no mercado internacional.



PARTE 4

**OPORTUNIDADES COMERCIAIS
PARA O BRASIL NA RÚSSIA**

Apex Brasil

INTRODUÇÃO À METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES PARA EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS BRASILEIROS

As oportunidades para os exportadores brasileiros no mercado russo 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 Rússia importou de todo o mundo entre 2002 e 2009.⁷¹ Cruzando-se esses produtos com aqueles que o Brasil exportou⁷² para a Rússia nesse período, faz-se a seguinte separação:

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

- cuja participação brasileira nas importações russas é muito baixa; e/ou
- cujas exportações brasileiras para a Rússia não são contínuas.⁷³

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

- o Brasil seja especialista⁷⁴ em sua exportação; e
- exista complementaridade entre a pauta exportadora brasileira e a pauta importadora russa, ou seja, a Rússia precisa importar os produtos que o Brasil deseja exportar; e
- as importações russas 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 russo.

- **Produtos brasileiros com Exportações Expressivas** – são aqueles cuja participação nas importações russas 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 russo e têm uma situação confortável em relação aos seus

⁷¹ É importante esclarecer que o período de análise vai de 2004 a 2009. Como 2009 foi um ano de crise, com grande queda no comércio exterior, sua irregularidade foi suavizada, neste trabalho, com a utilização de médias geométricas de três anos. Desse modo, os valores de 2009 referem-se à média dos anos 2007, 2008 e 2009. O mesmo procedimento foi adotado para os anos anteriores.

⁷² Aqui consideram-se os dados das importações feitas pelo país analisado oriundas do Brasil.

⁷³ Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior.

⁷⁴ 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.

principais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é a de *manutenção* do espaço já conquistado;

- **Em risco** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que já estiveram consolidados no mercado russo 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 Rússia e que vêm perdendo participação nesse mercado. Aqui as oportunidades para os exportadores brasileiros são menos interessantes;
- **A consolidar** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que ainda não são consolidados na Rússia, mas que estão crescendo nesse mercado em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Aqui estão as melhores oportunidades para os exportadores brasileiros;
- **Desvio de comércio** - é o caso dos grupos de produtos brasileiros cujas exportações para a Rússia 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 10 que, nas vendas do Brasil para a Rússia, há uma predominância de produtos classificados com exportações expressivas (96,16%), embora esses produtos sejam representados por apenas 151 SH6. Em valor, as importações russas provenientes do Brasil classificadas como expressivas atingiram US\$ 3,4 bilhões, ao passo que as importações classificadas como incipientes alcançaram US\$ 134 milhões.

Tabela 10 - Classificação das exportações dos produtos brasileiros importados pela Rússia

Classificação	Nº de SH6	Nº de SH6 (%)	Importações totais do país – 2009 (US\$)	Importações totais do país em 2009 (%)	Exportações brasileiras para o país – 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país - 2009 (%)
Expressivo	151	2,84	11.009.705.065	6,44	3.370.607.418	96,16
Incipiente	5167	97,16	159.816.885.232	93,56	134.776.874	3,84
Total	5318	100,00	170.826.590.297	100,00	3.505.384.292	100,00

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A fim de apresentar as oportunidades de exportação para o mercado russo, os grupos de produtos brasileiros foram organizados em cinco grandes complexos: 1) Alimentos, Bebidas e Agronegócios; 2) Casa

e Construção; 3) Máquinas e Equipamentos; 4) Moda; e 5) Multissetorial e Outros. Esse último abrange produtos que permeiam mais de um complexo ou não se encaixam especificamente em nenhum. Em cada complexo são apresentados os grupos com exportações incipientes e expressivas.

ApexBrasil

O comércio internacional de alimentos, bebidas e produtos agrícolas movimentou, entre 2003 e 2008, uma média de US\$ 1,2 trilhão anuais. Segundo dados fornecidos pelo Comtrade, 16,5% do total importado pela economia russa em 2009 corresponderam a produtos do complexo alimentos, bebidas e agronegócios. Naquele ano, as importações desses produtos totalizaram US\$ 28,2 bilhões. O Brasil respondeu por aproximadamente US\$ 3,3 bilhões do valor dessas importações. Entre os anos 2004 e 2009, as importações russas dos produtos desse complexo registraram crescimento médio de 17,2% ao ano, e as exportações brasileiras para aquele mercado cresceram em média 22% no mesmo período. O crescimento das importações russas de alimentos demonstra a necessidade de suprimentos e aumento do consumo da população.

Os grupos de produtos mais importados pela Rússia em 2009 foram *Produtos hortícolas e plantas vivas*, *Carne de boi in natura* e *Massas e preparações alimentícias*, que juntos corresponderam a 24% das importações do país no referido ano. As importações desses grupos de produtos cresceram, de 2004 a 2009, entre 17% e 29%. Em relação às importações provenientes do Brasil, *Carne bovina* respondeu por mais de 34% das importações de produtos brasileiros, seguida por *Carne suína* e *Açúcar e álcool*, somando 68% das importações do complexo *Alimentos, Bebidas e Agronegócios* provenientes do Brasil em 2009.

Atualmente o Ministério da Agricultura russo trabalha em um programa para o desenvolvimento agrícola no período 2008-2012, que tem por objetivo promover o agricultor, a produção e a competitividade. O programa engloba o desenvolvimento rural sustentável, a empregabilidade e a melhoria no padrão de vida da população rural; o aumento da competitividade da produção russa a partir da estabilidade financeira; a modernização da agricultura; e a preservação das áreas de cultivo e dos recursos naturais.

O planejamento do governo russo para o desenvolvimento socioeconômico da agricultura no país prevê a possibilidade de diferentes riscos no plano nacional e internacional que possam influenciar o sucesso do programa. Entre as causas que podem interferir no desenvolvimento agrícola estão os preços internacionais, o ritmo de crescimento econômico do país, o nível de investimento. Também as condições climáticas e sua interferência nas safras e na produção pecuária, além do desinteresse da população em permanecer no campo e ainda a regulação e a competitividade do comércio internacional desses produtos.

As terras cultiváveis da Rússia são, em sua maioria, de solo pobre em nutrientes, o que faz com que grande parte da atividade agrícola seja direcionada para a criação de animais e extração de madeira. A Rússia, apesar de ser grande produtora de madeira, tem apresentado diminuição na produção desse item e também de papel e celulose desde a década de 1990. A demanda interna desses produtos já é maior do que a capacidade russa de produção.

Com relação à produção de carnes, segundo o Euromonitor, 25% da produção mundial de peixes frescos e congelados são provenientes da Rússia. Em relação à produção de carnes vermelhas, de acordo com o Serviço Federal de Estatísticas da Rússia (FSSS), estima-se que o rebanho desse país seja de mais de 68 milhões de cabeças, divididos em 29,7 milhões de bovinos, 22 milhões de ovelhas e cabras, e 17,2 milhões de suínos.⁷⁵

A Rússia não tem condições de suprir a demanda interna por carne bovina, embora haja a intenção de aumentar a produção doméstica. Inclusive já existe importação de gado em pé no país.

As exportações brasileiras de carne bovina para a Rússia são, sobretudo, de carnes congeladas, e o produto não está associado à imagem do Brasil já que a principal destinação é para a produção de embutidos. Por isso mesmo as exportações brasileiras de carne para aquele país são quase que em sua totalidade do dianteiro do boi, ou seja, dos cortes mais magros, que são mais apropriados para a fabricação de embutidos.

Para acessar esse mercado é fundamental ter um parceiro local, pois no país existem quotas de importação para esse produto. Essas quotas não são proibitivas, muito embora dificultem sobremaneira a importação, já que, com as quotas, paga-se 18% de imposto e, sem elas, 70% para a importação de carnes. Somente as empresas russas possuem essas quotas, que foram estabelecidas em 2001 e que, atualmente, são de 470 mil toneladas e estão destinadas às importações provenientes de Brasil, Uruguai, Paraguai, Argentina, México, Canadá, Austrália e Nova Zelândia.

As vendas de carne na Rússia são feitas em supermercados e feiras e não existem açougues no país. Desde 2009, o mercado está se abrindo para o setor *Gourmet*, com vendas de cortes nobres destinadas a hotéis e restaurantes, mas o volume dessas vendas ainda é muito pequeno.

As principais feiras do setor *Carne* na Rússia são a Prodexpo e a World Food, que acontecem respectivamente em fevereiro e setembro na cidade de Moscou.

No geral, as classes média e alta, devido ao aumento de suas rendas, têm ficado mais exigentes em relação à alimentação. Em 2008, a Agência Nacional dos Direitos do Consumidor relatou aumento no número de reclamações sobre aditivos proibidos e prazo de validade dos produtos na Rússia. Muitos consumidores russos têm optado por comprar marcas internacionais famosas, como a Nestlé e a Danone, devido à confiabilidade e qualidade.

Os alimentos embalados têm ganhado espaço na área de produtos *premium*, especialmente os relacionados a orgânicos, receitas caseiras, frescos, ingredientes exóticos e outras derivações. Os produtos orgânicos têm tido maior aceitação entre os consumidores mais jovens e adeptos a produtos naturais,

⁷⁵ Para efeito comparativo, o rebanho brasileiro, que é o segundo maior do mundo, é composto por duzentas milhões de cabeças.

principalmente entre aqueles com maior renda e mais preocupados com a saúde. A tendência é de crescimento do consumo de produtos saudáveis.

No país ainda não existe certificação oficial para os produtos orgânicos, apesar de diversas ações para o estabelecimento desse tipo de certificação se encontrarem em fase de implementação. A Gosstandard⁷⁶ é o órgão russo responsável pela normatização e deverá estabelecer os requerimentos para essas certificações.

Os consumidores russos tendem a fazer compras maiores nos supermercados com o intuito de economizar. Um bom exemplo é o da rede Auchan (Awah, em russo) que possui diversas lojas em Moscou, nas quais os consumidores fazem suas compras maiores.

Em relação aos alimentos, a propaganda tem influenciado as novas escolhas dos consumidores, já que muitas marcas entraram no mercado. Os jovens são mais abertos a novos produtos, e tendem a equilibrar os produtos semiprontos com aqueles que apresentam o critério de serem saudáveis.

As refeições diárias são divididas basicamente nas principais: café da manhã, almoço e jantar, além de lanches durante o dia. O consumo de café e chá é bastante usual, assim como o de biscoitos. A principal refeição é o jantar, com uma sopa a base de carnes e verduras, seguida de café ou chá com bolos, biscoitos ou sorvete. Os hábitos alimentares têm mudado com o aumento da renda e com a presença de restaurantes internacionais.

Segundo o Euromonitor, 48% dos gastos do consumidor com alimentos e bebidas, em 2009, foram com carnes e pães. Desde os anos 2000, os consumidores têm diversificado sua dieta e se interessado mais por alimentos que tragam benefícios para saúde.

A alimentação segue duas tendências principais na Rússia, a de consumo de alimentos saudáveis e de alimentos semiprontos ou de preparo rápido. Os alimentos saudáveis têm aumentado sua popularidade principalmente entre os consumidores mais jovens, que, além da saúde, buscam cuidar de sua aparência. Ao mesmo tempo em que os iogurtes e outros alimentos com baixa taxa de gordura têm seu consumo crescente, os alimentos feitos no micro-ondas e os chamados *fast-food* também têm sido mais consumidos.

Na Tabela 11 estão listadas as principais categorias de alimentos, e o gasto do consumidor russo ano a ano com esses produtos. Dentre os produtos listados, o maior consumo apresentado é o de laticínios, que apresentaram crescimento médio de 20% ao ano no período analisado. O segmento de laticínios é o principal entre alimentos embalados, tendo como principais produtos a manteiga e o queijo.

⁷⁶ Organização Governamental Russa para Padronização.

Tabela 11 - Gasto do consumidor russo com alimentos (US\$ milhões)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Laticínios	5.814,10	6.964,00	8.260,70	12.388,20	15.545,20	14.515,90	16.978,20
Confeitaria	5.544,50	6.356,60	7.468,70	8.915,50	10.580,50	9.360,10	10.894,00
Panificação	6.524,90	7.007,50	8.022,70	9.759,10	11.186,40	9.475,90	10.628,10
Alim. Proc. Congelados	2.801,50	3.519,90	4.333,00	5.369,70	6.366,60	5.565,70	6.517,70
Alim. Processados	2.857,10	3.354,60	3.913,50	4.658,80	5.416,50	4.873,10	5.668,70
Enlatados	2.366,10	2.779,70	3.277,70	3.976,80	4.801,60	4.266,70	4.984,90
Alim. Proc. Secos	1.745,60	1.978,40	2.345,20	2.552,50	3.548,60	3.209,70	3.640,50
Massas	612,50	730,50	930,00	1.109,20	1.749,30	1.645,40	1.954,70

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

Em relação ao setor Panificação, a Rússia possui o maior consumo *per capita* da Europa, passando dos 100 quilos anuais. As preferências são pelos tipos de pães ocidentais como *croissants*, *ciabattas* e baguetes. Os pães e bolos especiais são usados como presentes em diversas ocasiões. A indústria de panificação russa tem passado por mudanças nos últimos anos. Na época da União Soviética existiam grandes fábricas de pães que produziam 60 mil toneladas. Atualmente o mercado é composto por pequenas fábricas dispersas pelo país e existe interesse em desenvolver a indústria de panificação e de estabelecer parcerias para esse fim.

De acordo com a Russian Guild of Bakers and Confectioners, entidade representativa do setor de panificação, massas e confeitos, existe ainda interesse em negociar, com outros países, insumos e componentes para o setor e também suplementos alimentares para serem adicionados aos produtos. Há também oportunidades para chocolates, cacau, fermento, castanhas, uva passa e enfeites confeitados. Segundo dados dessa mesma entidade, existem, na Rússia, mais de 12 mil estabelecimentos para comercialização de produtos de panificação. Esse segmento de mercado, em 2010, atingiu € 8,7 bilhões e deverá atingir € 11,5 bilhões até 2020. O volume de produção atual é de 7 milhões de toneladas ao ano.

Os russos têm preferência por pão fresco e que possa ser comprado perto de casa. As padarias em geral são simples e as *boulangeries* são exceção e se concentram nas áreas nobres das grandes cidades. Os consumidores mais ricos compram esses produtos em supermercados. Um pão que custa cerca de US\$ 0,50 a US\$ 0,60 em uma padaria pode ser encontrado por um valor três vezes maior nos supermercados. Mas, no geral, os consumidores optam por pães bons, frescos e baratos.

Na parte de Confeitaria, o principal produto consumido é o chocolate, que já pode ser encontrado em versões *premium*. No geral, os russos apreciam bastante o consumo de chocolates, balas e biscoitos. Lojas tradicionais de chocolates podem ser encontradas nas ruas e esses produtos também são ofertados em grande variedade nos supermercados e lojas de conveniência. Tradicionalmente os russos cultivam o hábito de oferecer kits de chocolates como presente quando se faz uma visita ou em datas especiais, por

exemplo. Para isso, existe no mercado uma grande variedade de chocolates em embalagens especiais, caixas decoradas e pacotes coloridos.

A indústria de chocolates na Rússia é bastante tradicional e remonta à época da União Soviética. As marcas russas são as preferidas dos consumidores, e podem ser encontradas nas prateleiras várias categorias de chocolates, que variam dos mais simples aos *premium*, passando por uma série de produtos recheados com castanhas e frutas e com diferentes percentuais de cacau. As marcas internacionais estão presentes na Rússia, inclusive com produção local. Os chocolates Lindt e Niederegger podem ser encontrados facilmente nas prateleiras, são fabricados localmente e possuem preços inferiores aos preços desses produtos no Brasil e também no restante da Europa, para que possam competir com a tradicional indústria russa de chocolates.

Em levantamento de preços realizado em novembro de 2011 foram encontrados os seguintes valores para os chocolates: a barra de chocolate russo de 100 gramas custa em torno de US\$ 2,05. A barra de chocolate *premium* custa cerca de US\$ 3,00. Já as marcas internacionais fabricadas na Rússia custam US\$ 5,00 (Niederegger) e US\$ 5,90 (Lindt). Marcas importadas custam entre US\$ 3,00 e US\$ 3,60. Esses valores foram levantados em um supermercado classe A em Moscou.

Já as balas são bem simples, de sabores variados e são vendidas de forma sortida e não embaladas em pacotes. Os consumidores as compram por peso, nos balcões, ao preço médio de US\$ 0,55 cada 100 gramas.

Outro mercado que pode ser interessante para o Brasil é o de frutas, já que tem apresentado crescimento nos últimos anos. As frutas mais consumidas na Rússia são: maçã, banana, frutas cítricas e uvas. Nos últimos anos, percebe-se crescimento no consumo de frutas como abacate, limão e manga, muito embora o consumo destas seja bem inferior. O abacaxi é muito consumido na época das festas de final de ano, pois é utilizado como enfeite de mesa.

Os distribuidores de frutas na Rússia demonstram interesse pelas frutas brasileiras, embora considerem que seu aspecto seja um problema, já que o consumidor russo compra frutas também pela beleza, aspecto e tamanho. Esses distribuidores ainda consideram o preço das frutas provenientes do Brasil mais elevado do que o dos concorrentes. O interesse especial é pelas frutas que já são compradas do Brasil em maiores quantidades, quais sejam, laranja, uva e limão. O período de compras mais intenso desses produtos dura sete semanas e vai de julho a agosto. Os principais concorrentes para as frutas brasileiras na Rússia são Argentina, Chile, Peru e Egito. Existe ainda o interesse em compras em menores quantidades de manga e limão verde. Para esse tipo de compra, seria interessante ter fornecedores situados na Europa,

uma vez que isso facilitaria a consolidação e o embarque. A principal feira do segmento na Rússia é a World Fruit e acontece todos os anos no mês de setembro em Moscou.⁷⁷

O transporte para a Rússia das frutas compradas no Brasil geralmente é feito por via marítima em contêineres refrigerados e leva, em média, três semanas até o porto de São Petersburgo, mais três a cinco dias para procedimentos alfandegários e mais dois dias de caminhão até Moscou. Os documentos exigidos para importação de frutas na Rússia, além da documentação usual, são Certificado Form A, certificado fitossanitário e certificado de pesticida. Destaca-se ainda que a questão do preço é importante, pois a maioria dos consumidores russos compram frutas em supermercados, e os compradores desses estabelecimentos baseiam suas decisões de compra no valor dos produtos.

Na Tabela 12, apresenta-se o gasto do consumidor russo com bebidas não alcoólicas, entre as quais, o chá, que apresentou o maior gasto dos consumidores, deixando o café, produto de alta exportação brasileira, como a terceira bebida não alcoólica em valor gasto. Os sucos, produtos com alta competitividade para o Brasil, foram responsáveis pelo segundo maior gasto do consumidor russo no setor Bebidas não alcoólicas.

O aumento do gasto do consumidor com água engarrafada é consequência da divulgação dos benefícios desses produtos para a saúde. As bebidas energéticas e fortificadas também têm ganho mercado, especialmente pela ideia de serem mais saudáveis do que os refrigerantes. Em relação às bebidas gaseificadas, as fábricas estrangeiras ofertam produtos tradicionais, como o *kvas* e o *kisel*, para competir com as fábricas locais.

Tabela 12 - Gasto do consumidor com bebidas não alcoólicas 2004-2010 (US\$ milhões). (Rússia)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Água engarrafada	1.715,60	1.917,90	2.119,90	2.372,10	2.480,60	2.088,30	2.545,20
Bebidas energéticas e para esportistas	91,70	118,20	268,60	399,30	511,70	402,30	421,00
Bebidas gaseificadas	3.031,30	2.994,90	3.053,60	3.261,60	3.254,00	2.671,90	2.890,80
Café	2.525,60	2.807,90	2.923,20	3.097,00	3.111,70	3.124,20	3.293,40
Chá	4.159,30	4.283,80	4.521,20	4.726,60	4.696,50	5.189,20	5.291,30
Bebidas quentes - outras	32,50	33,40	35,00	36,70	36,30	35,30	37,00
Concentrados	64,20	64,70	66,00	67,20	65,30	66,40	67,60
Sucos vegetais e de frutas	3.661,30	3.931,20	4.229,40	4.537,20	4.422,80	3.601,70	4.135,80
TOTAL	15.281,50	16.152,00	17.216,90	18.497,70	18.578,90	17.179,30	18.682,10

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

A bebida quente tradicional na Rússia é o chá, que pode ser consumido em refeições ou sozinho. No entanto, nos últimos anos, o consumo de café - desde o instantâneo até o expresso e cafés especiais -

⁷⁷ De acordo com informações colhidas com a Sra. Inessa Gabova, representante da empresa Glóbus, um dos maiores importadores de frutas da Rússia, em reunião realizada no dia 16/11/2011 em Moscou.

tem aumentado, Entre eles, o mais consumido é o instantâneo, tendo como marca líder de mercado a Nestlé.

Já em relação aos sucos, os consumidores tendem a optar pela compra de embalagens de um litro, preferindo esse produto a refrigerantes. Os consumidores mais conscientes em relação aos preços tendem a comprar esses produtos de marca própria, pois não os veem como de qualidade inferior. Os sucos de laranja e de maçã são os preferidos pelos consumidores e possuem variedades enriquecidas, especialmente com acréscimo de vitamina C.

No que se refere às bebidas alcoólicas, o gasto do consumidor com esses produtos estão apresentados na Tabela 13, na qual pode-se observar que, ao contrário do senso comum, o produto que representou maior gasto nos últimos anos foi a cerveja, que foi a terceira bebida mais importada no último ano, enquanto que os vinhos foram as bebidas mais importadas. A venda das bebidas em supermercados e lojas de conveniência tem aumentado nos últimos anos, principalmente nos supermercados onde as promoções estão sempre presentes. Os vinhos tem se tornado uma bebida para as classes mais altas que conhecem e diferenciam esses produtos pelo tipo da uva e origem, enquanto a vodca, bebida tradicional no país, tem a maior parte de seus consumidores nas classes média e baixa.

Tabela 13 - Gasto do consumidor com bebidas alcoólicas na Rússia no período 2004-2010 (US\$ milhões)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cerveja	15.356,60	16.308,90	17.361,80	20.114,60	20.127,60	19.582,90	20.068,70
Destilados	20.519,30	19.623,40	19.980,00	19.707,70	18.843,00	16.699,40	15.825,90
Vinhos	8.122,90	8.380,60	8.230,00	8.853,70	8.896,80	8.019,80	7.759,90
Preparados e outras bebidas prontas	1.117,30	1.198,40	1.559,60	1.141,80	1.289,00	1.088,90	986,10
TOTAL	45.116,10	45.511,30	47.131,40	49.817,80	49.156,40	45.391,00	44.640,60

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

O segmento de luxo engloba também bebidas e alimentos, tendo crescido o consumo de alimentos *gourmet* nos últimos anos, assim como o de vinhos e bebidas destiladas *premium*. Ressalta-se que, nas prateleiras dos supermercados russos, é possível encontrar uma grande variedade de vinhos chilenos e argentinos. Na categoria *gourmet*, os produtos mais consumidos pelos russos são presunto e chouriço ibérico, conservas de peixes e mariscos, vinhos, queijos, conservas de vegetais, doces a base de cacau e açúcar, azeites e molhos. Nesse mercado, os principais aspectos de diferenciação de produtos são as embalagens, a qualidade, o preço, a marca, os canais de comercialização, a produção limitada, a denominação de origem etc. A maior concentração de vendas de produtos *gourmet* está em Moscou (80%), seguida por São Petersburgo (10-15%), com aumento de consumo em outras cidades. O consumo desses produtos apresenta rápido crescimento, consequência do aumento do poder de compra da classe média e dos gastos com gastronomia. Os principais fornecedores desse tipo de produto para o país são a França e a

Itália. Em Moscou e São Petersburgo existem algumas lojas - Globus Gourmet, Fauchon, Hediard - e supermercados - Sedmoi Kontinent, Azbuka Vkusa, Eliseevski Magazín - direcionados a esses produtos.

OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO ALIMENTOS, BEBIDAS E AGRONEGÓCIOS NA RÚSSIA

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A RÚSSIA

No complexo Alimentos, Bebidas e Agronegócios foram identificadas oportunidades no mercado russo para produtos brasileiros que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, que designa os produtos com essas características. Sete grupos de produtos foram selecionados a partir desses filtros e estão listados da Tabela 14.

Tabela 14 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes para a Rússia

Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das importações da Rússia 2004 - 2009 (%)
Chocolate e suas preparações	5	458.509.473	14,91
Farinhas para animais	14	655.214.677	20,46
Bananas frescas ou secas	1	630.447.293	11,97
Laranjas	1	380.661.602	19,68
Maçãs frescas	1	547.499.665	18,18
Uvas frescas	1	451.884.975	24,36
Massas alimentícias e preparações alimentícias	65	2.056.697.003	16,41

* taxa média anual de crescimento

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Referente ao grupo de produtos massas alimentícias e preparações alimentícias, a Rússia importou, em 2009, US\$ 2,06 bilhões em 65 tipos de produtos distintos (SH6), com especial destaque para Outras preparações alimentícias, *Preparações para alimentação de crianças, Maionese e outros condimentos de tempero, Sucos de tomates e outros tomates preparados ou em conserva e Geleias, doces e marmeladas de frutas.*

Destaca-se ainda o grupo *Chocolate e suas preparações*, especialmente os itens *Outros chocolates e preparações alimentícias contendo cacau e Chocolate e outras preparações alimentícias com cacau, não recheadas, em tabletes, barras e paus.* E ainda o grupo Uvas frescas, pelo crescimento das importações russas no período analisado.

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A RÚSSIA

As exportações dos grupos de produtos apresentados nas Tabelas 15 e 16 foram classificadas como expressivas, indicando que as exportações brasileiras desses setores já atingiram maior grau de maturidade e participação no país importador, tornando-se mais constantes ao longo do tempo e possuindo participação de mercado minimamente significativa.

Para esse complexo, as exportações expressivas foram classificadas em *a consolidar*, *consolidadas*, *em declínio*, *em risco* e *desvio de comércio*.

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

Por outro lado, nas exportações classificadas como *em declínio* estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado russo e que nele vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, porque o quadro 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. Já as exportações classificadas como *desvio de comércio* dizem respeito à situação em que o desempenho de um concorrente é melhor do que o do Brasil, ainda que este seja especialista na exportação do produto e aquele não. Nesse caso, é preciso averiguar o que causa o desvio antes de se investir no mercado.

A. Produtos com presença “A CONSOLIDAR” e “CONSOLIDADA” na Rússia

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* e *consolidados* estão listados na Tabela 15. Entre os produtos *a consolidar*, destacam-se *Massas alimentícias e preparações alimentícias* e *Farelo de soja*, cujos valores importados pela Rússia, em 2009, foram de US\$ 167,5 milhões e US\$ 194,8 milhões, respectivamente. Destacam-se ainda os grupos *Demais produtos de café*, pelo valor exportado pelo Brasil

para aquele país, e *Carne de boi industrializada*, pela taxa média de crescimento do Brasil entre 2004 e 2009, que foi de 69,8%.

Tabela 15 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Rússia e presença a consolidar e consolidada nesse país

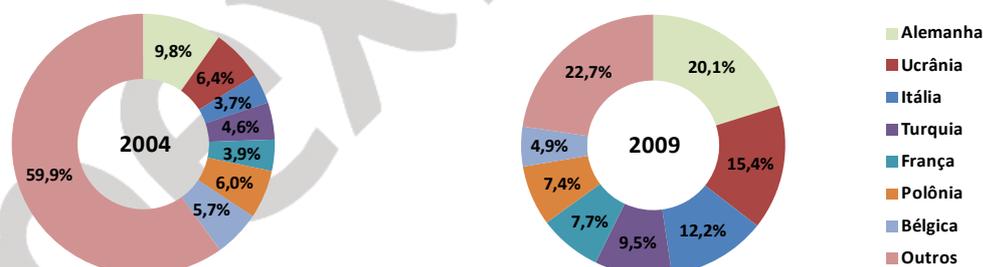
Grupos de produtos	Nº de produtos (SH) no grupo	Valor das importações da Rússia em 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia em 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia em 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes brasileiros na Rússia entre 2004-2009 (%)	Principal concorrente brasileiro no mercado russo em 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia em 2009 (%)	Classificação
Açúcar em bruto	1	504.693.772	367.564.985	1,93	72,83	-7,81	Cuba	10,54	Consolidadas
Açúcar refinado	1	54.782.772	8.907.164	117,66	16,26	-8,01	Moldávia	35,48	A consolidar
Café cru	1	171.827.526	53.033.489	70,69	30,86	44,80	Vietnã	21,60	A consolidar
Carne de boi <i>in natura</i>	1	2.177.686.044	1.205.627.061	47,86	55,36	20,86	Argentina	22,23	Consolidadas
Carne de boi industrializada	2	42.965.914	3.134.113	69,80	7,29	13,20	Itália	33,02	A consolidar
Carne de frango industrializada	1	38.513.048	7.983.902	33,99	20,73	12,93	França	69,09	Consolidadas
Carne de peru <i>in natura</i>	2	64.700.594	18.034.993	28,55	27,87	1,45	Estados Unidos	29,81	A consolidar
Carne de peru industrializada	1	1.593.224	594.889	5,63	37,34	16,34	Estados Unidos	40,29	Consolidadas
Castanhas-de-caju	1	36.319.557	3.959.471	38,63	10,90	74,37	Vietnã	83,12	A consolidar
Demais carnes bovinas	3	178.500.929	-	-100,00	0,00	52,32	Argentina	39,14	A consolidar
Demais produtos de café	1	341.420.653	51.128.030	6,05	14,98	11,04	Índia	18,09	A consolidar
Farelo de soja	1	194.851.035	7.028.181	0,82	3,61	15,57	Argentina	34,33	A consolidar
Fumo em folhas	2	884.308.919	320.557.743	25,15	36,25	8,93	Índia	10,49	Consolidadas
Massas alimentícias e preparações alimentícias	4	167.559.730	7.203.270	21,91	4,30	20,50	Alemanha	20,11	A consolidar
Outros produtos de origem animal	3	110.961.138	36.193.364	56,07	32,62	25,93	Estados Unidos	20,94	A consolidar
Sementes Oleaginosas (exceto soja), plantas ind. e med., gomas e sucos e extratos vegetais; mat.	2	122.179.247	9.704.917	328,14	7,94	17,05	Argentina	42,74	A consolidar
Suco de laranja congelado	1	67.730.680	57.321.521	13,28	84,63	-12,96	Países Baixos	11,43	Consolidadas

* taxa média anual de crescimento

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Há oportunidades para massas alimentícias recheadas; produtos de padaria, pastelaria ou indústria de biscoitos; frutas e sementes preparadas ou conservadas; e concentrados de proteínas. Nesse grupo, os produtos de padaria, pastelaria e biscoitos foram os itens mais importados pela Rússia em 2009, respondendo por 76% do total importado. O Gráfico 21 mostra os principais fornecedores para a Rússia em 2009 e sua posição nesse mercado em 2004.

Gráfico 21 - Participação de mercado dos principais fornecedores de Massas alimentícias e preparações alimentícias para a Rússia (2004 e 2009)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

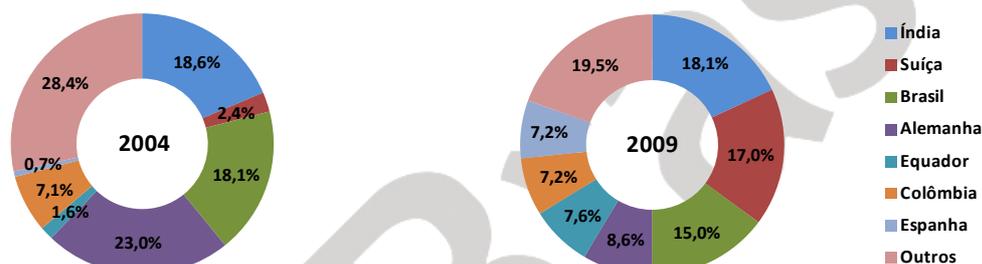
A partir da análise do Gráfico 21, percebe-se que Alemanha, Ucrânia, Itália e Turquia ganharam mercado, comparando-se os anos 2004 e 2009, deslocando Dinamarca, Países Baixos e Estados Unidos, que

estavam entre os principais fornecedores desse grupo de produtos para a Rússia no primeiro ano analisado. É importante ressaltar que este país importou US\$ 65,8 milhões em produtos desse grupo em 2004 e que esse valor saltou para US\$ 167,6 milhões em 2009, com taxa média de crescimento de 20,56%. A Alemanha apresentou, no período analisado, taxa média de crescimento de 39,34%, ampliando sua participação no mercado russo. O Brasil, que, em 2004, foi o 11º fornecedor dos produtos desse grupo para a Rússia, com valor de US\$ 2,7 milhões, saltou, em 2009, para a oitava posição, com US\$ 7,2 milhões, apresentando taxa média de crescimento de 21,91% entre 2004 e 2009.

Em 2009, para esse grupo, foram registradas 12 empresas exportadoras dessas mercadorias para a Rússia, as quais eram predominantemente grandes empresas, que apresentaram alto índice de concentração no valor total de vendas desses produtos para a Rússia.

Com relação ao grupo de produtos *Demais produtos de café*, foram encontradas oportunidades para extratos, essências e concentrados de café. No Gráfico 22 estão evidenciados os principais fornecedores desses produtos em 2009 e a sua posição no mercado russo em 2004.

Gráfico 22 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Demais produtos de café* para a Rússia (2004 e 2009)



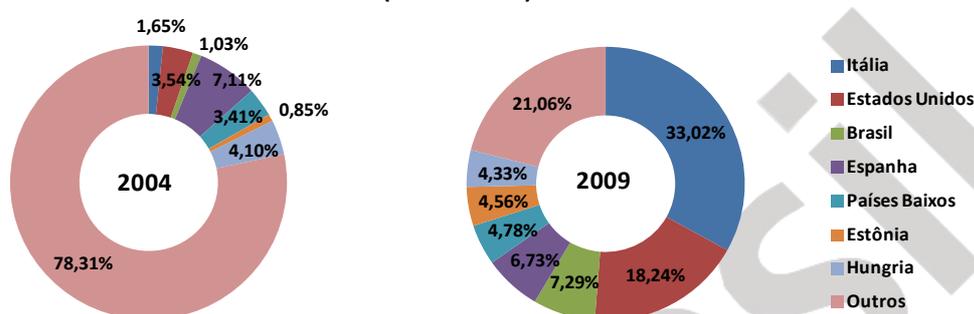
Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A análise do Gráfico 22 demonstra que, comparando-se os anos de 2004 e 2009, pode-se perceber que Índia, Suíça, Equador e Espanha ampliaram sua participação no mercado russo, diminuindo a presença da Alemanha, que, no primeiro ano analisado, era o principal fornecedor desses produtos. A Rússia, que havia importado US\$ 210 milhões em 2004, importou US\$ 341,4 milhões em extratos, essências e concentrados de café em 2009. A Suíça apresentou a maior taxa média de crescimento no período analisado, que foi de 62,55%, tornando-se o segundo principal fornecedor desses produtos para o mercado russo, atrás somente da Índia, que assumiu a primeira colocação em 2009. O Brasil, que permaneceu como o terceiro maior fornecedor desses produtos para a Rússia nos anos analisados, teve um aumento nas exportações, de US\$ 38 milhões, em 2004, para US\$ 51 milhões, em 2009, com taxa média de crescimento de 6,05%.

Em 2009, apenas seis empresas exportaram *Extratos, essências e concentrados de café* para o mercado russo. Essas empresas eram grandes e médias, com alto índice de concentração no valor total de vendas desses produtos para a Rússia.

Por fim, destacam-se as oportunidades para *Enchidos e produtos semelhantes de carne, miudezas ou sangue e preparações alimentícias à base de tais produtos e Preparações alimentícias e conservas, de bovinos*. Nesse grupo, os enchidos e produtos semelhantes de carne foram os itens mais importados do Brasil pela Rússia. O Gráfico 23 destaca os principais fornecedores em 2009 e a posição deles no mercado russo em 2004.

Gráfico 23 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Carne de boi industrializada* para a Rússia (2004 e 2009)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

O Gráfico 23 evidencia que Itália, Estados Unidos e Brasil ampliaram sua participação no mercado russo, deslocando a participação da Ucrânia, Polônia, França e Dinamarca, que foram os principais fornecedores desses produtos para a Rússia em 2004. Ressalta-se que, nesse ano, a Rússia havia importado US\$ 21,6 milhões em produtos desse grupo e que esse valor subiu para US\$ 43 milhões em 2009. A Itália teve, no período analisado, a maior taxa média de crescimento, 108,72%, tornando-se o maior fornecedor desses produtos para o mercado russo em 2009. O Brasil saltou de 16º, em 2004, para terceiro maior fornecedor para o mercado russo em 2009, demonstrando taxa média de crescimento de 69,80% no período analisado, com incremento de US\$ 2,9 milhões no valor exportado, comparando-se os anos 2004 e 2009.

Somente seis empresas brasileiras exportaram esses produtos do grupo *Carne de boi industrializada* para Rússia em 2009, o que evidencia um alto grau de concentração das exportações. Dessas, cinco eram grandes empresas e uma era média empresa.

B. Produtos brasileiros com presença “EM RISCO” ou “DESVIO DE COMÉRCIO” na Rússia

Os produtos agrupados nessas classificações apresentaram US\$ 3,6 bilhões em importações russas e US\$ 1,1 bilhão em exportações brasileiras para aquele mercado em 2009. Muito embora o Brasil encontre-se em situação desfavorável, ou por estar em declínio ou por estar em risco, sobretudo quando comparado ao avanço registrado para os demais concorrentes no período analisado, tais grupos de produtos merecem atenção por apresentarem significativo valor importado pela Rússia.

Tabela 16 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Rússia e presença em declínio, em risco e desvio de comércio nesse país

Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia 2004-2009 (%)	Participação das exportações brasileiras nas importações da Rússia 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Rússia 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado russo 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Rússia
Carne de frango <i>in natura</i>	2	1.011.311.774	120.436.715	-2,90	11,91	13,95	Estados Unidos	71,79	Em declínio
Carne de suíno <i>in natura</i>	3	1.846.217.922	802.129.578	16,83	43,45	33,71	Estados Unidos	16,57	Em risco
Demais carnes suínas	2	233.050.210	10.713.251	9,94	4,60	21,11	Alemanha	37,35	Em declínio
Produtos hortícolas e plantas vivas	2	570.721	1.882	-47,39	0,33	2,19	China	44,00	Em declínio
Óleo de soja refinado	1	17.443.317	-	-100,00	0,00	-9,93	Países Baixos	81,94	Em declínio
Soja mesmo triturada	1	442.909.106	182.522.634	115,52	41,21	277,50	Paraguai	39,70	Em risco
Suco de laranja não congelado	1	8.742.642	192.778	-34,42	2,21	8,08	França	59,60	Desvio de comércio
Demais sucos	1	983.308	-	-100,00	0,00	18,19	Argentina	26,53	Em declínio

* taxa média anual de crescimento

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira e mesmo seu aumento de participação no mercado russo. O maior valor comercializado pelo Brasil, entre os produtos analisados nessas classificações, foi registrado para o grupo *Carne de suíno in natura*. Cabe destacar, ainda que com situação inicialmente desfavorável, a participação do Brasil no grupo *Soja mesmo triturada*.

O complexo *Casa e Construção Civil* apresentou, em 2009, importações russas de US\$ 13,1 bilhões, concentradas, majoritariamente, em *Móveis, Extratos tanantes e tintoriais, Produtos de materiais não ferrosos, Tubos de ferro fundido, Torneiras e válvulas, Obras de metais e Produtos de limpeza*. Somados, esses subgrupos de produtos responderam por 65,9% do total importado pelo país do complexo. Ademais, foram esses mesmos subgrupos os principais responsáveis pelo incremento de 16,4% na taxa média de crescimento das importações russas do complexo entre 2004 e 2009.

As importações oriundas do Brasil do complexo *Casa e Construção* totalizaram US\$ 15,7 milhões em 2009. Grande parte desse montante provém das compras russas de *Obras de pedras e semelhantes* (US\$ 6,2 milhões), *Madeiras, cortiças e obras de trançaria* (US\$ 3,1 milhões), *Ferramentas, talheres e outras obras de metais* (US\$ 2,3 milhões) e *Metais não ferrosos* (US\$ 981,1 mil). Muito afetadas pela crise, essas importações atingiram pico histórico em 2008, quando somaram US\$ 37,6 milhões.

Segundo estimativas do Serviço Federal de Estatísticas da Federação Russa (*Rosstat*),⁷⁸ o ritmo de crescimento da economia russa registrou ligeira desaceleração no segundo trimestre de 2011, quando cresceu 3,4% ante os 4,1% verificados no trimestre anterior. No entanto, o consumo doméstico deve estimular o crescimento de curto prazo da economia, impulsionado por uma melhora na renda e nas condições de trabalho e por uma tendência de incremento nos preços globais do petróleo. Acompanhando esse movimento, a indústria de construção civil deve retomar o crescimento nos próximos meses, o que é evidenciado pelo valor crescente de contratos de construção assinados.⁷⁹

Em 2010, 70,3 milhões de metros quadrados de espaço residencial foram construídos na Rússia, área inferior aos 72,5 milhões registrados em 2009.⁸⁰ A construção de imóveis residenciais foi o motor de expansão do setor nos anos recentes, ainda que a demanda por imóveis não residenciais (industriais, agrícolas, comerciais, educacionais, entre outros) tenha experimentado sensível avanço nos centros urbanos mais dinâmicos, como Moscou e São Petersburgo, e em cidades de menor porte, como Ecatemburgo, Kazan Vladivostok, Rostov-on-Don, Novosibirsk e Sochi. Contudo, não são esses segmentos que devem impulsionar a expansão do setor nos próximos anos. No curto prazo, a demanda por imóveis residenciais e não residenciais deverá registrar crescimento moderado de modo que o crescimento do setor estará ligado aos projetos de infraestrutura relacionados às obras necessárias para a realização do encontro do Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) Summit, em 2012, na cidade de Vladivostok, dos

⁷⁸ *Federal State Statistics Service*. Disponível em: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite.eng>. Acesso em: 29 nov. 2011.

⁷⁹ *Construction sector in Russia: development forecasts for 2011-2014*. PMR Publications. Set. 2011. Disponível em: <http://www.pmrpublications.com>. Acesso em: 28 nov. 2011.

⁸⁰ *Federal State Statistics Service*. (*Commissioning of buildings*). Disponível em: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_12/IssWWW.exe/stg/d01/17-03.htm. Acesso em: 29 nov. 2011.

Jogos Olímpicos Universitários de 2013, em Kazan, e das Olimpíadas e Paraolimpíadas de Inverno de 2014, em Sochi. No médio prazo, o crescimento será determinado pela necessidade de construção de instalações esportivas (estádios), hotéis e estrutura de transportes necessária para a realização da Copa do Mundo de Futebol em 2018. Logo, muito do crescimento do setor estará ancorado em projetos financiados pelo Estado.

Os impactos desses eventos esportivos no desenvolvimento do mercado de construção russo são diversos. Um segmento de forte expansão nos próximos anos é o de infraestrutura de transportes, especialmente no que se refere à expansão dos modais aeroviários do país. A maioria dos aeroportos nas cidades-sede desses eventos encontra-se abaixo dos padrões internacionais; por isso, em 2008, o governo russo instituiu um ambicioso programa desenvolvimentista para o quinquênio 2010-2015 ao custo estimado de US\$ 450 bilhões.⁸¹ Em São Petersburgo (distante 645 quilômetros de Moscou), um novo aeroporto está sendo construído, com inauguração prevista para 2014 e capacidade para receber 20 milhões de passageiros em 2020. Também estão previstas a construção de um anel viário ao redor da cidade, uma autoestrada conectando-a a Moscou, e uma ferrovia de alta velocidade ligando-a a Helsinque.⁸² Em Kazan (distante 780 quilômetros de Moscou), no vale do Volga, um novo terminal de passageiros já está em construção no aeroporto local, e uma conexão ferroviária de alta velocidade entre essa cidade e Moscou está sendo planejada até 2013. Rostov-on-Don (1.037 quilômetros de Moscou) planeja inaugurar um novo aeroporto até 2017, criando um *hub* logístico para a região. As cidades de Samara (1.030 quilômetros de Moscou) e Krasnodar (1.316 quilômetros de Moscou) já anunciaram planos de reestruturação de seus terminais. Outras cidades, como Yaroslavl, Nizhny, Novgorod, Volgograd e Saransk estudam planos para construir ou ampliar seus aeroportos e terminais ferroviários.⁸³

Estima-se, ainda, expansão significativa no setor de construções voltadas para estabelecimentos hoteleiros. O número de hotéis de qualidade internacional no país é pequeno. A cidade de Moscou, por exemplo, possui aproximadamente 55 mil quartos disponíveis em sua rede, dos quais somente 11 mil se enquadram nos padrões internacionais. Com a taxa de ocupação média desses hotéis atingindo quase 70% em 2010, há enorme espaço para crescimento, sem dúvida alguma.

Além das obras de reestruturação visando a eventos esportivos, muito se tem discutido acerca da ampliação urbana da cidade de Moscou. Em 30 de junho de 2011, foi assinado um plano de expansão dos limites da cidade de 144 mil hectares para o sul e sudoeste. Numa tentativa de descentralizar a atividade econômica e financeira das densamente povoadas regiões centrais de Moscou, essa área abrigará, no

⁸¹ *Transport infrastructure construction boom imminent in Russia*. December, 2010. Disponível em: www.constructionrussia.com. Acesso em: 1 dez. 2011.

