

**MÉXICO**

**PERFIL  
E  
OPORTUNIDADES  
COMERCIAIS**

**2 0 1 2**

# Apex-Brasil

**Maurício Borges**  
PRESIDENTE

**Rogério Bellini**  
DIRETOR DE NEGÓCIOS

**Ana Paula Guimarães**  
DIRETORA DE GESTÃO E PLANEJAMENTO

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

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

**Jean de Jesus Fernandes**  
COLABORADOR DO ESTUDO (UICC)

SEDE

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

© 2012 Apex-Brasil  
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

## APRESENTAÇÃO

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

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

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

<b>Parte 1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>Localização / População / Principais Cidades</b>	<b>Pág. 14</b>
<b>Parte 2</b>	<b>PANORAMA ECONÔMICO</b>	<b>Desempenho Econômico</b>	<b>Pág. 17</b>
<b>Parte 3</b>	<b>PANORAMA COMERCIAL</b>	<b>Política Comercial</b>	<b>Pág. 24</b>
		<b>Características do Mercado</b>	<b>Pág. 56</b>
		Ambiente de Negócios	<b>Pág. 56</b>
		Capacidade de Pagamento	<b>Pág. 60</b>
		Infraestrutura e Logística	<b>Pág. 62</b>
		<b>Intercâmbio Comercial</b>	<b>Pág. 69</b>
		Evolução do Comércio Exterior do México	<b>Pág. 69</b>
		Destino das Exportações do México	<b>Pág. 70</b>
		Origem das Importações do México	<b>Pág. 72</b>
		Principais Produtos da Pauta de Importações do México	<b>Pág. 73</b>
		<b>Intercâmbio Comercial Brasil-México</b>	<b>Pág. 76</b>
		Corrente de Comércio	<b>Pág. 76</b>
		Saldo Comercial	<b>Pág. 77</b>
		Principais produtos exportados pelo Brasil para o México	<b>Pág. 78</b>
		Principais produtos importados do México pelo Brasil	<b>Pág. 80</b>
		<b>Indicadores de Comércio Brasil-México</b>	<b>Pág. 82</b>
Índice de Complementaridade de Comércio	<b>Pág. 84</b>		
Índice de Intensidade de Comércio	<b>Pág. 85</b>		

		Índice de Diversificação/Concentração das Exportações	Pág. 87
		Índice de Comércio Intrassettor Industrial	Pág. 89
		Índice de Especialização Exportadora	Pág. 91
		Índice de Preços e Índice de <i>Quantum</i>	Pág. 92
<b>Parte 4</b>	<b>OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA O BRASIL NO MÉXICO</b>	Introdução à Metodologia de Identificação de Oportunidades para Exportação de Produtos Brasileiros	Pág. 96
		Alimentos, Bebidas e Agronegócios	Pág. 99
		Casa e Construção	Pág. 111
		Máquinas e Equipamentos	Pág. 123
		Moda e Cuidados Pessoais	Pág. 133
		Tecnologia e Saúde, Entretenimento e Multissetorial e Outros	Pág. 150
<b>Parte 5</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>Anexo 1</b> - Descrição da Metodologia de Identificação de Oportunidades para Exportação de Produtos Brasileiros	Pág. 162
		<b>Anexo 2:</b> Contatos Úteis	Pág. 164
		<b>Anexo 3:</b> Lista de SH6 que têm Exportações “Expressivas”	Pág. 170
		<b>Anexo 4:</b> Fontes de Consulta	Pág. 172

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](mailto:apex@apexbrasil.com.br).

## LISTA DE SIGLAS

ACEs: Acordos de Complementaridade Econômica

Acordo SAGARPA: Acordo sobre a Classificação e Codificação de Bens Importados

Acordo TBT: Acordo sobre Barreiras Técnicas ao Comércio

AGA: Administração Geral de Aduanas

Aladi: Associação Latino-Americana de Integração

Alca: Área de Livre-Comércio das Américas

AMF: Associação Mexicana de Franquias

Ance: Associação Nacional de Normalização e Certificação do Setor Elétrico

APE: Acordo de Parceria Econômica

Apec: Cooperação Econômica da Ásia e do Pacífico

Aridra: Associação Nacional de Representantes, Importadores e Distribuidores de Autopeças e Acessórios para Automóveis do México

Aschoco: Associação Mexicana de Fabricantes de Chocolates, Doces e Similares

Canaco: Câmara de Comércio, Serviços e Turismo da Cidade do México

Canainpa: Câmara Nacional da Indústria de Panificação

Canaintex: Câmara Nacional da Indústria Têxtil Mexicana

Canaive: Câmara Nacional da Indústria do Vestuário

Canippec: Câmara Nacional da Indústria de Produtos Cosméticos

CEC: Centro de Estudos da Competitividade

CFE: Comissão Federal de Eletricidade

CFI: Convenção Fitossanitária Internacional

Cibogem: Comissão Interministerial de Biossegurança e Organismos Geneticamente Modificados

CNAE: Classificação Nacional de Atividades Econômicas

Cocex: Comissão de Comércio Exterior

Coece: Comissão de Órgãos Empresariais de Comércio Exterior

Cofepris: Comissão Federal para Proteção contra Riscos Sanitários

Comecarne: Conselho Mexicano da Carne

CNN: Comissão Nacional de Normalização

DGN: Direção Geral de Normas

DTA: Taxa de Processamento Aduaneiro

EFTA: Associação Europeia de Livre-Comércio (sigla em inglês)

EMA: Entidade Mexicana de Certificação  
EUMFTA: Acordo de Livre-Comércio União Europeia-México (sigla em inglês)  
FAO/OMS: Comissão do *Codex Alimentarius*  
FBCF: Formação Bruta de Capital Fixo  
Feum: Farmacopeia dos Estados Unidos Mexicanos  
FMI: Fundo Monetário Internacional  
GTIS: Sistema Global de Informações Comerciais  
HHI: Índice de Herfindahl-Hirschman  
HRFs: Formulários de requisitos fitossanitários  
HRZs: Formulários de requerimentos de saúde animal  
ICC: Índice de Complementaridade de Comércio  
IDH: Índice de Desenvolvimento Humano  
IED: Investimento Estrangeiro Direto  
IEE: Índice de Especialização Exportadora  
IEPS: Imposto Especial sobre Produtos e Serviços  
IIC: Índice de Intensidade de Comércio  
IMNC: Instituto Mexicano de Normalização e Certificação  
IMPI: Instituto Mexicano da Propriedade Industrial  
Inegi: Instituto Nacional de Estatística e Geografia do México  
INNTEX: Instituto Nacional de Normalização Têxtil  
Isan: Imposto sobre os Automóveis Novos  
Isic: Classificação de Atividades Econômicas  
IVA: Imposto sobre o Valor Agregado  
LCE: Lei de Comércio Exterior do México  
LFMN: Lei Federal sobre Metrologia e Normalização  
MDIC: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior  
MFN: Nação Mais Favorecida  
Nafta: Tratado Norte-Americano de Livre-Comércio  
Nappo: Organização de Proteção Fitossanitária da América do Norte  
NMXs: Normas Mexicanas  
NOMs: Normas Oficiais Mexicanas  
Normex: Órgão Nacional de Normalização e Certificação  
NRs: Normas de Referência

Nyce: Normalização e Certificação Eletrônica

OCDE: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OGMs: Organismos Geneticamente Modificados

OIE: Organização Internacional de Saúde Animal

OIRSA: Organização Internacional Regional de Saúde Agropecuária

OMC: Organização Mundial do Comércio

OMPI: Organização Mundial de Propriedade Intelectual

ONNCCE: Órgão Nacional de Normalização e Certificação da Construção e Edificação

PCEPI: Programa de Comércio Exterior e Promoção de Investimento

PCIEAT: Programa para a Competitividade da Indústria Eletrônica e de Alta Tecnologia

Pemex: Petróleos Mexicanos

PIB: Produto Interno Bruto

PND: Plano Nacional de Desenvolvimento

PNN: Programa Nacional de Normalização

PPC: PIB *per capita*

PPP: Plano Puebla-Panamá

RNB: Renda Nacional Bruta

S&P: Standard and Poor's

SAAI: Sistema Automatizado Aduaneiro Integral

Sagarpa: Ministério da Agricultura, Pecuária, Desenvolvimento Rural, Pesca e Alimentação

SAT: Serviço de Administração Tributária

SCIAN: Sistema de Classificação Industrial da América do Norte

Semarnat: Ministério do Meio Ambiente e Recursos Naturais

Senasica: Serviço Nacional de Saúde, Segurança Alimentar e Qualidade Agroalimentar

Sepomex: Servicio Postal Mexicano

SFA: Subsecretaria de Fomento a Agronegócios

SGP: Sistema Generalizado de Preferências

SGPC: Sistema Global de Preferências Comerciais

SH: Sistema Harmonizado

SHCP: Ministério da Fazenda e do Crédito Público

Siap: Serviço de Informação Agroalimentar e Pesqueira

Sinais: Sistema Nacional de Informação em Saúde

SPS: Medidas Sanitárias e Fitossanitárias

Tigie: Tarifa de Imposto Geral de Importação e Exportação

TLC México-Triângulo do Norte: Tratado de Livre-Comércio com Guatemala, Honduras e El Salvador

## SUMÁRIO EXECUTIVO

O México é a 14ª principal economia do planeta e a segunda maior na América Latina, abaixo somente do Brasil, com Produto Interno Bruto (PIB) medido sob a ótica da Paridade Poder de Compra (PPP)<sup>1</sup> de I\$ 1,6 trilhão em 2011. O país é convencionalmente dividido em três regiões principais: a porção norte, onde reside um quarto da população mexicana e é responsável por 30% do PIB do país; a porção centro-oriental, incluindo-se a capital, Cidade do México, com 60% da população e 60% do PIB; e o sudeste, com 15% da população mexicana e contribuindo com 10% do PIB. Cerca de 10% da população é de origem indígena e está concentrada nos estados do sul do país, em Oaxaca, Veracruz, Chiapas e Puebla. Mais de sessenta etnias e grupos linguísticos são reconhecidos, e cerca de 1% da população não fala o espanhol. Dadas a topografia e as condições climáticas, somente 20% da área do país é propícia à agricultura e 60% ao pastoreio. Florestas e bosques cobrem 20% do território.

A relação comercial com o Brasil ainda é tímida. Por se tratarem das duas maiores economias da região, geradoras de 55% do PIB da América Latina, as possibilidades de integração entre Brasil e México em diversos setores produtivos são inúmeras e precisam ser exploradas. Em 2011, o México representou apenas o 17º destino das exportações brasileiras. Nesse ano, foram exportados pouco mais de US\$ 3,9 bilhões<sup>2</sup>. Contudo, nossas exportações para o mercado vêm decrescendo desde o ano de 2006. Como resultado, de superavitário nessas trocas, o Brasil passou a ter um déficit comercial de US\$ 1,2 bilhão em 2011. A principal razão para isso reside no prejuízo causado à balança comercial brasileira pelo Acordo de Complementação Econômica (ACE) 55, firmado entre o Mercosul e o México, o qual trata das trocas comerciais de veículos leves e pesados, caminhões e demais veículos de carga, ônibus, carrocerias e autopeças. Dada a importância do setor automotivo para a pauta de comércio entre os dois países, o Acordo impactou diretamente no saldo da balança comercial brasileira de bens e serviços.

Sobre esse tema, cabe mencionar que acordos estratégicos de integração econômica se mostram muito importantes ao empresariado mexicano. De fato, a maioria do comércio do México ocorre com seus parceiros comerciais preferenciais. No total, 81,6% de todo o comércio exterior efetuado pelo país se dá com países com os quais o México possui tratados de livre-comércio, sendo o Tratado de Livre-Comércio da América do Norte (Nafta) o mais importante deles. Em 2010, 67,5% de todo o comércio do México ocorreu

---

<sup>1</sup> Paridade do Poder de Compra (PPP): teoria que propõe que a taxa de câmbio entre duas moedas se encontra em equilíbrio quando o poder de compra interno das moedas é equivalente ao da taxa de câmbio. Assim, por exemplo, se 1 peso mexicano equivale, no câmbio, a 4 dólares, as duas moedas estariam em equilíbrio se 1 peso mexicano comprasse os mesmos bens no México que os 4 dólares nos Estados Unidos. Usualmente, se utiliza o símbolo monetário I\$ para indicar valores medidos sob esta ótica.

<sup>2</sup> Informações coletadas a partir do *Global Trade Information System* (GTIS).

com seus parceiros comerciais da América do Norte. No mesmo ano, somente 7,7% do montante total de comércio do México ocorreu com a União Europeia e 2,9% com o Japão. Acordos com o Brasil em outras áreas econômicas poderiam, portanto, incrementar consideravelmente o fluxo comercial. Contudo, há forte resistência de alguns setores da economia mexicana, especialmente os relacionados à atividade agrícola, os quais percebem o Brasil como um produtor tradicionalmente muito eficiente, de custos baixos e com grandes volumes.

A economia mexicana passou por uma séria transformação desde os anos 1980 como resultado da liberalização econômica e da adesão ao Nafta. Esse ajuste foi particularmente interessante no que concerne à diversificação da pauta exportadora do país, mas também teve impactos significativos na estrutura do PIB mexicano. A contribuição do setor externo para o PIB mais que dobrou nos últimos 20 anos, passando de um terço durante os anos 1980 para algo próximo a 70% em 2010. O desempenho econômico mexicano tem se revelado sólido, com vários setores de sua economia alcançando níveis elevados de desenvolvimento. Não obstante, a renda *per capita* do país evoluiu apenas ligeiramente no período, permanecendo o desafio de aliviar a pobreza. Apesar dessa transformação, o México permanece como o segundo país mais pobre da Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE), depois da Turquia. Atualmente, o México é um país de renda média, com PIB *per capita* de US\$ 14.430 (em 2010), valor superior ao verificado para países como o Brasil (US\$ 11.239) e a China (US\$ 7.159). Representa, portanto, um importante mercado consumidor, reunindo uma população de 110,6 milhões de indivíduos (a terceira maior do continente americano), majoritariamente concentrados nos grandes centros urbanos do país, como a Cidade do México e Guadalajara.

Embora o Nafta tenha incentivado significativos investimentos industriais nas últimas décadas e estimulado a diversificação da produção mexicana (particularmente na direção de manufaturas de maior valor agregado), a participação da indústria no PIB declinou, mais notoriamente nos últimos cinco anos. A participação da atividade industrial no PIB mexicano recuou dos 21% representados na segunda metade dos anos 1990 para 18% em 2007. Nesse meio tempo, o setor de serviços cresceu aceleradamente, de 66% para 71%, e, hoje, representa um importante gerador de empregos formais e motor do desenvolvimento econômico. A participação da agricultura, por outro lado, caiu de aproximadamente 7% (no período imediatamente anterior ao Nafta) para algo em torno dos 4% atuais, embora o setor ainda seja um importante empregador nas regiões rurais do país. A atividade de mineração representou apenas 1,5% do PIB na última década ante os 3% verificados nos anos 1980. Todavia, embora as exportações tenham se diversificado, as finanças públicas ainda permanecem seriamente dependentes do petróleo, que atualmente representa 35% do total da receita federal.

De modo geral, o governo mexicano tem um papel tradicionalmente importante no mercado doméstico, em função de sua coordenação das políticas econômicas e do seu extensivo alcance em alguns setores da economia. As administrações governamentais recentes seguiram políticas econômicas credíveis e prudentes, que criaram um ambiente estável para o investimento estrangeiro, ao mesmo tempo em que mantiveram o controle governamental sobre algumas atividades industriais. O Estado mexicano tem papel particularmente proeminente em áreas como extração e distribuição de petróleo, geração, transmissão e distribuição de energia elétrica e infraestrutura portuária e aeroportuária.

A posição geográfica estratégica do país e a crescente integração com os sistemas de distribuição e produção da indústria estadunidense nos quinze anos que se seguiram à implementação do Nafta atraíram investimentos. Nos últimos cinco anos, esses investimentos passaram da manufatura de baixa para a de alta tecnologia, assim como houve significativo crescimento dos investimentos relacionados à engenharia e ao *design* produtivos. Embora a indústria maquiladora ainda tenha ampla presença no parque fabril mexicano, há forte evidência de que diversas empresas chinesas estejam estruturando plantas produtivas no México com o objetivo de atingir o mercado estadunidense e de outros países da América latina. A escolha do México como destino de seus investimentos produtivos, ao invés da própria China, se dá em função de seus menores custos logísticos e dos crescentes salários chineses. O México promete ser uma plataforma de desenvolvimento logístico, contando, atualmente, com 5% do PIB orientado para infraestrutura, telecomunicações e serviços educativos.

Depois de um período de expansão acelerada na segunda metade da década de 1990, a economia mexicana passa por um período de crescimento lento, principalmente em razão de sua estreita relação com a economia estadunidense e da existência de uma grande quantidade de empresas orientadas à exportação para o mercado estadunidense. Em 2010, o México registrou um aumento real de 5,4% em seu PIB após uma acentuada contração de 6,2% em 2009. Em 2011, estima-se que o seu PIB desacelere e cresça 3,5%. A médio prazo, a instalação de novas empresas em território mexicano deve estimular a indústria. Setores como utilidades públicas e construção, que dependem da demanda interna, ainda apresentarão desempenho fraco em 2012, mas devem registrar crescimento já a partir de 2013. A partir de 2011, ademais, se constata previsão de crescimento para o PIB *per capita* (PPC) e redução da taxa de desemprego.

É nesse mercado em profunda transformação que se destacam duas categorias de oportunidades comerciais para produtos brasileiros. A primeira refere-se às exportações nas quais o Brasil já se posiciona de forma mais contundente no mercado mexicano e para as quais se constata perspectivas positivas para a expansão da corrente comercial. Na outra categoria, estão exportações percebidas ainda em seu estágio

inicial ou mesmo inexistentes e para as quais, em função da participação brasileira no mercado mundial desses produtos, existem possibilidades reais de ampliação.

**PARTE 1**

**INTRODUÇÃO**

## LOCALIZAÇÃO / POPULAÇÃO / PRINCIPAIS CIDADES

O México ocupa uma área de 1.964.375 quilômetros quadrados, a 14ª maior do planeta. O país está situado na América Central, fazendo fronteira com Estados Unidos, Belize e Guatemala. O país localiza-se entre o Mar do Caribe, o Golfo do México e o Oceano Pacífico (Figura 1).

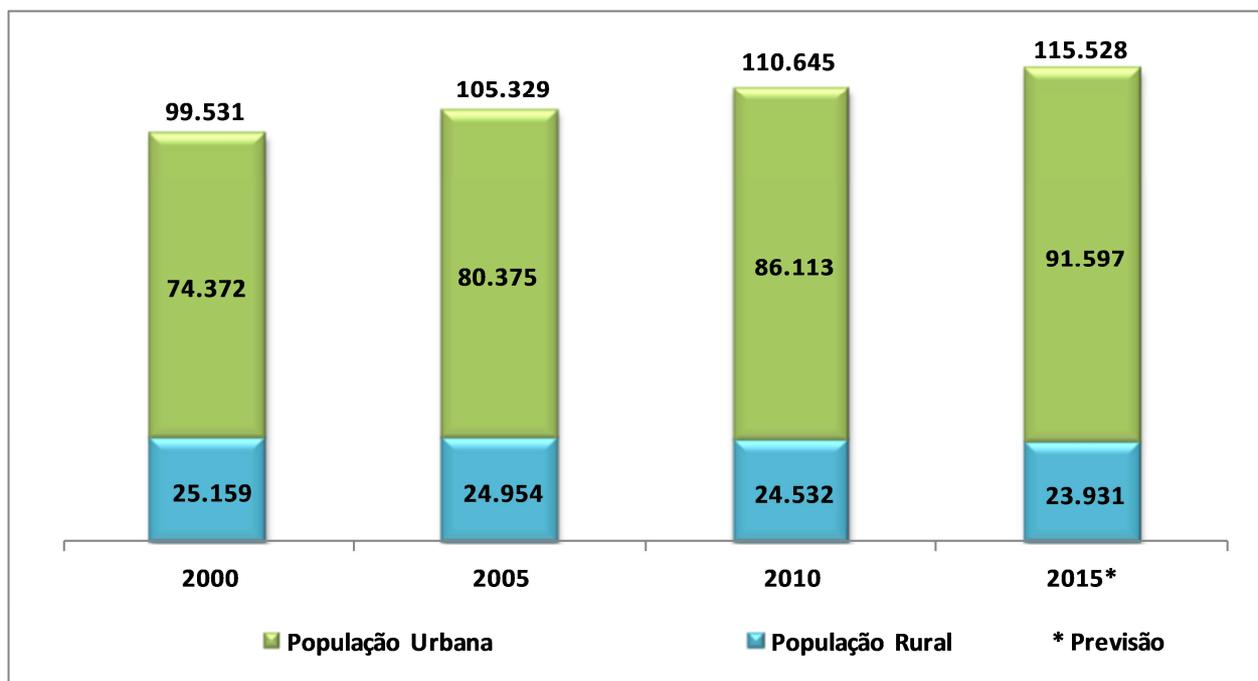
Figura 1 - Mapa geográfico do México



Fonte: CIA - The World Factbook.

A população mexicana, em 2000, era de 99,5 milhões de habitantes. Segundo estimativas da UN Population Division, tal contingente deve ampliar-se nos próximos anos, alcançando 115,5 milhões de pessoas em 2015. Estima-se que 79,3% da população estará situada na zona urbana em 2015 (Gráfico 1). O percentual de população urbana em relação à população total do México se semelha a do Canadá e a dos EUA, seus parceiros do Nafta.

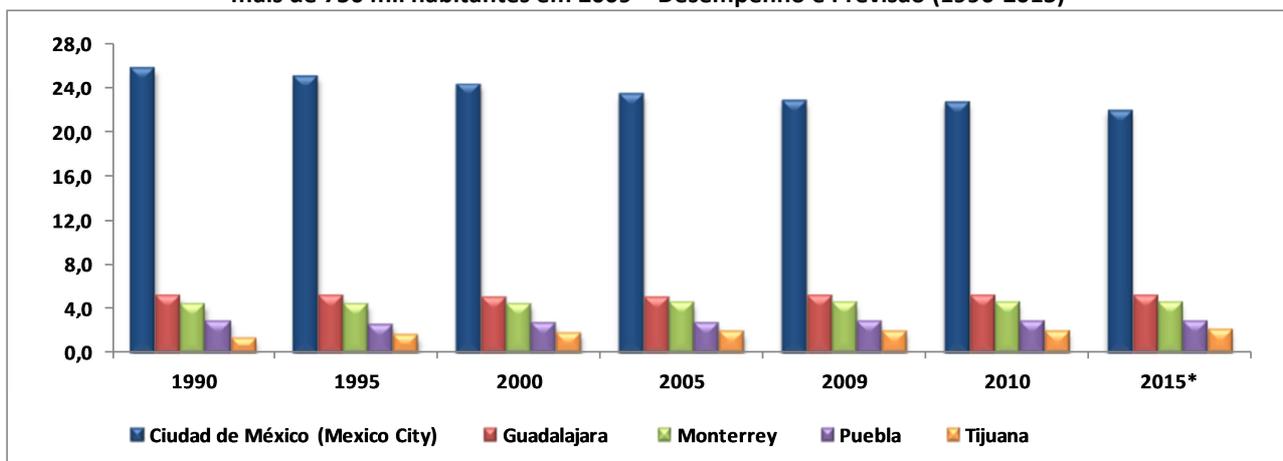
Gráfico 1 - População do México, em milhares de pessoas (2000-2015)



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

Em 2010, a Cidade do México, capital do país, reunia 22,6% da população mexicana (Gráfico 2). A segunda maior aglomeração, em Guadalajara, contava, naquele mesmo ano, com 5,1% desse contingente populacional. Juntas, as cinco principais aglomerações urbanas, incluindo Monterrey, Puebla e Tijuana, concentravam 36,8% da população do México. Esse panorama deverá manter-se relativamente estável até 2015, quando essas cidades deverão atingir, em conjunto, aproximadamente 36,2% da população mexicana, segundo estimativas da UN Population Division.

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



\*Previsão

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

**PARTE 2**

**PANORAMA ECONÔMICO**

## DESEMPENHO ECONÔMICO

O PIB por PPC do México, mais apropriado para a análise do padrão de vida das populações, alcançou I\$ 1.567,47 bilhões em 2010, colocando o país na 11ª posição no *ranking* mundial (Tabela 1). Para efeito de comparação com os demais países que integram o Nafta e a China, o PIB (PPC) estadunidense, no mesmo ano, foi de I\$ 14.657 bilhões, enquanto o canadense e o chinês apresentaram, respectivamente, I\$ 1.330,27 bilhões e I\$ 10.085,71 bilhões.

**Tabela 1 - Indicadores econômicos e sociais do México**

Indicadores selecionados de México		
Descrição	2010	Ranking
<b>1. Economia</b>		
Crescimento do PIB (%) <sup>1</sup>	5,52	59
PIB PPP (I\$ bilhões) <sup>1</sup>	1.567,47	11
PIB per capita - PPP <sup>1</sup> (valores correntes I\$)	14.430	59
PIB PPP participação no mundo <sup>1</sup> (%)	2,09	11
Taxa de Inflação (%) <sup>1</sup>	4,15	84
FBKF/PIB <sup>2</sup> (%)	20,21	112
IED/PIB (%) <sup>2</sup>	1,71	59
IED - Fluxo de entrada de invest. direto estrangeiro (US\$ milhões) <sup>3</sup>	12.522	25
<b>2. População</b>		
IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) <sup>4</sup>	0,750	56
População (milhões de habitantes) <sup>5</sup>	110,20	11
População economicamente ativa (milhões) <sup>5</sup>	49,11	11
Taxa de desemprego (%) <sup>5</sup>	5,60	102

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

Ao se relativizar o tamanho da economia pelo número de habitantes pelo cálculo do PIB *per capita*<sup>3</sup>, em termos de PPP, o desempenho da economia mexicana é pior, já que ocupa a 59ª posição no *ranking* mundial de 2010, com o valor de US\$ 14.430, muito inferior ao de seus parceiros comerciais do Nafta. Contudo, em relação ao Brasil e à China, encontra-se em melhor posição, já que os valores apresentados por esses países, no referido ano, foram US\$ 11.239 e US\$ 7.519, respectivamente. Sob a ótica do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>4</sup>, o México está classificado no grupo dos países com desenvolvimento humano elevado, ocupando a 56ª posição no *ranking* mundial (0,750), a última colocação entre os países do Nafta (Estados Unidos e Canadá estão na quarta (0,902) e na oitava (0,888) posições,

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

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

respectivamente, no *ranking* mundial). Nesse mesmo ano analisado, o Brasil estava na 73ª posição (0,699) e a China estava na 89ª posição (0,663).