⁸² Kamenetskii, M.I. Construction Industry and National Economy: modern trends and perspective problems of perspective developments. Institute of Economic Forecasting of the Russian Academy of Sciences. *Studies on Russia Economic Development*, v. 22, n. 1, 2011.

⁸³ Jenkins, David. A long way to go? Special Projects. *AEB Business Quarterly*, Autumn 2011.

futuro, prédios residenciais, comerciais e industriais, e requererá a instalação de uma nova estrutura urbana, tais como sistemas de esgoto, eletricidade e transportes.

Nos grandes centros metropolitanos, grande parte dos imóveis e da infraestrutura urbana atuais foi construída ainda durante o regime soviético e, em função da ausência de manutenção, essas construções encontram-se seriamente degradadas. Isso estimula a demanda por prédios novos, residenciais ou não, mais modernos, bem como aumenta a procura por produtos e serviços para reformas. Ademais, o aumento da procura por imóveis corporativos se justifica pelo incremento no número de novas empresas e pelo crescente fluxo de organizações estrangeiras interessadas em se instalar no país.

Ainda entre os setores de desenvolvimento prioritário para a política fiscal do governo russo, destacam-se os de construções agroindustriais e de estruturas energéticas. Uma área de rápido desenvolvimento nos últimos anos é a de instalações feitas de metais leves, especialmente zinco. O setor agrícola tem estimulado a expansão desse tipo de edificação, com construções de granjas, galpões para o confinamento de gado, silos e estufas para plantas. A demanda por esse tipo de obra não diminuiu mesmo durante a crise e deve se manter constante no curto prazo. Estima-se que a procura por estruturas metálicas registrará crescimento entre 25% e 30% em 2011.

Outro segmento com perspectivas positivas de crescimento na Rússia é o de construção de centros comerciais. De fato, segundo estimativas da consultoria Cushman & Wakefield, no primeiro semestre de 2011, foram erguidos 404 mil metros quadrados de área destinados a esse fim no país, ou seja, um quinto de todo o espaço construído no mercado europeu.⁸⁴ Espera-se que essa tendência se mantenha também em 2012, com a construção de mais 2,9 milhões de metros quadrados de espaço.

De modo geral, muito embora os gastos russos com construção ainda não tenham retornado aos níveis pré-crise (o setor experimentou crescimento médio de 31,6% entre 2000 e 2008, com volume transacionado de US\$ 150,9 bilhões nesse último ano), a atividade movimentou US\$ 140,2 bilhões em 2010, volume 5,2% superior ao do ano anterior, quando foram movimentados US\$ 133,3 bilhões.⁸⁵

Uma característica importante do setor de construção civil na Rússia é a fragmentação do mercado,⁸⁶ formado por um grande número de companhias, mas sem que nenhuma delas possua uma notória ou destacada hegemonia. A razão disso reside, principalmente, na natureza da estruturação desse setor no país após a queda do regime comunista. O processo de abertura de mercado foi turbulento, particularmente durante a década de 1990, quando muitas empresas de médio e pequeno porte,

⁸⁴ Luhn, Alec. The Next Evolution in Retail. Market Update, Q4 2011. Real Estate Quarterly. *The Moscow Times Business Review*.

⁸⁵ Federal State Statistics Service. (Volume of works performed by kind of economic activity "Construction"). Disponível em: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_12/IssWWW.exe/stg/d01/17-01.htm. Acesso em: 29 nov. 2011.

⁸⁶ Ceylan, B. Kagan. *Risk and competitive advantage in the Russian construction industry. Case study*. Disponível em: <http://performance.ey.com/2011/02/18/risk-and-competitive-advantage-in-the-russian-construction-industry/>. Acesso em: 30 nov. 2011.

despreparadas para enfrentar a concorrência capitalista, fecharam as portas. Como resultado, muito da experiência de mercado se perdeu, e novas organizações - externas e internas - encontraram maiores facilidades para se estabelecer localmente.

No que concerne ao mercado imobiliário russo (compra, venda e aluguel de imóveis), de acordo com análises realizadas pelo Euromonitor International,⁸⁷ em 2009, existiam 19,6 milhões de imóveis alugados no país, ou seja, 37,1% do total de residências. Entre 2005 e 2009, houve incremento no número de domicílios pertencentes às famílias dos níveis de renda mais elevado na Rússia e, muito embora esse crescimento tenha se desacelerado em 2009, estima-se que, na próxima década, o número de lares com renda superior a US\$ 45 mil anuais cresça 240,4%. Somente a faixa de domicílios cuja renda anual ultrapassa US\$ 75 mil deve registrar crescimento de 194,6% entre 2010 e 2020. Além disso, como consequência do aumento real da renda, houve avanço da classe média no país (com renda entre US\$ 10 mil e US\$ 25 mil), e essa fatia representa hoje 33,4% do total de lares russos. Foi justamente essa faixa populacional a responsável pela explosão de consumo verificada na Rússia nos anos recentes. Há, atualmente, maior demanda por produtos diferenciados e sofisticados na comparação com o período imediatamente posterior à derrocada do regime comunista. Em que pese esse desempenho notável, o setor *Materiais de construção, móveis e utensílios domésticos* deve apresentar sensível expansão em todos os seus segmentos no médio prazo. No curto prazo, dada a queda no poder de compra, espera-se que os consumidores busquem melhores relações entre o preço e a qualidade desejada em suas aquisições, principalmente entre a classe média russa, o que deve ter algum impacto no ritmo de crescimento projetado para esse complexo no período 2010-2011.

O mercado imobiliário da Rússia não é tão grande quanto o da Europa Ocidental, e os preços das moradias costumam ser consideravelmente elevados. Esse é o principal motivo porque 66% dos jovens entre 16 e 26 anos vivem com os pais, assim como a maioria dos recém-casados. Outra peculiaridade do mercado russo é que o tipo de domicílio mais comumente encontrado no país são aqueles nos quais residem apenas dois indivíduos, usualmente pais divorciados com apenas um filho ou idosos aposentados. Esses lares representaram 26,7% do total de 52,8 milhões de lares russos em 2009. O declínio no número de famílias com dois ou mais crianças relaciona-se ao processo de urbanização acelerado do país. Além disso, os russos demonstram preferência por morar em apartamentos. Esse tipo de habitação representou 76,8% de todos os domicílios residenciais do país em 2009. Entre 2005 e 2009, o número de apartamentos cresceu 0,7%, saltando de 40,3 milhões para 40,6 milhões de unidades.

Ao escolher um imóvel, a maioria dos russos leva em consideração o preço e a localização da propriedade, sendo que a proximidade do transporte público é um fator particularmente importante na decisão de compra. Além disso, esses compradores costumam passar dez anos em um imóvel antes de

⁸⁷ *Consumer Lifestyles - Russia. January, 2011.* Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 22 nov. 2011.

adquirirem outro e, como resultado, não poupam recursos com decoração e mobiliário. Essa característica estimula a demanda por produtos e serviços de construção civil, equipamentos elétricos, produtos para bricolagem e bens de consumo doméstico duráveis.

No segmento imobiliário de alta renda, segundo as estimativas da IntermarkSavills,⁸⁸ no primeiro semestre de 2011, aproximadamente 68% dos possíveis locatários de imóveis de alto padrão em Moscou eram estrangeiros trabalhando para companhias multinacionais ou embaixadas e que procuravam por habitações totalmente mobiliadas de até três dormitórios. No topo desse segmento figuram as coberturas, comercializadas, no centro de Moscou (Tverskoi, Khamovniki e Arbat), por até US\$ 50 mil por metro quadrado. Nesse sentido, cabe destacar que a cidade abriga o maior número de bilionários do planeta. Em 2008, segundo informações de Kalinka Realty Group,⁸⁹ sete coberturas foram comercializadas em Moscou, duas em 2009 e três em 2010. Em 2011, cinco desses empreendimentos foram vendidos.

No tocante aos bens de consumo doméstico duráveis, refrigeradores, televisores em cores e lavadoras de roupas são itens considerados essenciais nos lares russos, seguidos pelos aspiradores de pó e telefones. Menos de metade da população possui computadores pessoais ou aparelhos de micro-ondas. Todavia, esses aparelhos devem estar presentes em 60% dos domicílios russos em 2020. Máquinas de lavar louça e secadoras de roupa são bens estranhos aos lares do país e, em 2009, estavam presentes em somente 5,8% e 1,2% das residências, respectivamente. Quando compram eletrodomésticos, os consumidores russos mostram preferência por marcas da Europa Ocidental e do Japão, percebidas como de melhor qualidade, de *design* mais arrojado, mais confiáveis e que oferecem garantia mais abrangente do que as marcas nacionais. As linhas de produtos que oferecem maior comodidade, como forno de micro-ondas e *notebooks*, devem registrar maior expansão nos próximos anos, à medida que o cenário econômico se normalize. Contudo, a competição no segmento de eletrodomésticos deve ser crescente, principalmente no que concerne aos preços, com novas marcas se estabelecendo e buscando nichos ainda não explorados do mercado.

As vendas de utensílios domésticos, por sua vez, vêm sendo estimuladas pela demanda por “utensílios para cozinhar”⁹⁰ e por “utensílios de vidro”⁹¹, segmentos que registraram crescimento mais

⁸⁸ *The High-Budget Property Market, Moscow Region*. Disponível em: <http://www.intermarksavills.ru/services/analitika/>. Acesso em: 1 dez. 2011.

⁸⁹ Disponível em: www.kalinka-realty.ru. Acesso em: 2 nov. 2011.

⁹⁰ De acordo com a definição do Euromonitor, *Utensílios para cozinhar* engloba: utensílios de cozinha feitos de material que não derrete facilmente, destinados, principalmente, para o preparo de alimentos. Incluem panelas, frigideiras, woks, caçarolas, panelas de pressão. Inclui, também, utensílios de vidro (incluindo caçarolas resistentes ao calor e panelas de vitrocerâmica).”

⁹¹ *Utensílios de vidro*, pela definição do Euromonitor, compreendem: “artigos domésticos de mesa feitos de vidro. Excluídos itens de armazenamento (ex. jarras de vidro), pois estão incluídos em utensílios de cozinha. Inclui utensílios para beber feitos de vidro (copos, taças, garrafas e jarras). Não inclui utensílios para cozinhar feitos de vidro (incluindo caçarolas resistentes ao calor e panelas de vitrocerâmica) nem louças de mesa (pratos de vidro, tigelas, travessas e centros de mesa); estes produtos devem ser categorizados, respectivamente, como utensílios para cozinhar e louças

acelerado no valor de vendas no último biênio. A mudança no estilo de vida dos consumidores russos é um dos principais motivos para o crescimento verificado no segmento de “utensílios para cozinhar”. Os russos estão cozinhando mais em casa e, em função disso, compram produtos de melhor qualidade e de maior preço. A demanda por produtos de porcelana e cristal também se expande, motivada pelo aumento da renda da população e pela ascensão de uma nova classe média no país, alavancando o valor das vendas de “utensílios de vidro”. A procura por artigos mais sofisticados também justifica o aumento no valor das vendas de “louças e utensílios de mesa”⁹² e “produtos de cutelaria” nos anos recentes. Em geral, a procura por essas variedades de produtos é maior nas principais cidades do país, como Moscou, São Petersburgo, Rostov-on-Don e Ecatimburgo. Em outras cidades, essa tendência ainda não é latente dadas as diferenças nos costumes e no nível médio de renda.

No que tange ao segmento de mobiliário e decoração, nota-se que a competição entre fabricantes e marcas é intensa, com presença cada vez maior de cadeias multinacionais. A indústria de mobiliário na Rússia é recente, pois, de modo semelhante ao que ocorreu na indústria de construção civil, a abertura do regime e a consequente concorrência enfraqueceram os fabricantes tradicionais, e aquelas empresas que não fecharam as portas desenvolveram competências gerenciais que as possibilitaram se manter no mercado. Atualmente, não há fabricantes estatais atuando no mercado russo, somente empresas de capital privado, e essas companhias demonstram grande interesse em estabelecer parcerias estrangeiras no intuito de modernizar seu processo produtivo. De todo modo, esse segmento é pouco saturado e ainda há muito espaço para desenvolvimento, uma vez que existe grande informalidade.

Segundo dados fornecidos pela entidade representativa do segmento,⁹³ um terço das vendas de mobiliário na Rússia ocorre por meio de canais de distribuição não autorizados pelos fabricantes, especialmente entre os artigos importados. Há produtos comercializados informalmente em todas as linhas de mobiliário, das marcas *premium* às mais econômicas. Um mercado mais maduro vem se desenvolvendo em São Petersburgo e Moscou, muito embora, mesmo nestes centros urbanos, apenas 70% do mercado sejam totalmente legal. Parte da ilegalidade se deve ao fato de que, em 2007, o governo russo instituiu um imposto de importação sobre produtos de madeira no intuito de proteger sua indústria doméstica de mobiliário. Por outro lado, não há taxaço para a importação de máquinas de processamento de madeira e

de mesa. Utensílios para cozinha: utensílios para uso na cozinha. Excluídos os utensílios utilizados para cozinhar, principalmente panelas e frigideiras. Inclui cafeteiras e bules, tábuas de cozinha, suporte para utensílios de cozinha e paineleiro, lixeiras para cozinha, balanças para cozinha, despensa, porta-pão, organizadores de cozinha, carrinhos de cozinha, jogos de facas com suporte, porta-xícaras, porta-rolô de papel, suporte para prato, ralo de cozinha, organizador de temperos, adegas, filtros de água, etc.”

⁹² A definição do Euromonitor para *Louças e utensílios para mesa* corresponde a: “pratos, utensílios de vidro e prata utilizados na preparação da mesa para uma refeição. Essa categoria inclui conjuntos de jantar, xícaras, utensílios para servir alimentos, toalhas de mesa, jogos americanos e porta-copos.”

⁹³ *The Association of furniture and woodworking enterprises of Russia (AMEDORO)*. Entrevista realizada em 08 novembro, 2011 com seu vice-diretor Sr. Vladimir A. Makeev. Mais informações disponíveis em: <http://eng.amedoro.com>.

equipamentos para fabricação de móveis, uma vez que a indústria russa desse tipo de maquinário ainda é incipiente.

Localmente, os fabricantes de mobiliário negociam seus produtos no varejo por meio de redes próprias de distribuição ou por meio de representantes. Nesse último caso, diferentemente do que ocorre em outros mercados europeus, esses móveis são usualmente comercializados sob o regime de consignação, ou seja, o pagamento está fortemente associado à venda do produto. Nesse cenário, se destacam como importantes pontos de venda, em função de sua participação de mercado em 2010,⁹⁴ as cadeias varejistas IKEA,⁹⁵ Planeta-Stroy,⁹⁶ Mebelny Kompania Katiusha⁹⁷ e Mebelnaya Kompania Shatura.⁹⁸ Estima-se que o segmento continuará em expansão, com a abertura de novos pontos comerciais. Em 2008, por exemplo, cerca de duzentos novos estabelecimentos do gênero surgiram na Rússia. Nos anos recentes, a influência midiática tem sido fator preponderante na expansão da cultura de consumo ocidental entre os russos. Isso se reflete em um maior interesse por objetos de decoração, produtos para o lar e móveis de qualidade e desenho diferenciado, especialmente entre as novas classes média e alta. As vendas no varejo apresentaram crescimento constante nos últimos cinco anos (2005-2010), mesmo durante a crise financeira mundial, e alcançaram US\$ 8,4 bilhões em 2010, um aumento de 7,1% em relação ao ano anterior.

Em geral, os consumidores russos preferem ir até aos pontos de venda para adquirir esses produtos, uma vez que a percepção sensorial é determinante na decisão de compra. As vendas na internet vêm registrando crescimento nos últimos anos, muito embora ainda não representem parcela significativa do mercado. Entre os consumidores de renda mais elevada (cerca de 10% do total), há preferência por mobiliário importado, principalmente de desenho italiano ou alemão. O desenho tem se mostrado um importante atributo para o consumidor russo. Daí o estereótipo do móvel clássico italiano, linha de produtos cuja venda se mostrou estável mesmo durante a crise. Para os demais consumidores, o preço e as condições de pagamento (como o prazo) ainda são critérios relevantes na decisão de compra. Como tendência observada no médio prazo, as companhias russas de mobiliário têm fornecido a seus clientes soluções completas para interiores, agregando ao móvel a estrutura de iluminação e o conceito decorativo.

No médio prazo, uma nova legislação de segurança de mobiliário deve ser instituída na Bielorrússia, no Cazaquistão e na Rússia, no âmbito de uniformização dos trâmites alfandegários da União Aduaneira estabelecida em 2010.

⁹⁴ *Furniture and Furnishings Stores - Russia*. May, 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 2 nov. 2011.

⁹⁵ Disponível em: www.ikea.com/ru/ru

⁹⁶ Disponível em: www.planetastroy.ru

⁹⁷ Disponível em: <http://www.dyatkovo.ru>

⁹⁸ Disponível em: <http://www.shatura.ru>

No que tange ao segmento de madeira e produtos de madeira, cabe destacar que a Rússia, apesar de ser grande produtora, tem apresentado diminuição na produção doméstica desse item desde a década de 1990. Atualmente, a demanda interna é maior que a capacidade russa de produção. Muito embora seja um grande exportador mundial de toras e de madeira serrada, a produção russa de painéis ainda é relativamente pequena. Em se tratando da disponibilidade de recursos, o país possui 50% de seu território coberto por florestas, ou seja, 809 milhões de hectares que representam 20% do total mundial. Contudo, uma porção significativa dessa cobertura vegetal está localizada em altas latitudes, o que se traduz em baixa produtividade dessas áreas para a exploração comercial.⁹⁹ Vale ressaltar que a exportação desses produtos ao mercado russo exige uma certificação sanitária que comprove o teor de formaldeído adequado segundo o estabelecido pela norma do país.

Importantes feiras comerciais para o complexo *Casa e Construção* na Rússia são a Mosbuild,¹⁰⁰ a ConsumerExpo¹⁰¹ e a Mebel.¹⁰²

OPORTUNIDADES PARA PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO CASA E CONSTRUÇÃO NA RÚSSIA

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A RÚSSIA

Entre os grupos de produtos relacionados ao complexo *Casa e Construção* no mercado russo, oito foram classificados como de exportações incipientes *a desenvolver*. Trata-se de produtos para os quais as importações do mercado totalizaram US\$ 7,7 bilhões em 2009, conforme a Tabela 17. A presença dessas mercadorias no país ainda é pouco significativa, muito embora se constata potencial para seu desenvolvimento. Para a definição dessas oportunidades, foi levado em conta se ao longo de seis anos (2004-2009) houve crescimento das importações totais do mercado do grupo de produtos. Ademais, para se ter certeza da capacidade do Brasil de aproveitar as oportunidades ainda não exploradas, considerou-se a especialidade, ou não, brasileira na exportação desses produtos e ainda se as pautas de importação da Rússia e de exportação do Brasil são complementares.

⁹⁹ *Global Forestry Resources Assessment 2010: Country Report - Russian Federation*. Forestry Department. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). Rome, 2010. Disponível em: www.unece.org. Acesso em: 1 dez. 2011.

¹⁰⁰ Disponível em: www.mosbuild.com.

¹⁰¹ Disponível em: www.consum-expo.ru/en.

¹⁰² Disponível em: www.meb-expo.ru/en.

Tabela 17 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes a desenvolver para a Rússia

Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das importações da Rússia 2004 - 2009 (%)
Ferramentas e talheres	61	708.973.150	16,51
Painéis de fibras ou de partículas de madeira	23	309.421.122	12,41
Torneiras e válvulas	6	1.098.625.482	27,64
Móveis e mobiliário médico-cirúrgico	41	1.998.116.261	22,08
Produtos cerâmicos	29	623.374.122	10,77
Produtos de limpeza	20	794.465.386	18,93
Extratos tanantes e tintoriais	45	1.570.676.861	15,94
Vidro e suas obras	68	578.696.561	4,53

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

Em função do valor importado em 2009, merecem destaque as compras russas do grupo de produtos *Móveis e mobiliário médico cirúrgico*. Ainda que a participação brasileira nessas importações seja pequena (0,03%), há oportunidades atraentes especialmente para móveis de bambu ou ratã, móveis de madeira e construções pré-fabricadas. Outro destaque é o grupo *Extratos tanantes e tintoriais*, para o qual se registram valores expressivos importados pela Rússia de mástique de vidraceiro, cimentos de resina, tintas, vernizes e soluções a base de poliésteres e de outros polímeros sintéticos. Por fim, no grupo *Torneiras e válvulas*, destaque para válvulas de retenção, válvulas redutoras de pressão, válvulas para transmissões óleo-hidráulicas ou pneumáticas e válvulas e suas partes, torneiras e outros dispositivos semelhantes.

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A RÚSSIA

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

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

A. Produtos brasileiros com presença “CONSOLIDADA” ou “A CONSOLIDAR” na Rússia

Na Tabela 18, indica-se o único grupo de produtos de exportações expressivas classificadas como *consolidadas* no mercado russo. Esse grupo reúne apenas um SH6, *Extrato tanante de mimosa*. A participação brasileira nas compras russas desse produto é singular em todos os anos da série. Nos anos 2004, 2005, 2007 e 2008, inclusive, a totalidade das importações russas foram provenientes do Brasil.

Tabela 18 - Grupos de produtos brasileiros com exportações *expressivas* para a Rússia e presença *consolidada* e *a consolidar* nesse país

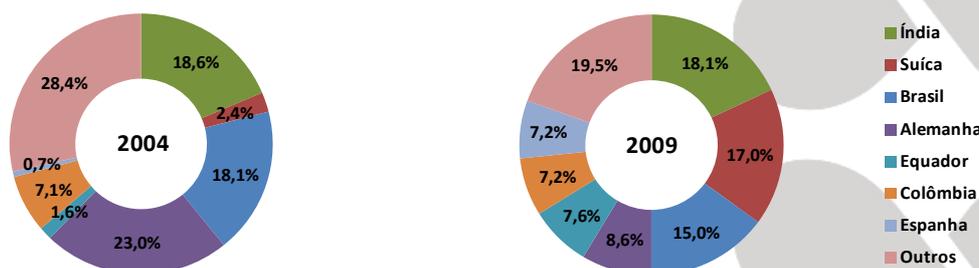
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia em 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia em 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia em 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes brasileiros na Rússia entre 2004-2009 (%)	Principal concorrente brasileiro no mercado russo em 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia em 2009 (%)	Classificação
Extratos tanantes e tintoriais	1	104.739	102.625	4,44	97,98	-69,54	Alemanha	2,02	Consolidadas
Obras de pedras e semelhantes	3	49.163.828	5.391.235	146,49	10,97	3,91	Finlândia	21,13	A consolidar

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

O único grupo de exportações expressivas classificadas como *a consolidar* do complexo *Casa e Construção* na Rússia também se apresenta na Tabela 18. Esse grupo reúne três produtos: *Ardósia natural trabalhada e obras de ardósia natural ou aglomerada* (SH 680300), *Pastilhas para freios (travões) contendo amianto* e *Outras obras de asfalto ou de produtos semelhantes*. As compras russas desses produtos somaram US\$ 49,2 milhões em 2009, majoritariamente concentradas no último dos SH6 listados (680790), representativo de 82,3% do total importado pelo país nesse ano e por 85,2% das compras russas oriundas do Brasil do grupo de produtos. Muito embora o Brasil não seja o principal fornecedor russo desse grupo, o crescimento médio apresentado pelas importações oriundas do Brasil no período analisado é sensivelmente superior àquele registrado para os demais concorrentes. Em 2009, de acordo com informações do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), 35 empresas brasileiras exportaram produtos do grupo *Obras de pedra e semelhantes* para a Rússia. A maioria, 74,3%, foram empresas de médio porte. As vendas brasileiras, todavia, se encontram altamente concentradas em poucas empresas.

Gráfico 24 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *obras de pedra e semelhantes* para a Rússia (2004 e 2009)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Os cinco principais fornecedores russos desse grupo, como indicado no Gráfico 24, responderam por 70,4% das importações do país em 2009. Verifica-se sensível incremento da participação média brasileira no período analisado, atestado pelo acelerado ritmo de crescimento das importações oriundas do Brasil, de 146,5% ao ano ante os 4,6% registrados para o principal concorrente, a Finlândia. Entre 2004 e 2009, as importações provenientes do Brasil desse subgrupo apresentaram variação monetária de US\$ 5,3 milhões. A Polônia, outrora líder de mercado, perdeu participação e valor exportado para a Rússia nos anos em análise, não conseguindo acompanhar a rápida taxa de expansão média dos demais competidores.

Não houve grupos identificados como *em declínio*, *em risco* ou *desvio de comércio* para o complexo *Casa e Construção* no mercado russo.

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Nos últimos anos, a produção de *Máquinas e Equipamentos* na Rússia tem enfrentado algumas dificuldades. Praticamente todos os segmentos desse mercado apresentam déficits comerciais e problemas de investimento em capital fixo. Historicamente a estrutura da indústria de máquinas e equipamentos da antiga União Soviética e, conseqüentemente, a da Rússia, era majoritariamente destinada à produção bélica e de maquinaria pesada e pouco voltada ao mercado de consumo, o que fez com que ela fosse insuficiente para atender à demanda interna do país. Para a Rússia, essa situação foi agravada após a desintegração da União Soviética, pois grande parte dos produtores de equipamentos agropecuários e alimentícios ficou em outros países, como Ucrânia e Bielorrússia.

De acordo com dados do Centro de Investigações Científicas Intrasetoriais da Rússia (Agrosistemash), o país produz cerca de 40% dos equipamentos agropecuários e alimentícios de que necessita. Ademais, de acordo com o referido centro, os equipamentos produzidos internamente são inferiores aos modelos ocidentais no que diz respeito à qualidade das peças e componentes, dos sistemas de controle de automatização e dos processos tecnológicos. Na verdade, a qualidade dos produtos russos não chega a ser ruim, mas a tecnologia de produção ficou defasada. Houve uma época em que a União Soviética possuía tecnologia de ponta, mas, como o mercado ficou fechado durante setenta anos, os produtos se tornaram obsoletos. Outra consequência desse fechamento foi que os consumidores russos se acostumaram a comprar produtos produzidos localmente e de marcas nacionais, podendo-se perceber ainda hoje certo desconhecimento com relação aos produtos estrangeiros. Isso não significa para os russos que os produtos estrangeiros sejam melhores ou piores do que os nacionais.

De qualquer modo, empresas estrangeiras que pretendam ingressar no mercado deverão se preocupar em apresentar as qualidades técnicas de seus produtos tanto a consumidores quanto a centros de pesquisa e a empresas que possam incorporá-los em suas linhas de produção de forma a se integrarem nas cadeias produtivas locais, além de demonstrarem preocupação com assistência técnica e reposição de peças.

Devido a seus antecedentes históricos, a engenharia russa não é voltada especificamente para a produção de bens de consumo, em especial, os não duráveis. Os setores que mais se destacam na produção industrial da Rússia são o aeroespacial e a indústria de defesa, além, é claro, do setor de petróleo e gás, fonte de mais de 60% da receita do país. Ressalta-se ainda que os russos possuem sua própria tecnologia para sistema global de navegação por satélite, denominada *Glonass*, que apresenta uma precisão maior do que a do sistema norte americano.

Mais recentemente, percebe-se que a produção industrial russa apresentou um pequeno crescimento no primeiro trimestre de 2010. Esse crescimento foi apoiado no aumento do consumo interno e na melhoria das perspectivas para incremento das exportações. Em 2009, a produção industrial russa

havia caído 10,8% devido aos reflexos da crise econômica global, além de contribuir com cerca de 8% do PIB. A produção de tubulações de aço, borracha, pneus, motores, automóveis e equipamentos de transporte foram as que mais contribuíram para a recuperação do crescimento em 2010. Com relação às despesas de consumo, registrou-se aumento do comércio de tecidos, bens de couro, calçados e joalheria, o que também indica crescimento e otimismo na recuperação econômica. O bom nível de crescimento e desenvolvimento demonstrado pela Rússia promove reflexos no aumento da demanda por máquinas e equipamentos para suportar essa fase de expansão.

As empresas que desejarem aproveitar esse momento deverão estar presentes no mercado para entender melhor as particularidades do país, os riscos e para terem uma visão clara do mercado ou pelo menos deverão contar com a parceria de uma empresa local. Na Rússia existem alguns entraves ligados a questões de garantia de propriedade, confiança nas instituições bancárias e questões alfandegárias e tudo isso deve ser levado em consideração na decisão de se investir no mercado, sobretudo para empresas ligadas aos setores de máquinas e equipamentos que trabalham com uma diversificação grande de produtos, partes e componentes.

O parque industrial russo possui diversas indústrias minerais e extrativas, que englobam exploração de carvão, petróleo e gás, além de indústrias químicas e de metais. Igualmente possui indústrias nas áreas de construção, de máquinas e equipamentos, de peças e partes de automóveis e aviões. Destacam-se ainda a indústria de construção naval, de equipamentos de transporte, de equipamentos para comunicação, de máquinas agrícolas e montagem de tratores e de equipamentos para construção civil.

A Rússia é uma grande produtora e exportadora de produtos minerais, de ouro e de combustíveis. As exportações de petróleo e gás ocupam importante parcela na balança comercial do país, em especial, o setor de energia possui relevante papel na economia russa. No entanto, a indústria energética desse país enfrenta alguns problemas de obsolescência e ainda trabalha na liberalização e privatização, o que significa que existe potencial para atração de investimentos para a modernização do setor.

O país é o mais industrializado das antigas repúblicas soviéticas, com especial destaque para as indústrias baseadas em recursos naturais, indústria de metais, produtos alimentícios, equipamentos de transporte e indústria de defesa.

O setor de máquinas e equipamentos é o segundo mais importante da Rússia, atrás somente do setor de petróleo e gás, e o valor de produção nos anos 2008 e 2009 representou 20% de toda a produção industrial russa. No período, foram 7,5 mil grandes empresas e 30 mil pequenas empresas operando no setor. A indústria empregou cerca de 4 milhões de pessoas no referido período.

A estrutura do setor industrial russo está dividida em indústria automotiva (27,4%); equipamentos elétricos (12,3%); maquinaria pesada, máquinas para indústria de extração e produção de equipamentos de transporte (10,3%); máquinas para indústria química e petroquímica (6,0%); máquinas para indústria

alimentícia (2,4%); máquinas para indústria de construção (2,1%); máquinas e ferramentas (1,8%); máquinas para agricultura (1,8%); e máquinas para indústria militar e suas correlatas (35,8%).

Especificamente com relação ao segmento automotivo russo, este apresentou expansão nos últimos anos, sobretudo pela instalação de plantas produtivas de várias marcas estrangeiras no país. De 2003 a 2008, verifica-se um aumento da produção de carros de montadoras de outros países na Rússia, que apresentaram crescimento muito superior ao das empresas nacionais. Marcas como Ford, BMW, Toyota, Hummer, GM, Chevrolet, Volkswagen, Renault, Fiat, Hyundai, Nissan, Kia, entre outras, possuem plantas produtivas instaladas na Rússia. Em 2006, 24% dos carros produzidos na Rússia eram de marcas estrangeiras; em 2008, esse percentual subiu para 41%.

Atualmente o tamanho do mercado automotivo russo é de 1,7 milhão de veículos por ano, divididos em 90 mil caminhões, 30 mil ônibus, 35 mil vans de passageiros e o restante, em carros de passeio e utilitários.

Outro segmento que merece destaque é o de máquinas para agricultura, que vem crescendo em virtude da expansão do setor agrícola no país e ao conseqüente aumento da demanda por máquinas agrícolas e por máquinas para a indústria alimentícia. Em 2008, a participação de produtos importados no setor *Máquinas e Equipamentos* foi muito alta: 85% das máquinas agrícolas utilizadas no país foram importadas, assim como 91% dos tratores pequenos e médios e 78% das escavadeiras e guindastes. Devido ao crescimento da demanda por máquinas agrícolas importadas, o governo russo tem estudado medidas para estimular a produção interna e a diminuição das importações por meio da instalação de plantas produtivas estrangeiras no país.

Em 2010, o Brasil foi o 11º maior fornecedor de maquinaria agrícola para a Rússia, sendo *Partes e peças para colheitadeiras, ceifadeiras e debulhadeiras* os principais produtos desse segmento exportados.

Ressalta-se que a Rússia é um grande produtor de máquinas agrícolas, especialmente do produto final. Essa situação é diferente quando se trata de tratores, devido à herança da estrutura produtiva soviética. Os países da então União Soviética que mais se desenvolveram nesse segmento industrial foram Rússia, Ucrânia e Bielorrússia. Esse último país ficou com a indústria de fabricação de tratores.

Segundo informações da Russian Association of Agricultural Machinery Manufacturers (Associação Russa de Fabricantes de Máquinas Agrícolas), os tratores mais demandados pelos produtores agrícolas russos são os de 120 cavalos. Esses tratores são, em sua maioria, importados da Bielorrússia, ou montados localmente, com partes e peças levadas desse país para a Rússia. Além dos tratores de Bielorrússia, estão ainda fortemente presentes no mercado russo tratores alemães (AG Klass) e norte-americanos (John Deere).

Ainda com relação ao segmento industrial de maquinaria agrícola, existem parcerias de companhias russas associadas a empresas da Alemanha e da Finlândia. Essas empresas importam partes e

peças e realizam a montagem do produto final, o que corrobora a intenção do governo russo de estimular a produção local e desenvolver tecnologia no setor e também explica a política de limitação de importação desses produtos naquele país. As indústrias desse segmento estão localizadas principalmente na região central da Rússia.

Ainda de acordo com informações fornecidas pela Associação Russa de Fabricantes de Máquinas Agrícolas,¹⁰³ as duas principais feiras do segmento na Rússia são realizadas em Moscou, no mês de outubro: o AgroSalon, que acontece a cada dois anos e se caracteriza por ser mais especializada em maquinaria, e a Agrotech, que é anual. Essa última é organizada pelo Ministério da Agricultura do país e abrange todo tipo de produção agrícola e não somente maquinaria. A referida associação ainda reiterou o interesse em conhecer o padrão técnico de produção do Brasil.

Já com relação ao segmento industrial de alimentos, destaca-se que o valor de produção da indústria alimentícia compreende mais de 15% do total da indústria russa, e o aumento da demanda interna faz com que esse segmento tenha grandes perspectivas de crescimento. O setor da indústria alimentícia enfrentou quedas acentuadas entre 1990 e 1999, mas começou a crescer a partir do ano 2000. Esse tipo de indústria está majoritariamente concentrado nas regiões de Moscou, São Petersburgo, Samara, Perm, Sverdlovsky e Chelyabinsk, a produção é destinada majoritariamente ao mercado interno, e as exportações são limitadas pelos baixos níveis de qualidade das matérias-primas e dos processos industriais, embora o mercado de equipamentos agropecuários e alimentícios se constitua em importante segmento do setor *Máquinas e Equipamentos* na Rússia.

Mais um segmento de vital importância para a economia russa é o de *Metais e Mineração* que se constitui em importante motor para a economia do país. Esse grupo de produtos é dominado pelas grandes empresas siderúrgicas que atuam no país; a produção de aço responde por aproximadamente 52% dos rendimentos desse segmento. O desenvolvimento das economias do Sudeste Asiático e a demanda por minerais na Europa favorecem o crescimento do setor.

Com relação à padronização técnica, destaca-se que o Gost – acrônimo que significa padrão do estado – é a norma que regulamenta as questões de padronização e certificações na Rússia por meio da agência governamental Gosstandard.¹⁰⁴ Essas normas abrangem todos os países da Comunidade dos Estados Independentes (CEI).

Ressalta-se que o Brasil tem condições de oferecer soluções tecnológicas para a Rússia em diversas áreas, tais como alimentos e energia, por exemplo. O ideal seria oferecer soluções completas fornecidas por grandes empresas ou por empresas pequenas, organizadas em associações produtivas.

¹⁰³ Em reunião realizada com a Sra. Olga Serebrinnikova, na sede da associação, no dia 09/11/2011, em Moscou.

¹⁰⁴ Consultas com relação aos padrões técnicos russos estão disponíveis em: www.gost.ru.

O valor das importações russas provenientes do Brasil, em 2009, foi de US\$ 76,7 milhões para esse setor, com um crescimento médio anual de 10,07% entre 2004 e 2009. A seguir destacam-se as principais oportunidades para *Máquinas e Equipamentos* no mercado russo.

OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS NA RÚSSIA

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A RÚSSIA

Foram identificadas oportunidades na Rússia 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. Vinte e cinco grupos de produtos foram selecionados a partir desses filtros e estão listados da Tabela 19.

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

Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das importações da Rússia 2004 - 2009 (%)
Pneumáticos e câmaras de ar	21	845.535.136	18,83
Aparelhos de ar condicionado	6	483.900.532	35,51
Aparelhos mecan. p/ projetar/pulverizar líquidos/pós	5	336.012.608	24,83
Aparelhos para filtrar ou depurar	11	976.071.485	28,27
Aquecedor e secador	11	1.231.746.303	14,69
Compressores e bombas	20	1.964.319.361	19,87
Computadores e acessórios	14	3.729.363.277	26,82
Maquinas de lavar roupas e suas partes	5	382.518.897	-6,38
Maquinas e aparelhos de uso agrícola,exceto trator	29	781.373.664	9,88
Maquinas e aparelhos p/moldar borracha/plástico	8	427.975.073	1,66
Maquinas e aparelhos p/trabalhar pedra e minério	7	1.305.334.014	37,98
Maquinas e apars. p/ encher, fechar, etc. recipientes	6	722.413.199	13,08
Motores para veículos automóveis	5	600.912.270	37,06
Refrigeradores e congeladores	10	300.571.898	7,41
Rolamentos e engrenagens	15	586.104.257	14,21
Aparelhos p/interrup.,prot.de energia,suas partes	20	1.794.547.161	22,58
Aparelhos transmissores e receptores	64	7.459.345.116	18,40
Fios,cabos e condutores para uso elétrico	11	582.605.402	16,56
Pilhas,baterias e acumuladores elétricos	13	386.418.880	19,76
Plásticos e suas obras	127	5.752.979.662	19,73
Automóveis	9	8.513.847.017	10,52
Autopeças	16	2.725.263.124	26,51
Reboques,semi-reboques e suas partes	7	326.614.237	12,43
Tratores	3	84.439.347	1,86
Veículos de carga	7	590.291.964	8,32

* taxa média anual de crescimento

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Referente ao grupo de produtos *Plásticos e suas obras*, a Rússia importou, em 2009, US\$ 5,7 bilhões em 127 tipos de produtos distintos (SH6), com especial destaque para *Outras obras de plásticos, Outras chapas, folhas, películas, tiras, lâminas, de plásticos, Polietileno em diversas densidades em forma primária, Policloreto de vinila, não misturado com outras substâncias, forma primária, Chapas, folhas, películas, tiras e lâminas de polímeros de etileno, sem suporte, não reforçadas, Outros polímeros acrílicos, em formas primárias e Revestimentos de pavimentos, paredes ou tetos, de polímeros de cloreto vinila.*

Destaca-se também o grupo de produtos *Aparelhos transmissores e receptores*, com US\$ 7,5 bilhões importados pela Rússia, em 2009, em 64 produtos diferentes (SH6), destacando-se as importações de *Aparelhos de radiotelefonia portáteis, Câmeras de TV, Multiplexadores por divisão de frequência, Televisores, Circuitos elétricos e Monitores.*

O grupo *Autopeças* apresentou US\$ 2,7 bilhões em importações russas de 16 tipos de produtos (SH6) com destaque para *Outras partes e acessórios de carroçarias (incluídas as cabinas) para veículos automóveis das posições 8701 a 8705, Amortecedores de suspensão, para veículos automóveis das posições 8701 a 8705, Rodas, suas partes e acessórios, para veículos automóveis das posições 8701 a 8705, Caixas de marchas (velocidade), para veículos automóveis das posições 8701 a 8705, Guarnições de freios para montagens de tratores e dumpers e Outras partes e acessórios, para veículos automóveis das posições 8701 a 8705.*

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A RÚSSIA

As exportações dos grupos de produtos apresentados nas Tabelas 20 e 21 foram classificadas como *expressivas*, indicando que as exportações brasileiras desses setores já atingiram maior grau de maturidade e participação no país importador, que são mais constantes ao longo do tempo e que já possuem participação de mercado minimamente significativa.

Para esse complexo, as exportações *expressivas* foram classificadas como *a consolidar* e *em declínio*.

As exportações *expressivas a consolidar* reúnem aqueles casos em que o Brasil já tem boa parcela de mercado e em que as exportações 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. Por outro lado, nas exportações classificadas como *em declínio* estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado russo e que nele vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, porque o quadro desfavorável inicial precisaria ser revertido.

A. Produtos brasileiros com presença “A CONSOLIDAR” na Rússia

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* estão listados na Tabela 20. Entre esses produtos, pode-se destacar *Refrigeradores e congeladores* e ainda *Tratores*, cujos valores importados pela Rússia, em 2009, foram US\$ 278 milhões e US\$ 247 milhões, respectivamente. Destacam-se também os grupos *Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas, Autopeças e Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator*, pelo crescimento da participação do Brasil entre 2004 e 2009.

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

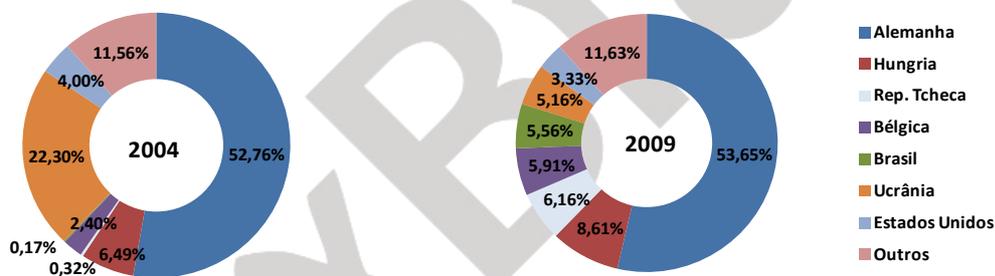
Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia em 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia em 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia em 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes brasileiros na Rússia entre 2004-2009 (%)	Principal concorrente brasileiro no mercado russo em 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia em 2009 (%)
Aparelhos mecan. p/projetar/ pulverizar líquidos /pós	1	43.336.913	4.819.569	58,77	11,12	14,93	Estados Unidos	22,91
Aquecedor e secador	1	14.382.122	1.390.680	17,80	9,67	-12,82	Itália	28,30
Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas	1	77.777.771	1.910.046	200,41	2,46	51,92	Estados Unidos	43,44
Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator	1	109.450.561	6.085.294	178,57	5,56	36,81	Alemanha	53,65
Refrigeradores e congeladores	1	277.715.351	4.642.175	11,29	1,67	14,61	China	22,87
Demais materiais elétricos e eletrônicos	1	120.050.744	1.573.586	-19,56	1,31	47,48	Espanha	22,65
Autopeças	1	77.410.314	2.231.302	194,86	2,88	33,90	Alemanha	29,25
Chassis e carroçarias para veículos automóveis	2	62.010.551	1.440.391	90,42	2,32	16,23	Alemanha	26,92
Tratores	1	246.614.670	1.844.749	-32,01	0,75	-4,84	Países Baixos	25,86

* taxa média anual de crescimento

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Há oportunidades para *Partes de máquinas e aparelhos para colheita ou debulha de produtos agrícolas*, ou para *Limpar ou selecionar ovos, frutas ou outros produtos agrícolas*. O Gráfico 25 mostra os principais fornecedores para a Rússia desses produtos em 2009 e sua posição no mercado russo em 2004.

Gráfico 25 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator* para a Rússia (2004 e 2009)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

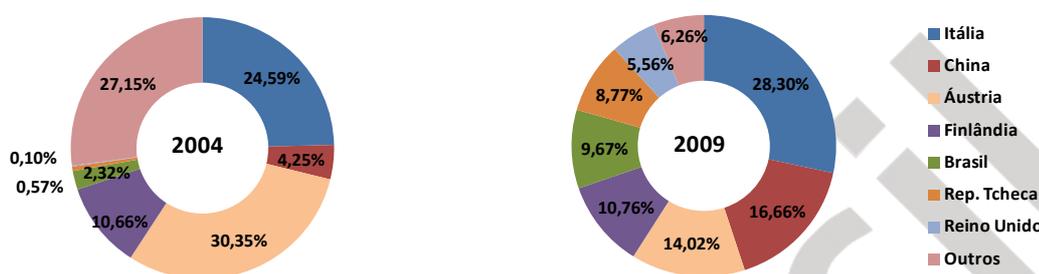
A partir da análise do Gráfico 25, percebe-se que República Tcheca, Bélgica e Brasil ganharam mercado, embora a Alemanha tenha permanecido como principal fornecedor para o mercado russo, com mais de 50% de participação. A Ucrânia foi o único fornecedor que perdeu participação no mercado, comparando-se os anos analisados. É importante destacar que a Rússia havia importado US\$ 21,6 milhões em produtos desse grupo em 2004 e que esse valor subiu para US\$ 109,4 milhões em 2009, com taxa média de crescimento de 38,34%. O Brasil, que em 2004 havia sido o 19º fornecedor, passou a ser quinto

maior fornecedor desses produtos para a Rússia em 2009, demonstrando uma taxa média de crescimento de 178,57% no período.

Em 2009, apenas três empresas exportaram essas mercadorias para a Rússia, o que denota alto índice de concentração no valor total de vendas desses produtos para esse país. Duas dessas empresas eram de grande porte e uma de médio porte.

Destacam-se ainda as oportunidades para secadores para madeiras, pastas de papel, papéis ou cartões. O Gráfico 26 evidencia os principais fornecedores em 2009 e a posição deles no mercado russo em 2004.