Na Tabela 2, é possível observar a perspectiva de desenvolvimento socioeconômico para o México nos próximos anos. Nota-se, a partir de 2011, uma previsão de crescimento para o PIB *per capita* (PPC) e uma redução da taxa de desemprego. Nesse aspecto do desenvolvimento, cabe destacar que a concentração de renda tende a ser reduzida gradualmente no período analisado, como é possível verificar na análise do Índice de Gini. Em relação ao consumo privado, após uma queda de -6,2%, em 2009, espera-se que o país alcance uma taxa média de 3,4% no período 2011-2014. Já acerca da Formação Bruta de Capital Fixo (FBCF), após uma tendência de queda desde o início do período analisado, com o maior crescimento negativo em 2009, de -10,1%, prevê-se que o país alcance uma taxa de 6,2% em 2013-2014. Já em relação às importações, após o menor crescimento (-24%) e de pico (25,4%), nos anos de 2009 e de 2010, respectivamente, há previsão de crescimento médio de 11,1%, no período 2011-2014. As tendências de aumento da população e de aumento da participação da população urbana já foram analisadas na seção anterior.

**Tabela 2 - Desempenho e perspectivas econômicas e sociais do México (2007-2014)**

	2007	2008	2009	2010e	2011p	2012p	2013p	2014p
<b>PIB moeda local (crescimento)<sup>1</sup></b>	3,2%	1,5%	-6,1%	5,0%	3,5%	3,3%	3,7%	3,7%
<b>PIB PPC per capita (I\$)<sup>1</sup></b>	14.144	14.546	13.609	14.266	14.856	15.649	16.462	17.290
<b>Índice de Gini<sup>2</sup></b>	49,2	48,5	48,4	48,3	48,2	48,1	48,0	47,9
<b>Consumo Privado (crescimento)<sup>1</sup></b>	4,0%	1,9%	-6,2%	3,9%	3,0%	3,8%	3,3%	3,5%
<b>FBKF (crescimento)<sup>1</sup></b>	7,0%	4,4%	-10,1%	3,3%	4,3%	6,0%	6,2%	6,2%
<b>Importações (crescimento)<sup>1</sup></b>	10,1%	9,5%	-24,0%	25,4%	9% e 12%*	10,9% e 14,3%	11,8% e 15,5%*	12,6% e 16,3%*
<b>IED (US\$ bilhões)<sup>1</sup></b>	27.440	23.683	12.522	20.750	23.000	25.000	28.000	28.000
<b>População Total (milhões)<sup>2</sup></b>	105,8	106,6	107,8	109,0	110,2	111,3	112,4	113,4
<b>Part. População Urbana<sup>2</sup></b>	77,0%	77,2%	77,5%	77,8%	78,1%	78,4%	78,7%	79,0%
<b>Taxa de Desemprego<sup>1</sup></b>	3,7%	4,0%	5,5%	5,4%	5,7%	5,4%	5,1%	4,8%

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 da UNCTAD *Statistics* relativos à estrutura produtiva da economia mexicana, a contribuição da agricultura, da pecuária, da pesca e do extrativismo na formação do PIB, em 2009, foi de apenas 3,5%, enquanto que a da indústria foi de 36,1%. Já o setor de serviços representou 60,4% da formação do PIB.

Pela ótica da oferta agregada<sup>5</sup>, segundo dados da UNCTAD *Statistics*, as importações de bens e serviços do México representaram 29,4% do PIB, em 2009. Os três principais setores das importações mexicanas, por CNAE três dígitos, em 2010, foram: fabricação de produtos derivados do petróleo; fabricação de peças e acessórios para veículos automotores; e fabricação de material eletrônico básico. Esses setores tiveram uma participação de 19% nas importações totais do país, em 2010, de acordo com dados do Comtrade.

Em relação à demanda agregada<sup>6</sup>, em 2009, os gastos do consumidor representaram 66,7% do PIB, de acordo com a UNCTAD *Statistics*, e as exportações de bens e serviços chegaram a 27,9% do PIB do país. Os três principais setores das exportações mexicanas, por CNAE três dígitos, em 2010, de acordo com dados do Comtrade, foram: extração de petróleo e gás natural; fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários; e fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo. Esses setores tiveram uma participação de 28,5% nas exportações totais do país, em 2010.

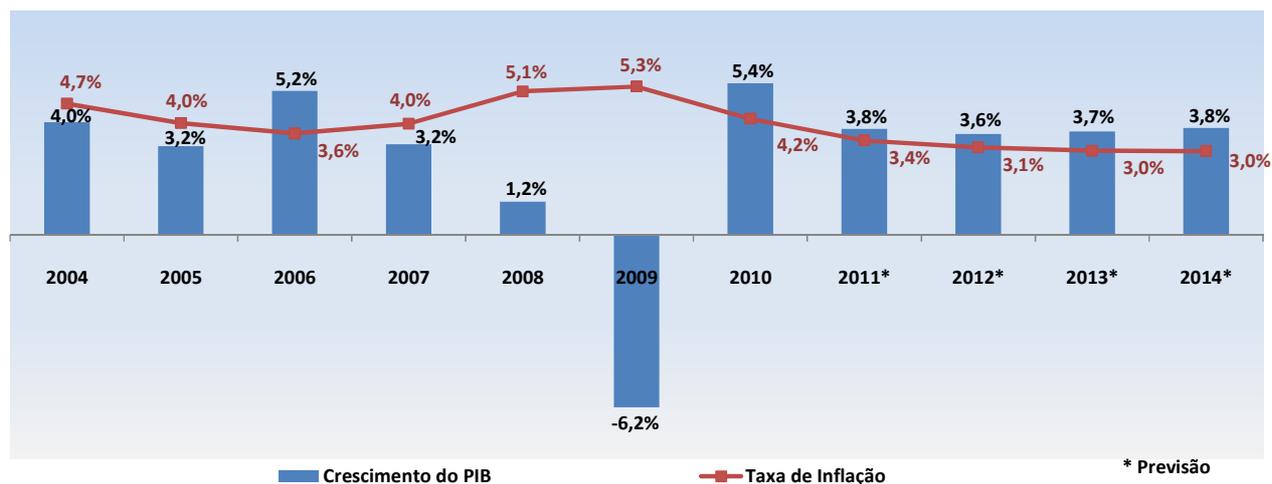
O Gráfico 3 mostra o crescimento do PIB e a evolução da taxa de inflação no México, entre 2004 e 2014. Após uma queda no crescimento da economia em 0,8 ponto percentual em 2005, em comparação com o ano anterior, houve crescimento da economia em 2006 (5,2%), que foi o mais elevado no período anterior à crise econômica mundial. A partir de 2006, contudo, houve uma tendência de queda do crescimento da economia do país, reduzindo-se em dois pontos percentuais no ano de 2007 (3,2%). A crise econômica mundial, iniciada em 2008, repercutiu sobre a economia mexicana, cuja taxa de crescimento declinou para 1,2%, naquele mesmo ano. O ápice da crise ocorreu em 2009, quando houve uma queda de 6,2% do PIB. No ano seguinte, percebe-se a recuperação da economia com expansão do PIB de 5,4%. A previsão do Fundo Monetário Internacional (FMI) é de crescimento médio de 3,7%, para o período 2011-2014.

---

<sup>5</sup> A oferta agregada mede a produção interna do país mais as importações.

<sup>6</sup> A demanda agregada é a quantidade de bens e serviços que os consumidores adquiriram em um determinado período.

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



Fonte: FMI. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Os fatores determinantes da queda do PIB em 2009 foram o declínio das exportações do México, que passaram de 28,3%, no ano anterior, para 27,9% do PIB, e da FBCF, que passou de 22%, em 2008, para 21,9% do PIB, em 2009. O consumo privado e os gastos com consumo do Governo, por outro lado, evitaram uma recessão ainda maior da economia, pois evoluíram de 64,8% para 66,7% do PIB e de 10,6% para 11,7% do PIB, respectivamente, no mesmo período (UNCTAD STATISTICS).

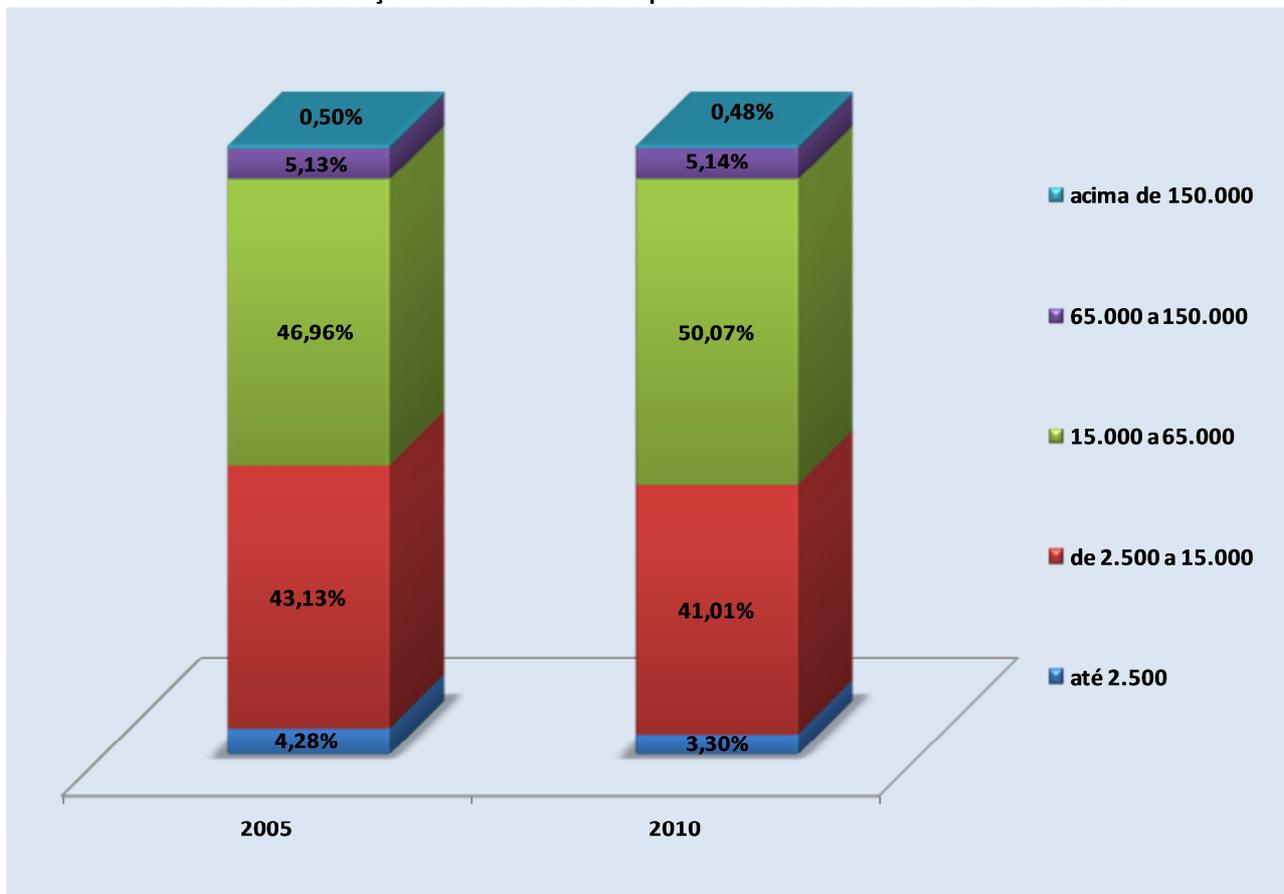
Em relação ao comportamento dos preços no mercado do México, o pico inflacionário ocorrido em 2009 se deu principalmente por conta da forte elevação dos preços de alimentos e de petróleo nos mercados mundiais, o que fez com que a taxa de inflação subisse em 0,2 ponto percentual em 2009, quando comparada com 2008. Entretanto, depois da inflação atingir o valor crítico de 5,3%, em 2009, percebe-se uma desaceleração, chegando a 4,2%, em 2010, e com expectativas inflacionárias em torno de 3% para os anos de 2012 a 2014.

No que concerne à distribuição de renda no México, o Gráfico 4 mostra a participação dos lares por faixa de renda. Nota-se que, em 2010, 44,31% dos lares mexicanos recebiam até US\$ 15 mil anuais. Entre 2005 e 2010, houve uma tendência de alteração na composição percentual das faixas de renda por lares no país, já que, no início do período analisado, 47,41% dos lares mexicanos recebiam até US\$ 15 mil anuais. Em relação ao número de lares que ganhavam entre US\$ 15 mil e US\$ 65 mil por ano, verificou-se ampliação, pois esse valor saltou de 46,96%, em 2005, para 50,07%, em 2010. Nos lares que recebiam renda anual superior a US\$ 65 mil por ano, nota-se estabilidade durante o período analisado.

No caso da economia mexicana, segundo o Euromonitor, o percentual dos lares que recebiam mais de US\$ 65 mil era de apenas 5,62%, em 2010 (contra 5,63%, em 2005), enquanto nos Estados Unidos

alcançava 43,84%. No Brasil, esse valor era de 6%. Contudo, em relação à população que recebe menos de US\$ 15 mil, nos Estados Unidos, apenas 11,79% dos lares recebem este valor, enquanto no México representa 44,31%, revelando a necessidade de ampliação da renda da população mais pobre do país mexicano.

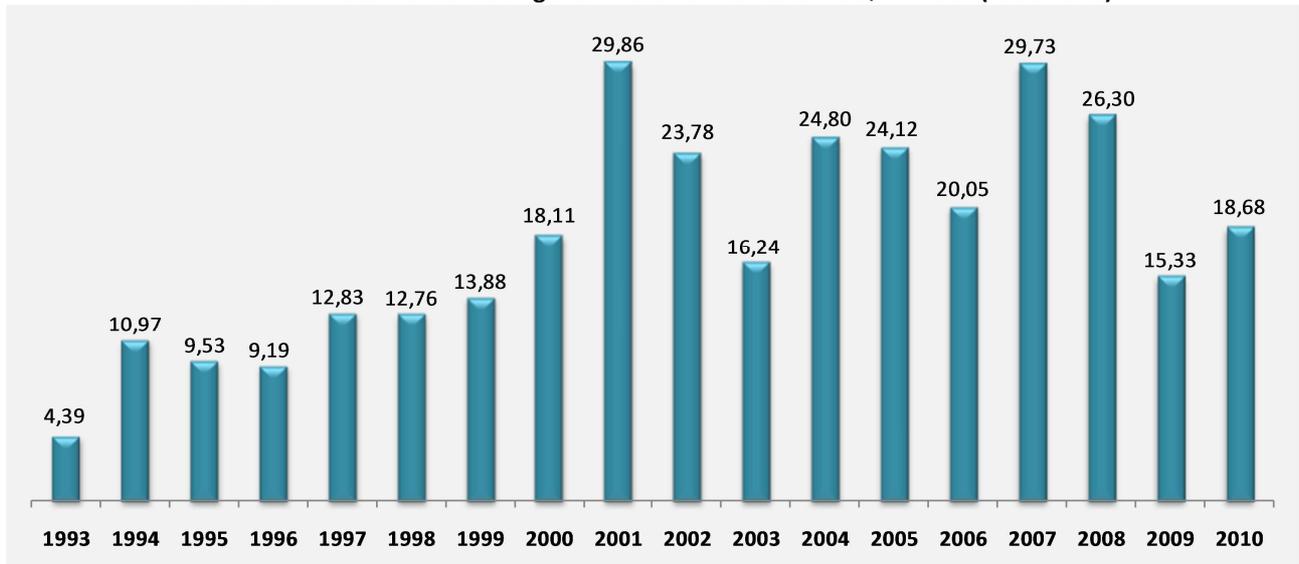
**Gráfico 4 – Distribuição dos lares mexicanos por faixa de renda anual em 2005 e em 2010**



Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

O Gráfico 5 mostra a evolução da entrada de investimentos estrangeiros diretos no país, entre 1993 e 2010. Nota-se o forte aumento da entrada de Investimento Estrangeiro Direto (IED) no país desde o início do século XXI, atingindo o seu maior valor, US\$ 29,86 bilhões, em 2001. Em 2007, o fluxo de entrada de IED alcançou valores semelhantes, com US\$ 29,73 bilhões, reduzindo-se para US\$ 15,33 bilhões no ano seguinte, quando iniciou a crise econômica mundial (2009), sendo o menor valor do século.

**Gráfico 5 – Investimento Estrangeiro Direto no México em US\$ milhões (1993-2010)**



Fonte: UNCTAD. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

**PARTE 3**

**PANORAMA COMERCIAL**

De acordo com a Organização Mundial do Comércio (OMC), o desempenho econômico mexicano tem se revelado sólido, com vários setores de sua economia alcançando níveis elevados de desenvolvimento<sup>7</sup>. Não obstante, a renda *per capita* do país evoluiu apenas ligeiramente<sup>8</sup>, permanecendo o desafio de aliviar a pobreza. Em 2009, seu nível chegou a US\$ 8.960, em valores constantes, ou a US\$ 14.100, em PPP<sup>9</sup>. Assim, medidas para acelerar o crescimento da produtividade seriam necessárias, tais como o aumento da concorrência no mercado interno e o estabelecimento de uma estrutura de incentivos mais uniformes. Esta poderia incluir a racionalização da tarifa da nação mais favorecida – Most Favored Nation (MFN) – e de regimes fiscais especiais. Outras reformas estruturais contribuiriam para a redução dos gargalos em áreas como telecomunicações, energia e transportes.<sup>10</sup>

Durante o período analisado pelo mais recente relatório do secretariado da OMC, uma gestão fiscal prudente resultou na consolidação progressiva do orçamento do setor público federal, que estava em equilíbrio em 2005 e 2006, bem como na redução da dívida pública, como porcentagem do PIB. Algumas medidas também estão sendo adotadas para reverter a crescente dependência das finanças públicas em relação às receitas provenientes do petróleo. O México tem sido bem-sucedido na implementação do regime de metas de inflação, mantendo as expectativas em torno da meta de 3%, enquanto o crédito ao setor privado aumentou.<sup>11</sup> Em 2010, segundo dados do Banco de México, a inflação ficou em torno de 4,3%.<sup>12</sup>

O déficit da balança de pagamentos diminuiu, principalmente devido às crescentes remessas de mexicanos vivendo no exterior, que são contabilizadas nas transferências unilaterais da conta corrente, ainda que permaneça um grande déficit na balança comercial de serviços. A parcela no PIB correspondente

<sup>7</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 1. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>8</sup> A taxa média de crescimento da renda *per capita* foi de apenas 0,35% entre 2001 e 2009. Na década de 1990, a renda *per capita* mexicana equivalia a 14% da renda *per capita* estadunidense. Essa relação subiu para 18% na primeira década do século XXI. Estimativas dos autores com base nos dados do Banco Mundial. Ver: World Development Indicators. Disponível em: <http://data.worldbank.org/country>. Acesso em: jan. 2011.

<sup>9</sup> A renda *per capita* em valores correntes é da série GNI, calculado pelo Banco Mundial. Ver: World Development Indicators. Disponível em: <http://data.worldbank.org/country>. Acesso em: jan. 2011.

<sup>10</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 7. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>11</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 1. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>12</sup> Indicadores disponíveis em: <http://www.banxico.org.mx/portalesEspecializados/inflacion/indicadores.html>. Acesso em: 27 dez. 2010.

ao comércio de mercadorias e serviços aumentou de 31%, nos anos 1980, para 56%, nos anos 2000<sup>13</sup>, acompanhada por mudanças tanto na sua composição quanto na sua direção. Mais especificamente, as exportações de petróleo aumentaram, refletindo a alta dos preços internacionais, embora os manufaturados continuem a dominar claramente a pauta de exportação do México. Paralelamente, os Estados Unidos continuam sendo o principal parceiro comercial do México por uma larga margem, mas as importações da Ásia, particularmente da China, também têm crescido rapidamente.<sup>14</sup>

## ESTRUTURA INSTITUCIONAL E POLÍTICA COMERCIAL

O México é uma república federal governada por três poderes de Estado: Executivo, Legislativo e Judiciário. A República é constituída por 31 estados e um Distrito Federal. O presidente do México atua como chefe de governo e chefe de Estado, sendo eleito por sufrágio universal a cada seis anos para um único mandato não renovável. A mais recente eleição presidencial teve lugar em julho de 2006, quando se elegeu Felipe Calderón para um termo de seis anos, até 2012. Os poderes do presidente incluem: dirigir a política externa; assinar, denunciar, suspender e alterar tratados internacionais; suspender restrições e divulgar pronunciamentos interpretativos sobre dado ato e enviá-lo para aprovação do Senado.<sup>15</sup>

De acordo com a Constituição Política do México, os tratados internacionais assinados pelo presidente e ratificados por este fazem parte da legislação interna do país e, portanto, não necessitam de qualquer medida adicional legislativa para serem executados ou invocados perante os tribunais mexicanos. As autoridades afirmaram ter invocado acordos da OMC nos tribunais nacionais, particularmente contra as resoluções *antidumping*. A Constituição é o maior instrumento de classificação na hierarquia jurídica, seguida por tratados internacionais, os quais, conforme decidido pela Suprema Corte Nacional de Justiça, são classificados acima das leis federal e local<sup>16</sup>.

Nos termos do artigo 131 da Constituição e do artigo 4º da Lei de Comércio Exterior, o governo federal está autorizado a controlar os fluxos de importações e exportações bem como a conduzir negociações comerciais internacionais.<sup>17</sup> A política comercial é de responsabilidade do Ministério da

---

<sup>13</sup> Médias dos períodos 1981-1990 e 2001-2009. Cálculos com base nos dados primários do Banco Mundial. World Development Indicators. Disponível em: <http://data.worldbank.org/country>. Acesso em: jan. 2011.

<sup>14</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 1. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>15</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 15-16. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>16</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 16. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>17</sup> Foreign Trade Law. Published in the D.O.F. on 27 jul. 1993. Most recent reform published in the D.O.F. on 21 dec. 2006.

Economia, que tem competência para, entre outras coisas, sob a Lei de Comércio Exterior, coordenar as negociações comerciais internacionais e formular as regras para implementar acordos comerciais.<sup>18</sup>

A Comissão de Comércio Exterior (Cocex) serve como órgão de consulta obrigatória para todas as entidades da administração pública federal sobre questões relativas às medidas aplicadas para as importações e exportações. A Cocex tem poderes para emitir pareceres não vinculativos sobre tais questões, no que diz respeito tanto às medidas em curso quanto em relação ao projeto de disposições elaborados por entidades e órgãos federais. No cumprimento de suas funções, o órgão realiza audiências públicas com câmaras empresariais, industriais, comerciais e associações de agricultores e outros interessados, dando-lhes um prazo de 30 dias para comentar as medidas propostas.<sup>19</sup>

O governo mantém consultas regulares com a sociedade civil sobre questões relacionadas com as negociações comerciais internacionais através de dois órgãos, basicamente: o Conselho Assessor para Negociações Comerciais Internacionais, que representa a produção, o trabalho e os setores acadêmicos, juntamente com peritos reconhecidos em comércio exterior, responsável por formular e avaliar a política de negociações comerciais internacionais; e a Comissão de Órgãos Empresariais de Comércio Exterior (Coece), a qual consiste em uma equipe de peritos técnicos especializados em questões de comércio exterior, representando todas as associações de empresas envolvidas no setor externo da economia mexicana. A Coece acompanha e auxilia a equipe de negociação em rodadas de negociações comerciais.<sup>20</sup>

A Figura 2 ilustra um organograma sintético dos principais órgãos mexicanos envolvidos no comércio internacional:

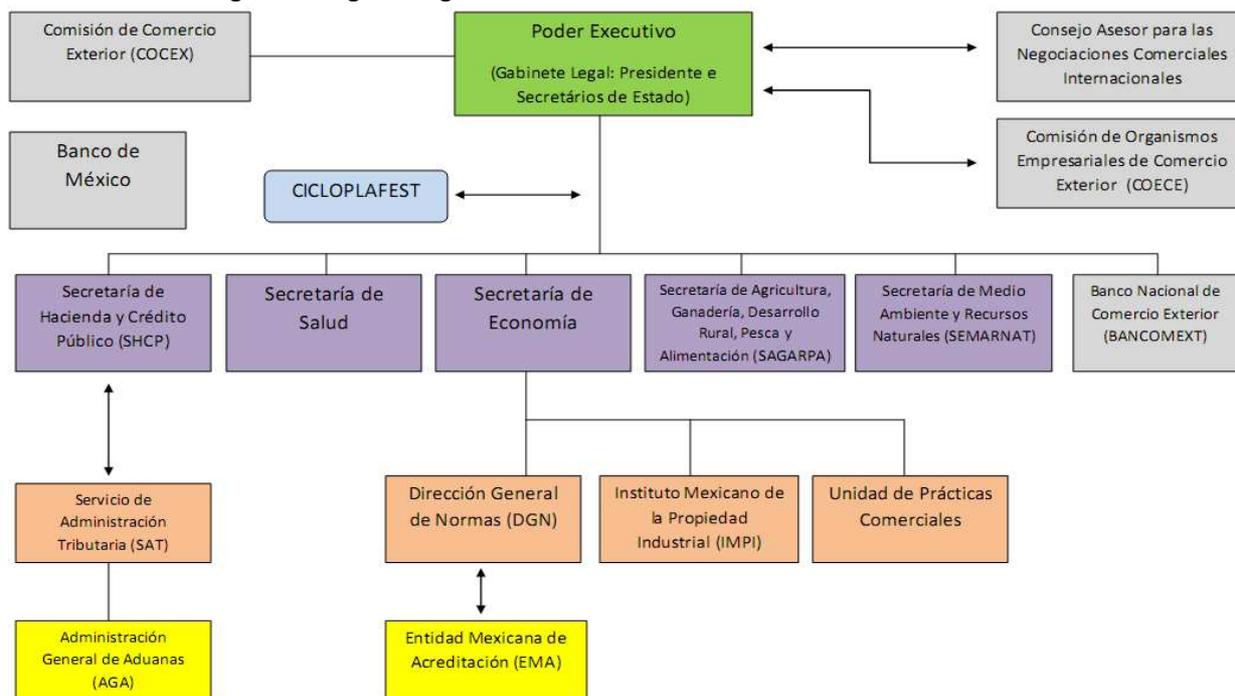
---

<sup>18</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 17. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>19</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 17-18. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>20</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 18. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

**Figura 2 - Órgãos do governo mexicano relacionados ao comércio exterior**



Fontes: World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.  
 Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. 73 p. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.  
 World Bank. *Doing Business 2011: Mexico*. Washington, 2010. 74 p. Disponível em: <http://www.doingbusiness.org/reports>. Acesso em: 27 dez. 2010.

O Programa de Comércio Exterior e Promoção de Investimento (PCEPI)<sup>21</sup> estabeleceu os seguintes objetivos fundamentais para políticas de comércio e investimento no período de 2001 a 2006: (I) expandir e diversificar os mercados externos; (II) aprofundar os benefícios dos acordos de livre-comércio; e (III) fortalecer o quadro legal para atração de investimento estrangeiro. O governo que assumiu o posto em dezembro de 2006 tem buscado objetivos de comércio exterior similares: o Plano de Desenvolvimento Nacional (2006-2012), publicado em 31 de maio de 2007, reafirma a necessidade de perseverar com o processo de liberalização do comércio e de atração de investimentos. A estratégia a ser perseguida em termos de relações comerciais internacionais é a de continuar com a negociação de acordos bilaterais, regionais e multilaterais, bem como de gerenciar, explorar e aprofundar os acordos comerciais já existentes. Ao mesmo tempo, é reconhecido que práticas de comércio aberto precisam ser apoiadas por outras políticas que promovam competitividade, como reduções tarifárias unilaterais.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> D.O.F. de 14 de Abril de 2004.

<sup>22</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 14. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

O México é um membro original da OMC e tem sido um participante ativo do sistema de comércio multilateral como foi nas negociações da Rodada de Doha, nas quais submeteu várias propostas, individualmente e em conjunto com outros países. O país reconhece que existe um grande número de questões na agenda comercial que somente podem ser resolvidas em uma base multilateral, como subsídios agrícolas e soluções comerciais. Assim, em setembro de 2003, o México teve a oportunidade de demonstrar seu apoio ao sistema multilateral de comércio ao sediar a Quinta Conferência Ministerial da OMC, em Cancún.<sup>23</sup> O México fornece, no mínimo, tratamento de Nação Mais Favorecida para qualquer outro país, sendo ou não membro da OMC.<sup>24</sup>

Desde 2002, o México assinou novos acordos preferenciais de comércio com Japão e Uruguai, os quais preveem em suas cláusulas a não existência de barreiras comerciais tarifárias. Também possui acordos de livre-comércio bilaterais e regionais em vigor com: Bolívia, Canadá, Estados Unidos, Costa Rica, Colômbia, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Israel, União Europeia e Associação Europeia de Livre-Comércio, totalizando 12 acordos de livre-comércio com 43 países. Além disso, no quadro da Associação Latino-Americana de Integração (ALADI), o México tem Acordos de Complementaridade Econômica (ACEs) em vigor com Argentina, Brasil, Cuba e Peru, além do acordo com o Mercosul.<sup>25</sup>

Consequentemente, a maioria do comércio do México ocorre com seus parceiros comerciais preferenciais. No total, 81,6% de todo o comércio exterior efetuado pelo México se dá com países com os quais possui tratados de livre-comércio. O Nafta (com Estados Unidos e Canadá) mantém sua fundamental importância: 67,5% de todo o comércio do México se deu com o Canadá ou com os Estados Unidos até agosto de 2010 (80% em 2001). Em 2010, aproximadamente 7,7% do montante total de comércio do México foi com a União Europeia e 2,9% com o Japão.

O comércio com outros parceiros preferenciais (com tratados de livre-comércio) como um todo respondeu por 2,4% do total; com a China, por 8%; e com o Mercosul, por 2,4%. Tais acordos liberalizaram o regime comercial mexicano de maneira substancial. No entanto, dada a natureza seletiva da liberalização em questão, como acontece com outros países membros da OMC que adotaram estratégias similares, a proliferação de regimes preferenciais alterou os incentivos econômicos e a alocação dos recursos.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Idem, *ibidem*. p. 15.

<sup>24</sup> Idem, *ibidem*. p. 22.

<sup>25</sup> Idem, *ibidem*. p. 23.

<sup>26</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 15. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

Como membro da OCDE, o México assinou o Código de Liberalização de Movimento de Capitais, o Código de Liberalização de Operações Correntes Invisíveis e o Instrumento de Tratamento Nacional.<sup>27</sup>

Em conformidade com a agenda de redução tarifária correspondente, a maioria do comércio entre o México e os seus parceiros do Nafta foi liberalizada em 1º de Janeiro de 2003, incluindo importações de novos veículos motores. Em consequência, praticamente todas as importações advindas dos Estados Unidos e do Canadá entraram no México livres de tarifas<sup>28</sup>, em 2010, após a liberalização completa do comércio em 2008.<sup>29</sup>

O Tratado de Livre-Comércio com Guatemala, Honduras e El Salvador (TLC México-Triângulo do Norte) estabelece um programa de redução tarifária assimétrico, governado por diferentes agendas entre o México e cada um dos países centro-americanos. Quando entrou em vigor, em 2001, aproximadamente 57% das exportações do México para os três países recebia tratamento *duty-free* e, nos cinco anos subsequentes, tarifas sobre outros 15% das exportações mexicanas foram eliminadas. Quanto às importações do México advindas de tais países, 65% beneficiaram-se de entrada livre de tarifas no mercado mexicano logo que o tratado entrou em vigor e, nos cinco anos seguintes, 24% de tarifas adicionais foram eliminadas. Alíquotas sobre produtos agrícolas obedecem a uma regra diferenciada.<sup>30</sup>

O Plano Puebla-Panamá (PPP), também conhecido como Projeto Mesoamérica, de iniciativa do México, em 2001, engloba nove países (Belize, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua e Panamá). O plano tem como principal proposta ser um mecanismo de articulação de esforços de cooperação, integração e desenvolvimento dos países envolvidos. O plano se ampara em oito áreas<sup>31</sup>: energia, telecomunicações, transporte, facilitação comercial, desenvolvimento sustentável, desenvolvimento humano, turismo e prevenção de desastres naturais.<sup>32</sup>

---

<sup>27</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 22. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>28</sup> Ángeles Villarreal, M. *Mexico's Free Trade Agreements*. Congressional Research Service Washington, 2010, p. 9. Disponível em: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/R40784.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>29</sup> No caso de comércio México-Canadá, laticínios e derivados de frango foram excluídos do acordo.

<sup>30</sup> Ángeles Villarreal, M. *Mexico's Free Trade Agreements*. Congressional Research Service Washington, 2010, p. 8. Disponível em: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/R40784.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>31</sup> Cabe notar que há intenso debate sobre o PPP, devido ao fato de que supostamente beneficiaria a instalação de multinacionais na região, servindo aos interesses norte-americanos em última instância. O plano desapropriaria terras indígenas para a construção de um canal a partir da perfuração do istmo de Tehuantepec, caminho mais curto entre o sul do México e o sudeste dos Estados Unidos, que serviria para o comércio entre os estadunidenses e a Ásia. Além disso, o PPP poderia conter as ondas migratórias para os Estados Unidos, já que sua população seria absorvida pela oferta de trabalho das maquiadoras a serem ali construídas, onde se viveria com um salário de fome. As questões ambiental e indígena também estão em discussão, uma vez que reservas naturais seriam privatizadas sob o disfarce de reforma agrária e populações indígenas seriam movidas de sua cultura para serem inseridas no sistema das multinacionais. Ver: Moro, Braulio. *Une recolonisation nommée Plan Puebla-Panamá*. Le Monde Diplomatique, dez. 2002. Disponível em: <http://www.monde-diplomatique.fr/2002/12/MORO/17151>. Acesso em: 28 dez. 2010.

<sup>32</sup> Informações dispostas no site oficial do Projeto Mesoamérica. Disponível em:

Recentemente, o México continuou e completou a liberalização comercial sob os acordos de livre-comércio assinados com Bolívia, Costa Rica e Nicarágua. Como resultado, o comércio de produtos industriais entre México e esses países foi completamente liberalizado em 2004, no caso de Bolívia e Costa Rica (exceto para uma pequena lista de produtos), e, em 2007, para a Nicarágua (exceto automóveis, para os quais a liberalização completa está prevista para 2012). Alimentos e produtos de pesca, na sua maior parte sujeitos a programas de redução tarifária, tornaram-se livres de tarifas, em janeiro de 2005, com Bolívia e Costa Rica, e em julho de 2007, no caso da Nicarágua.

O acordo de livre-comércio entre México, Colômbia e Venezuela (G-3) foi renunciado e anulado pela Venezuela, em novembro de 2006, ano da entrada da deste país no Mercosul<sup>33</sup>. Porém, permanece em vigor entre México e Colômbia.<sup>34</sup> Sob o programa de redução tarifária linear de 10 anos estipulado no acordo, a maioria do comércio entre México e Colômbia esteve livre de tarifas desde janeiro de 2005. Uma série de produtos, principalmente agrícolas, não foi incluída no programa de redução tarifária linear.<sup>35</sup>

Como estabelecido no acordo de livre-comércio México-Chile, as tarifas sobre a maioria das mercadorias originárias no comércio dos dois países foram eliminadas assim que o acordo entrou em vigor. Bens excluídos do tratamento de tarifa zero por ambas as partes incluem alguns laticínios, camarão, lagosta, trigo, farinha de trigo, óleos vegetais comestíveis, açúcar, produtos de tabaco e diversos produtos de petróleo. O México eliminou as tarifas e quotas de importação sobre maçãs advindas do Chile a partir de 2006.

Como um país membro da ALADI<sup>36</sup>, o México tem acordos de alcance parcial e complementaridade econômica (ACEs) em vigor com diversos membros da Associação.<sup>37</sup> O México concluiu um ACE com os países do Mercosul (ACE n° 54, assinado em 5 de julho de 2002) e um acordo de alcance parcial sobre o setor automotivo com o mesmo grupo de países (ACE n° 55 de 5 de julho de 2002).<sup>38 39</sup>

---

[http://portal2.sre.gob.mx/mesoamerica/index.php?option=com\\_content&task=view&id=60&Itemid=22](http://portal2.sre.gob.mx/mesoamerica/index.php?option=com_content&task=view&id=60&Itemid=22). Acesso em: 28 dez. 2010.

<sup>33</sup> Diário Folha Online. *Venezuela entra hoje para o Mercosul*. 04 jul. 2006. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u109108.shtml>. Acesso em: 28 dez. 2010.

<sup>34</sup> Sob um decreto publicado no D.O.F, em 17 de novembro de 2006, o acordo G-3 deixou de ter efeito entre Venezuela e México, a partir de 19 de novembro de 2006.

<sup>35</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 27. Disponível em:

[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>36</sup> Os países membros da ALADI são Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.

<sup>37</sup> Os acordos firmados no seio do quadro da ALADI foram notificados pela organização ao Comitê de Comércio e Desenvolvimento da OMC. A notificação mais recente está contida no documento da OMC WT/COMTD/59 de 25 de Janeiro de 2007 (Comunicação da ALADI, Relatório Bienal à Organização Mundial de Comércio).

<sup>38</sup> Emendas foram feitas ao ACE quanto ao setor automotivo em relação ao comércio entre Uruguai e México em junho de 2004 (ACE N° 55 II.1).

<sup>39</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 27. Disponível em:

[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

O ACE México-Mercosul estabelece um compromisso de obter uma zona de livre-comércio entre as duas partes através de negociações periódicas. Ele engloba os acordos assinados ou a serem assinados entre o México e o bloco comercial, assim como acordos bilaterais entre o México e cada um dos países interessados. O acordo, portanto, estabelece as bases para negociações futuras visando aprofundar tanto os acordos bilaterais como o acordo entre México e Mercosul como um bloco. Em meados de 2007, negociações estavam em curso a fim de expandir o acordo com o Brasil (ACE n° 53) e a cobertura do acordo com a Argentina (ACE n° 6) foi expandida para englobar aproximadamente 3.100 linhas tarifárias.<sup>40</sup>

Em novembro de 2003, sob o ACE México-Mercosul, o México assinou um acordo de livre-comércio com o Uruguai (ACE n° 60). Uma vez iniciada a vigência, aproximadamente 93% das linhas tarifárias se tornaram *duty-free*, exceções feitas ao petróleo e seus derivados, para os produtos automotivos<sup>41</sup> e para os itens contidos na agenda de exceções de cada país. Ainda no âmbito da ALADI, o México mantém ACES com o Peru (ACE n° 8) e Cuba (ACE n° 51), além de acordos de alcance parcial com o Equador, o Panamá e o Paraguai.<sup>42</sup>

Nos termos da agenda de redução tarifária estabelecida no Acordo de Livre-Comércio União Europeia-México (EUMFTA, na sigla em inglês), a União Europeia eliminou todas as tarifas de importações de produtos industriais do México, em 2003, e o México o retribuiu em janeiro de 2007. Aquela eliminará as tarifas de importação sobre produtos agrícolas e de pesca, a partir de 2008, e este fará o mesmo, em 2010. Há uma exceção feita a uma pequena lista de itens sensíveis, que incluem carne, cereais e laticínios. O acordo também estabelece quotas tarifárias para certos produtos agrícolas e de pesca. O México e a União Europeia estão implementando um Programa de Cooperação 2007-2013, que contém projetos nas áreas de facilitação do comércio, de apoio a pequenas e médias empresas e de promoção de competitividade.<sup>43</sup>

O acordo de livre-comércio com a Associação Europeia de Livre-Comércio (EFTA, na sigla em inglês) estabelece as mesmas agendas de redução tarifária que o EFTA. Consequentemente, o México eliminou todas as tarifas sobre importações de produtos industriais advindos dos parceiros da EFTA a partir de janeiro de 2007. Em contrapartida, esses países forneceram acesso *duty-free* a todos os produtos

---

<sup>40</sup> Idem, *ibidem*. p. 27-28.

<sup>41</sup> Comércio de bens automotivos é governado pelo Acordo de Alcance Parcial n° 55 e seus protocolos, assinados entre México e países membros do Mercosul no seio do quadro da ALADI.

<sup>42</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 28. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>43</sup> Ministério da Economia (2007).

industriais e de pesca do México quando o acordo entrou em vigor. O comércio de produtos agrícolas está sujeito a acordos bilaterais assinados entre México e cada Estado membro da EFTA.<sup>44</sup>

Após a entrada em vigor do acordo para fortalecer o Acordo de Parceria Econômica (APE) México-Japão, foram eliminadas tarifas nas áreas de eletrônicos, eletrodomésticos, bens de capital e automóveis. Até o ano de 2015, espera-se que sejam gradualmente eliminadas tarifas sobre 90% dos produtos, que respondem por 96% do total do comércio entre os dois países.<sup>45</sup> Uma lista com as tarifas aplicadas no Japão aos respectivos produtos, após a última revisão tarifária, de abril de 2010<sup>46</sup>. Regimes de redução tarifária especiais estão estabelecidos para os setores automotivo e de aço.<sup>47</sup>

Sob o acordo de livre-comércio México-Israel, o comércio de produtos industriais foi completamente liberalizado a partir de 2005. Aproximadamente 96% do comércio de produtos agrícolas está coberto pelo acordo.

Em meados de 2007, o México estava em negociações para firmar acordos comerciais com o Peru e a Coreia do Sul. Nesse mesmo ano, também anunciou sua intenção de iniciar negociações com a República Dominicana. Em um futuro próximo, espera-se que seja alcançado um acordo no sentido de expandir e aprofundar o ACE com o Peru, com vistas à celebração de um acordo de livre-comércio com este país.

Desde 1993, o México é membro da Cooperação Econômica da Ásia e do Pacífico (APEC), e, em 2002, foi sede do fórum. Também participou das negociações para estabelecer a Área de Livre-Comércio das Américas (ALCA), uma iniciativa idealizada em 1994 com o intuito de progressivamente eliminar as barreiras comerciais de bens e serviços entre 34 nações do hemisfério oeste. Apesar de as negociações terem sido finalizadas em janeiro de 2005, o processo foi suspenso, em meados de 2007, e não há datas para o recomeço. O México sedia o secretariado administrativo da ALCA, na cidade de Puebla.

Sob o Sistema Generalizado de Preferências (SGP), o México beneficia-se de um regime de acesso preferencial oferecido por Bulgária, Canadá, Federação Russa, Japão, Nova Zelândia, Turquia e União Europeia. Em 2006, um total de 3.876 certificados de origem foi emitido para exportações mexicanas sob regimes de SGP.

---

<sup>44</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 28. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>45</sup> Ángeles Villarreal, M. *Mexico's Free Trade Agreements*. Congressional Research Service Washington, 2010, p. 9. Disponível em: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/R40784.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>46</sup> Disponível em: [http://www.customs.go.jp/english/tariff/2010\\_4/index.htm](http://www.customs.go.jp/english/tariff/2010_4/index.htm).

<sup>47</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 28-29. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

O México também faz parte do Sistema Global de Preferências Comerciais (SGPC) entre países em desenvolvimento, e está atualmente participando da terceira rodada de negociações entre os membros do acordo, que começou em junho de 2004, no Brasil. No entanto, em 2007, o México não estava fornecendo nenhuma concessão sob tal regime, nem emitindo certificados para produtos mexicanos exportados sob seus auspícios.<sup>48</sup> A relação comercial entre o México e o Brasil é institucionalizada pelo ACE no âmbito do acordo do Mercosul com o México.

## BARREIRAS NÃO TARIFÁRIAS

De acordo com a Lei de Comércio Exterior (LCE),<sup>49</sup> o Ministério da Economia do México e outras autoridades competentes podem determinar medidas regulatórias e restrições não tarifárias sobre as importações, em certas circunstâncias, incluindo: por razões de balanço de pagamentos; para regular a entrada de bens usados e de bens que carecem de um mercado substancial em seu país de origem; em contrapartida às restrições impostas unilateralmente às exportações mexicanas por outros países; em conformidade com os tratados internacionais; para impedir práticas desleais de comércio; e por razões de segurança nacional, de saúde pública, de saúde animal e vegetal ou de proteção ambiental não abrangidas pelas Normas Oficiais Mexicanas (NOMs). Com relação às circunstâncias acima mencionadas, as autoridades indicaram que não foram adotadas medidas por razões de balanço de pagamentos ou em resposta a restrições impostas unilateralmente às exportações mexicanas por outros países.<sup>50</sup>

Os bens que são proibidos estão listados na Tarifa de Imposto Geral de Importação e Exportação (Tigie)<sup>51</sup>, publicada no Diário Oficial da Federação<sup>52</sup>. O México impõe proibições de importação a um pequeno número de posições tarifárias, por razões de segurança pública, de saúde, de moral pública e de proteção à criança.<sup>53</sup>

---

<sup>48</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 29. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>49</sup> Disponível em: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/Combo/L-21.pdf>.

<sup>50</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 45. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>51</sup> Disponível em: <http://www.siicex.gob.mx>.

<sup>52</sup> Disponíveis em: <http://dof.gob.mx/>.

<sup>53</sup> A seguir, estão as posições pautais SH em causa: 0301.9901, 1208.9003, 1209.9907, 1211.9002, 1302.1102, 1302.1902, 1302.3904, 2833.2903, 2903.5903, 2903.5905, 2910.9001, 2931.0005, 293.91101, 3003.4001, 3003.4002, 3003.9005, 3004.4001, 3004.4002, 3004.9033, 4103.2002, 4908.9005 e 4911.9105.

**Tabela 3 – Importações proibidas no México**

<b>Código SH</b>	<b>Descrição</b>
0301.99.01	Peixes predadores vivos em estado infantil, juvenil ou adulto;
1208.90.03	Farinhas de semente de papoula ( <i>Adormecedora</i> );
1209.99.07	Sementes e esporas de maconha ( <i>Cannabis indica</i> ) ainda que estejam misturadas com outras sementes;
1211.90.02	Marihuana ( <i>Cannabis indica</i> )
1302.11.02	Sucos e extratos de ópio preparados para fumar;
1302.19.02	Extratos e sucos derivados da maconha ( <i>Cannabis indica</i> );
1302.39.04	Mucilagem e outros derivados da maconha ( <i>Cannabis indica</i> );
2833.29.03	Sulfato de tálio
2903.59.03	1,2,3,4,10,10-Hexacloro-1,4,4 <sup>a</sup> ,5,8,8 <sup>a</sup> -hexahidro-endo-endo-1,4:5,8-dimetanonaftaleno (Inseticida - Isodrin ou Aldrin)
2903.59.05	1,4,5,6,7,8,8-Heptacloro-3 <sup>a</sup> ,4,7,7 <sup>a</sup> -tetrahydro-4,7-metanoindeno (Heptacloro)
2910.90.01	1,2,3,4,10,10-Hexacloro-6,7-epoxi-1,4,4 <sup>a</sup> ,5,6,7,8,8 <sup>a</sup> -octahidro-endo,endo-1,4:5,8-dimetanonaftaleno (Endrin)
2931.00.05	Feniltiofosfonato de O-(2,5-dicloro-4-bromofenil)-O-metilo (Leptofos)
2939.11.01	Diacetilmorfina (heroína), base ou cloridrato
3003.40.01	Preparados a base de maconha ( <i>Cannabis indica</i> )
3003.40.02	Preparados a base de acetil morfina ou de seus sais ou derivados
3003.90.05	Preparados – medicamentos a base de maconha ( <i>Cannabis Indica</i> )
3004.40.01	Preparados – medicamentos a base de acetil morfina, sais ou derivados
3004.40.02/ 3004.90.33	Preparados a base de maconha ( <i>Cannabis indica</i> )
4103.20.02	Peles e cascos de tartaruga em geral
4908.90.05/ 4911.91.05	Adesivos ou figuras impressas, contendo desenhos, figuras ou ilustrações que representem a infância de maneira pejorativa, em atitudes de incitação à violência, autodestruição ou em qualquer forma de comportamento antissocial, tais como Garbage Pail Kids, por exemplo.

Fonte: Serviço de Administração Tributária do México. Disponível em:

[http://www.pedimentos.aduanas.gob.mx/aduana\\_mexico/2008/pasajeros/139\\_10133.html](http://www.pedimentos.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/pasajeros/139_10133.html).

O México possui um regime de licenciamento prévio de importação (e exportação) de produtos sensíveis, cuja função principal é proteger a segurança nacional, a saúde pública e a exploração dos recursos naturais. Seus objetivos também incluem a regulamentação do comércio de mercadorias conforme o disposto nos tratados internacionais e o fornecimento de programas de suporte à

competitividade da indústria nacional (na *regla octava*, em espanhol, ou no oitavo artigo, em português). O acordo publicado em novembro de 2005 e suas alterações posteriores limitaram consideravelmente o número de produtos sujeitos à licença prévia de importação emitida pelo Ministério da Economia.<sup>54</sup> Alguns produtos necessitam de licenças de importação emitidas por outros ministérios, incluindo os Ministérios do Meio Ambiente, da Saúde e da Defesa do México.<sup>55</sup>

A importação de medicamentos, por exemplo, requer autorização sanitária emitida pela Comissão Federal para Proteção contra Riscos Sanitários (Cofepris), do Ministério da Saúde, e os importadores de tais produtos devem estar domiciliados no México.<sup>56</sup> Além disso, os estabelecimentos que pretendem importar ou comercializar medicamentos e outros insumos relacionados com a saúde devem ter um registro sanitário.<sup>57</sup> Para obter o registro da Cofepris, devem ser atendidos os requisitos que constam na Lei Geral de Saúde, bem como aqueles no Regulamento de Insumos Relacionados da Saúde (Regulations on Health-Related Inputs), em várias NOMs e nos chamados regulamentos *Farmacopea*.<sup>58</sup> De acordo com o Regulamento de Insumos da Saúde<sup>59</sup>, no seu primeiro título, artigo 2º, inciso IX, a Farmacopeia dos Estados Unidos Mexicanos (Feum) é definida como: "O documento expedido pela Secretaria que designa os métodos gerais de análise e os requisitos para a identidade, pureza e qualidade dos fármacos, aditivos, medicamentos, produtos biológicos e outros produtos de saúde"<sup>60</sup>. Mais informações podem ser encontradas através do site da Comissão Permanente da Farmacopeia dos Estados Unidos Mexicanos<sup>61</sup>.

O sistema mexicano de normalização é composto por três categorias de instrumentos: (I) os regulamentos técnicos (NOMs); (II) as normas mexicanas (NMXs); e (III) as normas de referencia (NRs). As NOMs são vinculativas e têm por objetivo estabelecer as especificações dos bens, serviços ou processos de produção, a fim de garantir a segurança das pessoas, a proteção humana, animal e vegetal, bem como dos recursos naturais e do meio ambiente. Os NMXs são destinados a orientar produtores e consumidores e a promover a qualidade. Eles são voluntários, exceto quando a sua aplicação é exigida por uma NOM: quando

---

<sup>54</sup> Acordo que institui a classificação e codificação de mercadorias cuja importação e exportação estão sujeitos à exigência de prévia licença do SE, publicado no Jornal Oficial da Federação de 09 de novembro de 2005, e respectivas alterações, de 20 de dezembro de 2005, 02 de outubro e 26 de dezembro de 2006 e 29 de março de 2007. Com exceção dos dois últimos, esses instrumentos foram notificados à OMC, no documento G/LIC/N/1/MEX/2 de 18 de outubro de 2006.

<sup>55</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 45. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>56</sup> Artigos 295 e 285 da Lei Geral da Saúde.

<sup>57</sup> Artigo 258 da Lei Geral da Saúde. Além de medicamentos e insumos para a saúde, incluem psicotrópicos, entorpecentes e matérias-primas e aditivos para a preparação de medicamentos, bem como equipamentos médicos, próteses, agentes de diagnóstico, cirurgia e material terapêutico (artigo 194 bis da Lei Geral de Saúde).

<sup>58</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 54. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>59</sup> Disponível em: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/ris.html>.

<sup>60</sup> Comisión Permanente de la Farmacopea de los Estados Unidos Mexicanos. Disponível em: <http://www.farmacopea.org.mx/>.

<sup>61</sup> Ver: <http://www.farmacopea.org.mx/>.

os produtores, por sua própria iniciativa, declararem que os seus produtos ou serviços estão em conformidade com uma norma específica; ou quando os órgãos públicos comprarem bens ou serviços. As NRs são elaboradas por organismos descentralizados da administração pública federal para estabelecer as especificações de bens e de serviços que são objeto dos contratos públicos, quando não há NMX ou qualquer norma internacional, ou quando estes não podem ser aplicados. Os organismos que emitem NRs são os Petróleos Mexicanos (Pemex) e a Comissão Federal de Eletricidade (CFE).<sup>62</sup>

Para comprovar o cumprimento dessas normas, é preciso entregar à autoridade alfandegária o certificado NOM correspondente, que pode ser obtido junto aos organismos de certificação de produtos a seguir: Associação Nacional de Normalização e Certificação do Setor Elétrico (Ance),<sup>63</sup> para produtos elétricos e a gás, entre outros; Nyce<sup>64</sup>, para produtos eletrônicos e pneus, entre outros; e Direção Geral de Normas (DGN), nos casos de produtos de responsabilidade específica do Ministério da Economia, ou quando não exista organismo de certificação autorizado. De acordo com a lei, as NOMs são consideradas como regulamentos, havendo a cobrança de multa de 70% a 100% do valor comercial da mercadoria no caso de descumprimento. No caso de omissão ou inexatidão de dados relativos ao cumprimento das NOMs, a multa prevista é de 2% a 10% do valor comercial da mercadoria.<sup>65</sup>

As regras de rotulagem podem ser específicas de acordo com o produto, mas as regras que devem ser aplicadas para a maioria dos produtos estão contidas na NOM-050-SCFI-1994<sup>66</sup>. De acordo com essa norma, os produtos devem conter as seguintes informações obrigatórias, legíveis e em espanhol:

1. Nome ou denominação genérica do produto, quando não seja identificável facilmente pelo consumidor;
2. Indicação de quantidade, conforme a NOM-030-SCFI<sup>67</sup>;
3. Nome, denominação ou razão social e endereço fiscal do produtor ou responsável pela fabricação de produtos nacionais. No caso dos produtos importados, essa informação deverá ser proporcionada ao órgão de governo pelo importador. O órgão proporcionará essa informação aos consumidores que assim a solicitem quando existam queixas sobre os produtos;

---

<sup>62</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 51-52. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>63</sup> Ver: <http://www.ance.org.mx/>.

<sup>64</sup> Ver: <http://www.nyce.org.mx/>.

<sup>65</sup> Brazil Trade Net. *Como Exportar: México, Ministério das Relações Exteriores*, 2007. p. 36-37.