Gráfico 26 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Aquecedor e secador* para a Rússia (2004 e 2009)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A análise mostra que Itália, China, Brasil, República Tcheca e Reino Unido ampliaram sua participação no mercado russo, diminuindo a participação da Áustria, que, em 2004, era o principal fornecedor desses produtos. Ressalta-se que, entre 2004 e 2009, as importações desses produtos pela Rússia tiveram uma taxa média de crescimento de -11,44%. No entanto, China, República Tcheca, Reino Unido e Brasil registraram taxa média de crescimento positiva. O Brasil, que, em 2004, havia sido o sexto fornecedor desses produtos, com US\$ 613 mil importados pela Rússia, passou a ser, em 2009, o quinto maior fornecedor, com US\$ 1,3 milhão, registrando taxa média de crescimento de 17,80% no período.

Muito embora somente uma empresa tenha exportado esses produtos para a Rússia em 2009, cabe destacar que a alíquota de importação para máquinas para trabalhar madeira é zero nesse país.

B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO” na Rússia

Os produtos agrupados nessa classificação apresentaram US\$ 158,3 milhões em importações russas e US\$ 875 mil em exportações brasileiras para a Rússia em 2009. Muito embora a posição do Brasil seja desfavorável por estar *em declínio*, sobretudo quando comparada ao avanço registrado pelo principal concorrente, esse grupo de produtos merece atenção por apresentar significativo valor importado pela Rússia e por ser exportado pelo Brasil para outros países.

Tabela 21 - Grupo de produtos brasileiros com exportações *expressivas* para a Rússia e presença *em declínio* nesse país

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Rússia 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado russo 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Rússia
Compressores e bombas	1	158.276.348	874.553	-25,62	0,55	18,81	República Eslovaca	28,29	Em declínio

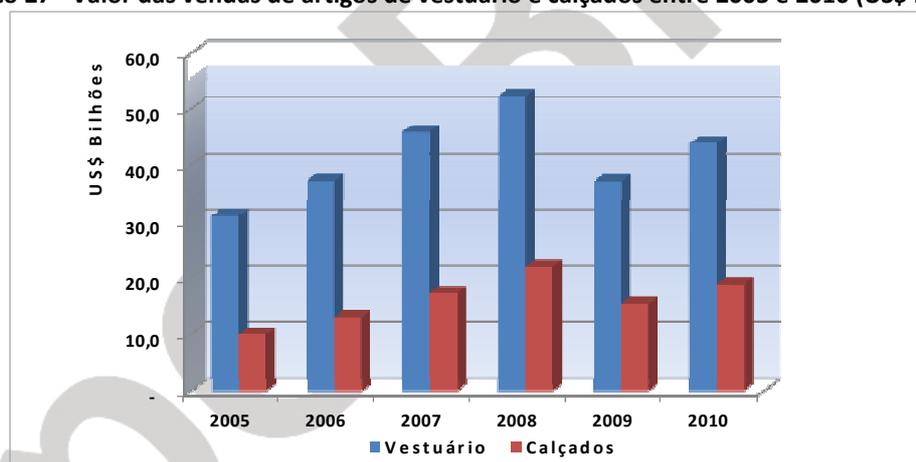
Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

O produto exportado referente a esse grupo foi *Compressores para equipamentos frigoríficos*. Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade e o aumento da participação brasileira no mercado russo.

O segmento de confecções e calçados na Rússia foi consideravelmente afetado pela crise financeira internacional em 2009. Nesse ano, o valor de vendas apresentou recuo de 9% em comparação com o ano anterior, na medida em que os consumidores russos buscavam conter seus gastos e optavam por produtos de categorias mais econômicas. A queda nas vendas induziu o encerramento das operações no mercado de importantes marcas internacionais, tais como a francesa Kookai, a italiana Diesel e a estadunidense Converse. Marcas domésticas também foram afetadas e, algumas, como a Modny Sezon (Fashion Season), controlada pela empresa de investimentos Sminex, encerraram suas atividades.¹⁰⁵ Outras marcas, especialmente nas categorias destinadas aos consumidores mais abastados, fecharam pontos de vendas. Foi o caso das lojas de Stella McCartney e Alexander McQueen, em Moscou, e Hugo Boss e Escada, em São Petersburgo.¹⁰⁶

Contudo, como assinalado no Gráfico 27, a valorização do rublo e o aumento no volume comercializado em 2010 indicam que o segmento já mostra sinais de sólida recuperação. Nesse ano, o valor das vendas de artigos de vestuário cresceu 13%, movimentando US\$ 44 bilhões, ao passo que as vendas de calçados registraram aumento de 16,5%, atingindo US\$ 18,9 bilhões.¹⁰⁷ Antecipando-se ao incremento na demanda no curto prazo, os grandes varejistas aumentaram seus estoques. Em 2010 e 2011, ademais, novas marcas internacionais ingressaram no mercado russo, com destaque para as conceituadas Manolo Blahnik, Coach, UGG Australia, MEU, American Eagle Outfitters, Victoria's Secret e American Apparel.

Gráfico 27 - Valor das vendas de artigos de vestuário e calçados entre 2005 e 2010 (US\$ bilhões)



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

¹⁰⁵ *Sminex closes Modny Sezon*. Reportagem publicada em 22 dez. 2008. Disponível em: www.russiaretail.com. Acesso em: 1 dez. 2011.

¹⁰⁶ *Kookai leaves Russia*. Reportagem publicada em 25 mar. 2009. Disponível em: www.russiaretail.com. Acesso em: 1 dez. 2011.

¹⁰⁷ *Apparel in Russia*. September, 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 30 nov. 2011.

Em 2010, a renda doméstica disponível para o consumo¹⁰⁸ na Rússia somou US\$ 833 bilhões, o maior valor entre os países da Europa Oriental, embora ainda seja o menor saldo entre os BRICs. Em grande parte sustentado pelo afluxo de capital oriundo da exploração petrolífera, o aumento da renda *per capita* e do gasto do consumidor tem contribuído para a retomada do crescimento no pós-crise. Estima-se um crescimento de 33,2% e 33,8%, respectivamente, para esses indicadores, no período 2011-2020.¹⁰⁹

Simultaneamente ao aumento da renda, a classe média russa se expandiu, e 33,4% dos lares do país possuem hoje uma renda anual disponível para consumo entre US\$ 10 mil e US\$ 25 mil.¹¹⁰ As classes médias urbanas são as grandes responsáveis pelo incremento do consumo em 2010. Além disso, a abertura de mercado criou uma elite entusiástica por produtos no segmento de luxo, e os lares com renda anual superior a US\$ 45 mil já tornaram a Rússia o quarto maior mercado mundial para esses produtos, atrás somente de Estados Unidos, Japão e China. A região de Centralniy, onde está localizada Moscou, respondeu, em 2010, por 31,7% de todo o consumo na Rússia, ou seja, US\$ 264 bilhões. Essa região também apresenta a maior renda *per capita* do país, US\$ 18.570. A importância da apresentação pessoal para essas classes sociais no novo contexto econômico do país estimula o desenvolvimento dos setores varejistas de confecções, calçados, cosméticos, acessórios de vestuário e artigos de joalheria.

Soma-se a isso uma nova atitude entre os consumidores russos quanto aos locais preferenciais para consumo. Um grande número de centros comerciais surgiu nos últimos anos em todas as maiores cidades do país e, assim como os supermercados, estão se tornando cada vez mais semelhantes aos seus congêneres ocidentais. Em setembro de 2011, o primeiro *outlet center* da Rússia, Brand City, foi inaugurado, nos subúrbios de Moscou. Em breve, novos centros comerciais seguindo o mesmo conceito deverão iniciar suas atividades na região: o Outlet Village Belaya Dacha, o Fashion House Moscow e o Vnukovo Outlet Village. Todos com previsão de inauguração para 2012. Paralelamente à abertura dos primeiros *outlets* do país, novos formatos comerciais no segmento de *shopping centers* estão surgindo na Rússia, inclusive o *power center*, modelo de centro comercial que prioriza lojas âncoras.¹¹¹ Essa tendência mostra que os consumidores russos estão cada vez mais ávidos por novos conceitos de varejo. De acordo com o Serviço Federal de Estatísticas, aproximadamente 45% dos russos frequentam *shoppings* nos finais de semana. Contudo, no interior do país, a maior parte das vendas ainda ocorre nos tradicionais *rynoks*, mercados abertos remanescentes da tradição varejista da ex-União Soviética.

É importante destacar, no que concerne ao segmento de vestuário, o impacto do aumento do preço internacional do algodão no mercado interno russo. Esse aumento foi causado por vários fatores, incluindo o aumento do consumo doméstico chinês e a escassez do produto no mercado mundial

¹⁰⁸ Trata-se da renda disponível após a subtração das contribuições sociais e impostos sobre a renda.

¹⁰⁹ *Income and Expenditure: Russia, May, 2011*. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 5 dez. 2011.

¹¹⁰ *Consumer Lifestyles - Russia, January, 2011*. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 22 nov. 2011.

¹¹¹ Luhn, Alec. The next Evolution in Retail. *Real Estate Quarterly. The Moscow Times Business Review. Quarterly*, Autumn 2011.

provocada pelas condições meteorológicas adversas nos principais produtores globais e pela crescente substituição das lavouras de algodão por outras culturas. Em 2010, o preço do produto subiu quase 60% e, como a Rússia não produz algodão domesticamente, depende inteiramente de importações para abastecer sua indústria têxtil. Atualmente, cerca de 90% do fornecimento da matéria-prima provém do Uzbequistão, Cazaquistão, Tadjiquistão e Turcomenistão. Em função dos preços do produto, em 2010, o volume das importações russas retrocedeu 30%, e a indústria nacional deverá sofrer mudanças significativas. Diretamente, o preço por unidade no varejo de vestuário deverá sofrer reajustes progressivos. Em 2010, esses preços subiram 7%. Ademais, os volumes de produção têxtil utilizando tecidos naturais devem diminuir ao mesmo tempo que são empregadas mais comumente variantes sintéticas e fibras mais baratas. As peças de vestuário fabricadas com tecidos naturais deslocam-se para uma categoria de produtos com preços mais elevados à medida que os custos de produção aumentem entre 10 e 15%.

Nesse contexto, os varejistas que apresentam crescimento mais dinâmico no mercado russo são aqueles que ofertam produtos de qualidade a preços acessíveis, como, por exemplo, as marcas H&M, River Island, New Look, Lingerie BonBon, Miss Selfridge e Uniqlo, que recentemente expandiram suas redes de distribuição no país. Na Rússia, os preços cobrados pelas marcas mais renomadas chegam a ser várias vezes superiores aos usualmente praticados no restante da Europa. Contudo, os varejistas começam a reduzir suas margens de lucro haja vista os consumidores russos estarem cada vez menos dispostos a pagar por itens sobrevalorizados. De modo geral, as previsões indicam que o mercado voltará a registrar os volumes de vendas verificados no pré-crise já em 2012 e continuará apresentando crescimento próximo a 5% até 2015. As categorias de vestuário e calçados masculinos deverão ser as de expansão mais enérgica no médio prazo (2011-2015), com aumento no valor de vendas próximo a 7% e 8%, respectivamente.

O crescimento desses segmentos no mercado russo estará intimamente relacionado à expansão das classes médias e altas no país. Entre essas, a maior parcela da renda disponível para consumo encontra-se em poder dos consumidores na faixa etária dos trinta anos, em especial dos indivíduos com idade entre 35 e 39 anos. Muitos russos nesse grupo possuem alto nível de instrução, beneficiaram-se financeiramente da abertura de mercado e, como retardaram a paternidade para se concentrarem em suas carreiras, possuem recursos para adquirir outros produtos que não aqueles considerados básicos. Contudo, é na faixa etária de 30 a 34 anos que está concentrada a maior proporção de indivíduos com renda anual superior a US\$ 100 mil, ou seja, os consumidores mais abastados da população russa. A dinâmica da economia russa deve manter nessa faixa etária os consumidores mais ricos pelo menos até 2020. Esses jovens ricos estão dispostos a consumir mais recursos com alimentação, roupas, calçados e acessórios exclusivos e com viagens internacionais para destinos exóticos, como forma de notabilizar sua posição social. Para muitos desses consumidores, as compras de artigos desses segmentos são feitas nos grandes centros mundiais da moda, como Milão, Londres, Paris ou Nova Iorque. Conscientes desse costume, algumas das cadeias

varejistas nacionais no segmento de luxo procuram atrelar seus nomes a grandes marcas europeias ou buscam produzir segundo o desenho e padrão europeus.

Os segmentos de vestuário e calçados voltados para as classes médias, embora tenham presenciado uma recente expansão na quantidade de marcas atuantes no mercado e estejam próximos à saturação, são muito fragmentados, o que abre oportunidades para investidores que possam combinar produtos com preço acessível, durabilidade, desenho inovador e versatilidade, em peças que sirvam tanto para o ambiente corporativo quanto para o lazer.

Uma categoria de produtos com crescimento particularmente dinâmico no segmento de vestuário em 2010 é o de artigos esportivos. Sabe-se que a Rússia é considerada um dos principais mercados de expansão para a indústria de esportes no mundo, e as razões para isso são diversas. A escolha do país como sede de grandes eventos esportivos nos próximos anos e o aumento do nível de renda são algumas delas. Ademais, o crescente interesse entre os consumidores russos por hábitos mais saudáveis tem estimulado as vendas desses produtos e, como no país a proporção de indivíduos que praticam regularmente alguma atividade desportiva é consideravelmente menor do que nos países da Europa Ocidental, ainda há espaço para desenvolvimento. O mercado russo de *sportswear* depende quase que inteiramente de produtos importados, os quais provêm, em sua maioria, da China. Esses produtos representaram 70% do valor total comercializado em 2010, enquanto os oriundos da Europa e a produção local responderam por 20% e 10%, respectivamente.

As marcas esportivas internacionais mais populares, presentes em todos os principais centros comerciais e no comércio varejista de rua, são Adidas, Reebok, Puma e Nike. Entre as marcas domésticas, atuando no segmento *premium*, destaca-se a rede Bosco Sport,¹¹² presente em 28 cidades. Os artigos esportivos vendidos por essas marcas são significativamente caros e, como esses produtos não são encarados como uma necessidade, verifica-se que muitos consumidores estariam dispostos a substituí-los por concorrentes que oferecessem produtos de qualidade similar a preços mais acessíveis. No mercado de massa, destaque para a cadeia varejista multimarcas Sport Master,¹¹³ a maior rede de lojas esportivas da Europa Oriental, com duzentos pontos de venda em mais de setenta cidades russas.

Outra categoria com singular dinamismo é a de moda íntima. Em 2010, ela contabilizou valor de vendas de US\$ 3,2 bilhões na Rússia. Quase 92% desse montante são provenientes das vendas de artigos femininos. Após a abertura econômica, o mercado russo atraiu um grande número de empresas ocidentais, e esse movimento levou a uma considerável saturação nos principais centros urbanos do país. No médio prazo, o crescimento no comércio desses produtos será conduzido por cidades do interior, como Ecaterimburgo, Novosibirsk, Nizhny Novgorod, Chelyabinsk, Ufa e Volgograd. Nessa categoria, o mercado é

¹¹² Para mais informações, acesse: www.boscosport.ru.

¹¹³ Para mais informações, acesse: www.sportmaster.ru.

muito fragmentado e a participação de marcas locais não é expressiva. Destacam-se as redes Dim, Triumph, Wolford, Palmers, Etam, Women's Secret, Anita, Incanto, Intimissimi, Bustie, Defilie, Calzedonia, e, na linha *premium*, as redes La Perla, Grigio Perla, Chantal Thomass, Agent Provocateur e Princess Tam Tam. As vendas de produtos considerados *premium* representam 10% do total comercializado e, pelo fato de os produtores locais ainda não estarem preparados para atender essa demanda, essa linha é dominada por empresas estrangeiras. Até recentemente, a maior parte das importações russas desses artigos provinha de Itália, Alemanha, França e de outros países da União Europeia. Hoje, artigos provenientes de parceiros comerciais na Ásia representam 60% do mercado. A União Europeia responde por outros 35%, e produtos de fabricantes domésticos, por 15%. No mercado de massa, uma peça íntima feminina nessa categoria registra preço médio de US\$ 7,2, ao passo que, na linha *premium*, um conjunto de lingerie pode chegar a custar entre US\$ 500,00 e US\$ 600,00. Nota-se grande procura de empresários russos por novos fornecedores estrangeiros e de fabricantes por parceiros comerciais com quem possam aperfeiçoar seus processos produtivos.

A categoria dos *jeans*, por sua vez, também mostrou rápida recuperação em 2010, quando registrou valor comercializado de US\$ 120,9 bilhões ante os US\$ 100,5 bilhões verificados em 2009. A maior parte deste montante, 60,3%, decorreu das vendas de *jeans* femininos, os quais registraram, em 2010, aumento de 9%¹¹⁴ no volume negociado, enquanto as vendas de *jeans* masculinos aumentaram 10%.¹¹⁵ Trata-se de uma peça de vestuário básica para todos os segmentos da população russa, independentemente da condição social, e para a qual se estima um incremento médio de 4% no volume de vendas entre 2011 e 2015.

Os *jeans* tradicionais respondem pela maior parte das vendas no mercado russo. Uma tendência observada em se tratando das peças femininas é a crescente popularidade de *jeans* com pedrarias, principalmente cristais. Semelhantemente ao verificado nos demais segmentos de vestuário, os consumidores russos demonstram preferência por *jeans* de marcas estrangeiras, ainda que a qualidade e o desenho do *jeans* doméstico sejam similares à do produto importado. A maior parte das compras externas russas de *jeans* provém da Indonésia, Vietnã, Coreia do Sul, Turquia e Índia. No mercado interno, o preço médio do produto é de US\$ 32,00 (RUB 973,00) e, embora represente um valor superior ao de 2009, ainda é um preço consideravelmente baixo. Contribui para esse quadro a existência de um grande número de produtos falsificados de marcas renomadas, uma vez que, no comércio legal, um par de *jeans* originais de uma marca internacional não custa menos de US\$ 150,00. Com 3% de participação de mercado e 428 lojas, a empresa Gloria Jeans Corporation,¹¹⁶ da cidade de Rostov-on-Don, é o principal fornecedor de *jeans* na Rússia. As marcas Jay Gee e Gloria Jeans são muito populares entre os consumidores mais jovens. No

¹¹⁴ *Women's jeans in Russia*. Sept. 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 9 dez. 2011.

¹¹⁵ *Men's jeans in Russia*. September, 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 9 dez. 2011.

¹¹⁶ Para mais informações, acesse: www.gloria-jeans.ru.

segmento de luxo, destaque para a operação comercial da companhia Jamilko MFK, que lidera as vendas no varejo de *jeans* nas linhas *premium* e *super premium*. A empresa possui 250 pontos de venda na Rússia e é representante de grandes marcas internacionais, como Burberry, Chaumet, Dormeuil, Hermès, JM Weston, Salvatore Ferragamo, Sonia Rykiel, Wolford, entre outras.

No que tange à categoria de acessórios de vestuário,¹¹⁷ o crescimento no longo prazo continuará a ser conduzido pelo consumo feminino. O comércio desses produtos movimentou US\$ 1,5 bilhão em 2010. As linhas de crescimento mais dinâmico nesse ano, com aumento de 6% no volume comercializado, foram as de cintos e cachecóis/lenços.¹¹⁸ Contudo, os chapéus/bonés e os cintos representaram os maiores valores de vendas em 2010, US\$ 521,1 milhões (33,9%) e US\$ 364,4 milhões (23,7%), respectivamente. Com o incremento de 7% no valor das peças no segmento em 2010, o comércio varejista se expandirá no médio prazo. Lojas especializadas e quiosques comercializando esses produtos a preços mais acessíveis devem surgir em centros comerciais e grandes supermercados, a exemplo do que ocorreu nos últimos anos no Brasil. As linhas de produtos de maior valor também devem registrar crescimento positivo. Estima-se que o segmento crescerá, em média, 4% ao ano entre 2011 e 2015.

O comércio de calçados, por sua vez, também foi significativamente afetado pela crise econômica na Rússia em 2009, quando as vendas no varejo retraíram-se em 35,9 milhões de pares.¹¹⁹ Contudo, nesse ano, a indústria doméstica produziu mais do que no ano anterior. Segundo a Russian Union of Tanning and Shoemaking (RSKO),¹²⁰ os fabricantes locais costumam aumentar a produção em períodos de crise uma vez que o mercado tende a adquirir menos internacionalmente. De fato, em 2009, as compras externas russas diminuíram 22% na medida em que os consumidores substituíam suas compras de produtos importados por marcas nacionais mais baratas. Apesar disso, a presença de importados no mercado russo continua a ser predominante. Em 2010, a produção nacional representou 15% do volume total de vendas ante os 85% representados pelos produtos importados. Os principais problemas para a expansão da produção nacional de calçados são os altos impostos, a abundância de mercadorias contrabandeadas, a escassez de trabalhadores qualificados e as dificuldades na obtenção de crédito. Muito embora a produção doméstica continue crescendo e tenha registrado incremento de 20% na comparação com 2009,¹²¹ em 2010, as importações já superaram as verificadas em 2008. A importação ilegal, todavia, permanece um grave problema haja vista representar uma proporção considerável dos produtos disponíveis domesticamente.

¹¹⁷ Aqui considerados artigos de vestuário masculino, feminino e infantil, tais como cintos, lenços, cachecóis, luvas, chapéus, gravatas e outros acessórios. Calçados e acessórios (meias e roupas íntimas), óculos e artigos de viagem são tratados à parte.

¹¹⁸ *Clothing accessories in Russia*. Sept. 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 8 dez. 2011.

¹¹⁹ *Footwear in Russia*. Sept. 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 7 dez. 2011.

¹²⁰ Russian Union of Tanning and Shoemaking (RSKO). Para mais informações, acesse: www.souzkogevnikov.ru.

¹²¹ Russia in figures 2011. *Basic indicators of organizations by kind of economic activity "manufacture of leather, leather products and footwear"*. Disponível em: www.infostat.ru. Acesso em: 8 dez. 2011.

A indústria calçadista russa compõe-se de 260 médias e grandes companhias das quais 50 representaram 90% do volume total fabricado em 2010. A maior parte da produção é de calçados masculinos haja vista a demanda constante das forças armadas do país. Nos últimos anos, o setor calçadista estabeleceu parcerias com fabricantes e investidores chineses para a instalação de novos processos produtivos em suas estruturas fabris. Como resultado, algumas linhas de produtos conseguiram se tornar competitivas domesticamente. É o caso do calçado masculino de couro, o qual representa uma ampla parcela das vendas locais. Para muitos fabricantes, a solução encontrada para baratear seus custos de produção foi deslocar suas plantas para a China. Uma vez que a maioria dos componentes utilizados na indústria russa de calçados já era importada do país, esta mudança se mostrou extremamente benéfica. Internamente, os consumidores russos respondem positivamente ao calçado chinês. A qualidade do produto tem melhorado e seu preço baixo lhe permite competir com sucesso na Rússia. O calçado chinês se tornou um produto confiável e os fabricantes de calçados locais e estrangeiros devem se adequar a essa nova realidade.