<sup>66</sup> Disponível em: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SE/Normas/Oficiales/NOM-050-SCFI-2004.pdf>.

<sup>67</sup> Disponível em: <http://www.profeco.gob.mx/juridico/normas/NOM-030-SCFI-2006.pdf>.

4. Legenda que identifique o país de origem do produto ou outros análogos, sujeito ao disposto nos tratados internacionais dos quais o México faça parte;
5. Advertências de risco, por meio de legendas, gráficos ou símbolos de precaução no caso de produtos perigosos;
6. Quando o uso ou a conservação do produto requeira instruções, essa informação deve ser apresentada ou indicada, anotando na respectiva etiqueta: “Veja Instruções Anexas” ou “Manual de Operações Anexo”;
7. Quando corresponda, a data de vencimento ou de consumo recomendado;
8. Tratando-se de produtos importados, nome, denominação ou razão social e endereço fiscal do importador. Essa informação pode ser colocada no produto em território mexicano, depois do despacho alfandegário, porém antes da comercialização.”<sup>68</sup>

O México tem apresentado regularmente notificações à OMC sobre as NOMs e as medidas sanitárias e fitossanitárias (SPS). Em geral, os procedimentos para a adoção de NOMs estão claramente definidos. Uma nova NOM sobre a rotulagem de produtos têxteis e de vestuário foi aprovada em 2006. Em alguns casos, apenas os produtores dos países com os quais o México tem acordos de livre-comércio estão autorizados a utilizar a certificação obtida por outros importadores. Produtos sujeitos a medidas sanitárias e fitossanitárias devem respeitar as NOMs, os requisitos fitossanitários, de saúde animal e/ou certos requisitos de inspeção.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 37-38. Disponível em <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>69</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 30. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

**Tabela 4– Exigências técnicas específicas por produto**

<b>Produto</b>	<b>Normas Técnicas Correspondentes (NOMs e NMXs)</b>
Abrasivos naturais	NOM-050-SCFI-2004, NMX-O-173-1982
Açúcar em bruto	NMX-F-003-SCFI-2004; NMX-F-079-1986; NMX-F-080-1990; NMX-F-082-1986; NMX-F-084-SCFI-2004; NMX-F-085-SCFI-2004; NMX-F-086-1986; NMX-F-245-1983; NMX-F-271-1991; NMX-F-294-1986; NMX-F-303-1985; NMX-F-392-1986; NMX-F-476-1985; NMX-F-495-1986; NMX-F-496-1987; NMX-F-498-1987; NMX-F-499-1987; NMX-F-501-1987; NMX-F-503-1987; NMX-F-504-1987; NMX-F-526-1992
Adbos e fertilizantes	NMX-Y-001-1987; NMX-Y-004-1981; NMX-Y-005-1970; NMX-Y-018-1979; NMX-Y-025-1981; NMX-Y-027-1979; NMX-Y-029-1983; NMX-Y-030-1981; NMX-Y-033-1986; NMX-Y-034-1987; NMX-Y-035-1988; NMX-Y-038-1985; NMX-Y-039-1984; NMX-Y-041-1979; NMX-Y-043-1987; NMX-Y-044-1984; NMX-Y-045-1984; NMX-Y-054-1970; NMX-Y-072-1979; NMX-Y-108-1975; NMX-Y-145-1984; NMX-Y-148-1986; NMX-Y-149-1977; NMX-Y-181-1980; NMX-Y-251-1983; NMX-Y-269-1984; NMX-Y-277-1985; NMX-Y-300-1987; NMX-Y-311-1990.
Água destinada ao consumo humano	NOM-181-SSA1-1998-
Álcool etílico	NMX-F-619-NORMEX-2006; NMX-V-003-1973; NMX-V-004-NORMEX-2005; NMX-V-005-NORMEX-2005; NMX-V-013-NORMEX-2005; NMX-V-015-NORMEX-2006; NMX-V-017-NORMEX-2005; NMX-V-024-1972; NMX-V-025-NORMEX-2010; NMX-V-029-1972; NMX-V-032-NORMEX-2010; NMX-V-033-S-1981; NMX-V-037-1972; NMX-V-040-1972; NMX-V-041-1972; NMX-V-042-1972; NMX-V-045-1972; NMX-V-049-NORMEX-2004.
Álcool gel	NOM-138-SSA1-1995
Aparelhos transmissores e receptores	NOM-001-scfi-1993; NOM-024-SCFI-1998.pdf; NOM-081-SCT1-1993.pdf; NOM-083-SCT1-2002.pdf; NOM-084-SCT1-2002.pdf; NOM-088-1-SCT1-2002.pdf; NOM-088-2-SCT1-2002.pdf; NOM-050-SCFI-2004.pdf; NMX-I-030-NYCE-2007; NMX-I-039-NYCE-2004; NMX-I-052/01-NYCE-2003; NMX-I-052/02-NYCE-2003; NMX-I-101/07-NYCE-2001; NMX-I-101/12-NYCE-2001; NMX-I-135-NYCE-2004; NMX-I-088/12-NYCE-2003; NMX-I-240-NYCE-2000; NMX-I-175/02-NYCE-2003; NMX-I-175/01-NYCE-2003; NMX-I-093-NYCE-2005; NMX-I-002-NYCE-2005; NMX-I-013-NYCE-2003; NMX-I-100-NYCE-2001; NMX-I-167-NYCE-2003; NMX-I-168-NYCE-2003; NMX-I-029-1968.
Artigos de couro	NOM-020-SCFI-1997; NMX-EE-038-1981; NMX-K-515-1981.
Autopeças	NOM-050-SCFI-2004; NOM-012-SCT2-1995; NOM-041-SEMARNAT-1999; NOM-042-SEMARNAT-2003; NOM-044-SEMARNAT-2006; NOM-045-SEMARNAT-1996; NOM-050-SEMARNAT-1993; NOM-076-SEMARNAT-1995; NOM-079-SEMARNAT-1994; NOM-080-SEMARNAT-1994; NOM-131-SCFI-2004 ; NOM-160-SCFI-2003.
Bebidas	Modificações da NOM-051-SCFI/SSA1-2010; NOM-051-SCFI/SSA1-2010; NOM-086-SSA1-

	1994; NOM-251-SSA1-2009
Cadeados, guinchos, roldanas e macacos	NOM-050-SCFI-2004; NOM-114-SCFI-2006.
Café Orgânico ( <i>Organic coffee</i> )	NOM-149-SCFI-2001
Carne suína	NMX-FF-081-SCFI-2003; NMX-F-203-1971; NMX-F-543-1992
Charutos (Puros)	NOM-050-SCFI-2004
Eletrrodomésticos ( <i>Electric household appliance</i> )	NOM-001-SCFI-1993; NOM-003-SCFI-2000; NOM-024-SCFI-1998.
Equipamentos para segurança de elevadores	NOM-053-SCFI-2000; NMX-R-037-1985; NMX-B-073-1984.
Esmeris abrasivos ( <i>Grinding materials</i> )	NMX-O-173-1982
Farelo de soja	NMX-FF-089-SCFI-2008; NMX-F-047-SCFI-2006; NMX-Y-117-SCFI-2004; NMX-Y-320-SCFI-2004.
Farinha para animais	NMX-Y-342-SCFI-2008; NMX-Y-117-SCFI-2004; NMX-Y-320-SCFI-2004; NMX-Y-194-1993-SCFI; NMX-Y-319-1993-SCFI; NMX-Y-012-SCFI-2006 ; NMX-Y-013-1998-SCFI; NMX-Y-015-SCFI-2006; NMX-Y-016-SCFI-2004; NMX-Y-022-SCFI-2004; NMX-Y-080-SCFI-2006; NMX-Y-305-1997-SCFI; NMX-Y-309-SCFI-2008; NMX-Y-329-SCFI-1999; NMX-Y-336-SCFI-2006; NMX-Y-085-SCFI-2006; NMX-Y-094-SCFI-2008; NMX-Y-098-SCFI-2001; NMX-Y-100-SCFI-2004; NMX-Y-103-SCFI-2004; NMX-Y-111-SCFI-2001 ; NMX-Y-117-SCFI-2004; NMX-Y-222-SCFI-2006; NMX-Y-304-SCFI-2004; NMX-Y-331-SCFI-2002; NMX-Y-340-SCFI-2008 ;NMX-Y-346-SCFI-2007; NMX-Y-347-SCFI-2007; PROY-NMX-Y-085-SCFI-2006; PROY-NMX-Y-348-SCFI-2006; PROY-NMX-Y-351-SCFI-2007; PROY-NMX-Y-352-SCFI-2007.
Máquinas e equipamentos	NOM-016-ENER-2002; NOM-014-ENER-2004; PROY-NOM-119-STPS-1995; NOM-004-STPS-1999; NOM-007-STPS-2000.
Medicamentos e suplementos para animais	NOM-012-ZOO-1993; NOM-059-ZOO-1997; NOM-063-ZOO-1999; NOM-053-ZOO-1995.
Motores elétricos ( <i>Electric motors</i> )	NOM-016-ENER-1997
Móveis ( <i>Muebles</i> )	NOM-117-SCFI-1995; NOM-130-SCFI-1998; NOM-050-SCFI-1993; NMX-H-070-1981; NMX-N-068-1997; NMX-Q-044-1982
Óleo de soja refinado	NMX-F-015-SCFI-2005; NMX-F-017-SCFI-2005; NMX-F-074-SCFI-2006; NMX-F-075-SCFI-

	2006; NMX-F-089-SCFI-2008; NMX-F-101-SCFI-2006; NMX-F-115-SCFI-2006; NMX-F-116-SCFI-2006; NMX-F-119-1994-SCFI; NMX-F-152-SCFI-2005; NMX-F-154-SCFI-2005; NMX-F-156-SCFI-2006; NMX-F-174-SCFI-2006; NMX-F-211-SCFI-2006; NMX-F-215-SCFI-2006; NMX-F-222-1975; NMX-F-223-SCFI-2005; NMX-F-225-SCFI-2006; NMX-F-252-SCFI-2005; NMX-F-473-SCFI-2006; NMX-F-589-SCFI-2009; NMX-K-304-1972; NMX-K-306-SCFI-2006; NMX-K-395-1972.
Petróleo e derivados de petróleo	NMX-L-001-1970; NMX-L-006-1964; NMX-L-009-CT-1984; NMX-L-010-CT-1984; NMX-L-011-1965.
Produtos elétricos	NOM-001-SEDE-1999; NOM-003-SCFI-2000; NOM-024-SCFI-1998; NOM-058-SCFI-1999; NOM-064-SCFI-2000.
Produtos eletrônicos ( <i>Productos electrónicos</i> )	NOM-001-SEDE-1999; NOM-064-SCFI-2000; NOM-058-SCFI-1999; NOM-003-SCFI-2000; NOM-024-SCFI-1998.
Produtos químicos	NMX-K-1-1982; NMX-K-058-1985; NMX-K-105-1964; NOM-003-SCT/2000; NOM-005-STPS-1998; NOM-181-SSA1-1998; PROY-NOM-007-SCT2-2002; PROY-011-SCT2/2001
PVC rígido	NMX-E-012-SCFI-1999; NMX-E-015-SCFI-2000; NMX-E-022/02-1978; NMX-E-030-1981; NMX-E-031-SCFI-2000; NMX-E-129-SCFI-2001; NMX-E-145/3-SCFI-2001; NMX-E-165-1985; NMX-E-198-1993-SCFI; NMX-E-199/1-1998-SCFI; NMX-E-199/2-1995-SCFI; NMX-E-206-1993-SCFI; NMX-E-210-1994-SCFI; NMX-E-211/2-1994-SCFI; NMX-E-215/1-1996-SCFI; NMX-E-215/2-1999-SCFI; NMX-E-223-1999-SCFI; NMX-E-229-SCFI-1999; NMX-E-231-SCFI-1999; NMX-E-238-SCFI-2002; NMX-E-143/1-1998-SCFI; NMX-E-030-SCFI-2002; NMX-E-142-SCFI-2003; NMX-J-071-1982
Revestimentos cerâmicos ( <i>Cerámicas</i> )	PROY-NOM-231-SSA1-2002
Sacarina ( <i>Sacarina</i> )	NMX-F-516-1990; NMX-F--003-1991; NMX-F-084-1991.
Têxteis	NOM-004-SCFI-1994
Tintas e vernizes	NOM-003-SSA1-1993; NOM-008-SSA1-1993; NOM-123-ECOL-1998

Fontes: Inmetro. *Exigências Técnicas Países x Produtos: México*. Disponível em:

[http://www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas/ExigenciasTecnicas/amnorte/pais\\_amNorte.asp?sig\\_pais=MEX&nom\\_pais=México&nom\\_bandeira=band\\_mexico.gif](http://www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas/ExigenciasTecnicas/amnorte/pais_amNorte.asp?sig_pais=MEX&nom_pais=México&nom_bandeira=band_mexico.gif); NYCE. *Organismo Nacional de Normalización y Evaluación de la Conformidad*. Disponível em: <http://www.normalizacion-nyce.org.mx/php/loader.php>.

O México não assinou o Acordo da OMC sobre compras governamentais (Agreement on Government Procurement) e tampouco é um observador. A lei prevê editais abertos a qualquer pessoa ou produto, apesar de uma margem de preferência ser dada para os mexicanos. Na prática, os contratos do governo se dão principalmente através de concursos abertos apenas às pessoas ou bens mexicanos e aos estrangeiros de países com os quais o México assinou acordos relevantes. Isso poderia tanto impulsionar a

indústria nacional quanto também aumentar o custo das compras governamentais em detrimento dos contribuintes.<sup>70</sup>

Os principais instrumentos jurídicos do México sobre *antidumping*, direitos compensatórios e salvaguardas são a LCE de 1993 e seus regulamentos de execução<sup>71</sup>, o Acordo sobre a Implementação do artigo VI do GATT 1994 (Acordo *Antidumping*), o Acordo sobre Subsídios e Medidas Compensatórias e o Acordo sobre Salvaguardas da OMC. Além disso, vários acordos de livre-comércio assinados pelo México contêm disposições relevantes.<sup>72</sup> O Acordo sobre Barreiras Técnicas ao Comércio (Acordo TBT) entrou em vigor no México, em 1º de janeiro de 1995. Além deste, o enquadramento legal básico para a padronização e a avaliação da conformidade pode ser encontrado na Lei Federal sobre Metrologia e Normalização (LFMN) de 1992<sup>73</sup> e seus Regulamentos de Execução de 1999. A DGN atua como ponto de inquérito para os fins dos parágrafos 1 e 3 do artigo 10 do Acordo TBT.<sup>74</sup> A DGN também é a unidade administrativa responsável pelos procedimentos de notificação previstos no acordo. A declaração mais recente do México sobre a implementação e a administração do Acordo TBT foi notificada em julho de 1996.<sup>75 76</sup>

A Comissão Nacional de Normalização (CNN), criada ao abrigo da LFMN, é responsável por coordenar a política de padronização, pelas atividades das agências da administração pública federal e dos órgãos competentes nesse domínio<sup>77</sup> bem como por aprovar o programa de padronização nacional publicado anualmente no Jornal Oficial da Federação e notificado à OMC pelo México.<sup>78</sup> A Comissão é composta por autoridades públicas responsáveis pela emissão de regulamentos e de normas técnicas, por organismos de padronização privados, por representantes de grupos acadêmicos, industriais, comerciais e de consumo.<sup>79 80</sup>

---

<sup>70</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 31. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>71</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 30 de dezembro de 1993 (última revisão publicada em 29 de dezembro de 2000).

<sup>72</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 47. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>73</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 01 de julho de 1992. Alterado em 1997, 1999 e 2006 (a última alteração foi publicada no Jornal Oficial da Federação de 28 de julho de 2006).

<sup>74</sup> Documento da OMC G/TBT/2/Add. 14 de 19 de julho de 1996.

<sup>75</sup> *Ibidem*.

<sup>76</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 51. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>77</sup> Estes são os ministérios: da Economia, Desenvolvimento Social, Meio Ambiente e Recursos Naturais, Energia, Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural, Pescas e Alimentação, Transportes e Comunicações, Saúde, Trabalho e Bem-Estar Social e Turismo. Também se incluem a PEMEX e a Comissão Federal de Eletricidade.

<sup>78</sup> A notificação mais recente está contida no documento da OMC G/TBT/GEN/7/Add. 5 de 20 de Outubro de 2006.

<sup>79</sup> Artigos 59 e 60 da LFMN.

<sup>80</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 51. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

Todos os produtos nacionais e importados devem cumprir com os regulamentos técnicos correspondentes. Para os produtos domésticos, a conformidade com as NOMs é verificada tanto nos locais de produção quanto nos de distribuição. Já para os produtos importados, a verificação ocorre geralmente na fronteira. De acordo com a LCE, o Ministério da Economia é responsável pela publicação das NOMs no *Jornal Oficial da Federação*, cuja conformidade deve ser verificada pelas autoridades aduaneiras no momento da entrada das mercadorias no México. Somente os produtos importados identificados pelo respectivo código SH podem ser verificados. Independentemente da verificação realizada no ponto de entrada, o cumprimento das NOMs também pode ser verificado após os produtos terem ingressado no território mexicano. A lista<sup>81</sup> das NOMs que devem ser verificadas pelas autoridades aduaneiras foi publicada no Jornal Oficial da Federação de 27 de março de 2002.<sup>82</sup>

Além do Acordo SPS, da OMC, alguns outros principais instrumentos legais aplicáveis nesse domínio são: o LFMN, a Lei Federal da Saúde Animal (2007)<sup>83</sup>, a Lei Federal de Saúde Vegetal (1994)<sup>84</sup>, o regimento interno do Ministério da Agricultura, Pecuária, Desenvolvimento Rural, Pesca e Alimentação (Sagarpa) de 2001, a Lei Geral da Saúde<sup>85</sup>, o Regulamento do Controle Sanitário de Produtos e Serviços de 1999<sup>86</sup>, os Regulamentos da Comissão Federal para Proteção contra Riscos Sanitários<sup>87</sup> e a Lei Geral sobre o Desenvolvimento Sustentável (2003). Nos termos do Acordo SPS, o México notificou que o seu ponto de inquérito/notificação nacional foi a DGN, do Ministério da Economia.<sup>88 89</sup>

O Serviço Nacional de Saúde, Segurança Alimentar e Qualidade Agroalimentar (Senasica)<sup>90</sup>, uma agência descentralizada da Sagarpa, é responsável pela política de saúde animal e das plantas do México. Suas tarefas incluem o controle e o monitoramento para garantir que os animais e vegetais, seus produtos e subprodutos, importados, exportados ou transportados através do México não ponham em perigo a saúde da agricultura, da pecuária, da aquicultura e da pesca. Os diretórios gerais da SAGARPA de saúde animal, sanidade vegetal, inspeção de segurança alimentar de saúde animal e vegetal agem como unidades administrativas e técnicas do Senasica. A Cofepris, anteriormente mencionada, é uma agência

---

<sup>81</sup> A lista foi alterada e completada em diversas ocasiões por meio de acordos publicados no Jornal Oficial da Federação, nas seguintes datas: 08 de novembro de 2002, 11 de julho de 2003, 05 de janeiro e 15 de abril de 2004, 03 de fevereiro, 17 de maio e 26 de outubro 2005, 02 de fevereiro e 03 de maio de 2006 e 06 de julho de 2007.

<sup>82</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 54-55. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>83</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 25 de julho de 2007.

<sup>84</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 05 de janeiro de 1994 (última revisão publicada em 26 de julho de 2007).

<sup>85</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 07 de maio de 1997 (última alteração publicada em 06 de junho de 2006).

<sup>86</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 09 de agosto de 1999 (não revisado).

<sup>87</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 13 de abril de 2004 (não revisado).

<sup>88</sup> Documentos da OMC G/SPS/ENQ/19/Add. 2 e G/SPS/NNA/9/Add. 2, ambos de 26 de Junho de 2006.

<sup>89</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 57-58. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez 2010.

<sup>90</sup> Ver: <http://www.senasica.gob.mx/>.

descentralizada do Ministério da Saúde, responsável pela regulação da saúde, controle, acompanhamento e promoção de produtos que possam apresentar riscos para a saúde humana, incluindo alimentos, bebidas, nutrientes e pesticidas. O Diretório Geral de Florestas e Manejo do Solo, pertencente ao Ministério do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais (Semarnat), é responsável pela política nacional sobre a saúde das florestas. O México é membro das três organizações internacionais referidas no Acordo SPS, a saber, a Comissão do *Codex Alimentarius* (FAO/OMS), a Organização Internacional de Saúde Animal (OIE) e a Convenção Fitossanitária Internacional (CFI). O país também participa de organismos regionais como a Organização de Proteção Fitossanitária da América do Norte (NAPPO) e a Organização Internacional Regional de Saúde Agropecuária (OIRSA).<sup>91</sup>

Com o intuito de reduzir o risco potencial de introdução de doenças de quarentena no México, o México assinou, em meados de 2007, acordos de cooperação fitossanitária com 15 países.<sup>92</sup> Outros acordos também estão sendo elaborados com mais cinco países, incluindo o Brasil<sup>93</sup>, que atualmente possui apenas o Acordo sobre Sanidade Animal e o Ajuste Complementar ao Acordo Básico de Cooperação Técnica e Científica em Matéria de Sanidade Animal com o México.<sup>94</sup> O México concordou com protocolos e "programas de trabalho" sobre as importações (e exportações) com as autoridades fitossanitárias de uma série de países em que as exigências fitossanitárias e os procedimentos a serem cumpridos para a importação (e exportação) de certos produtos vegetais e seus subprodutos são estabelecidos. Todos os TLCs assinados pelo México contêm disposições sobre medidas sanitárias e fitossanitárias.<sup>95</sup>

O Acordo sobre a Classificação e Codificação de Bens Importados (Acordo SAGARPA)<sup>96</sup> determina a lista de produtos cuja importação está sujeita a regulamentações sanitárias ou fitossanitárias da SAGARPA. Os produtos nela referidos devem satisfazer os critérios estabelecidos nas NOMs correspondentes<sup>97</sup>, os formulários de requisitos fitossanitários (HRFs)<sup>98</sup> ou os formulários de requerimentos de saúde animal (HRZs)<sup>99</sup>, bem como os requisitos de inspeção.<sup>100</sup>

---

<sup>91</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 58. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez 2010.

<sup>92</sup> Argélia, Argentina, Bulgária, Canadá, Chile, China, Cuba, Equador, Índia, Guatemala, Holanda, Nova Zelândia, Peru, Estados Unidos e Uruguai.

<sup>93</sup> Brasil, Líbano, Polônia, Romênia e Turquia.

<sup>94</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Atos bilaterais em vigor para o Brasil nos campos da sanidade animal e vegetal. Disponível em: <<http://www2.mre.gov.br/dai/sanidade.htm>>.

<sup>95</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 58. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez 2010.

<sup>96</sup> Acordo sobre a classificação e codificação de mercadorias cuja importação é regulamentada pela SAGARPA, publicado no Jornal Oficial da Federação de 30 de Junho 2007.

<sup>97</sup> As NOMs de sanidade vegetal e animal para a importação podem ser consultadas na Internet em:

[http://senasicaw.senasica.SAGARPA.gob.mx/portal/html/senasica\\_principal/normalizacion](http://senasicaw.senasica.SAGARPA.gob.mx/portal/html/senasica_principal/normalizacion).

<sup>98</sup> O HRF pode ser consultado em: <http://senasicaw.senasica.sagarpa.gob.mx/requisitosfito/Inicio.aspx>.

<sup>99</sup> O HRZ está disponível em: <http://148.245.191.4/zooweb/Funcion.aspx>.

As importações de produtos alimentares, bebidas alcoólicas e não alcoólicas, suplementos alimentares e pesticidas estão sujeitas à fiscalização sanitária do Ministério da Saúde.<sup>101</sup> O acordo que instituiu a classificação e a codificação de mercadorias cuja importação, exportação, entrada e saída está sujeito a normas sanitárias do Ministério da Saúde e determina os produtos que necessitam de autorização prévia de importação.<sup>102</sup> Fornecedores desses produtos devem ser domiciliados no México<sup>103</sup> e cumprir com as disposições aplicáveis. Além disso, as importações de gêneros alimentícios, complementos alimentares, bebidas e matérias-primas devem ser acompanhadas dos seguintes documentos, conforme o caso, emitidos pela autoridade competente do país de origem: certificado sanitário ou certificado de venda livre e de análises laboratoriais; rótulo original e o rótulo com o qual o produto será comercializado no México. Para aqueles produtos que não necessitam de licença prévia de importação ao abrigo da Lei Geral da Saúde, um certificado emitido pela autoridade sanitária do país de origem deve ser apresentado e o Ministério da Saúde deve ser informado da chegada e do destino das mercadorias.<sup>104 105</sup>

O México assinou o Protocolo de Cartagena sobre Biossegurança, que entrou em vigor em 11 de setembro de 2003. A Comissão Interministerial de Biossegurança e Organismos Geneticamente Modificados (Cibiogem)<sup>106</sup> é responsável pela coordenação política do governo sobre a produção, o consumo, a importação, a exportação e o transporte de organismos geneticamente modificados (OGMs).<sup>107</sup>

O México é membro da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI) e assinou a maioria dos acordos internacionais sobre direitos de propriedade intelectual. Recentemente, entrou em vigor no país o tratado da OMPI sobre prestações e fonogramas e o tratado da OMPI sobre direitos autorais. O país também assinou o Tratado de Cingapura sobre direito de marcas. O México não é um membro do Sistema de Madrid para Registro Internacional de Marcas. As autoridades indicaram, todavia, que eles estão analisando as vantagens e desvantagens da adesão a esse sistema e que o México participa como observador na OMPI nos grupos de trabalho sobre o assunto.<sup>108</sup> O site do Instituto Mexicano da

---

<sup>100</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 60. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>101</sup> Artigos 284 e 298 da Lei Geral da Saúde.

<sup>102</sup> Publicado no Jornal Oficial da Federação de 01 de novembro de 2004.

<sup>103</sup> Artigo 285 da Lei Geral da Saúde.

<sup>104</sup> Artigo 286 bis da Lei Geral da Saúde.

<sup>105</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 62. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>106</sup> A Cibiogem é composta por responsáveis do Ministério da Saúde, do SAGAR, do SEMARNAT, do SE, do SHCP, do Ministério da Educação e do Conselho Nacional Científico e Tecnológico. Possui comissões especializadas para acompanhar as questões específicas.

<sup>107</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 62-63. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>108</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 89. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

Propriedade Industrial (Impi) fornece as orientações necessárias para o registro de marcas e patentes.

## PROCEDIMENTOS ADUANEIROS

O regime aduaneiro do México se fundamenta no Código Aduaneiro de 1995<sup>109</sup> e em seus regulamentos, nas Regulações Gerais de Comércio Exterior e em seus anexos e nas decisões tomadas anualmente pelo Ministério da Fazenda e do Crédito Público (SHCP). Paralelamente, o quadro institucional inclui outros instrumentos legislativos, como o Código Tributário da Federação e seus regulamentos, a Lei de Comércio Exterior<sup>110</sup> e seu regulamento de execução e a Lei sobre Taxas Gerais de Importação e Exportação<sup>111</sup>, acordo sob o qual o Ministério da Economia do México publica regulamentos e critérios gerais para o comércio exterior, bem como as disposições em matéria aduaneira nos acordos de livre-comércio assinados pelo país. Desde 1998, o país é membro da Organização Mundial das Alfândegas.<sup>112</sup>

A Administração Geral de Aduanas (AGA), que faz parte do Serviço de Administração Tributária (SAT) (um organismo descentralizado da SHCP), é responsável por fiscalizar, acompanhar e controlar a entrada e a saída de mercadorias no México.<sup>113</sup>

A maioria das pessoas ou empresas que desejam importar produtos para o México deve ser registrada no *Padrón de Importadores* mantido pelo SAT. Essa exigência não se aplica a pessoas ou empresas que importam para uso próprio ou a mercadorias que não podem ser comercializadas. Além disso, os importadores de determinados produtos, como alimentos, bebidas, produtos químicos, têxteis, calçados, produtos eletrônicos e produtos de ferro e aço devem ser incluídos no registro de importadores em setores específicos. Importadores de vinhos e bebidas alcoólicas devem estar listados no registro de contribuintes de bebida alcoólica. A lista de produtos específicos é determinada pela SHCP e é periodicamente alterada. Segundo as autoridades aduaneiras, a finalidade dos registros é manter uma lista completa e fiel dos importadores e prevenir/detectar diferentes tipos de fraude aduaneira.<sup>114</sup>

---

<sup>109</sup> O Código Aduaneiro Mexicano, com última revisão em 2006, pode ser visto (em espanhol) na página <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12.pdf>>.

<sup>110</sup> A lei pode ser lida, em espanhol, na página: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/28.pdf>.

<sup>111</sup> A lei pode ser lida, em espanhol, na página: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIGIE.pdf>.

<sup>112</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 32. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>113</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 32. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>114</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 32. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

O Ministério da Economia exige licença de importação para armamentos e munição, bens usados e reformados, entre outros. O Ministério da Saúde exige uma "autorização sanitária de importação com antecedência" ou uma "notificação sanitária de importação" para produtos e equipamento médicos, fármacos, produtos de diagnóstico, cosméticos, comida processada e certos produtos químicos. Suplementos alimentares e produtos à base de ervas são altamente regulados no México. A Sagarpa precisa conceder autorização prévia para a importação de certos produtos à base de couro ou pele animal, carne congelada, resfriada ou fresca e maquinário agrícola. A Semarnat demanda autorização prévia de importação de produtos relativos a espécies com risco de extinção, como ovos, marfim, alguns tipos de madeira, peles, etc.

Para importar produtos tóxicos e perigosos, precisa-se obter autorização de uma comissão chamada CICLOPLAFEST, que possui representação dos quatro órgãos mencionados anteriormente (Ministério da Economia, SSA, SAGARPA e Ministério do Meio Ambiente e Recursos Naturais). Essa lista inclui um amplo número de produtos químicos orgânicos e inorgânicos.<sup>115</sup> A licença indica as condições, as modalidades e a vigência da autorização, além da quantidade, do volume e do valor da mercadoria a ser importada e dos dados ou requisitos necessários. As licenças são impressas em papel de segurança ou cartão inteligente para uso eletrônico.<sup>116</sup>

Como regra geral, a importação de bens exige a participação de um agente ou despachante aduaneiro. Os agentes alfandegários são responsáveis tanto pelo pagamento de impostos de importação quanto pela exatidão das informações declaradas. Os requisitos para a obtenção de uma licença para atuar como agente de alfândega são, entre outros, a cidadania mexicana de nascimento, ainda que esse requisito não seja aplicado aos despachantes aduaneiros que são autorizados somente a desembaraçar mercadorias em um posto aduaneiro específico, em nome de um único pessoa. Para as importações de mercadorias por passageiros, de valor não superior a US\$ 3.000, não é necessário usar os serviços de um agente ou despachante.<sup>117</sup>

O produto cujo valor não exceda US\$ 5 mil pode ser importado por correio expresso, caso em que a empresa de correio atua como agente alfandegário.<sup>118</sup> No caso de importação via postal, o Serviço Postal

---

<sup>115</sup> U.S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008. p. 57-58. Disponível, por ferramenta de busca, em: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>116</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 33. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>117</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 32-33. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>118</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 35. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

Mexicano (Sepomex) deve apresentar a mercadoria às aduanas, se for solicitado. Portanto, a documentação deve ser a mais detalhada possível.<sup>119</sup>

Desde junho de 2008, produtos líquidos, gasosos ou em pó não podem ser enviados por correio ao México. Devem seguir os mesmos passos de uma carga comum, com o uso de um agente aduaneiro. Caso contrário, ocorre o confisco e a destruição da mercadoria.<sup>120</sup>

Maconha e seus extratos, como o ópio, a isodrina, a endrina, o leptophos e a heroína, e material gráfico que represente a infância de maneira degradante, entre outros produtos, não podem ser importados ou exportados pelo México.<sup>121</sup> Peixes predadores vivos e ovos, peles e cascos de tartaruga também não podem ser importados.<sup>122</sup>

O documento básico para importação no México é o *pedimento de importación*<sup>123</sup>. Esse documento deve ser acompanhado de: *fatura comercial* (em espanhol)<sup>124</sup>, *conhecimento de embarque* ou conhecimento de transporte aéreo; documentação que demonstre a conformidade com os regulamentos não tarifários e restrições, se for o caso; *certificado de origem*, se aplicável; documento que comprove o depósito de uma *caução* na conta da segurança aduaneira, quando se considera que as mercadorias tenham sido subavaliadas; *certificado que indique o peso ou o volume de bens importados a granel por via marítima*; e informações que permitam identificação, análise e controle dos produtos importados (marca, modelo, número de série e especificações técnicas).<sup>125</sup>

O México possui um sistema computadorizado de gestão aduaneira chamado Sistema Automatizado Aduanero Integral (SAAI), o qual permite a elaboração e a validação eletrônica das declarações de importação (e de exportação), bem como a troca eletrônica de informações entre a AGA, os 49 postos aduaneiros no México, os despachantes aduaneiros, os armazéns e os bancos. Fornecedores (e

---

<sup>119</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 35. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>120</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008 p. 58. Disponível, por ferramenta de busca, em: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>121</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008 p. 60. Disponível, por ferramenta de busca, em: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010. Uma lista mais completa pode ser visualizada, em espanhol, na página da Administração Geral de Aduanas, em: [http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana\\_mexico/2008/pasajeros/139\\_16781.html](http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2008/pasajeros/139_16781.html). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>122</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 73. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>123</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008 p. 58. Disponível, por ferramenta de busca, em: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>124</sup> A fatura comercial deve conter o lugar e a data de sua expedição, o nome e o endereço do destinatário, a descrição detalhada da carga e o nome e o endereço do vendedor. Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 35. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>125</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 33. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

exportadores), por meio de seus agentes aduaneiros, devem enviar com antecedência ao SAAI detalhes de todas as remessas importadas ou exportadas. Manifestos de carga de mercadorias transportadas por via ferroviária, marítima ou terrestre devem ser enviados eletronicamente com antecedência. O SAT pode autorizar associações de despachantes e associações de negócios utilizando os serviços de despachantes aduaneiros a oferecer validação eletrônica adiantada dos dados contidos nas declarações de importação. Independentemente dos resultados do processo de seleção informatizado, a autoridade aduaneira tem o poder de ordenar a verificação das mercadorias transportadas ou proceder a um controle *a posteriori* no domicílio do importador com visitas às instalações.<sup>126</sup>

Os requisitos para a entrada temporária de produtos em território mexicano (para eventos culturais, jornalismo, congressos, feiras, etc.) são, em geral, uma lista de produtos, uma declaração da empresa remetente afirmando que os bens são destinados a entrada temporária e não serão vendidos, uma declaração da empresa destinatária mexicana comprometendo-se a devolver os bens no prazo fixado legalmente (geralmente seis meses<sup>127</sup>) e atestando relação comercial entre as duas empresas e o formulário *Pedimento de importación temporal*<sup>128</sup>. A lista de produtos também deve ser apresentada à aduana do país de origem, para facilitar seu retorno sem pagar impostos.<sup>129</sup>

As autoridades mexicanas informam que o tempo médio para desembarço aduaneiro é de quatro horas. Se nenhuma inspeção física é exigida, as mercadorias são liberadas imediatamente.<sup>130</sup> Contudo, de acordo com o Banco Mundial, o tempo médio para importar no México é de 12 dias.<sup>131</sup>

O México aplica o Tratado de Valoração Aduaneira da OMC (Acordo sobre a Implementação do artigo VII do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio de 1994) desde 1995. O país utilizou várias previsões disponíveis a países em desenvolvimento para adiar a aplicação do acordo e fez reservas em relação a ele, mas as autoridades afirmam que, na prática, o México aplica o acordo, sem reservas. O contato mais recente do México, em resposta à lista de perguntas sobre o valor aduaneiro, foi distribuído aos membros

---

<sup>126</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 33. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>127</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 36. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>128</sup> Esse formulário pode ser visualizado na página: [http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/formatos/sol\\_imp\\_repara.html](http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/formatos/sol_imp_repara.html). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>129</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008. p. 59. Disponível por ferramenta de busca, na página: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>130</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 33. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>131</sup> World Bank. *Doing Business 2011 - Mexico*. Washington, 2010, p. 57. Disponível em: <http://www.doingbusiness.org/reports>.

da OMC em julho de 2004.<sup>132</sup>

O Código Aduaneiro determina que o valor aduaneiro das mercadorias seja o valor de transação e define este como o preço pago ou a pagar pelas mercadorias, desde que esses bens sejam vendidos para o importador. O importador é considerado o comprador das mercadorias importadas, excluindo assim os intermediários. O valor da operação é aplicado na base CIF, exceto quando é solicitado um tratamento preferencial no âmbito dos acordos de livre-comércio de que o México faz parte, caso em que a base é o valor FOB. Quando o valor aduaneiro não puder ser determinado em função do valor da operação, os seguintes métodos são usados em sequência e por eliminação: o valor de transação de mercadorias idênticas, o valor transacional de mercadorias similares, o preço unitário de venda, o valor calculado ou os métodos anteriores com maior flexibilidade.<sup>133</sup>

O México tem um mecanismo para estimativa de preços criado em 1994 para compensar a desvalorização de determinados bens. Com esse mecanismo, o importador necessita depositar uma caução quando o valor declarado for inferior ao preço estimado pela SHCP. A garantia deve cobrir a diferença entre o imposto pago e o imposto devido se o valor das mercadorias importadas corresponde ao preço estimado (incluindo direitos *antidumping* ou de compensação, quando for o caso) e pode ser depositado em dinheiro ou por uma linha de crédito de *backup*, garantia, títulos ou carta de crédito. A SHCP publica regularmente a lista de posições tarifárias sujeitas ao mecanismo de preço estimado.<sup>134</sup>

México aplica regras preferenciais e não preferenciais. As primeiras são aquelas previstas no âmbito dos acordos de livre-comércio dos quais o México faz parte. Critérios de origem não preferenciais se aplicam às mercadorias que são sujeitas a medidas *antidumping* ou de compensação. Essas últimas, como as regras de origem em cinco dos acordos preferenciais assinados pelo México, foram notificadas à OMC.<sup>135</sup>

Mercadorias importadas sob um regime preferencial devem ser acompanhadas por um certificado de origem. O processo de certificação varia dependendo do acordo. O acordo Nafta e os acordos com a Bolívia, Chile, Costa Rica, Israel, Nicarágua e Triângulo do Norte (El Salvador, Guatemala e Honduras) preveem uma modalidade de autocertificação, na qual o exportador completa o certificado de origem sem o envolvimento de autoridades. Outros acordos exigem o certificado de origem emitido pela autoridade

---

<sup>132</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 35. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>133</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 35. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>134</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 36. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>135</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 36-37. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

competente do país exportador, caso dos acordos com a Associação Europeia de Livre Comércio, União Europeia e Japão. O mesmo ocorre com o Brasil, que, atualmente, não possui acordo de livre-comércio com o México, utilizando somente os acordos no âmbito do Mercosul. No caso dos acordos com a Colômbia e o Uruguai, o certificado de origem é preenchido e assinado pelo exportador, mas deve ser validado pela autoridade competente no país de origem.<sup>136</sup>

A LFMN<sup>137</sup> de 1988, atualizada em 1992, rege o sistema mexicano de obediência a padrões de qualidade. O Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización<sup>138</sup> de 1999 complementa as previsões da LFMN. A DGN é o órgão responsável por gerenciar e coordenar as atividades de padronização no país, subordinado ao Ministério da Economia. Anualmente, o Programa Nacional de Normalização (PNN)<sup>139</sup> é publicado no *Diario Oficial*, delineando as atividades relativas ao ano em questão. Há padrões obrigatórios (NOMs)<sup>140</sup> e voluntários (NMX). Nota-se que um padrão voluntário torna-se obrigatório para o produtor que optar por cumpri-lo.<sup>141</sup>

A possibilidade de criar NOMs não está restrita à DGN e inclui também as demais secretarias, como as responsáveis por trabalho, comunicações e transporte, turismo, desenvolvimento social, etc. Há organizações que desenvolvem NMX<sup>142</sup> setoriais, como ANCE (elétrico), Instituto Mexicano de Normalização e Certificação - IMNC (sistemas de qualidade), Instituto Nacional de Normalização Têxtil - Inntex (têxteis), Órgão Nacional de Normalização e Certificação da Construção e Edificação - ONNCCE (construção), Órgão Nacional de Normalização e Certificação - Normex (alimentos) e Normalização e Certificação Eletrônica - Nyce (eletrônicos).<sup>143</sup>

As informações básicas que devem constar nos rótulos de produtos a serem exportados para o México são: nome e endereço da entidade importadora; nome e endereço do exportador; marca registrada

---

<sup>136</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 37. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tp\\_r\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tp_r_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>137</sup> A lei pode ser lida, em espanhol, na página: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/130.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>138</sup> A lei pode ser lida, em espanhol, na página: [http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Noticias/Reglamento\\_Metrologia.pdf](http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Noticias/Reglamento_Metrologia.pdf). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>139</sup> Mais informações podem ser obtidas (em espanhol) na página: [http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p\\_Programa\\_Nacional\\_Normalizacion](http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Programa_Nacional_Normalizacion). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>140</sup> O Diario Oficial de la Federación contém as publicações das NOMs. É possível acessá-las na página: <http://dof.gob.mx/index.php>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>141</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008. p. 61-63. Disponível por ferramenta de busca, pela página: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>142</sup> Para um esquema dos principais NMX (em espanhol), ver a página da NORMEX em: <http://www.normex.com.mx/catalogo-de-normas>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>143</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008. p. 63. Disponível, por ferramenta de busca, pela página: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

e nome comercial da marca; conteúdo líquido; instruções de uso e manuseio (se necessário); e avisos e alertas para produtos perigosos. Informar o país de origem é altamente recomendável.<sup>144</sup>

A Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) é um órgão sem fins lucrativos responsável por conceder autorizações, em nome da DGN, a laboratórios de calibração e de teste, a escritórios de certificação e a unidades de verificação para que esses possam avaliar produtos segundo as NOMs e a NMX.<sup>145</sup>

O Impi é a repartição responsável pelo registro de marcas, invenções e outras patentes no México<sup>146</sup>. Uma marca é válida por 10 anos e pode ser renovada indefinidamente.<sup>147</sup>

Mercadorias estrangeiras podem ser depositadas em "armazéns fiscais" para transformação, mediante pagamento do imposto geral de importação. Se o maquinário utilizado nessa transformação precisar também ser importado, ele não pagará impostos.<sup>148</sup>

Melhorar a segurança na alfândega é uma das prioridades do México. Desse modo, o país tem adotado medidas que incluem, além de transmissão eletrônica adiantada de dados sobre passageiros e carga, o intercâmbio de informações com outros serviços aduaneiros, os sistemas de certificação para a segurança da cadeia logística de agentes de comércio exterior, bem como a utilização de equipamentos de raio-X para inspecionar recipientes.<sup>149</sup>

## TRIBUTAÇÃO

Para efeitos fiscais, o território mexicano é dividido, em duas regiões: a zona fronteiriça (faixa de 20 km ao longo das fronteiras norte, com os Estados Unidos, e sul, com Guatemala e Belize, com tratamento fiscal diferenciado) e o restante do país. O sistema mexicano de classificação de mercadorias é definido

---

<sup>144</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008. p. 67. Disponível, por ferramenta de busca, pela página: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>145</sup> U. S. Commercial Service. *Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*. Washington, 2008, p. 64. Disponível, por ferramenta de busca, pela página: [http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search\\_type=int](http://www.buyusainfo.net/adsearch.cfm?search_type=int). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>146</sup> Mais informações sobre como registrar patentes se encontram, na página do Impi, em espanhol, em: [http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/como\\_registrar\\_una\\_invencion](http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/como_registrar_una_invencion). Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>147</sup> Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007, p. 39. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>148</sup> Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 42. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>149</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 34. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

pela Tigie, baseada no Sistema Harmonizado (SH) de classificação de mercadorias.<sup>150</sup> A base de cálculo aduaneiro depende essencialmente da origem das importações: FOB, para as importações provenientes de países com acordos de livre-comércio com o México, e CIF, para importações de outras origens. A base de cobrança do imposto geral de importação é o valor alfandegário da mercadoria, que inclui as despesas de frete, seguros e despesas extras, como carga e descarga, necessárias em função do transporte das mercadorias até o local de inspeção.<sup>151</sup>

Os programas de redução de tarifas do México são medidas frequentemente adotadas pelo governo mexicano para facilitar o comércio e reforçar o seu setor produtivo. Outras medidas são, por exemplo, a remoção de 73% dos direitos *antidumping* sobre as importações provenientes da China (que abrangem 749 linhas tarifárias) e o estabelecimento de uma medida de transição que irá progressivamente reduzir e eliminar totalmente os restantes 27% dos direitos *antidumping* (que abrangem 204 linhas tarifárias) até 11 dezembro de 2011.

O México também emitiu ordens executivas destinadas a facilitar as operações de importadoras aduaneiras, por exemplo, através da eliminação dos preços estimados, os requisitos específicos do setor de registro de importação e certificados de origem necessários para provar que um produto importado não deve ser objeto de direitos *antidumping*. A redução progressiva da tarifa no México deve afetar: as taxas de direitos de importação de determinados veículos, que deverão ser reduzidas para 20% em 2013; os direitos de importação sobre determinados calçados, que devem ser reduzidos para 25% em 2012 e para 20% em 2013; os direitos de importação de determinados produtos têxteis, que devem ser reduzidos para 10% em 2012; a taxa de imposto sobre o cimento e a taxa de impostos sobre produtos siderúrgicos (ou seja, insumos e matérias-primas), que devem ser reduzidas a zero até 2012; entre outros.<sup>152</sup>

O México consolidou todas as suas tarifas a uma taxa média de 36%. Essa medida levou a uma maior previsibilidade no que diz respeito às condições de acesso ao mercado mexicano, ainda que essa previsibilidade seja atenuada em função da acentuada diferença entre os valores médios das taxas aplicadas e das consolidadas.<sup>153</sup>

---

<sup>150</sup> Guia do Exportador – México, Global 21. Disponível em: <http://www.global21.com.br/guiadoexportador/mexico.asp>.

<sup>151</sup> Brasil. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 30-31. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

<sup>152</sup> Hogan & Hartson LLP. *Mexico engages in aggressive tariff reductions of non-preferential duty rates on thousands of products*. Jan. 2009. p. 2. Disponível em: [http://www.hoganlovells.com/files/Publication/38c1e856-f4d6-44f0-ae45-86dab95d9168/Presentation/PublicationAttachment/c77f18e9-6533-4bd8-b0fa-340e9ac41a55/CustomsUpdate\\_Jan2009.pdf](http://www.hoganlovells.com/files/Publication/38c1e856-f4d6-44f0-ae45-86dab95d9168/Presentation/PublicationAttachment/c77f18e9-6533-4bd8-b0fa-340e9ac41a55/CustomsUpdate_Jan2009.pdf).

<sup>153</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 30. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

Como é o caso de outros membros da OMC, a participação do México nos acordos de comércio preferencial levanta preocupações quanto ao seu impacto sobre a alocação de recursos. O México tem regras preferenciais e não preferenciais de origem. O propósito desta última é evitar a evasão dos direitos *antidumping*, variando de acordo com o produto e o país de origem.<sup>154</sup>

Além das tarifas, as importações de bens podem estar sujeitas à taxa de processamento aduaneiro (DTA) e à taxa de armazenagem. Tanto as importações quanto os produtos nacionais estão sujeitos ao Imposto sobre o Valor Agregado (IVA), ao Imposto Especial sobre Produtos e Serviços (IEPS) (imposto especial sobre a produção e serviços) e ao Imposto sobre Automóveis Novos (Isan).<sup>155</sup>

Sobre a aplicabilidade dessas taxas, a DTA é devido sobre as importações e é calculado numa base *ad valorem*. Importações preferenciais estão isentas dessa taxa. O México requer licenças de importação prévia para administrar as concessões tarifárias e para proteger o meio ambiente em relação a produtos como veículos usados e roupas. A DTA é devido sobre operações aduaneiras que envolvem a utilização da declaração aduaneira ou documento correspondente. Na maioria dos casos, a taxa é de oito por mil do valor aduaneiro declarado. Importações temporárias de máquinas e equipamentos para as empresas com programas de exportação autorizados estão sujeitas a uma taxa de 1,76 por mil e, em outros casos, uma taxa especial de Mex \$ 222.90 (cerca de US\$ 18)<sup>156</sup> é devida por operação. Importações definitivas de mercadorias sujeitas a um regime preferencial no âmbito de um tratado de livre-comércio firmado pelo México estão isentas dessa taxa, desde que satisfaçam os requisitos de origem aplicáveis.<sup>157 158</sup>

A taxa de armazenagem é devida pelo depósito de mercadorias a serem importadas no território aduaneiro, em armazéns *in-bond* (*customs in-bond warehouses*). O armazenamento é gratuito para os primeiros dois dias de calendário para as mercadorias armazenadas nas alfândegas aéreas e terrestres, e, durante cinco dias, no caso de mercadorias armazenadas em alfândegas marítimas. Ao final desses períodos, as taxas previstas na Lei Federal sobre Impostos serão aplicáveis, calculadas conforme o período de armazenamento e a natureza dos bens<sup>159</sup> (por exemplo: volume, requisitos especiais de

---

<sup>154</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 30. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>155</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 43. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>156</sup> Título 01 - De Los Derechos por la Prestación de Servicios; Capítulo 03 - De la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; Sección 03 - Servicios Aduaneros; Artículo 49 - Tasas o cuotas por Derecho de Trámite Aduanero. Disponível em: <http://alterno.aadam.com.mx:8080/CAAAREM/CALEYDER.NSF/7a19c73e3b37bd9a06256291005e3a98/1ba9a6bbf9f5cd53c12563b0002ccc86?OpenDocument>.

<sup>157</sup> Artigo 49 da Lei Federal sobre Impostos, publicado no Jornal Oficial da Federação de 27 de dezembro de 2006.

<sup>158</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008, p. 44. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>159</sup> As tarifas podem ser consultadas na *Décima Primera Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal para 2006* e seus anexos 7, 8, 9, 15 e 19, publicado no Jornal Oficial da Federação de 27 de dezembro de 2006.

armazenamento, bens explosivos, inflamáveis ou contaminantes, *inter alia*).<sup>160</sup>

O IVA é aplicável aos produtos nacionais e importados a uma taxa geral de 16% do preço das mercadorias (incluindo outros impostos ou direitos aplicáveis). Para produtos importados, o imposto é calculado sobre o valor aduaneiro, ao qual é adicionado o montante dos direitos de importação e quaisquer outros direitos devidos pela importação, incluindo, quando aplicável, os direitos *antidumping* ou de compensação. Importações que entram na zona de fronteira estão sujeitas a um imposto de 11%. A venda de certos produtos de consumo básico, como alimentos e algumas bebidas (água, leite, sucos e xaropes), produtos farmacêuticos, produtos transformados de origem vegetal ou animal e mercadorias para exportação, *inter alia*, estão isentos de IVA.<sup>161</sup>

O Imposto Especial sobre Produtos e Serviços (IEPS) é aplicável aos produtos nacionais e importados com taxas que variam de 20 a 110% do valor do produto. Em 2007, aplicou-se aos seguintes produtos: bebidas alcoólicas (25 a 50%), álcool, álcool desnaturado e mel não cristalizado (50%), tabaco (20,9 a 110%), éter de petróleo e óleo diesel, cujas taxas são ajustadas mensalmente.<sup>162</sup> As taxas do IEPS podem ser conferidas no site do Serviço de Administração Tributária do México<sup>163</sup>.

O Isan é aplicado sobre o preço de venda dos veículos ao consumidor final, incluindo todos os equipamentos opcionais e antes de serem aplicadas quaisquer reduções ou descontos em ofertas especiais. Esse imposto é aplicável aos veículos mexicanos e aos importados. Seu montante é determinado de acordo com cinco faixas de preço para automóveis e compreende um montante específico que varia de Mex\$ 0 a 18.500 (cerca de US\$ 1.700) e uma taxa *ad valorem* (de 2 a 17%) sobre a diferença entre o valor do veículo e o limite inferior do intervalo de preços em que o veículo se encaixa. No caso das importações de veículos novos, o Isan é determinado pela aplicação da taxa prevista na lei sobre o Isan ao valor aduaneiro declarado, acrescido do montante dos direitos de importação e quaisquer outros direitos devidos pela importação, com exceção do IVA. Os automóveis cujo valor não exceda Mex\$ 156.135 (cerca de US\$ 14.350) estão isentos desse imposto.<sup>164</sup>

Nos termos da Lei Aduaneira, as importações temporárias estão isentas de imposto de importação e de direitos *antidumping* ou de compensação, desde que cumpram com as demais obrigações a respeito

---

<sup>160</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 44. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>161</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 44. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>162</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 44. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>163</sup> Disponível em: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/asistencia\\_contribuyente/informacion\\_frecuente/ieps](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/informacion_frecuente/ieps).

<sup>164</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 44-45. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

dos regulamentos e das restrições não tarifárias.<sup>165</sup> Há duas principais categorias de importações temporárias: (i) as que entram no México por um tempo limitado e para um propósito especial, posteriormente retornando ao exterior sem qualquer transformação; e (ii) as mercadorias importadas para fins de transformação, processamento ou reparo de empresas com programas de exportação autorizadas pelo Ministério da Economia.<sup>166</sup>

Tarifas preferenciais variam conforme os acordos e os setores, mas as diferenças têm diminuído significativamente em comparação com a situação de 2001, já que as reduções tarifárias abrangidas pelos acordos passaram a entrar em vigor. Em 2007, a tarifa preferencial média variou de 0 a 1% na maioria dos acordos, com exceção daqueles com Israel e Japão, para os quais a tarifa média foi de 1,9 e 7,6%, respectivamente. Em geral, as taxas aplicáveis aos produtos agrícolas são muito superiores às dos outros produtos.<sup>167</sup>

Em alguns casos específicos, insumos e produtos podem obter tratamento tarifário preferencial, mesmo sem existir acordo de livre-comércio com o México. Alguns exemplos são os programas setoriais de apoio aos setores exportadores, que permitem a importação de insumos e de bens intermediários isentos de tarifas - desde que sejam incorporados a produtos de exportação, conferindo, portanto, importantes benefícios às empresas exportadoras mexicanas - e as importações realizadas por instituições de assistência privada.<sup>168</sup>

---

<sup>165</sup> Artigo 104 da Lei Aduaneira.