Movimento importante para o desenvolvimento do mercado calçadista na Rússia foi o surgimento nos centros populacionais mais maduros, como Moscou e São Petersburgo, de um grupo de consumidores mais sofisticados que percebiam os sapatos como atributos de imagem ou símbolos de condição social. Ao mesmo tempo, as classes médias urbanas afluentes passaram a demandar produtos com desenho e características diferenciadas. Esses grupos permitiram que o mercado se expandisse e que a indústria local adotasse padrões internacionais de qualidade. Atualmente, o comércio varejista russo de calçados é bastante fragmentado, com presença de redes nacionais e internacionais, com destaque para as cadeias Centrobuv TD ZAO¹²², Adidas, Nike, Reebok e Econika Obuv¹²³. Como o fator preço é determinante na decisão de compra do consumidor russo, a rede Centrobuv, voltada para o mercado de massa, lidera as vendas no segmento. Uma bota na loja pode custar apenas US\$ 30,00 (RUB 900,00). Importadores especializados no segmento entendem que é muito difícil competir com preços tão baixos e que a concorrência chinesa é uma barreira de entrada a novos fornecedores.¹²⁴

Uma tendência constatada no mercado é o ingresso de muitos importadores de calçados no comércio varejista. Nota-se que, além de trabalhar no atacado, alguns importadores estão estruturando redes de distribuição com lojas próprias, vendendo produtos diretamente ao consumidor final, o que implica um crescente interesse por parceiros comerciais que possam fornecer calçados com a marca própria dessas cadeias. Nesse processo, usualmente, é necessário adequar o calçado às peculiaridades do mercado no sentido de que os pés russos são mais fortes, mais largos e, em geral, com o tarso (peito do pé)

¹²² Para mais informações, acesse: www.centrobuv.ru.

¹²³ Para mais informações, acesse: www.econika.ru.

¹²⁴ “Франка”. Entrevista realizada em 15 de novembro de 2011 com seu diretor comercial, Sr. Shvedok Oleg. A empresa é especializada na importação e distribuição de calçados brasileiros. O produto comercializado por este importador situa-se na faixa de preço entre US\$ 66,00 (RUB 2.000,00) e US\$ 230,50 (RUB 7.000,00).

mais elevado. Nas mulheres, algumas características também precisam ser consideradas na fôrma de calçados, tais como o osso calcâneo (calcanhar) mais pronunciado e a tibia (canela) mais larga. Além disso, para otimizar as vendas, as embalagens devem indicar o padrão europeu de medidas. As medidas de calçados russas são um número menor do que as europeias, e os vendedores no comércio estão aptos a indicar essa diferença. Cabe destacar que mesmo os fabricantes que estabeleçam parcerias com importadores russos precisam levar em conta o valor aduaneiro dos produtos na liberação alfandegária para efeito de tributação.

Para o consumidor russo, o Brasil é um país associado ao verão. Essa percepção pode estimular as vendas de calçados próprios para essa estação, como sandálias e chinelos. De acordo com os importadores, entretanto, a diversidade da indústria calçadista brasileira lhe permite trabalhar com todas as linhas de produtos e em todas as faixas de preço, muito embora a China produza produtos semelhantes a preços menores. A escassez - ou o desconhecimento - de fabricantes brasileiros para a linha de calçados para o inverno, contudo, ainda é um entrave ao desenvolvimento das relações comerciais. Nessa linha, verifica-se a preferência por calçados com pele natural inteiriça (sem remendos). Em se tratando de botas femininas, os modelos de cano alto utilizando materiais distintos, como têxteis e peles, e detalhes, como fivelas e tiras, são uma tendência entre as consumidoras russas. Outros modelos, como as botas *ankle-boots* (cano baixo), também têm sido muito comercializados.

Em 2010, foram comercializados 200,6 milhões de pares de calçados no país, dos quais 27% foram calçados masculinos e 65%, calçados femininos. Desse total, 22% foram calçados esportivos. É interessante apontar que o consumidor russo não é afeito ao tênis branco. De fato, o comprador local prefere as variedades de tênis feitas de couro natural e na cor preta. Em geral, essa é a cor preferida do consumidor do sexo masculino e está relacionada à praticidade e ao preço desses produtos. Nota-se crescente interesse por modelos de tênis casuais, impróprios para a prática desportiva e designados, no Brasil, como *sapatênis*. Segundo estimativas do Euromonitor International, os volumes de vendas de calçados devem continuar registrando crescimento positivo no período 2011-2015. O volume de vendas de calçados infantis deve aumentar, em média, 9% ao ano no período, ao passo que as vendas dos demais calçados (femininos e masculinos adultos) devem crescer, em média, 6% ao ano. A feira mais tradicional do segmento de calçados na Rússia é a *Mosshoes*,¹²⁵ realizada durante o mês de janeiro em Moscou.

Entre os bens que compõem o complexo *Moda*, há de se ressaltar o forte aumento verificado nos anos recentes nas vendas de bijuterias e artigos de joalheria na Rússia. Embora tenha experimentado queda acentuada em 2009, o volume comercializado no segmento apresentava taxas médias de

¹²⁵ Disponível em: www.mosshoes.com.

crescimento anuais próximas aos 40% nos anos anteriores.¹²⁶ Em 2010, o consumo ainda não retornou ao nível verificado no pré-crise, mas as perspectivas são positivas, especialmente para as categorias de preço mais acessível, como as bijuterias, cujo mercado não foi severamente afetado pela conjuntura econômica adversa.

O segmento de bijuteria na Rússia divide-se em três categorias: aquelas de preço situado abaixo dos US\$ 16,50 (RUB 500,00),¹²⁷ comercializadas sobretudo em quiosques, estações de metrô e passagens subterrâneas; as de preço médio entre US\$ 16,51 (RUB 501,00) e US\$ 49,50 (RUB 1.500,00), vendidas em lojas de departamentos, supermercados, lojas especializadas e butikues; e as de preço entre US\$ 49,51 (RUB 1.500,00) e US\$ 132,00 (RUB 4.000,00), que se vendem em butikues exclusivas de marcas renomadas. As bijuterias situadas na faixa de preço médio são as que apresentam maiores possibilidades de expansão no médio prazo, haja vista a categoria de produtos mais baratos estar em risco de saturação. Em geral, a indústria doméstica é pequena e extremamente concentrada e, por isso, predominam os bens importados sobre os produtos nacionais. Contudo, um terço dos produtos disponíveis domesticamente é contrabandeado, principalmente da Turquia. Entre os produtos importados legalmente, 75% são oriundos da China. A empresa produtora líder, com participação de mercado de 12%, Etalon-Jenavi,¹²⁸ produz aproximadamente seis milhões de peças ao ano e as distribui por meio de cadeia própria com trezentos pontos de venda. Também caberia mencionar as fabricantes Jablonex¹²⁹ e Inesse M. Paris,¹³⁰ as quais, além de produtos próprios, comercializam inúmeras marcas importadas. O comércio varejista de distribuição também se expande em ritmo crescente, com destaque para as redes Accessorize, Colours & Beauty, Pur-Pur, Diva e Lady Collection¹³¹. O principal consumidor de bijuterias são mulheres entre 16 e 30 anos. No sul da Rússia, essas consumidoras buscam acessórios brilhantes e dourados. Nas regiões dos Urais, o estilo que procuram é mais modesto, tradicional. Aproximadamente 30% da bijuteria que se comercializa na Rússia seguem o estilo clássico, seguido dos estilos “glamour” e “étnica”. Os homens também consomem bijuteria e representam 10% desse mercado, preferindo produtos clássicos.¹³² Para fabricantes estrangeiros, a melhor forma de ingresso no mercado é por meio de um importador que compre os produtos e os redistribua aos varejistas domésticos. É muito importante contar com um sócio local com experiência em todo o processo de certificação e desembaraço aduaneiro. Ademais, faz-se necessário um grande investimento em publicidade para captar clientela.

¹²⁶ *El mercado de la bisutería en Rusia*. ICEX: Instituto Espanhol de Comercio Exterior. Disponível em: www.icex.es. Acesso em: 25 nov. 2011.

¹²⁷ Valores aproximados. Utilizou-se para efeito de cálculo a cotação de US\$ 1,00 = RUB 30,368.

¹²⁸ Para mais informações, acesse: www.etalon-jenavi.com.

¹²⁹ Para mais informações, acesse: www.jablonexmsk.ru.

¹³⁰ Para mais informações, acesse: www.inessemparis.com.

¹³¹ Para mais informações, acesse: www.accessorize.ru, www.coloursandbeauty.it, www.purpur.su, www.divarussia.ru e www.ladycollection.com.

¹³² Disponível em: www.marketcenter.ru.

Não há exposições específicas para o segmento de bijuteria na Rússia. Contudo, amplos espaços para esses produtos podem ser encontrados nas feiras Gifts-Expo – Podarki,¹³³ ConsumerExpo¹³⁴ e Buybrand,¹³⁵ essa última voltada para o mercado de *franchising*.

Em se tratando de artigos de joalheria, segundo informações da Association Guild of Russian Jewelers,¹³⁶ não houve alteração na quantidade ofertada em 2010, muito embora as vendas tenham registrado retração significativa no ano anterior. Todavia, os preços desses produtos registraram aumento de 10% no ano. Esse segmento também se divide em quatro categorias: os produtos de massa, com preço entre US\$ 150,00 e US\$ 300,00, que reúnem peças sem incrustações e leves (de 1-4 g); os produtos com preço entre US\$ 301,00 e US\$ 1.000,00, que englobam joias com pedras semipreciosas; os produtos com preços entre US\$ 1.001,00 e US\$ 10.000,00, que constituem o segmento *premium*; e os produtos com valores acima de US\$ 10.001,00, que representam o segmento de luxo, com peças incrustadas de pedras preciosas e trabalhadas. Qualquer uma dessas categorias, contudo, é considerada cara para o consumidor comum. No médio prazo, a expansão do segmento será conduzida pela demanda por produtos de massa, mais baratos, majoritariamente fornecidos por empresas russas, turcas chinesas e indianas. Também nesse segmento se constata grande presença de produtos contrabandeados, muito embora a maior parte da oferta seja genuinamente russa.

Na Rússia, a joalheria é uma atividade tradicional e a preocupação com a qualidade é um característica que a permeia desde os tempos soviéticos. Por isso, alguns importadores, apontam problemas para o posicionamento do produto brasileiro no país. Na visão desses compradores, apesar da joia brasileira possuir *design* incomparável, é um produto caro cuja qualidade precisa ser mais bem trabalhada.¹³⁷ Pelo menos uma marca brasileira, H. Stern, já está presente no mercado russo, com três lojas em diferentes centros comerciais de Moscou. Dissociada da imagem de brasilidade, a marca se posiciona no segmento de alta joalheria, competindo domesticamente com marcas europeias. Nas lojas da empresa, os próprios vendedores desconhecem a origem do produto. De fato, de acordo com os empresários entrevistados, uma estratégia de entrada nesse concorrido mercado é a de desvincular a imagem do produto do Brasil, tornando a marca global. Visando ao mesmo resultado, até mesmo empresas russas buscam parcerias com empresas europeias na distribuição de seus produtos. Regra geral, o consumidor russo das categorias de alta e média joalheria prefere os artigos importados, ao passo que os artigos nacionais são os mais consumidos na categoria de massa. A Rússia é quase autossuficiente na extração da

¹³³ Disponível em: www.gifts-expo.com.

¹³⁴ Disponível em: www.expoctr.ru.

¹³⁵ Disponível em: www.buybrand.ru.

¹³⁶ Association Guild of Russian Jewelers. Entrevista realizada em 11 de novembro de 2011 com seu presidente, Sr. Vadim Yachmenikhin.

¹³⁷ Gold of Brazil. Trata-se do representante do Instituto Brasileiro de Gemas e Joias (IBGM) na Rússia. A empresa está sediada em São Petersburgo e trabalha com nove fabricantes brasileiros. Entrevista realizada em 14 de novembro de 2011 com seu proprietário, Sr. Vladimir Poliakov.

matéria-prima para sua indústria joalheira. O país é o quinto maior produtor mundial de ouro e está entre os maiores produtores de prata e platina. Diferentemente do segmento de bijuterias, há grande produção de joias na Rússia, com cerca de oito mil empresas atacadistas e joalherias privadas, e a produção encontra-se, em sua maioria, concentrada na porção ocidental do país, ao redor dos centros urbanos mais dinâmicos. Destacam-se, nesse contexto, os fabricantes Almaz Holding, Estet, Russkiye Samotsvety, Adamas e Krastsvetmet.¹³⁸

Do Brasil, pouco se conhece acerca de sua indústria joalheira. Sabe-se, entretanto, que as melhores esmeraldas provêm do país. Há grande interesse entre os importadores por peças incrustadas com ametistas, alexandritas, prasiolitas (ou "ametista verde" como é comercialmente conhecida), turmalinas paraíbas, rubelitas ("turmalina rosa"), citrinos e ametrinos, pedras associadas à produção brasileira. Isso porque os consumidores russos apreciam joias com pedrarias em peças grandes e coloridas. Adoram, por exemplo, peças com pouco metal precioso, contendo uma grande ametista lapidada cercada de pequenos diamantes ou uma peça composta por diversas gemas diferentes coloridas. A apresentação da peça e o trabalho artesanal envolvido em sua confecção devem ser diferenciais para o produto brasileiro, uma vez que se trata de atributos importantes para a decisão de compra na Rússia. É importante informar que, sobre a importação de joias na Rússia incide um imposto aduaneiro de 15% somado aos 18% de IVA. Essas taxações, todavia, podem ser revistas com a entrada do país na OMC. Ademais, todos os produtos importados precisam ser certificados e todos aqueles que contenham pedras preciosas necessitam de um selo especial.

Os diamantes são, sem dúvida alguma, a variedade de pedra preciosa preferida pelos consumidores russos, seguidos pelas esmeraldas, safiras e rubis. Os anéis e os brincos são, nessa ordem, as variedades de peças mais procuradas. Os períodos de maior demanda são o ano novo, o Dia da Mulher, (8 de março), o Dia da Pátria e o Dia do Homem (23 de fevereiro). Os homens, por sinal, representam de 7% a 8% do mercado de artigos de joalheria e consomem, principalmente, anéis, correntes, braceletes, pingentes, abotoaduras e relógios. Destaca-se, no comércio varejista, a rede 585,¹³⁹ com mais de 350 lojas no país.

A mais importante feira do segmento na Rússia é a Junwex,¹⁴⁰ com edições em Moscou, São Petersburgo e Ecatimburgo. Outras feiras importantes são a New Russia Style,¹⁴¹ Yuvelir Vesna¹⁴² e

¹³⁸ A empresa Almaz Holding (www.almaz-holding.ru), além de fabricante, possui rede de distribuição própria com 180 pontos de venda na Rússia. Para as demais empresas, acesse: www.estet.ru, www.russam.ru (com lojas próprias em São Petersburgo), www.adamas.ru e www.krastsvetmet.ru.

¹³⁹ Para mais informações, acesse: www.zoloto585.ru.

¹⁴⁰ Disponível em: www.restec.ru/junwex.

¹⁴¹ Disponível em: www.rjexpert.ru / www.jewellerymoscow.com.

¹⁴² Disponível em: www.rosyuvelirexpo.ru.

Millionaire Fair.¹⁴³ Para especialistas, a exposição em eventos é a melhor forma de prospecção do mercado russo. Há que se ter em mente que a Rússia é um mercado que exige persistência, ou seja, retornar de uma feira sem negócios fechados não significa que a participação da empresa não tenha obtido êxito. Usualmente, os compradores russos veem as feiras como um espaço para conhecer o fabricante internacional e estabelecer um primeiro contato sem, necessariamente, fechar contratos.

Por fim, a Rússia é um dos maiores mercados mundiais de cosméticos e perfumaria. Na Europa, é o quarto maior mercado, atrás somente da França, Alemanha e Reino Unido. Segundo informações da Associação de Cosméticos e Perfumaria da Federação Russa,¹⁴⁴ em dez anos e mantida a atual conjuntura, esse segmento alcançará um volume de vendas próximo a US\$ 18 bilhões. Esse crescimento será, entretanto, desigual nas diversas regiões da Rússia. Enquanto os mercados de Moscou e São Petersburgo encontram-se próximos da saturação, o interior do país, e mais notoriamente as cidades de mais de um milhão de habitantes (*milionikis*¹⁴⁵) serão as responsáveis pela futura expansão. Em 2009, o volume comercializado de cosméticos e perfumaria foi de US\$ 12,5 bilhões.¹⁴⁶ Desse total, 17,4% são provenientes das vendas de artigos de perfumaria, seguidos de produtos para o cuidado dos cabelos, 16,4%, e de produtos cosméticos, 12,9%. Os produtos depilatórios e os protetores solares registraram o maior avanço no valor comercializado entre 2008 e 2009, de 19,8% e 16,8%, respectivamente.

A indústria doméstica russa dedica-se, principalmente, à fabricação de produtos destinados ao consumo de massa, ao passo em que o mercado de luxo é quase que exclusivamente abastecido por companhias internacionais. Ainda de acordo com dados da associação representativa do segmento na Rússia, mais da metade dos produtos consumidos no país é fabricada por empresas estrangeiras, muito embora o percentual de artigos importados nas vendas totais possa variar dependendo da categoria. Assim, por exemplo, somente 5% dos desodorantes vendidos no país são produzidos localmente, enquanto 50% dos produtos para o cuidado da pele são nacionais. As principais origens das importações russas são França e Alemanha, tradicionais líderes da indústria mundial nesse segmento. Todavia, o mercado russo ainda é muito protegido. Sobre os produtos de cosmética e perfumaria pesam impostos que encarecem seu preço final. Soma-se a isso o fato de que a legislação russa exige o cumprimento de uma série de normas de certificação e registro que envolve um trabalhoso trâmite burocrático. Com o objetivo de reduzir os custos de produção e tornarem-se mais competitivos, alguns fabricantes estrangeiros instalaram plantas produtivas ou adquiriram companhias locais russas.

¹⁴³ Disponível em: www.millionairefair.ru.

¹⁴⁴ Para mais informações, acesse: www.pcar.ru.

¹⁴⁵ Segundo a United Nations Population Division (UNPD), em 2009, as *milionikis* eram doze cidades: Chelyabinski, Kazan, Krasnodar, Nizhniy Novgorod, Novosibirsk, Omsk, Rostov-on-Don, Samara, Perm, Volgograd, Ufa e Ecaterimburgo.

¹⁴⁶ *Beauty and Personal care - Russia*. June 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 11 dez. 2011.

Em geral, o comportamento do consumidor russo difere daquele do consumidor médio europeu, caracterizando-se por uma maior propensão marginal ao consumo. Segundo estatísticas fornecidas pelo Euromonitor International,¹⁴⁷ a consumidora russa gasta em média 12% da sua renda com produtos nessas categorias. No caso dos cosméticos, isso se acentua, pois a sua utilização encontra-se bastante disseminada entre a população. Por esse motivo, campanhas publicitárias e promoção comercial intensa são fatores-chave para a conquista de clientes, uma vez que os consumidores russos costumam ser fiéis às marcas. O crescimento da classe média, ademais, aumentou a demanda por produtos mais sofisticados, tais como aqueles denominados *masstige* (de prestígio para as massas). Esses consumidores têm se orientado cada vez mais pela qualidade percebida nos produtos que adquirem do que pelo preço. Na categoria de cuidados pessoais, existe crescente interesse por produtos que aliem funções ativas múltiplas como, por exemplo, cremes hidratantes e xampus com filtro solar ou desodorantes com propriedades hidratantes. Na categoria de maquiagem, nota-se preferência por produtos para as áreas dos olhos e lábios. Os batons que valorizam o volume labial, por exemplo, se tornaram muito populares nos últimos anos. Os tons preferidos para esse produto são marrons, beges e roxos. Os pós faciais são comumente utilizados pelas consumidoras russas, mas, as bases, especialmente as líquidas, não se mostram adequadas aos tons de pele e, por isso, tem pouca demanda. A maioria das mulheres russas usa creme hidratante diariamente, assim como costuma utilizar produtos anti-idade antes dos 30 anos. Os homens na faixa etária entre 25 e 35 anos, por sua vez, são os principais usuários de xampus.¹⁴⁸ As perspectivas são positivas para produtos nas linhas voltadas ao público masculino, infantil (especialmente crianças de colo) e adolescente. Uma tendência percebida entre os fabricantes locais é a utilização de componentes naturais em suas fórmulas. A Kosmetica, por exemplo, lançou recentemente produtos elaborados a partir do leite de cabra, enquanto as empresas Green Mama, Kalima e a finlandesa Lumene, fabricam produtos a partir do princípio ativo de plantas.¹⁴⁹

O comércio varejista de produtos nesse segmento, por sua vez, se encontra em expansão. Os produtos destinados aos segmentos baixo e médio da população, além de serem comercializados em redes especializadas, também podem ser encontrados em supermercados, hipermercados e farmácias. O ingresso desses últimos pontos de venda na rede de distribuição do segmento de perfumaria e cosméticos é um movimento recente, surgido somente após a derrocada do regime comunista. As farmácias gozam da confiança do consumidor em razão da segurança que transmitem, uma vez que se crê que nesses locais somente se comercializam produtos benéficos à saúde. Estima-se que 70% dos consumidores russos demonstrem alguma preferência em adquirir produtos cosméticos nesses estabelecimentos. As principais

¹⁴⁷ *Colour Cosmetics in Russia*. June 2011. Disponível em: www.euromonitor.com. Acesso em: 11 dez. 2011.

¹⁴⁸ *El mercado de cosmética y perfumería en la Federación Rusa*. ICEX: Instituto Espanhol de Comercio Exterior. Disponível em: www.icex.es. Acesso em: 25 nov. 2011.

¹⁴⁹ Para mais informações, acesse: www.it-kosmetika.ru, www.greenmama.ru e www.lumene.ru.

redes de farmácias no país são 36.6, Pharmacor, Rigla, Imploziya, Vita, Biotek e Pervaya Pomoshch,¹⁵⁰ com destaque para a rede 36.6, que possui mais de mil pontos de venda na Rússia. No que concerne aos supermercados e hipermercados, onde ocorrem quase dois terços da distribuição em Moscou e São Petersburgo, destacam-se as cadeias Auchan, Marktkauf, Lenta, Citystore, Perekrestok (Moscou), Sezon (São Petersburgo), Vivat (Perm) e Alpi (na região da Sibéria).¹⁵¹ Entre as redes especializadas, destacam-se L'Étoile, L'Île de Beauté, Rive Gauche, Sephora, Douglas-Rivoli e Arbat Prestige.¹⁵²

Uma característica marcante da distribuição no mercado russo é a importância que possui as vendas diretas. Atualmente, as empresas que dominam esse canal são a sueca Oriflame e a estadunidense Avon. Todavia, ainda que pese o avanço da infraestrutura comercial na Rússia, a extensão territorial do país impossibilita a expansão de cadeias varejistas e centros comerciais a diversas regiões. Em muitas localidades, a venda direta é a única forma de atendimento da demanda.