<sup>166</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 43. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

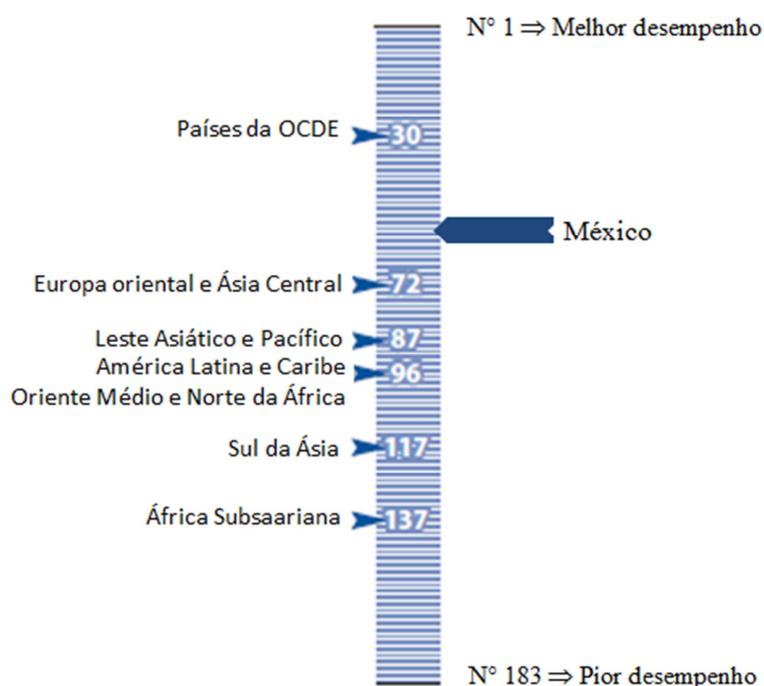
<sup>167</sup> World Trade Organization. *Trade Policy Review – Mexico: Report by Secretariat*. Genebra, 2008. p. 44. Disponível em: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp295\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp295_e.htm). Acesso em: 21 dez. 2010.

<sup>168</sup> BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. *Brazil Trade Net – Como Exportar – México*. Brasília, 2007. p. 32. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXMexico.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2010.

**AMBIENTE DE NEGÓCIOS**

De acordo com o Doing Business 2012<sup>169</sup>, do Banco Mundial, o México ocupa a 53ª posição no *ranking* de 183 países avaliados por sua facilidade para fazer negócios. A classificação dos países leva em conta aspectos relacionados com a 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, fechamento de empresas, entre outros. A título de comparação mundial, a Figura 3 apresenta a classificação do México em relação às principais regiões do mundo.

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



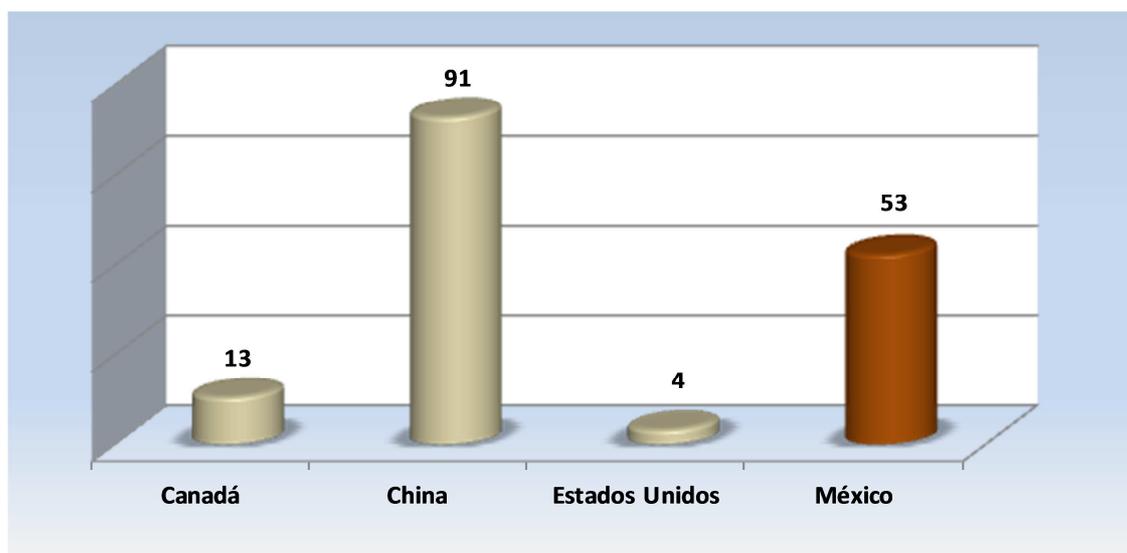
Fonte: Doing Business 2012. Banco Mundial. Elaboração UICC Apex-Brasil.

O México, conforme apresentado na Figura 3, obteve uma avaliação razoável no que se refere ao ambiente para os negócios, pois está acima da média dos principais blocos de países do mundo, porém, bem inferior ao obtido por aqueles que compõem a OCDE. No entanto, nos últimos seis anos, o México foi um dos 40 países que mais promoveram alterações em suas economias com o objetivo de melhorar as

<sup>169</sup> Publicação anual do Banco Mundial, que fornece uma avaliação quantitativa das regulações relacionadas à atividade empresarial. Essa publicação pode ser obtida em: <http://www.doingbusiness.org/reports/doing-business/doing-business-2011>.

condições de negócios no país. O México, em comparação ao Canadá, China e Estados Unidos, fica na 53ª posição, superando apenas a China entre os países analisados, como pode ser observado no Gráfico 6.

**Gráfico 6 - Ranking Doing Business 2012: posição de Canadá, China, Estados Unidos e México**



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

Em termos de evolução, o México melhorou uma posição em sua avaliação de 2011. Essa alteração no *ranking* decorreu basicamente de modificações em três segmentos. A primeira, refere-se às alterações no processo de liberação de licenças para construção de imóveis, o que tornou o processo de obtenção dessas licenças mais simples e ágil. A segunda foram as alterações nos processos de crédito, dando maior segurança aos credores por meio da criação de um registro centralizado com acesso direto pela internet. E, por fim, a terceira, se relaciona a reduções dos custos com impostos. Essas reduções se referem tanto a diminuição da carga tributária quanto, também, à simplificação dos tributos. A Tabela 5 apresenta a composição e a classificação do México nos diferentes itens que compõem o *ranking* realizado pelo *Doing Business* nos anos de 2011 e 2012.

Como pode-se observar na Tabela 5, o item mais crítico para o México foi a abertura de empresas, que gerou uma perda de nove posições no *ranking*. Embora haja ocorrido essa perda, existe um esforço do governo federal em apoiar os municípios na modernização de seus marcos regulatórios relacionados à abertura de empresas. Essa iniciativa de reforma no México tem por base alguns casos que servem de *benchmarking* de regulamentação de negócios, presentes em todos os estados e na Cidade do México. A reforma tem exigido a coordenação horizontal entre ministérios, agências e órgãos legislativos e judiciais em nível federal e a coordenação com entidades em nível estadual e municipal. O resultado do programa

de simplificação do licenciamento municipal, praticado pelos municípios que tem servido de modelo, levou a um aumento de 5%, no número de empresas registradas, de 2,2%, no emprego, e de 4% no número de novas empresas. Essa tem sido a tônica para evidenciar a importância dos municípios e estados se engajarem nos processos de reforma. Já os itens de avaliação que tiveram melhor desempenho foram: obtenção de alvarás, em seis posições; obtenção de crédito, em cinco posições; pagamento de impostos, em uma posição; e comércio exterior, que subiu três posições.

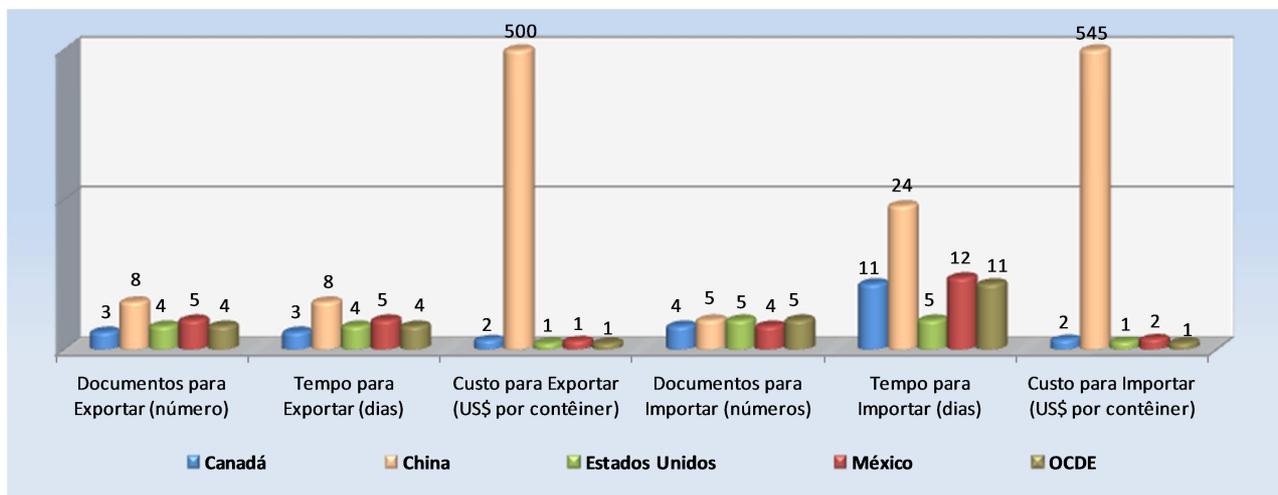
**Tabela 5 - Ranking do México nos itens que compõem o índice de facilidades de fazer negócio em 2011 e 2012**

<b>Item</b>	<b>Ranking de 2012</b>	<b>Ranking de 2011</b>	<b>Mudanças no Ranking</b>
<b>Facilidade de fazer negócios</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>1</b>
Abertura de empresas	75	66	-9
Obtenção de alvarás	43	49	6
Obtenção de eletricidade	142	142	sem alteração
Registro de propriedades	140	140	sem alteração
Obtenção de crédito	40	45	5
Proteção de investidores	46	44	-2
Pagamento de impostos	109	110	1
Comércio exterior	59	62	3
Cumprimento de contratos	81	81	sem alteração
Fechamento de empresas	24	23	-1

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

A avaliação do item *Comércio exterior* leva em consideração seis tópicos, que são: i) número de documentos para exportar; ii) tempo, em dias, para exportar; iii) custo para exportar, por contêiner; iv) número de documentos para importar; v) número de dias para importar; vi) custo para importar, por contêiner. Esses elementos para o México, Estados Unidos, Canadá, China e países da OCDE podem ser observados no Gráfico 7. Pode-se verificar que o México exige o maior número de documentos para importar entre os países analisados e necessita de mais tempo para importar e exportar. Além disso, tem o maior custo por contêiner para importar, chegando a US\$ 1.780. Dos elementos desse item, o único em que o país apresenta alguma vantagem é no custo por contêiner para exportar em relação ao do Canadá.

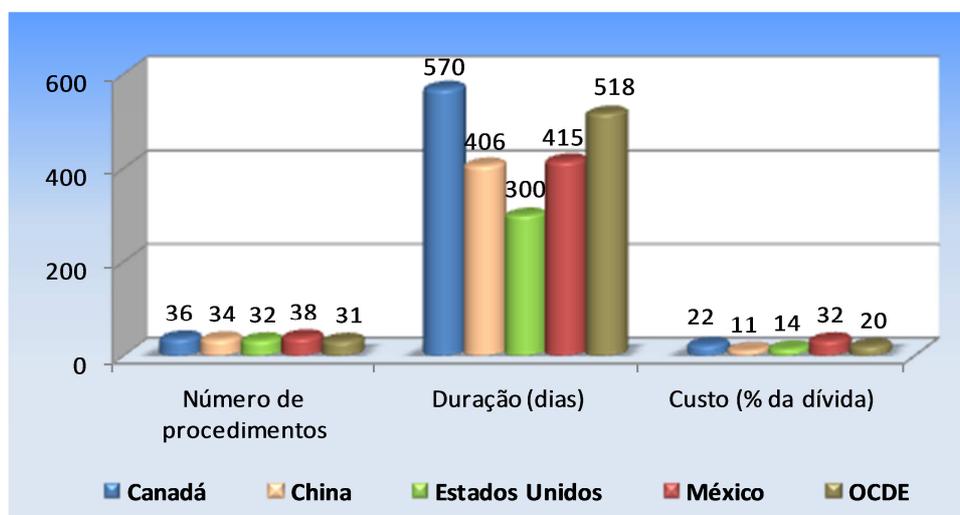
**Gráfico 7 - Elementos de avaliação do item *Comércio exterior* do ranking Doing Business 2012: comparativo entre Canadá, China, Estados Unidos, México e OCDE**



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

O item *Cumprimento de contratos*, que é um aspecto relevante para os investidores que pretendem ampliar suas atividades no país, mede a eficiência dos tribunais na resolução de disputas relacionadas a operações de venda. Nesse item são avaliados o tempo, o custo e o número de processos envolvidos no contencioso, desde o momento do registro da ação até a efetivação do pagamento requerido por uma das partes. Os indicadores desse critério para o México e os países analisados podem ser observados no Gráfico 8.

**Gráfico 8 - Elementos de avaliação do item *Cumprimento de contratos* do ranking Doing Business 2012: comparativo entre Canadá, China, Estados Unidos, México e OCDE**



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

Dos elementos que compõem o item *Cumprimento de contratos*, o México é, entre os países apresentados no Gráfico 8, o mais burocrático, resultando no maior número de procedimentos e no maior custo - que, em média, é de 32% do valor da dívida. Porém, está muito próximo aos Estados Unidos e à China no que se refere à agilidade dos processos.

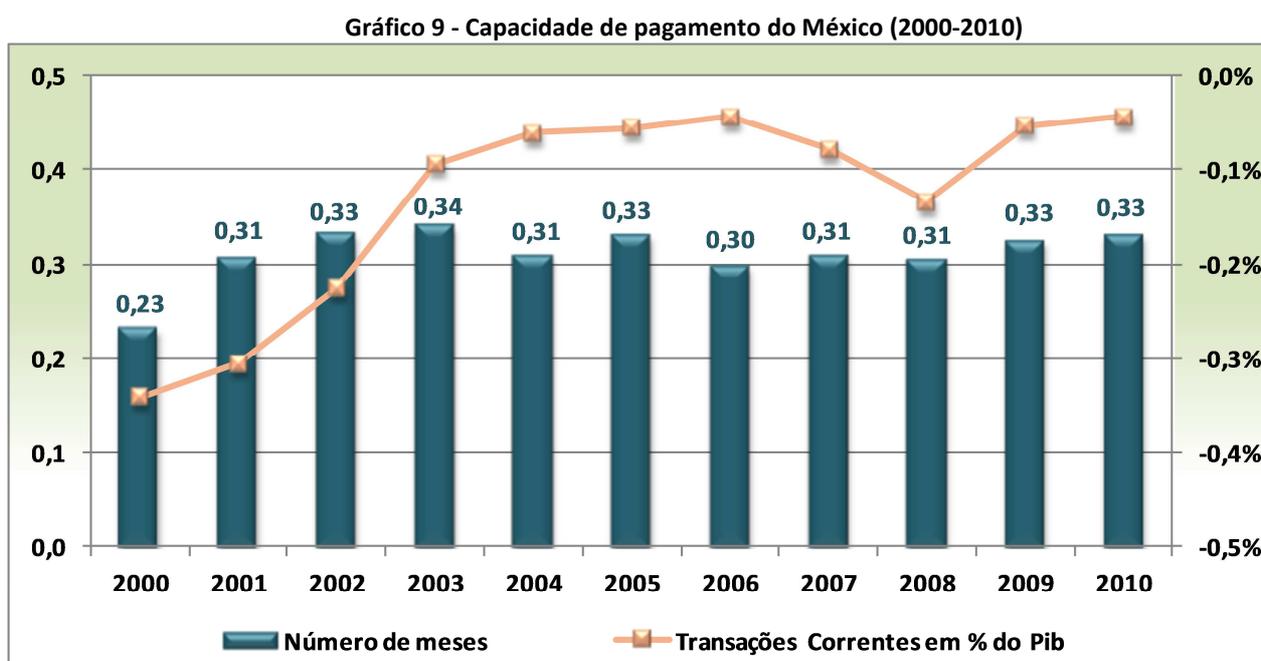
### **CAPACIDADE DE PAGAMENTO**

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

Essa medida de risco (*rating*) é realizada para dois prazos: longo prazo e curto prazo. Tem-se também, uma avaliação da tendência (horizonte de seis meses a dois anos) que é apresentada de forma qualitativa, como: crescimento, estabilidade, etc. A classificação do México no longo prazo foi BBB, que é a menor entre os países selecionados. Em uma classificação ligeiramente superior está a China, com AA-, e os demais, os Estados Unidos, com AA+, e o Canadá, com AAA. Ainda que seja uma classificação inferior no

grupo, o triplo B é uma avaliação positiva para o país. No que se refere à tendência, essa avaliação foi classificada como estável, assim como os demais países selecionados, então pode-se esperar que não haja mudanças nesse indicador no curto prazo. No entanto, em um curto período, sua classificação foi superior a de longo prazo, isto é, A-3, sendo o único dos países analisados com essa relação entre longo e curto prazo. Esse aspecto é interessante, pois, embora seja esperada uma tendência de estabilidade, em algum momento deverá haver uma convergência entre os *ratings* ou alguma alteração na economia que justifique essa diferença. Logo, deve-se ter atenção aos movimentos da economia mexicana para se antecipar de um possível rebaixamento dos *ratings*, caso o de curto prazo assuma a mesma avaliação atual da obtida no de longo prazo.

Ainda, existem duas formas adicionais de se avaliar a capacidade de pagamento de um país. A primeira consiste em avaliar o saldo de transações correntes<sup>170</sup> em relação ao PIB da economia. A segunda, em verificar quantos meses de importações podem ser pagos com as reservas internacionais. O Gráfico 9 contém essas informações.



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

A capacidade de pagamento do México, pelos dados observados, é boa, pois existe estabilidade em termos de número de meses pagáveis com as reservas internacionais. Ainda que seja pequeno o volume de

<sup>170</sup> No saldo de transações correntes estão contabilizadas as receitas e despesas com exportações e importações de mercadorias, viagens, fretes, seguros, salários, juros, lucros e dividendos, entre outras. Quando as despesas superam as receitas, têm-se um déficit em conta corrente e vice-versa.

reservas, o país tem tido um incremento do saldo de transações correntes. Isso significa que estão aumentando os ativos mexicanos e, ao mesmo tempo, que está ocorrendo um fortalecimento do país no mercado internacional.

## **INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA**

Com o intuito de desenvolver a infraestrutura de transporte do país, as autoridades mexicanas lançaram, em 2007, um grandioso plano de manutenção, ampliação e desenvolvimento da rede de infraestrutura e transporte do México, denominado *Plan Nacional de Infraestructuras (2007-2012)*, que designa as principais obras de infraestrutura para o período e traz a previsão de 2,5 bilhões de pesos mexicanos em investimentos públicos e privados.

Segundo classificação do Fórum Econômico Mundial, o México se encontra na 69ª posição entre 133 países analisados no que se refere à competitividade de sua infraestrutura. O país é, ainda, de acordo com essa classificação, o 66º em malha ferroviária, o 82º em número de portos, o 56º em número de aeroportos e o 57º em estradas e rodovias.

O México possui aproximadamente 366 mil quilômetros de estradas, sendo que 38% delas são pavimentadas. Pela rede de estradas do país são transportadas atualmente cerca de 38% do total das mercadorias. A estrutura da malha rodoviária do México, conforme pode ser observado no mapa a seguir, conta com 14 corredores principais, sendo oito longitudinais (Transpeninsular de Baja California, México Nogales, Querétaro-Ciudad Juárez, México-Nuevo Laredo, Veracruz-Monterrey, Puebla-Oaxaca-Ciudad Hidalgo, México-Puebla-Progreso, Peninsular de Yucatán) e seis transversais (Mazatlán-Matamoros, Manzanillo-Tampico, Altiplano, México-Tuxpan, Acapulco-Veracruz, Circuito Transísmico).

Levando-se em consideração o indicador que mede a capacidade de transporte de mercadorias e pessoas, obtido por meio da divisão dos números de quilômetros de estradas pelos quilômetros quadrados de extensão do território do país, percebe-se que o México tinha, em 2008, um índice de 0,18%, similar ao do Brasil e da China, e bem menor que o de seus principais parceiros comerciais (Estados Unidos com 0,66% e Espanha com 1,32%).

Figura 4 - Malha Rodoviária do México



Fonte: Vidiani.com (2011)<sup>171</sup>.

A malha rodoviária no México é ampla, cobre grande parte do país e tem recebido, recentemente, grandes investimentos para melhorias e ampliação. Entre as maiores rodovias, destaca-se a Autopista Interamericana, que liga o país, ao sul, com o Panamá, e, ao norte, com os Estados Unidos, passando por Puebla, Ciudad Victoria e Monterrey. Outra rota importante é a Ruta 15, que inicia na fronteira com os Estados Unidos, ligando o México da costa leste, passando por Hermosillo e indo até Cancún e Belize na costa sul do país. No geral, pode-se afirmar que a estrutura rodoviária é boa e está em intenso processo de melhorias e ampliação, permitindo aos transportadores atingir com rapidez qualquer região do país por via rodoviária.

Além da extensa malha rodoviária, o México conta também com uma ampla malha ferroviária. Sua extensão é de aproximadamente 26 mil quilômetros. A Figura 5 permite visualizar a malha ferroviária do México.

<sup>171</sup> Disponível em: <http://www.vidiani.com/?p=6037>.

Figura 5 - Malha Ferroviária do México



Fonte: Mexico MApsXL (2011)<sup>172</sup>.

Embora a malha ferroviária mexicana seja relativamente ampla, o volume de carga é majoritariamente realizado por transporte rodoviário. Somente 25% da carga terrestre transportada no país é feita por ferrovias, sendo os 75% restantes transportados por rodovias, de acordo com dados do World Bank (2010).

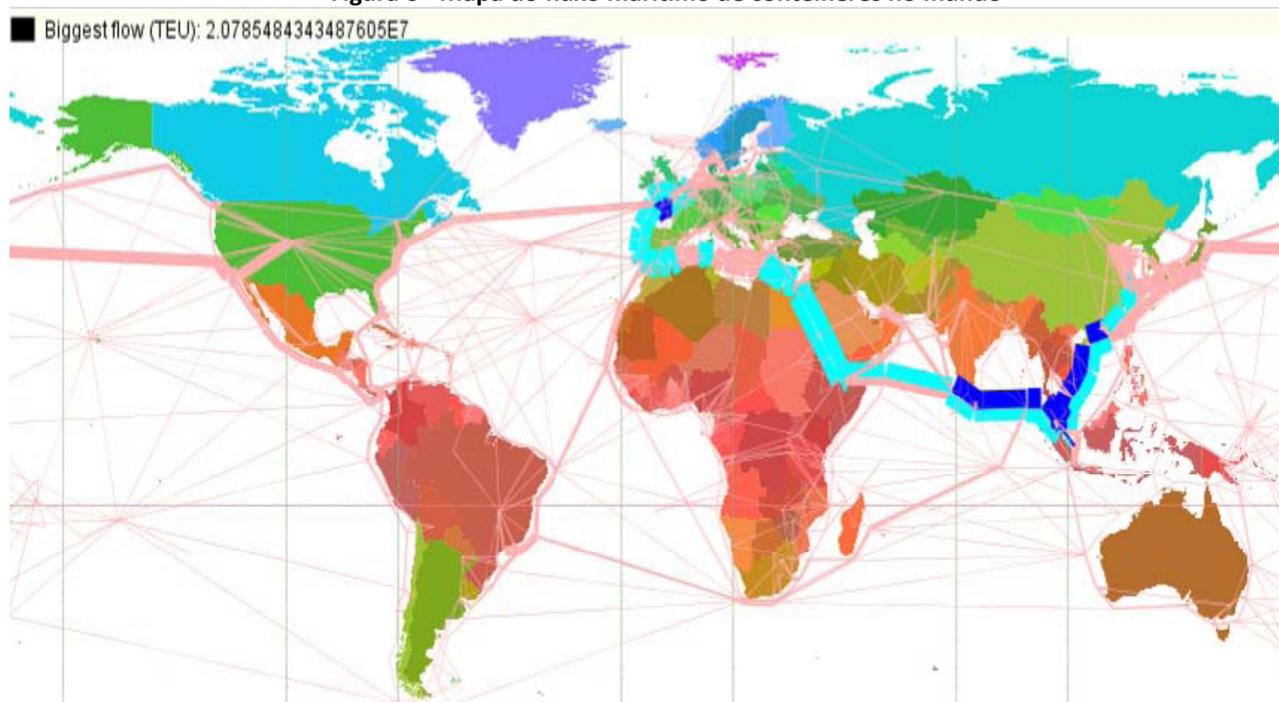
O México conta com 14 quilômetros de vias férreas para cada mil quilômetros quadrados de território, o que posiciona o país em um patamar semelhante aos demais países latino-americanos, mas distante de seus principais parceiros comerciais. De qualquer modo, percebe-se um progresso nos últimos anos no transporte ferroviário de mercadorias, que é administrado quase que em sua totalidade por concessionárias privadas, entre as quais se destaca a Ferrocarril y Terminal del Valle de México (FVM-

<sup>172</sup> Disponível em: <http://www.mexicomapxl.com/images/mexico-rail-map.jpg>.

Ferrovalle). Em 2009, foram transportados por via férrea 8% do total de toneladas de mercadorias transportadas no país. O transporte de passageiros ainda é muito incipiente no país.

No que se refere ao transporte marítimo, o México tem uma posição privilegiada, pois possui costa para os oceanos Atlântico e Pacífico, conta com mais de 10 mil quilômetros de litoral e a distância territorial entre os oceanos é relativamente pequena. O país conta com 114 portos, sendo 55 no Pacífico e 59 no Golfo do México e Caribe, apesar de alguns dos portos serem muito pequenos. Ademais, o México está situado próximo ao Canal do Panamá e, além disso, sua margem litorânea com o Pacífico é uma rota importante de navios de carga, como pode ser observado na Figura 6.

Figura 6 - Mapa do fluxo marítimo de contêineres no mundo



Fonte: Newton, Kawabata, Maurer, Pearman, Meijeren, Jong (2010)<sup>173</sup>.

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

Pela classificação do World Port Source (2011), o México possui apenas um porto considerado grande. Trata-se do Porto de Veracruz, que está situado às margens do Golfo do México, no centro-sul do país, distante pouco mais de 300 quilômetros da Cidade do México. Porém, dado o intenso fluxo de navios na costa leste, nesta se concentra o maior número de portos. Dos 11 portos considerados médios, seis estão localizados nessa região e cinco no Golfo do México. Além desses portos, existe um grande número de portos considerados pequenos, que desempenham papel importante para produtos específicos. O tráfego nos portos mexicanos, em 2008, foi de aproximadamente 3.161 TEU<sup>174</sup>. A Figura 7 contém o mapa com a localização dos principais portos do país.

<sup>173</sup> Newton, S.; Kawabata Y.; Maurer, H.; Pearman, A.; Meijeren, J.; Jong, G. *Ports and their connections within the TEN-T*. (Final Report). Zoetermeer, Dec., 2010. Disponível em: [http://ec.europa.eu/transport/infrastructure/studies/doc/2010\\_12\\_ports\\_and\\_their\\_connections\\_within\\_the\\_ten-t.pdf](http://ec.europa.eu/transport/infrastructure/studies/doc/2010_12_ports_and_their_connections_within_the_ten-t.pdf).

<sup>174</sup> Twenty Feet or Equivalent Unit (TEU) ou unidade de 20 pés ou equivalente.

Figura 7 - Principais portos mexicanos



Fonte: World Port Source (2011)<sup>175</sup>.

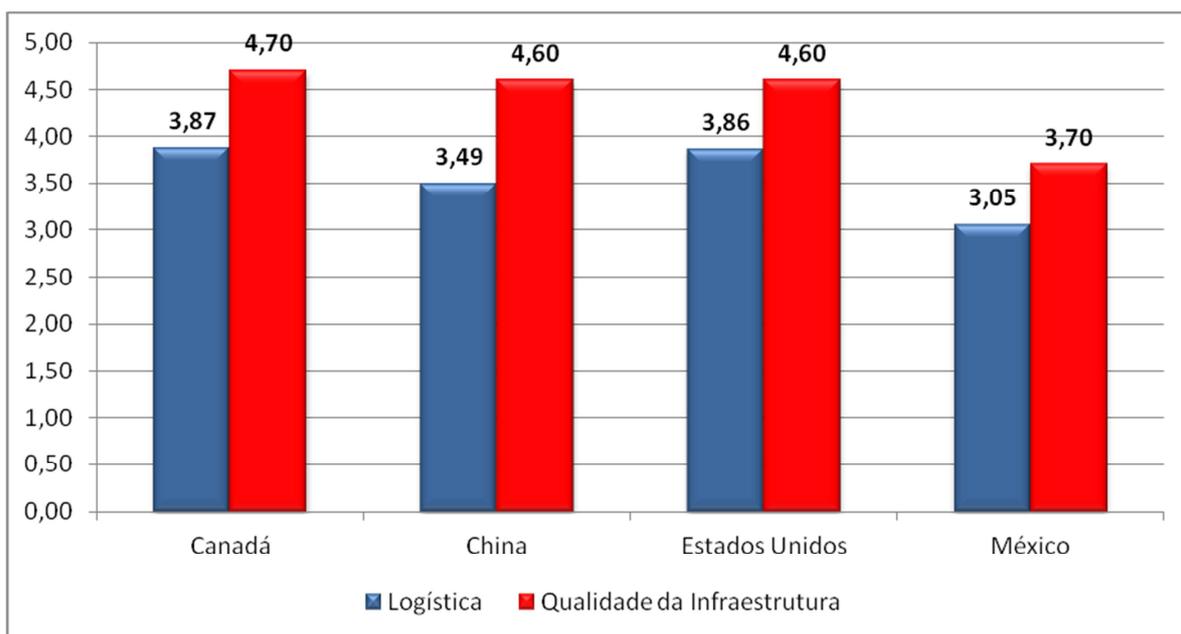
Em relação à estrutura aeroportuária, o México possui 85 aeroportos, sendo 57 internacionais e um grande número de aeródromos. Destaca-se que existe participação privada nas operações de 34 aeroportos. Atualmente operam no país mais de 40 empresas aéreas nacionais e 31 empresas estrangeiras. Os principais aeroportos são: México DF, Monterrey, Guadalajara, Mazatlán, Mérida, Acapulco, Cancún, Puerto Villarta, Bajío, Hermosillo, Tijuana e San José del Cabo.

Por fim, o Banco Mundial criou dois índices referentes à infraestrutura e à logística. O de infraestrutura vai de zero a cinco e o de qualidade da infraestrutura vai de zero a sete. Para ambos, o zero é a pior situação, sendo cinco a melhor situação para o de logística, e sete para o de qualidade da infraestrutura. Nesses indicadores, o México recebeu uma classificação, em 2010, para logística, de 3,05, e, para qualidade da infraestrutura, de 3,7. Sua pontuação é muito superior ao da América Latina e do Caribe, que foi de 2,74, no que se refere à logística, e um pouco superior em relação à qualidade, que foi de 3,6 para a referida região. Esses valores e os dos países utilizados para a comparação podem ser observados no Gráfico 10.

<sup>175</sup> Disponível em: <http://www.worldportsource.com/ports/MEX.php>.

Deve-se destacar que, embora os indicadores mexicanos de infraestrutura e de qualidade da infraestrutura tenham sido inferiores aos dos demais países apresentados no Gráfico 10, eles não são significativamente diferentes e são superiores aos da América Latina e do Caribe. Isso permite afirmar que, em termos de infraestrutura, o México é um país que dispõe de boa estrutura para a distribuição logística da produção no país. Ainda, o país serve de importante elo, por terra, entre os Estados Unidos e os demais países da América Central. Considerando ainda os investimentos recentes na reestruturação das rodovias mexicanas, pode-se esperar uma melhoria nos indicadores de infraestrutura.

**Gráfico 10 - Índice logístico e de qualidade da infraestrutura do Banco Mundial: comparativo entre Canadá, China, Estados Unidos e México**



Fonte: World Bank (2010).

Obs.: Índice de Logística: 0 - pior desempenho / 5 - melhor desempenho.

Índice de qualidade da infraestrutura: 0 - pior situação / 7 - melhor situação.

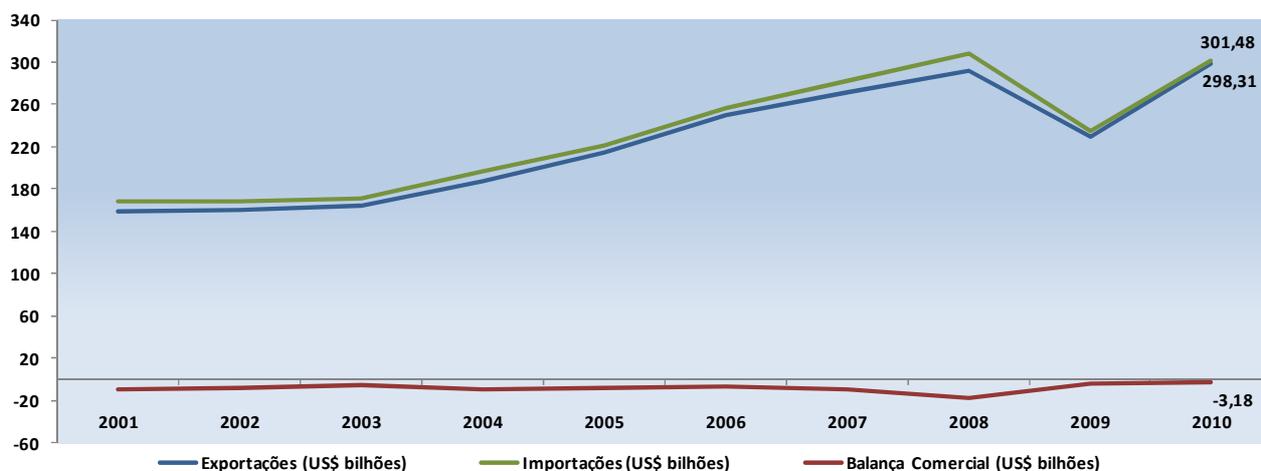
## INTERCÂMBIO COMERCIAL

### EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DO MÉXICO

A evolução do comércio exterior do México, no período que se estende de 2001 a 2010, está ilustrado no Gráfico 11. Nota-se que, de 2001 a 2003, a corrente comercial oscilou entre US\$ 326,8 bilhões e US\$ 335,4 bilhões. As exportações cresceram, em média, 2,0% ao ano, enquanto as importações apresentaram um crescimento menor, de apenas 0,6%.

O ritmo de crescimento do comércio exterior mexicano se acelerou, a partir de 2004 até 2008, registrando uma taxa média de 11,7% ao ano. As exportações passaram de US\$ 188,0 bilhões, em 2004, para US\$ 291,3 bilhões, em 2008, representando um crescimento médio anual de 11,57%. Já as importações, no período, cresceram de US\$ 196,8 bilhões para um valor de US\$ 398,4 bilhões, o que significa uma taxa média anual de 11,89%. Como resultado, o déficit comercial expandiu-se de US\$ 8,6 bilhões, em 2004, para US\$ 17,3 bilhões, em 2008, fechando com US\$ 3,1 bilhões em 2010.

Gráfico 11 - Evolução do comércio exterior do México (2001-2010)



Fonte: UN Comtrade.

A crise financeira internacional de 2008 afetou de forma semelhante as compras e as vendas externas mexicanas. As exportações e as importações começaram a arrefecer e registraram uma queda superior a 21,0% e a 24,0%, respectivamente, em 2009, em função do reflexo da forte retração da demanda mundial. Já, no ano seguinte, ambas as contas da balança comercial voltaram a apresentar crescimento, superando o nível que elas se encontravam em 2008. As exportações e as importações registraram valores recordes de US\$ 298,3 bilhões e de US\$ 301,5 bilhões, respectivamente, em 2010. O

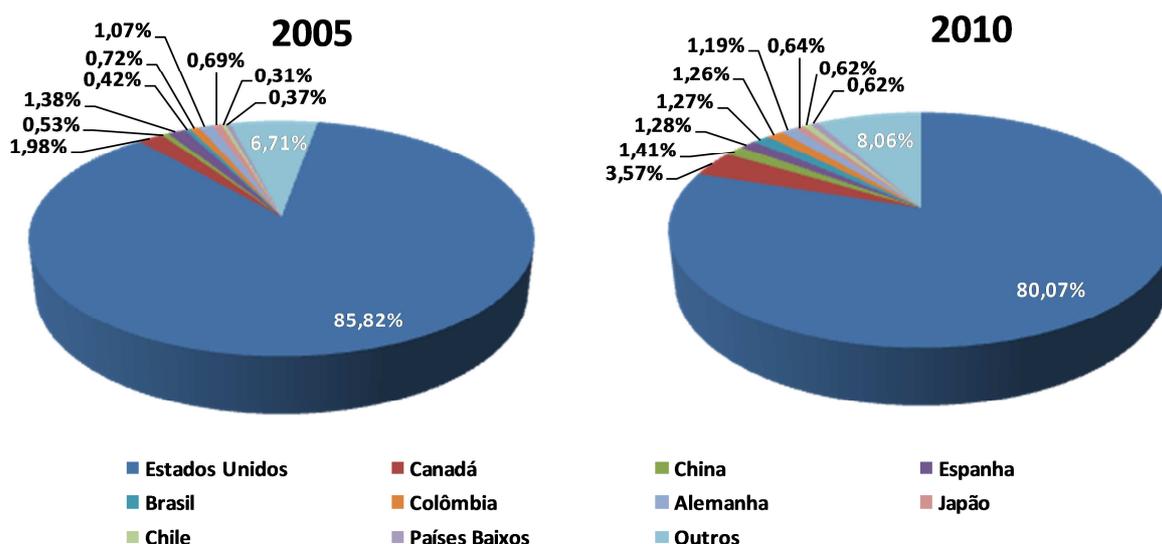
déficit, por sua vez, ficou em US\$ 4,6 bilhões, em 2009, e decresceu para US\$ 3,1 bilhões, após um ano. Destaca-se que o México acumulou déficits sistemáticos ao longo do período de 2001 a 2010, totalizando US\$ 81,4 bilhões.

### DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DO MÉXICO

O principal destino das exportações do México, nos anos de 2005 e 2010, foi os Estados Unidos, que concentraram, em média, mais de 80% do total da pauta, como mostra o Gráfico 12. Nesse período, as compras estadunidenses passaram de US\$ 183,8 bilhões, em 2005, para US\$ 238,8 bilhões, em 2010. Essa evolução representa uma taxa média de crescimento anual de 5,4%, embora, em termos de participação no total, a participação desse país como destino das exportações mexicanas tenha caído, ao longo do período, 5,8 pontos percentuais.

O segundo maior destino das vendas externas mexicanas foi o Canadá, o outro integrante do Nafta. O mercado canadense foi responsável por quase 2% do total, com uma cifra de US\$ 4,2 bilhões, em 2005, e passou para 3,6%, com valor de US\$ 10,7 bilhões, em 2010, o que representa crescimento médio de 20,6% ao ano. A China, por sua vez, apresentou também um ligeiro aumento na participação do destino das vendas externas mexicanas no período analisado, de 0,9 ponto percentual, passando de 0,5% para 1,4 % do total das exportações mexicanas.

Gráfico 12 - Principais destinos das exportações do México (2005 e 2010)



Fonte: UN Comtrade.

Nota-se ainda que, em 2010, as três próximas posições são ocupadas, na ordem, por Espanha, Brasil e Colômbia, que participavam, cada um, com apenas cerca de 1,3% do total da pauta exportadora do México. Destaca-se, contudo, que o Brasil apresentou a maior taxa média anual de crescimento, que foi de 33,6%. A Colômbia aparece na terceira posição, atrás da China, com 19,8% ao longo do período analisado.

A Tabela 6 revela os dez principais setores das exportações mexicanas por CNAE três dígitos, em 2005 e em 2010.<sup>176</sup> Verifica-se que não houve alterações significativas na composição da pauta, que se mostra concentrada. Os três principais setores permaneceram na mesma posição com uma participação média em torno de 28% do total ao longo desse período. O CNAE 111, do segmento *Extração de petróleo e gás natural*, permaneceu em primeiro lugar. Em 2005, detinha 13,2% do total das exportações, com uma cifra de US\$ 28,4 bilhões. Cinco anos mais tarde, esse setor caiu levemente na participação, para 12,1%, com valor de US\$ 36,1 bilhões. Apesar disso, houve um crescimento médio, em termos absolutos, de 4,9% ao ano.

O segmento do CNAE 341, *Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários*, estava classificado na segunda posição, com quase 8,6% do total da pauta das exportações, em 2010, com um montante de aproximadamente US\$ 25,5 bilhões. Cinco anos antes, esse setor detinha uma participação de 7,3% total, que representou, em termos absolutos, o valor US\$ 15,6 bilhões. O setor do CNAE 323, *Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo*, manteve-se em terceiro lugar, com 7,2% do total da pauta exportadora do México, em 2005, e aumentou levemente, em 0,6 ponto percentual, passando a 7,8% após cinco anos.

O segmento *Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio* ganhou duas posições. Esse setor industrial deixou a sexta posição, em 2005, com uma participação de 4,4% do total da pauta exportadora mexicana, com valor de US\$ 9,5 bilhões, e passou a ocupar a quarta posição, em 2010, com uma proporção de 6,8%, o que significou um montante de US\$ 20,3 bilhões. Isso demonstra um crescimento médio de 16,4% ao ano. Já *Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores* seguiu o comportamento inverso, saindo do quarto para o quinto lugar, com 5,9% do total das vendas do país em 2010. O segmento do CNAE 342, *Fabricação de*

---

<sup>176</sup> A Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) foi elaborada, na versão 1, com detalhamento de três dígitos, nos anos 1990, pelo IBGE em conjunto com os órgãos de registros administrativo, com o objetivo de alcançar uma padronização de informações econômicas do Brasil. A sua construção tomou como referência a classificação padrão elaborada pela Divisão de Estatísticas das Nações Unidas, a Internacional Standard Industrial Classification of all Economic Activities (Isic). Essa classificação associa produtos (NCMs) aos setores da economia, com destaque na cadeia produtiva a que pertence. Outros detalhamentos são encontrados em: <http://www.ibge.gov.br/concla/default.php>.

*caminhões e ônibus*, permaneceu na sétima classificação entre os dez principais setores exportadores mexicanos, com a participação de 3,8% e 4,7% do total da pauta, em 2005 e em 2010, respectivamente.

**Tabela 6 - Dez principais setores das exportações mexicanas por CNAE 3 dígitos (2005 e 2010)**

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
Extração de petróleo e gás natural	28.376.691.789	13,25%	111	Extração de petróleo e gás natural	36.088.412.987	12,10%
Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	15.559.145.953	7,26%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	25.547.278.712	8,56%
Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	15.448.423.184	7,21%	323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	23.417.135.193	7,85%
Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	12.481.936.002	5,83%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	20.277.089.167	6,80%
Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	11.490.393.239	5,36%	344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	17.610.308.946	5,90%
Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	9.514.087.552	4,44%	302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	15.790.027.598	5,29%
Fabricação de caminhões e ônibus	8.247.537.844	3,85%	342	Fabricação de caminhões e ônibus	13.970.301.741	4,68%
Fabricação de material elétrico para veículos - exceto baterias	6.916.886.092	3,23%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	11.864.685.511	3,98%
Confecção de artigos do vestuário	6.427.553.676	3,00%	291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	6.151.350.130	2,06%
Fabricação de material eletrônico básico	5.023.425.140	2,35%	316	Fabricação de material elétrico para veículos - exceto baterias	6.139.317.412	2,06%
Outros	94.721.225.139	44,22%		Outros	121.449.167.739	40,71%
<b>Total</b>	<b>214.207.305.610</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>298.305.075.136</b>	<b>100%</b>

Fonte: UN Comtrade.

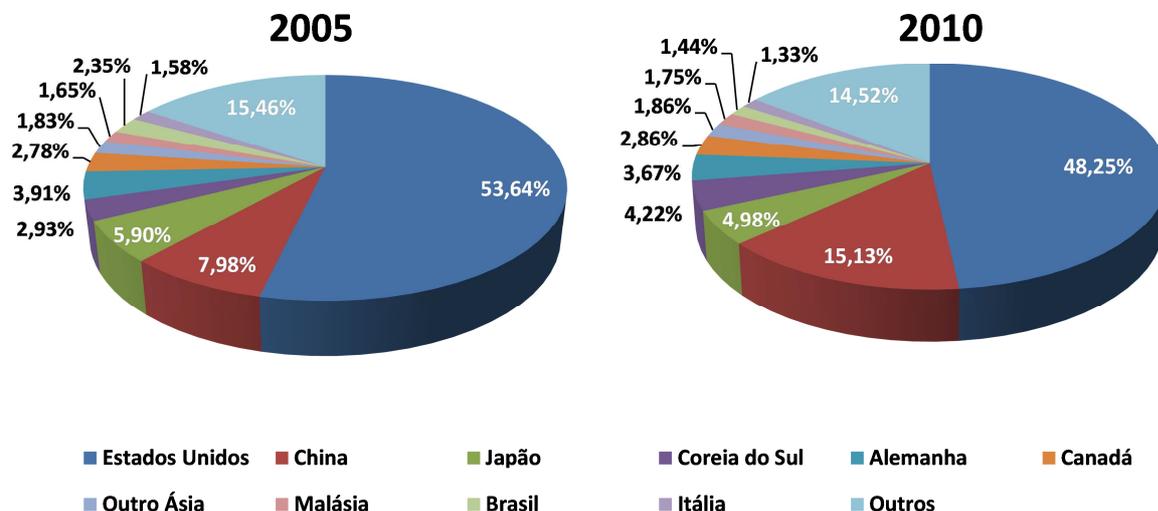
O conjunto de outros segmentos participava com 40,7% do montante total da pauta das exportações do México, em 2010, com um montante de US\$ 121,4 bilhões. Cinco anos antes, esses setores detinham 44,2% do total. Assim, nesse período, os demais segmentos industriais revelaram um crescimento médio de 5,1% ao ano, que demonstra uma leve tendência de concentração da pauta exportadora.

## ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES DO MÉXICO

Os dez principais países fornecedores para o México, no período de 2005 e 2010, estão ilustrados no Gráfico 13. Destaca-se que as importações mexicanas foram altamente concentradas, nas quais os cinco principais países detinham 75% do total da pauta, tanto em 2005 quanto em 2010. Os Estados Unidos constituíram-se como o maior fornecedor para o mercado mexicano. O valor das importações mexicanas provenientes desse país passou de 53,6% do total, com um montante de US\$ 119 bilhões, em 2005, para 48,2%, em 2010, representando um valor de US\$ 145,4 bilhões. Tal resultado significa um crescimento médio de 4,1% ao ano. A segunda posição foi ocupada pela China, que apresentou um significativo

crescimento médio de 20,1%, ao ano, nas compras externas do México, demonstrando que sua participação aumentou 7,1 pontos percentuais, passando de 8%, em 2005, para 15,1%, em 2010.

Gráfico 13 - Principais origens das importações do México (2005 e 2010)



Fonte: UN Comtrade.

Japão e Coreia do Sul aparecem na terceira e quarta classificação, respectivamente, com cerca de 5,0% e 4,0% do total das compras externas do México em 2010. Ambos apresentaram taxa média anual de crescimento de 2,9% e 14,3%, respectivamente, no período de 2005 a 2010. A quinta posição foi ocupada pela Alemanha, cuja participação caiu ligeiramente de 3,9% do total para 3,7% no período. Canadá completa a lista dos seis maiores fornecedores para o mercado mexicano, com uma participação de 2,8% do total. Já o conjunto dos demais países teve sua participação reduzida de 15,4%, em 2005, para 14,5%, cinco anos mais tarde.

### PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE IMPORTAÇÕES DO MÉXICO

A Tabela 7 ilustra os dez principais setores importados pelo México, por CNAE três dígitos, em 2005 e em 2010. Nota-se que esses setores têm mantido a importância no total das importações do país, com cerca de 45%. Observa-se ainda que o principal setor com maiores quantidades de produtos importados era o CNAE 321, *Fabricação de material eletrônico básico*, com uma proporção de 12,2% em relação ao total, representando um montante de US\$ 17,6 bilhões, em 2005. No último ano analisado, esse segmento passou para a terceira posição, com 6,0% do total, com um valor de US\$ 18,2 bilhões. Em 2010, o topo da

lista foi assumido pelo CNAE 321, *Fabricação de produtos derivados do petróleo*, com 6,8% do montante da pauta importadora do país. Esse segmento ganhou, portanto, seis posições, pois detinha o sétimo lugar, em 2005, com uma participação de 3,9% do total. Tal evolução representa um crescimento médio anual de aproximadamente 20,0% ao ano.

O segmento do CNAE 344, *Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores*, permaneceu na segunda posição. Em 2010, esse segmento detinha 6,2% do total, o equivalente a US\$ 18,6 bilhões importado pelo México. Já, em 2005, esse setor era responsável por 5,9% do total, com uma cifra de US\$ 13,1 bilhões. Como resultado, o valor importado desse segmento teve um crescimento médio de 7,3% ao ano no período.

**Tabela 7 - Dez principais setores das importações mexicanas (2005 e 2010)**

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2005 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2010 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2010
321	Fabricação de material eletrônico básico	17.649.259.517	8,0%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	20.541.023.569	6,8%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	13.114.504.763	5,9%	344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	18.618.733.988	6,2%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	11.013.901.863	5,0%	321	Fabricação de material eletrônico básico	18.218.508.218	6,0%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	10.612.230.569	4,8%	323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	15.966.298.830	5,3%
323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	9.412.734.509	4,2%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	14.784.957.008	4,9%
252	Fabricação de produtos de plástico	9.290.284.896	4,2%	302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	14.680.571.320	4,9%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	8.650.623.373	3,9%	252	Fabricação de produtos de plástico	10.706.239.009	3,6%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	5.752.547.683	2,6%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	10.356.685.777	3,4%
289	Fabricação de produtos diversos de metal	5.456.631.454	2,5%	291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	8.750.278.229	2,9%
272	Siderurgia	5.410.662.127	2,4%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	7.388.506.401	2,5%
	Outros	125.455.599.029	56,6%		Outros	161.469.931.577	53,6%
	<b>Total</b>	<b>221.818.979.783</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>301.481.733.926</b>	<b>100%</b>

Fonte: UN Comtrade.

As importações do CNAE 302, *Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados*, tiveram uma leve perda na participação em relação ao total da pauta. Em 2005, o setor ocupava o terceiro lugar, com 5,0%, e, em 2010, passou para a sexta posição, com 4,9%, ainda como mostra a Tabela 7, embora isso tenha se traduzido em crescimento de quase 6,0% ao ano, ao longo do período. Nesse sentido, também seguiu o CNAE 341, *Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários*, que, em 2005, detinha a quarta colocação, com 4,8% do total da pauta importadora mexicana, com US\$ 10,6 bilhões e, após cinco anos, caiu para o oitavo lugar, com uma proporção, em relação ao total, de 3,4%. Nesse caso, as importações mexicanas do setor decresceram a uma taxa média anual de 0,4%.

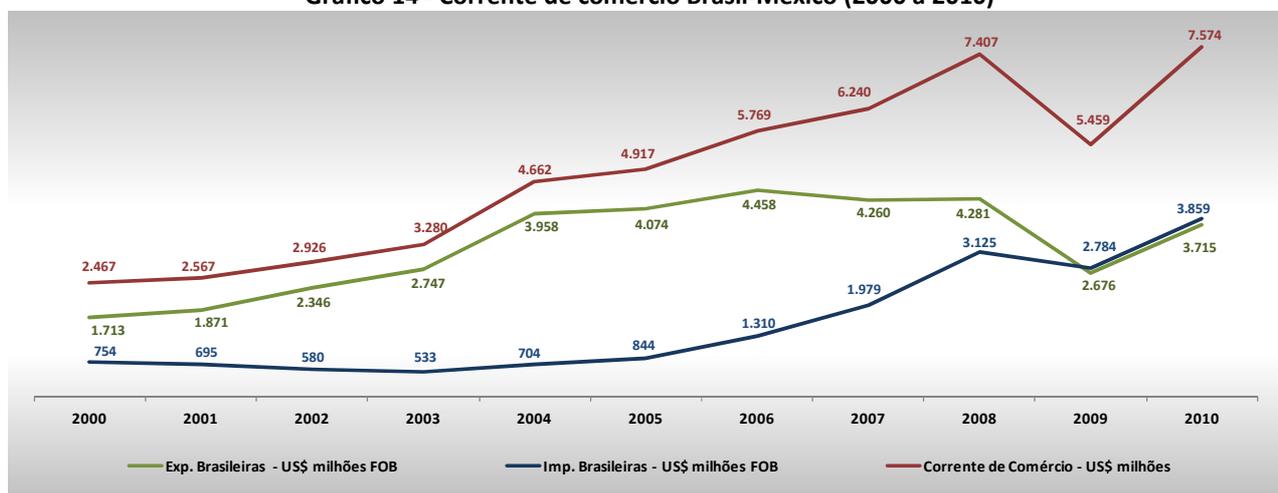
Em síntese, observa-se que o perfil das importações mexicanas tende a ser um pouco mais diversificado do que as exportações, com os demais setores importados passando de 56,6% do total da pauta, em 2005, para 53,6%, em 2010.