Segundo dados fornecidos pelo Comtrade, o complexo *Moda* respondeu, em 2009, por 7,7% do total das importações da Rússia, ou seja, US\$ 13,1 bilhões. Entre 2004 e 2009, as compras russas de produtos nesse complexo cresceram, em média, 24%, variando, em valor, US\$ 8,7 bilhões. As importações de produtos brasileiros do complexo, em 2009, somaram US\$ 22,5 milhões e cresceram, entre 2004 e 2009, a uma taxa média anual de 0,7%, aumentando as importações em mais de US\$ 940 mil.

Os principais produtos do complexo *Moda* importados pelos Estados Unidos em 2009 foram *Outros calçados de couro natural* (SH 640399); *Outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados* (SH 330499); *Outros calçados de couro natural, cobrindo o tornozelo* (SH 640391); *Outros calçados de borracha ou plástico* (SH 640299); *Perfumes (extratos) e águas-de-colônia* (SH 330300); *Misturas de substâncias odoríferas utilizadas como matéria básica para indústrias alimentares ou de bebida* (SH 330210); *Outros calçados de borracha ou plástico, cobrindo o tornozelo* (SH 640291); *Calças, jardineiras, bermudas e "shorts", de algodão, de uso feminino* (SH 620462); *Outras preparações capilares*; e *Suéteres, pulôveres, coletes e artigos semelhantes, de malha, de algodão* (SH 611020). Esses dez SH6 representaram, no referido ano, 28% das importações russas.

Analisando os grupos de produtos importados, o grupo *Têxteis* correspondeu 50,5% das importações do complexo *Moda* em 2009, com crescimento médio, entre 2004 e 2009, de 24%. Os demais grupos de produtos importados, em 2009, foram *Higiene pessoal e cosméticos* (21,4%), *Calçados e suas partes* (17,3%), que apresentou a maior taxa de crescimento médio das importações no período, tendo

¹⁵⁰ Para mais informações, acesse: www.366.ru, www.rigla.ru, www.apteka-pp.ru, www.biotec.ru, www.pharmacor.ru e www.implozia.ru/drugstores.

¹⁵¹ Para mais informações, acesse: www.auchan.ru, www.marktkauf.ru, www.lenta.com, www.citystore.ru, www.perekrestok.ru e www.vivat-retail.ru.

¹⁵² Para mais informações, acesse: www.lettoile.ru, www.etoya.ru, www.rivegauche.ru, www.sephora.com, www.douglas.ru e www.arbat-prestij.com.

aumentado 49,1% em média, *Peles, peleteria e couros e seus artefatos (exceto calçados e suas partes), Material esportivo e Metais e pedras preciosas.*

Do Brasil, as importações russas concentram-se em *Outros calçados de couro natural (SH 640399)*, que compuseram 58,9% das importações do complexo, *Outros calçados de couro natural, cobrindo o tornozelo (SH 640391)* e *Outros calçados de borracha ou plástico (SH 640299)* os dois últimos somaram 21%, e os três, cerca de US\$ 18 milhões em 2009.

OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO MODA NA RÚSSIA

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A RÚSSIA

O único grupo de produtos com exportações incipientes para o qual há perspectiva de incremento das exportações brasileiras para a Rússia está listado na Tabela 22. Para a definição dessa oportunidade, foi levado em conta se, ao longo de seis anos (2004-2009), houve crescimento das importações totais do mercado do grupo de produtos. Ademais, para se ter certeza da capacidade do Brasil de aproveitar as oportunidades ainda não exploradas, considerou-se a especialidade ou não brasileira na exportação desses produtos e ainda se as pautas de importação da Rússia e de exportação do Brasil são complementares. A presença dessas mercadorias no país ainda é pouco significativa, muito embora se constate potencial para desenvolvimento.

Tabela 22 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes a desenvolver para a Rússia

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das importações da Rússia 2004 - 2009 (%)
Calçados	25	2.149.422.389	49,86

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

Merecem destaque, em razão do valor importado pelo país em 2009, as compras externas russas de *Outros calçados de couro natural, cobrindo o tornozelo (SH 640391)* e *Outros calçados de couro natural (SH 640399)*, as quais responderam por 56,2% do total importado entre os 25 produtos que compõem o grupo. Os calçados de couro natural representam uma excelente oportunidade para o Brasil, haja vista as características de compra do consumidor russo e as peculiaridades do clima no país *vis-à-vis* a capacidade da indústria brasileira nessa categoria. Há ainda oportunidades para *Calçados de borracha ou plástico, Calçados para esportes, Calçados impermeáveis* e *Calçados com a parte superior de matérias têxteis.*

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A RÚSSIA

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

As exportações denominadas *consolidadas* são aquelas em que a participação brasileira no mercado já é significativa, e o Brasil possui ritmo de crescimento igual ou superior à média verificada para os demais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é de manutenção do espaço já conquistado. Por outro lado, *em declínio* estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado russo e que nele vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de ser exploradas, porque o quadro 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. Apesar disso, a taxa de crescimento média das exportações brasileiras é inferior à verificada para seus concorrentes, e o país posiciona-se com uma fatia de mercado pouco relevante no país abordado. Isso denota que há algum elemento não determinado pela simples observação dos fluxos comerciais globais favorecendo nosso principal concorrente naquele mercado, tais como acordos comerciais.

A. Produtos brasileiros com presença “CONSOLIDADA” na Rússia

Na Tabela 23, indica-se o único grupo de produtos de exportações expressivas classificadas como *consolidadas* no mercado russo. Esse grupo reúne apenas um SH6: *Obras de tripa, de bexiga ou de tendões*. A participação brasileira nas compras russas desse produto é significativa nos anos da série em que houve exportações (2006-2009). Em 2008, as compras provenientes do Brasil representaram 81,7% da totalidade das importações russas do produto.

Tabela 23 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Rússia e presença consolidada e em declínio nesse país

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia em 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia em 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia em 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes brasileiros na Rússia entre 2004-2009 (%)	Principal concorrente brasileiro no mercado russo em 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia em 2009 (%)
Produtos do couro	1	151.583	90.920	5,62	59,98	-36,48	China	40,02

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

Não houve grupos de produtos identificados como *a consolidar* para o complexo *Moda* no mercado russo.

B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO” ou “DESVIO DE COMÉRCIO” na Rússia

Os produtos classificados como *em declínio* apresentaram US\$ 9,9 milhões em importações feitas pela Rússia e apenas US\$ 90,5 mil em exportações brasileiras para aquele mercado em 2009. Muito embora a posição do Brasil seja delicada em face do avanço registrado pelos concorrentes no mercado *vis-à-vis* à retração das exportações brasileiras àquele país, esses grupos de produtos merecem atenção por reunirem produtos com os quais a indústria brasileira tem estrutura para competir internacionalmente. A concorrência de preços asiática, contudo, é um obstáculo que precisa ser contornado. Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira - no sentido de conter o declínio - ou mesmo seu aumento no mercado russo. A contração mais sensível no período analisado (2004-2009) é registrada para as vendas externas brasileiras de *Couros e peles, incluídas as ilhargas, de bovinos ou de eqüídeos, preparados após curtimenta ou secagem, divididos, com a flor* (SH 410792), -27,1%, e *Cobertores e mantas, de algodão, não elétricos*, -18,8%. Os dois produtos representaram 80,4% do total importado pela Rússia dos grupos classificados como *em declínio* em 2009.

Tabela 24 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Rússia e presença em declínio e desvio de comércio nesse país

Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Rússia 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado russo 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Rússia
Couro	3	7.539.348	64.507	-30,59	0,86	21,71	Coréia do Sul	29,15	Em declínio
Confecções	2	2.394.521	25.966	-14,11	1,08	22,61	China	46,53	Em declínio
Higiene pessoal e cosméticos	3	111.699.628	128.767	-62,05	0,12	13,13	China	41,23	Desvio de comércio
Demais produtos textéis	3	1.002.203	44.446	21,67	4,43	63,02	China	37,41	Desvio de comércio

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

Os produtos agrupados na classificação *desvio de comércio*, por sua vez, apresentaram, em 2009, US\$ 112,7 milhões em importações russas, e US\$ 173,2 mil em exportações brasileiras. Destaque para as compras russas de *Dentífrícios*, representativas de 97% do total importado desses grupos. Ainda que pese esse percentual, em 2009, o Brasil não exportou o produto para a Rússia, muito embora, em 2007, um quarto do valor comprado internacionalmente pelo país tenha tido como origem o Brasil. Essa queda pode ser motivada por mudanças produtivas nas multinacionais que operam o mercado internacional do produto e que, por questões logísticas e de custo, tenham optado por exportar a partir da China e não do Brasil.

Cabe destacar, ainda, a significativa participação brasileira no mercado, em 2009, de *Óleo essencial de laranja* (37,9%).

Em se tratando do grupo *Demais produtos têxteis*, em 2009, houve exportações brasileiras apenas de *Abacá (cânhamo de manilha) em bruto*, que representou 10,9% do total importado pela Rússia do produto no ano. Contudo, o Brasil também já foi origem de um quarto das compras externas russas. Sabe-se que o Brasil é competitivo na produção de fibras têxteis, e identificar as barreiras que impedem a consolidação dessas exportações no país é fundamental para permanência e aumento da participação brasileira no país.

TECNOLOGIA E SAÚDE / ENTRETENIMENTO / MULTISSETORIAL E OUTROS

Nesta seção apresentam-se os produtos relacionados aos complexos *Tecnologia e Saúde*, *Entretenimento* e aqueles classificados como *Multissetorial e Outros*. Esse último reúne os grupos de produtos que podem ser incluídos em mais de um complexo ou em algum outro complexo não contemplado anteriormente.

Com uma área de mais de 17 milhões de quilômetros quadrados, quase duas vezes maior do que os Estados Unidos, a Rússia é um país com inúmeras riquezas minerais. O país é responsável por 12% da produção mundial de petróleo, um quarto da produção global de gás e um quinto das de níquel e de cobalto. É o segundo maior produtor mundial de alumínio e o quarto de aço. Possui, ainda, reservas particularmente significativas de carvão, minério de ferro, minerais não ferrosos, ouro, platina e diamantes. A abundância desses recursos permitiu que o país desenvolvesse uma diversificada indústria mineradora. A atividade é dominada por grandes companhias que, nos anos recentes, se aproveitaram dos lucros inesperados oriundos do aumento internacional dos preços das *commodities*, em especial do petróleo e dos metais, para comprar ativos subvalorizados na Rússia e em outras regiões.

Apesar dos inúmeros atrativos, a Rússia representa um desafio para empresas mineradoras. Os trâmites burocráticos, somados ao significativo investimento necessário, representam grandes barreiras de entrada no setor, especialmente para companhias estrangeiras. Esses aspectos oneram as operações de mineração no país. Legalmente, o Estado russo é proprietário de todos os veios minerais existentes, e permissões de exploração comercial são concedidas para o usufruto dessas áreas. Em abril de 2008, ademais, o presidente Vladimir Putin assinou uma lei restringindo o investimento estrangeiro em setores considerados de importância estratégica.¹⁵³ Entre outras áreas, como defesa, tecnologia e geração de

¹⁵³ *Russian Law News. Law on Strategic Foreign Investments.* March 2009. Disponível em: www.russianlaws.com/newsdetail.aspx?news=7054. Acesso em: 5 nov. 2011.

energia nuclear, a lei define que certos veios minerais são estratégicos para o país e inclui, entre outros, os depósitos de platina, níquel, cobalto, urânio, diamante e grandes reservas de ouro e carvão. A lei se aplica quando o investidor (ou grupo de investidores) tem controle direto ou indireto de mais de 10% dos votos do conselho deliberativo da companhia. Conjuntamente, foi criada a Governmental Commission for Control Over Foreign Investments in Russia, que deve fiscalizar a aplicação dessa lei.¹⁵⁴

Para se ter uma ideia da importância da mineração para o país basta analisar a participação dessas atividades no total produzido anualmente pela indústria russa. A extração de combustíveis fósseis, a geração de energia e a metalurgia representam 35% desse total, ao passo que 25% estão relacionados à distribuição elétrica e à indústria alimentícia. A produção de bens de consumo e de produtos de alta tecnologia representa uma pequena parcela da produção industrial, bem como a indústria leve, incluída a têxtil, que responde por montante insignificante do total produzido anualmente.

Em relação à exploração petrolífera, a Rússia possui entre 5% e 6% das reservas mundiais comprovadas de petróleo. Em 2010, foram produzidos 502 milhões de toneladas de óleo bruto de petróleo no país ante os 471 milhões de toneladas extraídos pelo segundo maior produtor mundial, a Arábia Saudita.¹⁵⁵ A maior parte das reservas petrolíferas está localizada na Sibéria Ocidental, entre os Montes Urais e o platô siberiano, mais especificamente nos campos de Priobskoye, Prirazlomnoye, Mamontovskoye, Malobalykskoye e Surgut.

Todavia, existem também algumas importantes áreas de exploração petrolífera na porção oriental do país. É o caso da ilha Sakhalin, ao norte do Japão, responsável por 25% da produção atual. No longo prazo, as reservas inexploradas na Sibéria Oriental, no mar Cáspio e na própria ilha de Sakhalin desempenharão um papel mais relevante na exploração petrolífera. De acordo com o *Oil and Gas Journal*,¹⁵⁶ as reservas comprovadas de petróleo na Rússia estão estimadas em 60 bilhões de barris. A produção está em poder de empresas domésticas que se consolidaram após a privatização do setor, ocorrida em seguida ao colapso da União Soviética. A estatal Rosneft of Yuganskneftegaz (YNG)¹⁵⁷ é a maior exploradora de petróleo no país e a maior petrolífera de capital público no mundo, posição conquistada após a aquisição dos ativos da Yucos. A segunda maior empresa exploradora, a Lukoil Oil Company,¹⁵⁸ é responsável por 2,2% da produção mundial do produto. Os oleodutos de distribuição são monopólio do Estado e estão sob a responsabilidade da Transneft¹⁵⁹. Desde o ano 2000, os prospectos positivos para o desenvolvimento do setor têm atraído investimentos de diversas companhias estrangeiras, como a Shell, a

¹⁵⁴ Para mais informações, acesse: www.government.ru/eng/gov/agencies/8.

¹⁵⁵ *Key World Energy Statistics* 2011. International Energy Agency. Disponível em: www.iea.org. Acesso em: 20 dez. 2011.

¹⁵⁶ Para mais informações, acesse: www.ogj.com.

¹⁵⁷ Para mais informações, acesse: www.rosneft.com.

¹⁵⁸ Para mais informações, acesse: www.lukoil.com.

¹⁵⁹ Para mais informações, acesse: www.transneft.ru.

British Petroleum, a ConocoPhillips e a Exxon Mobil. Usualmente, o ingresso de companhias estrangeiras no mercado russo tem sido feito por meio de acordos com operadores locais, particularmente a Rosneft. O país possui ainda quarenta refinarias com capacidade de processar 5,4 milhões de barris de petróleo diariamente. A maior delas, o complexo de Angarsk é controlada pela estatal Rosneft.

As operações de extração e distribuição de gás natural, por sua vez, são majoritariamente conduzidas pela gigante estatal Gazprom,¹⁶⁰ responsável pela exploração de um terço das reservas mundiais do produto. A produção de gás atingiu 651 bilhões de metros cúbicos em 2007,¹⁶¹ dos quais 85% foram prospectados pela estatal. Os lucros oriundos da exportação de gás permitem o subsídio ao preço do produto no mercado doméstico, os quais perfazem apenas 20% das tarifas comumente praticadas internacionalmente. Companhias independentes podem ter dificuldade de se expandirem no mercado, uma vez que a Gazprom é responsável também pelos gasodutos do país.

A abundância de gás natural se reflete na composição da matriz energética russa. As termoelétricas representam 67% da geração de energia, enquanto as hidroelétricas respondem por 17%, e a participação da energia nuclear no total da energia produzida é de outros 16%. No tocante à energia nuclear, cabe destacar que a maioria do equipamento utilizado nas usinas geradoras é obsoleta, segundo os padrões ocidentais. Sabe-se que 12 dos 30 reatores nucleares utilizados atualmente no país são do mesmo modelo (RBMK) daquele que explodiu em Chernobyl, e nove das plantas nucleares têm mais de 26 anos de utilização. A geração e distribuição de energia são de responsabilidade da estatal United Energy System (UES)¹⁶² e de outras setenta companhias de energia regionais (*energós*). Embora a distribuição e a transmissão de energia sejam consideradas estratégicas e devam continuar sob a responsabilidade do Estado, desde 2006, a UES tem reorganizado sua estrutura e vendido alguns de seus ativos. Essas privatizações atraíram importantes empresas estrangeiras, como a italiana Etel e a alemã E.ON, para o setor de geração de energia na Rússia.

O segmento de metalurgia é dominado por grandes companhias que atuam de forma integrada, com estruturas produtivas muito verticalizadas. A maioria das empresas desse segmento possui minas de carvão e de minério de ferro para abastecer de matéria-prima as suas siderúrgicas. Sobre isso, constata-se que os maiores depósitos de carvão na Rússia, que possuía a segunda maior reserva mundial, estão localizados no extremo norte do país, onde a extração do minério é a principal fonte de energia e emprego. O segmento é dominado por cinco grandes empresas, responsáveis por 66% da receita total gerada e pela maior parte da consolidação por meio de aquisições verificada nos últimos anos no setor. A maior delas, a

¹⁶⁰ Para mais informações, acesse: www.gazprom.com.

¹⁶¹ *Russia: Country Profile* 2008. The Economist Intelligence Unit. Disponível em: www.eiu.com. Acesso em: 2 dez. 2011.

¹⁶² Para mais informações, acesse: www.rao-ees.ru/en.

Severstal,¹⁶³ alcançou receita de US\$ 22,4 bilhões, em 2008, e adquiriu diversas companhias nos Estados Unidos, entre elas a Sparrows Point, Esmark e WCI Steel. Em seguida, nesse mesmo ano, está a Evraz,¹⁶⁴ com receita de US\$ 20,4 bilhões, que recentemente adquiriu a Claymont Steel (EUA) e IPSCO (Canadá). Por último, destacam-se a Norilsk Nickel,¹⁶⁵ com receita de US\$ 13,98 bilhões, a NLMK - Novolipetsk Steel,¹⁶⁶ com US\$ 11,7 bilhões, e a Magnitogorsk,¹⁶⁷ com US\$ 10,6 bilhões. A empresa Norilsk Nickel destaca-se, ainda, por responder por um terço da produção mundial de níquel e 40% da de platina.

Outras importantes companhias mineradoras russas incluem a gigante Almazly Rossii-Sakha, responsável por um quarto da produção mundial de diamantes e a Russian Aluminium, detentora de 12% e 13% da produção mundial de alumínio. Importância também deve ser dada à mineração de potássio e de outros minerais utilizados na indústria de fertilizantes.

No setor de entretenimento, o principal incentivo para o aumento na demanda por itens esportivos nos próximos anos será a realização de importantes eventos: os Jogos Olímpicos Universitários de 2013, em Kazan; as Olimpíadas e Paraolimpíadas de Inverno de 2014, em Sochi; e a Copa do Mundo de Futebol de 2018.

Em relação ao setor de tecnologia, cabe destacar que atualmente a Rússia representa o mercado mais dinâmico da Europa, de acordo com informações do Euromonitor. A dimensão continental do país favorece o aumento da demanda por produtos e serviços ligados ao setor de tecnologia e, embora o mercado para esse segmento seja oficialmente liberalizado, poucas são as empresas que atuam no setor, pois o Estado ainda mantém uma forte influência e detém parte considerável do capital de muitas dessas empresas. O mercado de telefonia russo alcançou, nos últimos anos, a quase saturação no segmento de telefonia e, atualmente, as melhores oportunidades estão ligadas aos segmentos de telefonia móvel, de serviços ligados ao setor, de internet móvel e de comunicação por vídeo. Embora haja cerca de 120 empresas ligadas ao setor de telefonia móvel na Rússia, somente três empresas possuem licença para oferecer cobertura nacional. Essas empresas são a MTS, com 34% do mercado, a VimpelCom (Beeline), com 26% do mercado, e a MegaFon, com 23% do mercado. Destaca-se que, devido ao tamanho de seu território, muitas regiões na Rússia não contam com redes de telefonia móvel e que as ligações de algumas dessas redes locais podem ser mais caras do que as chamadas internacionais. Apesar disso, a aquisição de telefones celulares aumentou rapidamente entre 2004 e 2009. Desde 2006, o mercado de telefonia móvel da Rússia é o quarto maior do mundo pelo número de assinantes, atrás somente de China, Índia e Estados Unidos.

¹⁶³ Para mais informações, acesse: www.severstal.com/eng/index.phtml.

¹⁶⁴ Para mais informações, acesse: www.evraz.com.

¹⁶⁵ Para mais informações, acesse: www.nornik.ru/en.

¹⁶⁶ Para mais informações, acesse: www.nlmggroup.com/en/home.aspx.

¹⁶⁷ Para mais informações, acesse: <http://eng.mmk.ru>.

Já o mercado de telefonia fixa é dominado pela empresa Svyazinvest e por suas subsidiárias regionais. Em 2009, somente 59,6% dos lares russos possuíam acesso a uma linha fixa de telefone. Percebe-se também um forte aumento do número de lares com acesso à internet. Em 2004, somente 1,9% dos lares russos contavam com esse serviço; já, em 2009, esse percentual aumentou para 31,8%, posicionando a Rússia em 36º lugar de *ranking* de lares com acesso à internet.

A Rússia apresenta ainda o maior e mais dinâmico mercado para serviços de televisão da Europa Central e Oriental. Os canais abertos e pagos estão amplamente disponíveis para acesso via cabo, via satélite e por IPTV (Internet Protocol Television). Ressalta-se que 41,7% dos lares russos recebem sinais de televisão via cabo e que o gasto médio das famílias com esses serviços e com equipamentos é de US\$ 87. O governo tem dado especial atenção para o desenvolvimento de indústrias e prestadores de serviços ligados aos segmentos de tecnologia e comunicação, com o intuito de promover o desenvolvimento do setor.

O complexo *Multissetorial e Outros* representou, em 2009, 8,7% do total importações da Rússia, ou seja, US\$ 14,8 bilhões. Entre 2004 e 2009, o complexo registrou crescimento médio de 12,4%, variando, em valor, consideráveis US\$ 6,6 bilhões. Os principais produtos importados pela Rússia desse complexo, em 2009, foram *Papel e suas obras, Demais produtos metalúrgicos, Petróleo e derivados de petróleo e Produtos laminados planos de ferro ou aço*. Esses quatro grupos de produtos representaram 74% das importações russas do complexo *Multissetorial e Outros*.

O complexo *Entretenimento*, que reúne principalmente material esportivo, representou, em 2009, 0,4% do total comprado pela Rússia do mundo, ou seja, US\$ 644,8 milhões. A importação é dividida em três subgrupos: *Instrumentos musicais*, 9% de participação nas importações do complexo e 24% de crescimento médio no período 2004-2009; *Material esportivo*, 76% das importações e 12% de crescimento médio no período; *Obras de arte*, 15% das importações e 65% de crescimento médio. Entre 2004 e 2009, essas importações cresceram, em média, 16%, variando em US\$ 337,4 milhões.

Por fim, as importações da Rússia do complexo *Tecnologia e Saúde* somaram US\$ 18,7 bilhões em 2009, o equivalente a 11% do total que o país importou do mundo. Entre os produtos comprados pelo país, esses se enquadram em cinco subgrupos: *Demais produtos químicos, Instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes, peças, Produtos farmacêuticos* (45% do total importado do complexo em 2009), *Produtos químicos inorgânicos e Produtos químicos orgânicos*. Entre 2004 e 2009, as importações russas cresceram a uma taxa média de 20% ao ano, variando em US\$ 11 bilhões.

**OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DOS COMPLEXOS TECNOLOGIA E SAÚDE,
ENTRETENIMENTO E MULTISSETORIAL E OUTROS NA RÚSSIA**

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA A RÚSSIA

Nos complexos *Entretenimento, Tecnologia e Saúde e Multissetorial e Outros* foram identificadas oportunidades no mercado russo para produtos brasileiros que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo *incipiente*, que designa os produtos com essas características. Oito grupos de produtos foram selecionados a partir desses filtros e estão listados da Tabela 25.

Tabela 25 - Grupos de produtos brasileiros com exportações incipientes a desenvolver para a Rússia

Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das importações da Rússia 2004 - 2009 (%)
Brinquedos	15	417.533.915	17,88
Demais produtos de borracha e suas obras	63	780.557.869	18,82
Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	14	351.725.265	6,29
Demais produtos metalúrgicos	121	2.830.543.994	16,47
Fio-máquinas e barras de ferro ou aço	27	212.536.087	0,73
Material esportivo	30	490.732.849	11,91
Produtos farmacêuticos	31	8.509.911.312	24,39
Produtos químicos inorgânicos	182	2.147.958.912	9,73

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

Em relação ao grupo de produtos farmacêuticos, a Rússia importou, em 2009, US\$ 8,5 bilhões em 31 tipos de produtos distintos (SH6), com especial destaque para *Outros medicamentos contendo produtos misturados, para fins terapêuticos ou profiláticos, em doses, para venda a retalho; Anti-soros; Outras frações do sangue; Produtos imunológicos modificados, mesmo obtidos por via biotecnológica; Medicamentos contendo alcalóides ou seus derivados, mas não contendo hormônios nem antibióticos, em doses, para venda a retalho; Outros medicamentos contendo outros hormônios ou derivados, mas não antibióticos, em doses, para venda a retalho; Medicamento contendo outros antibióticos, em doses, para venda a retalho e Medicamentos contendo insulina, mas não antibióticos, em doses, para venda a retalho.*

Destaca-se ainda o grupo *Demais produtos metalúrgicos*, especialmente os itens *Outras obras de ferro ou aço; Construções e suas partes, de ferro fundido, ferro ou aço; Portas e janelas, e seus caixilhos, alizares e soleiras, de ferro fundido, ferro ou aço; e Outros artefatos de uso doméstico e suas partes, de aços inoxidáveis.* E ainda o grupo *Demais produtos de borracha e suas obras*, pelo crescimento das importações russas no período analisado.

PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA A RÚSSIA

As exportações dos grupos de produtos apresentados nas Tabelas 26 e 27 foram classificadas como *expressivas*, indicando que as exportações brasileiras desses setores já atingiram um maior grau de maturidade e participação no mercado importador analisado, que são mais constantes ao longo do tempo e que já possuem participação no país minimamente significativa.

Para esse complexo, as exportações *expressivas* foram classificadas em *a consolidar*, *consolidadas*, *em declínio*, *em risco* e *desvio de comércio*.

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

Por outro lado, nas exportações classificadas como *em declínio* estão os produtos que nunca chegaram a conseguir se estabelecer no mercado russo e que nele vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem exploradas, porque o quadro 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. Já as exportações classificadas como *desvio de comércio* dizem respeito à situação em que o desempenho de um concorrente é melhor do que o do Brasil, ainda que o Brasil seja especialista na exportação do produto e o concorrente não. Nesse caso, é preciso averiguar o que causa o desvio antes de se investir no mercado.

A. Produtos brasileiros com presença “CONSOLIDADA” ou “A CONSOLIDAR” na Rússia

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* e *consolidados* estão listados na Tabela 26. Entre os produtos *a consolidar*, pode-se destacar *Demais produtos metalúrgicos*, cujo valor importado pela Rússia, em 2009, foi de US\$ 143,3 milhões, e cujo valor exportado pelo Brasil para aquele mercado foi de US\$ 8,3 milhões no referido ano. Destaca-se ainda o grupo *Produtos químicos orgânicos*, pela taxa média de crescimento do Brasil no mercado russo entre 2004 e 2009, que foi de 22,42%.

Tabela 26 - Grupos de produtos brasileiros com exportações *expressivas* para a Rússia e presença *a consolidar, consolidada e em declínio* nesse país

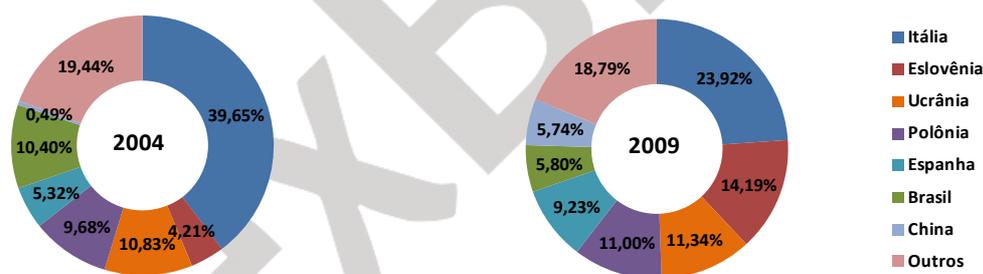
Grupos de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia em 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia em 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia em 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes brasileiros na Rússia entre 2004-2009 (%)	Principal concorrente brasileiro no mercado russo em 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia em 2009 (%)	Classificação
Colas e enzimas	1	104.382.358	3.204.317	6,78	3,07	34,11	China	68,77	A consolidar
Demais produtos metalúrgicos	3	142.324.620	8.254.369	1,91	5,80	15,68	Itália	23,92	A consolidar
Demais produtos de borracha e suas obras	1	1.390.582	551.243	84,92	39,64	-12,88	França	24,79	Consolidadas
Produtos laminados planos de ferro ou aço	12	148.605.950	2.117.722	-14,80	1,43	27,26	Taiwan	24,28	A consolidar
Produtos químicos orgânicos	11	115.995.546	8.995.823	22,42	7,76	32,39	China	35,86	A consolidar

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

Há oportunidades para *Outros fios de ferro ou aços não ligados; Aparelhos para cozinhar e aquecedores de pratos, de uso doméstico, de ferro fundido, ferro ou aço, a combustíveis gasosos ou a gás e outros combustíveis; e Partes de aparelhos para cozinhar e de aquecedores, de uso doméstico, de ferro fundido, ferro ou aço, não elétricos*. Nesse grupo de produtos, os aparelhos para cozinhar e aquecedores de pratos de uso doméstico foram os itens mais importados pela Rússia em 2009, respondendo por 93% do total importado. O Gráfico 28 mostra os principais fornecedores para a Rússia em 2009 e sua posição no mercado russo em 2004.

Gráfico 28 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Demais produtos metalúrgicos* para a Rússia (2004 e 2009)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

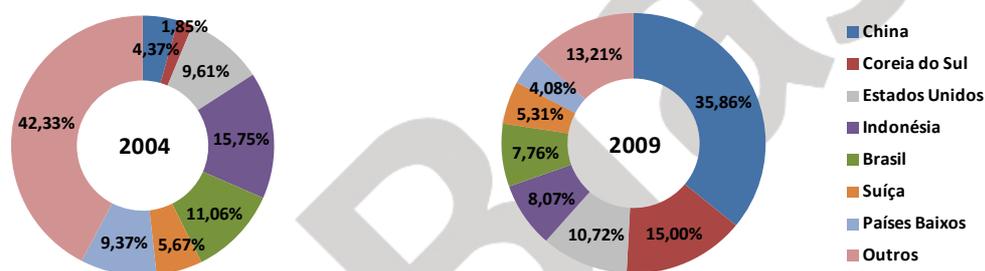
A partir da análise do Gráfico 28, percebe-se que Eslovênia, Ucrânia, Polônia, Espanha e China ganharam mercado, comparando-se os anos 2004 e 2009, deslocando a Itália, que era o principal fornecedor desses produtos para a Rússia no primeiro ano analisado. Vale ressaltar que a Rússia havia importado US\$ 72,2 milhões em produtos desse grupo em 2004 e que esse valor subiu para US\$ 142,3 milhões em 2009, revelando uma taxa média de crescimento de 14,53% na importação desses produtos. O

Brasil permaneceu como o sexto maior fornecedor dos produtos desse grupo para a Rússia, tanto em 2004 quanto em 2009, e, embora tenha diminuído sua parcela de mercado em comparação com o demais fornecedores, ampliou o valor de sua participação de US\$ 7,5 milhões, em 2004, para US\$ 8,3 milhões em 2009, com taxa média de crescimento de 1,91%.

Em 2009, para esse grupo, foram registradas 19 empresas brasileiras exportadoras para a Rússia, as quais eram predominantemente empresas de grande porte e que apresentavam baixo índice de concentração no valor total de vendas desses produtos para a Rússia.

Com relação ao grupo *Produtos químicos orgânicos*, foram encontradas oportunidades para *Lisina e seus ésteres e sais*; *Lecitinas e outros fosfoaminolipídios*; *rutosídeo (rutina) e seus derivados*; *Ácido glutâmico e seus sais*; *Ácido láctico, seus sais e ésteres*; *Outros alcalóides vegetais, naturais ou reproduzidos por síntese, seus sais, ésteres e outros derivados*; *Metilisobutilcetona*; *Outros álcoois ciclânicos, ciclênicos e cicloterpênicos e seus derivados halogenados, sulfonados, nitrados ou nitrosados*; *Outras lactamas*; *Fenproporex e seus sais*; e *Outros compostos de função nitrila*. No Gráfico 29 estão evidenciados os principais fornecedores desses produtos em 2009 e a sua posição no mercado russo em 2004.

Gráfico 29 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Produtos químicos orgânicos* para a Rússia (2004 e 2009)



Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A análise do Gráfico 29 demonstra que, comparando-se os anos 2004 e 2009, pode-se perceber que China, Coreia do Sul e Estados Unidos ampliaram sua participação no mercado russo, diminuindo a presença dos demais países que eram os principais fornecedores em 2004. A Rússia, que havia importado US\$ 29,5 milhões em produtos desse grupo em 2004, importou, em 2009, US\$ 116 milhões, revelando taxa média de crescimento das importações dessas mercadorias de 31,43%. Os três principais fornecedores de 2009 foram os que apresentaram as maiores taxas médias de crescimento no período analisado. O Brasil, que foi o terceiro maior fornecedor em 2004, passou a ser o quinto maior fornecedor em 2009, embora, em valor, tenha ampliado sua participação de US\$ 3,2 milhões para US\$ 9 milhões, revelando taxa média de crescimento de 22,42%.

Em 2009, apenas oito empresas brasileiras exportaram os produtos desse grupo para o mercado russo. Essas empresas eram predominantemente de grande porte e não se percebe concentração no valor total de vendas desses produtos para a Rússia.

B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO”, “EM RISCO” ou “DESVIO DE COMÉRCIO” na Rússia

Os produtos agrupados nessas classificações apresentaram US\$ 105,6 milhões em importações russas e US\$ 19,5 milhões em exportações brasileiras para a Rússia em 2009. Muito embora a posição do Brasil encontre-se em situação desfavorável, seja por estar em declínio ou em risco, sobretudo quando comparada ao avanço registrado para os demais concorrentes no período analisado, tais grupos de produtos merecem atenção por apresentarem significativo valor importado pela Rússia.

Tabela 27 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para a Rússia e presença em declínio, em risco e desvio de comércio nesse país

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações da Rússia 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para a Rússia 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para a Rússia 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações da Rússia 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil na Rússia 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado russo 2009	Participação do principal concorrente nas importações da Rússia 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para a Rússia
Ferros-ligas	1	24.515.533	16.972.841	80,30	69,23	239,92	Canadá	27,01	Em risco
Instrumentos, apars. de ótica, precisão, partes, peças	3	45.793.414	1.123.238	-20,56	2,45	6,46	República Eslovaca	19,25	Em declínio
Demais produtos químicos	5	35.356.484	1.411.755	-0,23	3,99	7,36	Alemanha	27,19	Desvio de comércio

Fonte: Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Nota: *taxa média anual de crescimento.

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



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

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

- 1) a contribuição de cada grupo de produtos para o crescimento das importações totais do mercado-alvo *ou* das exportações brasileiras para esse mercado;
- 2) o crescimento médio das importações totais do mercado *ou* das exportações brasileiras do grupo de produtos.

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

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

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

- O posicionamento do Brasil em relação a seus concorrentes em cada grupo de produtos. Isso é verificado por meio da análise da participação brasileira e do principal concorrente nas importações do mercado-alvo no último ano do período considerado e do crescimento médio das exportações brasileiras em relação ao crescimento médio das exportações dos concorrentes.

- A especialização do Brasil na exportação de produtos daquele grupo em relação à especialização exportadora do principal concorrente, definida a partir do cálculo da Vantagem Comparativa Revelada (VCR) de cada país.¹⁶⁸

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.

Um grupo de produto está *em declínio* se não há diferença de especialização na exportação entre o Brasil e o principal concorrente ($VCR_{BR} > 1$ e $VCR_{Conc.} > 1$ ou $VCR_{BR} < 1$ e $VCR_{Conc.} < 1$) e a variação média das exportações brasileiras é negativa. A situação de declínio também acontece quando, ao mesmo tempo, o crescimento das exportações do Brasil é positivo, porém inferior a 15%,¹⁶⁹ 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

¹⁶⁸ 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.

¹⁶⁹ 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*.

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

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

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 subgrupo mais do que a média e que foram mais exportados no último ano do que na média dos últimos três anos são considerados mais determinantes para o desempenho positivo do subgrupo.

Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações incipientes

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

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

Em relação ao dinamismo, um grupo de produtos pode estar *em decadência*, apresentar *baixo dinamismo*, *dinamismo intermediário*, ser *dinâmico* ou *muito dinâmico*. Apenas os grupos dinâmicos e muito dinâmicos prosseguem na análise. Para eles, é calculada a vantagem comparativa do Brasil, com o objetivo de avaliar se a economia brasileira tem oferta exportável para entrar no mercado-alvo com determinado grupo de produtos. Os grupos de produtos em que o Brasil tem VCR acima de 0,7 são classificados como *a desenvolver*, ou seja, são aqueles em que o Brasil apresenta maiores chances de abertura de mercado.

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

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

EM MOSCOU

Câmara Brasil-Rússia de Comércio, Indústria e Turismo

Úlista Staraya Basmanaya 23/9,

107066, Moscow, Russia

Tel./Fax: +7 (495) 267-9866

Contato: Valeria MelnikGlauco Magalhães (Diretora)

E-mail: valeria@brasil-russia.org.br ou deaflava@gmail.com

Site: <http://www.brasil-russia.org.br>

Câmara de Comércio e Indústria da Federação Russa

St. Ilyinka, 6,

109012, Moscow, Russia

Tel.: +7 (495) 620-0009

Fax: +7 (495) 620-0360

E-mail: tpprf@tpprf.ru

Site: <http://www.tpprf.ru/en>

Centro de Negócios Apex-Brasil

Presnenskaya nab., 10, Block C, Office 445

123317, Moscow, Russia

Tel.: +7 (495) 967-7901

Expediente: de segunda a sexta, das 10h às 18h

E-mail: almir.americo@apexbrasil.com.br ou yulia.mikaleva@apexbrasil.com.br

Site: <http://www.apexbrasil.com.br>

Consulado Honorário do Brasil em São Petersburgo

Naberezhnaya Reki Moiki, 75, 190000, Saint Petersburg, Russia

Staro-Petergofskij prospect, 19, 198020, Saint Petersburg, Russia

Tel.: +7 (812) 703-74-58, 332-6102

Fax.: +7 (812) 326-66-77, 332-6251

E-mail: bolloev@baltika.ru

Embaixada Brasileira

Rua Bolshaya Nikitskaya, 54,

121069, Moscow, Russia

Tel.: +7 (495) 363-03-66

Fax: +7 (495) 363-03-67

Expediente: de segunda a sexta, das 10h às 18h

E-mail: brasrus@brasemb.ru

Site: <http://www.brasemb.ru>

Seção Consular

Tel.: +7 (495) 363-03-69

Fax: +7 (495) 363-03-67

E-mail: consulado@brasemb.ru

Setor de Promoção Comercial - Secom

Tel.: +7 (495) 363-0366 доб. 245

Fax: +7 (495) 290-5803, 363-0367

E-mail: secom@brasemb.ru

Ministério das Relações Exteriores

Smolenskaya Sennaya Ploshchad', 32/34

121200, Moscow, Russia

Tel.: + 7(495) 244 1606

Email: ministry@mid.ru

Site: <http://www.mid.ru>

Ministério do Desenvolvimento Econômico e Comércio

1,3 1-ya Tverskaya-Yamskaya, Moscow, Russia

Tel.:+7 (495) 694-03-53

Fax: +7 (499) 251-69-65 (fax)

E-mail: mineconom@economy.gov.ru

Site: www.economy.gov.ru

NO BRASIL

Câmara Brasil-Rússia de Comércio, Indústria e Turismo

Bahia

Centro Empresarial Iguatemi, sl. 608

Caminho das Árvores

Salvador- BA

CEP 41820-020,

Tel./Fax: +55 (71) 9116-1936

Contato: George Gurgel (Presidente Regional)

E-mail: georgegurgelbahia@brasil-russia.org.br

Site: <http://www.brasil-russia.org.br>

Minas Gerais

Avenida do Contorno, 6594 17º Andar

Belo Horizonte – MG

CEP 30.110-044

Tel./Fax: +55 (31) 3555-3487

Contato: Carolina Bernardes (Diretora)

Email: carolina@brasil-russia.org.br

Site: <http://www.brasil-russia.org.br>

Paraná

Rua Conselheiro Laurindo, 35,

Bairro Centro

Curitiba - PR

CEP 80.060-100

Tel.: +55 (41) 322-4303

Fax: +55 (41) 223-8178

Contato: Ardisson Akel (Presidente Regional)

E-mail: ardissonakel@aol.com

Site: <http://www.brasil-russia.org.br>



Pernambuco

Rua Ribeiro de Brito, 830, 14º andar
Bairro Boa Viagem
Recife - PE
CEP 51.021-310
Tel./Fax: +55 (81) 3466-9082 / 3327-2951
Contato: Joel de Hollanda (Presidente)
E-mail: joeldehollanda@brasil-russia.org.br
Site: <http://www.brasil-russia.org.br>

Rio de Janeiro

Av. Marechal Câmara, 160
Conj. 1628/1629
Bairro Centro
Rio de Janeiro - RJ
CEP 20.020-080
Tel/Fax: +55 (21) 3255-5090
Email: camara@brasil-russia.org.br
Site: <http://www.brasil-russia.org.br>

Rio Grande do Sul

Av. Goethe, 21 Cj. 305
Porto Alegre – RS
CEP 90.430-100
Tel./Fax: +55 (51) 3332-5152 / 9961-8846 / 8181-8846
Contato: Jorge Bobrovsky (presidente)
Email: jorge@net.crea-rs.org.br
Site: <http://www.brasil-russia.org.br>

Câmara Oficial de Comércio e Indústria Brasil-Rússia

São Paulo

Rua Cornélio Pires, 06
São Paulo - SP
CEP 04.320-140



Tel./Fax: +55 (11) 3637-7143

Email: rosset@brasil-russia.com.br

Site: <http://www.brasil-russia.com.br>



ApexBrasil

Organismos Internacionais

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

Órgãos Governamentais da Rússia

- Ministério da Agricultura
- Rosstat – Serviço Federal de Estatísticas
- Ministério do Desenvolvimento Econômico da Federação Russa
- Ministério do Desenvolvimento Regional da Federação Russa
- Federal Agency on Technical Regulating and Metrology
- Ministério do Desenvolvimento Regional da Federação Russa
- Ministry for Economic Development of the Russian Federation

Câmaras e Associações Setoriais

- Associação de Madeira e Móveis
- Câmara de Indústria e Comércio de Moscou
- Câmara da Indústria e Comércio da Federação Russa
- União Nacional do Calçado (NFAR)
- Associação da indústria de confeitaria (ASKOND)
- Russian Union of Metal and Steel Suppliers
- International Union of metallurgical equipment producers «Metallurgmash
- The Association of Russian Automakers
- Russian Perfumery and Cosmetics Association
- Association of Confectionary Manufacturers “ASKOND”
- Association “Jewellers Guild”
- Association of Russian Pharmaceuticals Manufacturers
- Russian Association of Tea and Coffee Makers “Roschaikofe”

- Association of Fish Market Operators and Traders
- Association of Manufacturers of Packaging and Processing Equipment “PAKMASH”
- Russian Union of Tanners and Footwear Manufacturers

Outras fontes

- Euromonitor International
- The Economist Intelligence Unit
- Global Trade Information Service
- Comtrade (ONU)
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior



ApexBrasil

ANEXO 4 - SH6 QUE TÊM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS			
020230	170199	410711	820120
020321	170410	410792	820240
020322	190220	420600	821191
020329	190590	440722	821192
020621	200819	440729	830820
020622	200911	440799	841430
020629	200919	440929	841810
020641	200939	441112	841932
020649	210111	441231	842481
020712	210610	441239	842920
020714	230110	441700	843390
020725	230400	470329	846781
020727	230800	480459	854511
050400	240120	530390	870120
051000	240130	530500	870600
051199	261100	530890	870790
060499	261590	630130	870893
071420	270300	630691	901841
080119	282090	680300	902920
080122	290619	680790	902990
080132	291413	681381	961380
080260	291811	700719	961390
080430	292241	701342	
080450	292242	720293	
080720	292320	721011	
090111	292630	721790	
090300	292690	721912	
090411	293379	721914	
090700	293810	721921	
091010	293999	721922	
110630	320120	721923	
120100	330112	721924	
120220	330129	721932	
130190	330610	721933	
150790	350400	721934	
151590	380110	721990	
152110	380290	722550	
160100	380510	730640	
160231	380610	732111	
160232	380690	732190	
160250	400259	741121	
160290	401140	800110	
170111	410411	820110	