## INTERCÂMBIO COMERCIAL BRASIL-MÉXICO

### CORRENTE DE COMÉRCIO

Entre os anos de 2000 e 2010, o México manteve baixa relevância para as exportações brasileiras, como mostra o Gráfico 14. A representatividade do país na soma do comércio bilateral apresentou um crescimento médio anual de aproximadamente 10% ao longo período de 2000 a 2003, passando de US\$ 2,5 bilhões para US\$ 3,3 bilhões. Já no intervalo de 2004 a 2008, o ritmo de crescimento do fluxo do comércio foi bem mais intenso, pois aumentou a uma taxa média de quase 20% ao ano. Por outro lado, em 2009, houve uma considerável redução no fluxo de comércio bilateral de cerca de 26%, passando de US\$ 7,4 bilhões para US\$ 5,5 bilhões. As relações comerciais entre o Brasil e o México voltaram a crescer em torno 40%, em 2010, frente ao valor registrado em 2009.

Gráfico 14 - Corrente de comércio Brasil-México (2000 a 2010)



Fonte: MDIC.

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

O Gráfico 14 explicita ainda que as exportações brasileiras apresentaram uma trajetória de crescimento constante, entre os anos de 2000 e 2006, com uma taxa média anual superior a 20%, passando de US\$ 1,7 bilhão para US\$ 4,4 bilhões. Por outro lado, no período de 2006 e 2009, houve uma forte perda de dinamismo das exportações brasileiras, que decresceram cerca de 40%. Já as vendas de produtos oriundos do mercado mexicano para o Brasil foram pouco expressivas ao longo dos anos de 2000 a 2005. No entanto, entre 2006 a 2008, as importações brasileiras provenientes daquele país cresceram fortemente e saltou de US\$ 1,3 bilhão para US\$ 3,1 bilhões, o que representa um incremento de 138,4%. Entretanto,

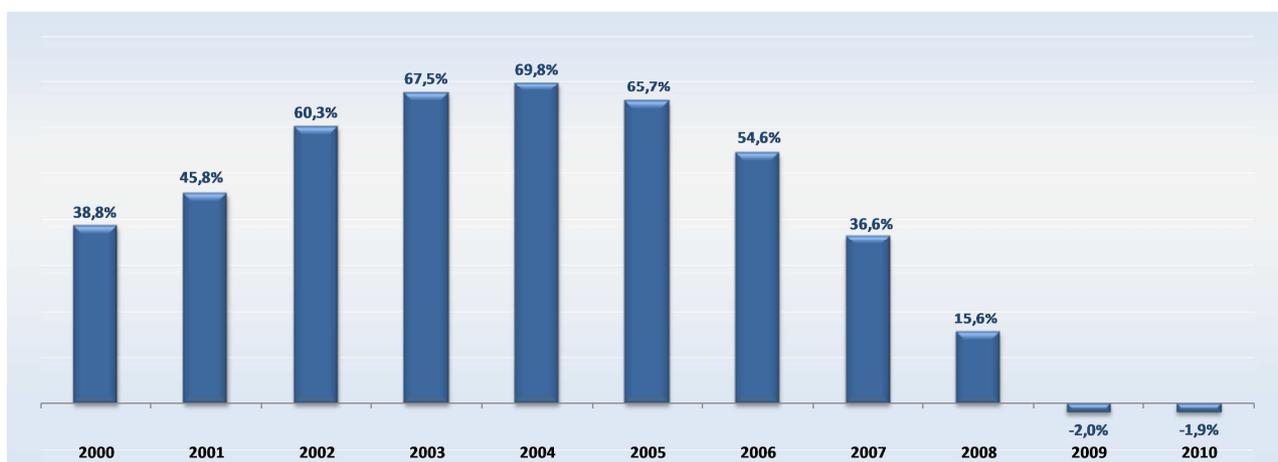
no período da crise internacional de 2008 e 2009, as compras do Brasil oriundas do México caíram mais de 10,0%, recuperando-se, em 2010, atingindo US\$ 3,8 bilhões.

## SALDO COMERCIAL

Em geral, o Brasil tem obtido saldos positivos na corrente de comércio com o México. O Gráfico 15 mostra o quanto o saldo comercial brasileiro representou em relação à corrente de comércio bilateral. Somente nos dois últimos anos analisados a parcela do saldo foi registrada negativamente.

No período de 2000 a 2008, o saldo comercial relativo<sup>177</sup> foi favorável ao Brasil, atingindo o maior patamar em 2004, quando o superávit comercial relativo do Brasil com o México alcançou quase 70%. A partir de 2006, o saldo comercial relativo entre Brasil e México apresentou tendência de queda, que pode ser explicada pelo aumento das importações do Brasil provenientes do México.

Gráfico 15 - Saldo comercial entre Brasil e México (2000 a 2010)

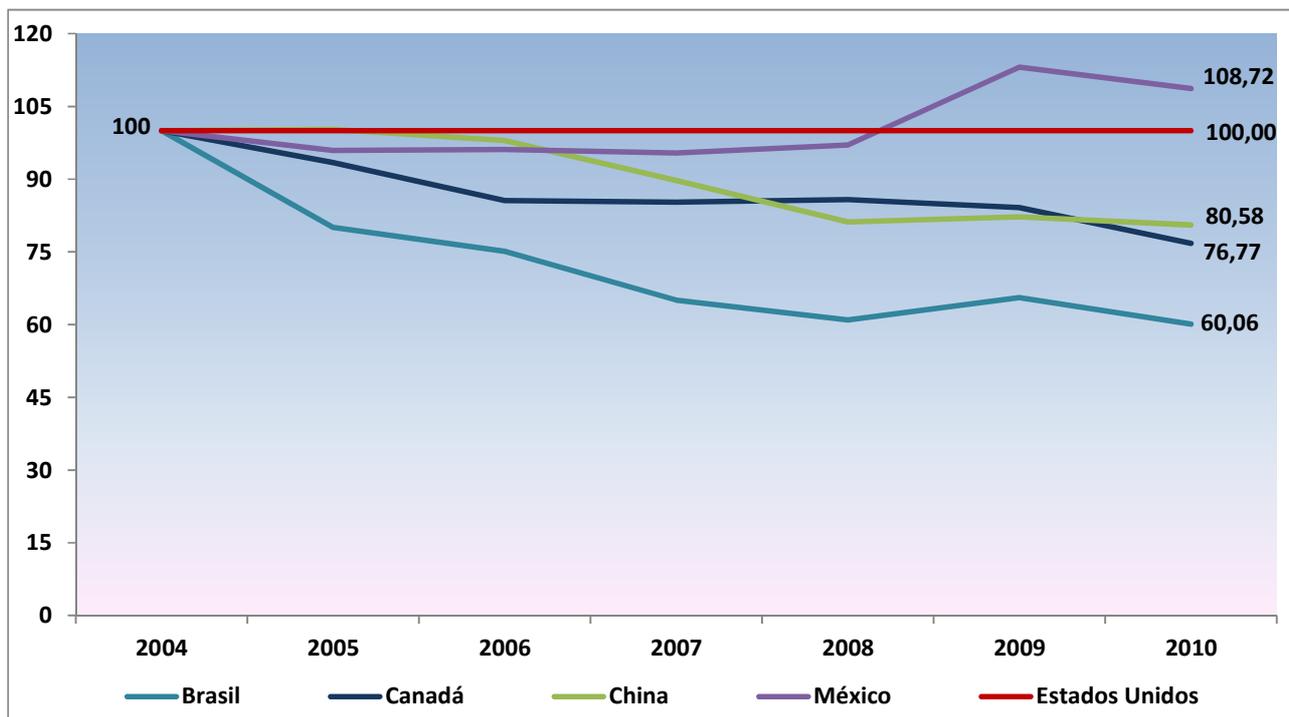


Fonte: MDIC.

Um fato que pode ter contribuído para que o desempenho da balança comercial brasileira não fosse ainda melhor, em relação ao México, está relacionado à valorização da taxa de câmbio real desses dois países *vis-à-vis* ao dólar estadunidense, entre 2004 a 2010. O Gráfico 16 mostra a evolução da taxa de câmbio real das moedas dólar canadense, yuan chinês, peso mexicano e o real. Nota-se que a taxa de câmbio real do peso mexicano apresentou uma leve valorização em relação ao dólar dos Estados Unidos até 2008, chegando a 3,0% e, após, voltou a se desvalorizar, encerrando, em 2010, com 8,7% de desvalorização, em relação a 2004.

<sup>177</sup> O saldo comercial relativo mostra a participação do superávit ou déficit comercial na corrente de comércio (exportações + importações) de dois países.

**Gráfico 16 - Evolução do câmbio real das moedas do Brasil, Canadá, China e México frente ao Dólar estadunidense (2004 a 2010)**



Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Considerando-se, claramente, o conjunto dos quatro países, a trajetória da valorização real da moeda brasileira, entre 2004 e 2010, tendeu a ser mais expressiva, atingindo quase 40%. Em seguida, aparece o dólar canadense, que apresentou um ganho em relação ao dólar estadunidense de quase 24%, ao longo do mesmo período. Já a taxa de câmbio real da moeda chinesa, o Yuan, valorizou-se em torno de 20%, frente ao dólar estadunidense.

### **PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO BRASIL PARA O MÉXICO**

Os setores brasileiros que mais exportaram para o México, nos anos de 2005 e 2010, segundo a classificação CNAE três dígitos, estão ilustrados na Tabela 8. Nota-se que as vendas externas brasileiras para aquele mercado foram concentradas. Os cinco principais segmentos industriais correspondem, em média, a 55% do total. A primeira posição era ocupada pelo CNAE 341, *Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários*, com participação relativa, em 2010, de 22,9%, com valor de US\$ 849,1 milhões. Em 2005, esse

segmento participava com 34,7% do total das vendas brasileiras para o México, representando uma queda média anual de 9,7%.

**Tabela 8 - Dez principais setores exportadores do Brasil para o México (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
341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	1.413.114.762	34,7%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	849.151.270	22,9%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	394.803.555	9,7%	344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	455.651.112	12,3%
272	Siderurgia	341.614.052	8,4%	272	Siderurgia	249.747.801	6,7%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	177.874.096	4,4%	291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	165.381.964	4,5%
295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	152.653.858	3,7%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	153.233.502	4,1%
251	Fabricação de artigos de borracha	88.265.549	2,2%	295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	146.341.630	3,9%
271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	79.492.153	2,0%	251	Fabricação de artigos de borracha	142.362.356	3,8%
131	Extração de minério de ferro	77.552.638	1,9%	342	Fabricação de caminhões e ônibus	129.507.945	3,5%
343	Fabricação de cabines, carrocerias e reboques	75.125.172	1,8%	245	Fabricação de produtos farmacêuticos	79.690.087	2,1%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	67.610.144	1,7%	271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	70.822.769	1,9%
	Outros	1.205.632.479	29,6%		Outros	1.273.574.689	34,3%
	<b>Total</b>	<b>4.073.738.458</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>3.715.465.125</b>	<b>100%</b>

Fonte: MDIC.

Observa-se, ainda na Tabela 8, que os produtos do CNAE 344, *Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores*, e do CNAE 272, *Siderurgia*, também se mantiveram nas mesmas segunda e terceira posições, respectivamente, comparando-se os anos de 2005 e 2010. Os produtos do CNAE *Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores* participavam com 9,7% do total da pauta exportadora brasileira para o mercado mexicano, com um valor de US\$ 394,8 milhões, em 2005, e passou para 12,3%, em 2010, representando um montante de US\$ 455,6 milhões. Isso resultou em uma taxa média de crescimento de 2,9% ao ano. O setor CNAE *Siderurgia* detinha 6,7% do total, com um valor de US\$ 249,7 milhões, em 2010, decrescendo em relação a 2005, quando participava com 8,4% e um valor de US\$ 341,61 milhões.

O setor do CNAE 291, *Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão*, saiu da décima colocação, com 1,7% do total da pauta, em 2005, e subiu para a quarta posição, com 4,5%, em 2010. Neste ano, a quinta colocação foi assumida pelo setor de *Fabricação de produtos químicos orgânicos*, com 4,1% do total, representando US\$ 153,2 milhões, sendo que, em 2005, não fazia parte da lista dos dez principais setores exportadores brasileiros para o México.

Alguns segmentos revelaram uma tendência contrária, ou seja, caíram de posição, como, por exemplo, *Fabricação de caminhões e ônibus*, que, em 2005, encontrava-se em quarto lugar, com 4,4% do

total, e passou a ocupar o oitavo, com 3,5%, em 2010. O CNAE *Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção* saiu da quinta classificação, com 3,7%, para a sexta, com 3,9%, enquanto o CNAE *Fabricação de artigos de borracha* caiu da sexta para a sétima colocação, com 3,8%, em 2010.

Salienta-se, contudo, que não houve uma mudança significativa no perfil da composição dos produtos brasileiros embarcados para o mercado mexicano. O destaque ficou por conta dos setores relacionados a bens manufaturados.

### **PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS DO MÉXICO PELO BRASIL**

Os setores econômicos do México que foram mais importados pelo Brasil, em 2005 e em 2010, classificados em CNAE três dígitos, estão ilustrados na Tabela 9. Nota-se que, nesse período, as compras externas brasileiras provenientes daquele país cresceram 357,6%, passando de US\$ 843,6 milhões para US\$ 3,8 bilhões. A pauta das exportações do México para o Brasil tende a ser bastante diversificada, com considerável alternância de posições entre os segmentos industriais.

Em 2005, o setor CNAE 321, *Fabricação de material eletrônico básico*, ocupava a primeira colocação, com 14,6% do total das vendas mexicanas para o mercado brasileiro, representando um valor de US\$ 123,5 milhões, mas, em 2010, deixou de compor a lista dos dez principais produtos. Já o setor CNAE 341, *Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários*, que estava no segundo lugar, em 2005, com 10,6% do total, passou para o primeiro, em 2010, com 33,4%. Esse setor revelou um ótimo desempenho, crescendo 22,8 pontos percentuais na participação e 70,3% na taxa média anual no período.

Em 2010, o setor CNAE 242, *Fabricação de produtos químicos orgânicos*, passou a ocupar a segunda colocação, com 8,5% do total da pauta das exportações do México para o Brasil, com um montante de US\$ 329,2 milhões. Já em 2005, esse segmento estava classificado em terceiro lugar, com 8,8% da pauta, com um valor de US\$ 74,6 milhões, apresentando ao longo dos cinco anos uma taxa média de crescimento de 34,6% ao ano.

**Tabela 9 - Dez principais setores importados do México pelo Brasil (2005 e 2010)**

Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2005 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2005	Setor CNAE	Descrição	Valor importado em 2010 (em US\$)	Participação nas importações totais em 2010
321	Fabricação de material eletrônico básico	123.505.862	14,64%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	1.288.469.286	33,39%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	89.990.884	10,67%	242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	329.166.816	8,53%
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	74.618.593	8,85%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelegrafia e de transmissores de televisão e rádio	313.896.306	8,13%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	56.627.037	6,71%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	276.941.733	7,18%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	51.052.477	6,05%	344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	158.386.478	4,10%
241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	49.239.652	5,84%	272	Siderurgia	118.333.955	3,07%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	48.792.285	5,78%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	113.690.535	2,95%
323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	47.931.426	5,68%	302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	102.800.991	2,66%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	43.065.834	5,11%	323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	97.789.002	2,53%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelegrafia e de transmissores de televisão e rádio	23.559.361	2,79%	241	Fabricação de produtos químicos inorgânicos	95.995.465	2,49%
	Outros	235.184.316	27,88%		Outros	963.194.299	24,96%
	<b>Total</b>	<b>843.567.727</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>3.858.664.866</b>	<b>100%</b>

Fonte: MDIC.

O setor do CNAE 322, *Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelegrafia e de transmissores de televisão e rádio*, também apresentou uma boa melhora no desempenho, entre 2005 e 2010. Esse setor saiu da décima posição, com 2,8% do total da pauta das importações brasileiras do México, e subiu para a terceira classificação, com 8,1%, representando um elevado crescimento médio de quase 70% ao ano, no período. No sentido inverso, seguiram os setores: *Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados*, que caiu de quarto lugar, com 6,7% do total, em 2005, para oitavo com 2,7%, em 2010; *Fabricação de produtos farmacêuticos*, que ocupava a quinta colocação, com 6,0% do total, e saiu da relação dos dez principais; e *Fabricação de produtos químicos inorgânicos*, que decresceu da sexta posição, com 5,8% do total, para a décima, com 2,5%.

Por fim, nota-se que não houve uma mudança significativa na classificação dos produtos mexicanos importados pelo Brasil. Isso significa que o comércio bilateral é sustentado por produtos manufaturados similares, ou seja, os mesmos setores são, ao mesmo tempo, exportadores e importadores no comércio entre os dois países.

## INDICADORES DE COMÉRCIO BRASIL-MÉXICO

Esta seção apresenta um conjunto de indicadores que estão envolvidos nas trocas comerciais internacionais e que também afetam o comércio bilateral existente entre Brasil e México. 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 México.

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

MEDIDA DE INTENSIDADE TECNOLÓGICA	SETORES DA ECONOMIA
Produtos primários	Agrícolas, minerais e energéticos.
Indústria intensiva em recursos naturais	Indústria agroalimentar, indústria intensiva em outros recursos agrícolas, indústria intensiva em recursos minerais e indústria intensiva em recursos energéticos.
Indústria intensiva em trabalho	Bens industriais de consumo não-duráveis mais tradicionais: têxteis, confecções, couro e calçado, cerâmico, produtos básicos de metais, entre outros.
Indústria intensiva em escala	Indústria automobilística, indústria siderúrgica e os bens eletrônicos de consumo <sup>178</sup> .
Fornecedores especializados	Bens de capital sob encomenda e equipamentos de engenharia.
Indústria intensiva em P&D	Setores de química fina (produtos farmacêuticos, entre outros), componentes eletrônicos, telecomunicação e indústria aeroespacial.

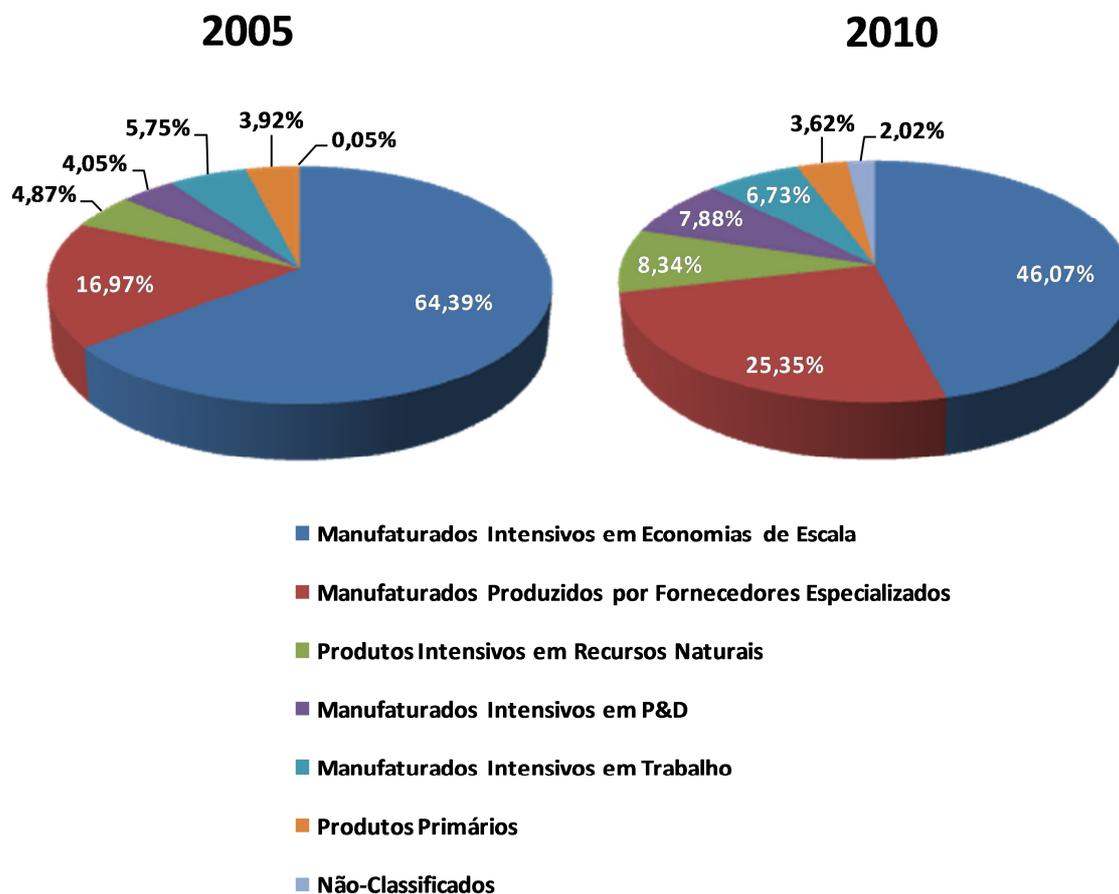
Fonte: Holland e Xavier (2004).<sup>45</sup>

A análise das exportações brasileiras para o México, no período de 2005 a 2010, mostra uma redução significativa na participação das exportações de produtos manufaturados intensivos em economias de escala, que passaram de apenas 64,4% do total para 46,1%, mas ainda mantendo-se como o principal segmento exportador em 2010, conforme o Gráfico 17. Durante o mesmo período, os demais segmentos elevaram a sua participação na pauta de exportação, com exceção dos produtos primários, que demonstraram leve queda, passando de 3,9% para 3,6% do total das exportações. O maior aumento ocorreu em produtos manufaturados produzidos por fornecedores especializados, cuja participação

<sup>178</sup> Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) vídeo: televisor, videocassete e câmera de vídeo; (b) áudio: rádio, autorrádio, *cd player*, toca-disco, sistema de som, etc.; (c) Outros produtos: forno de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

cresceu de 17%, em 2005, para 25,4%, em 2010, mantendo-se na segunda posição entre os mais exportados. Esse desempenho contrasta com aquele observado na maioria dos demais mercados, no qual tem ocorrido uma forte tendência de primarização da pauta de exportação brasileira.

**Gráfico 17 - Composição das exportações brasileiras para o México de acordo com a intensidade tecnológica de seus produtos (2005 e 2010)**



Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Em 2010, os produtos mais exportados integram o CNAE *Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários*, pertencente ao grupo de manufaturados intensivos em economias de escala, representando 22,9% do total, ou US\$ 849,1 milhões, muito abaixo dos US\$ 1,4 bilhão registrados em 2005, que representava 34,7% do total. Esse desempenho explica, em boa parte, a queda da participação dos produtos intensivos em economias de escala no total das exportações. Cabe destacar que a elevação da participação nas exportações totais ocorrida em manufaturados produzidos por fornecedores especializados foi provocada, principalmente, pelo desempenho dos produtos relacionados ao CNAE

*Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão.* Em 2005, este produto representava 1,7% da pauta de exportação do país para o México, com US\$ 67,6 milhões, enquanto, em 2010, a sua representatividade aumentou para 4,5%, com US\$ 165,3 milhões.

Também chama a atenção a queda, em termos absolutos, das exportações brasileiras para o México. Em 2005, o valor das exportações chegou a US\$ 4,1 bilhões, regredindo para US\$ 3,7 bilhões, em 2010, enquanto as importações totais do México cresceram de US\$ 221,8 bilhões para US\$ 301,4 bilhões, nesse mesmo período, mostrando uma significativa perda de participação relativa brasileira no mercado mexicano.

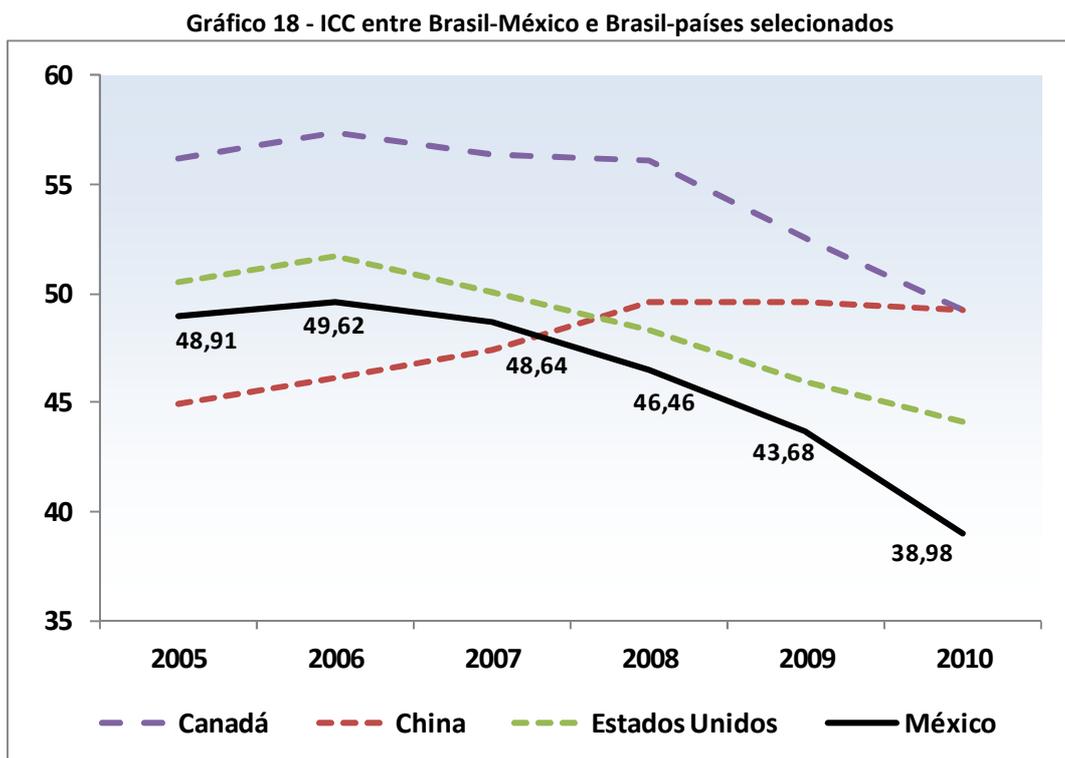
Apresentada a intensidade tecnológica dos setores econômicos no intercâmbio comercial entre Brasil e México, seguem abaixo os indicadores de comércio entre os dois países. Para efeitos de comparação com os países da América do Norte, foram incluídos também os dados do Canadá e dos Estados Unidos, além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

### **ÍNDICE DE COMPLEMENTARIDADE DE COMÉRCIO**

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

No período de 2005 a 2010, o valor do ICC entre Brasil e México declinou de 48,9 para 39,0, o que indica uma redução do grau de complementaridade entre os dois países, conforme mostra o Gráfico 18. Após manter-se estável entre 2005 e 2007, o índice passou a apresentar uma trajetória declinante até 2010, com uma queda bastante significativa nesse período, mantendo o México, quando comparado aos países da América do Norte e à China, como o de menor grau de complementaridade com o Brasil. Considerando-se os demais países examinados, também se percebe uma tendência acentuada de queda de complementaridade com o Brasil, especialmente no Canadá, em que o ICC declinou de 56,1, em 2005, para 49,1, em 2010. Apesar disso, o grau de complementaridade entre Brasil e Canadá foi o maior observado ao

longo de todo o período entre os países analisados. Em relação aos Estados Unidos, a queda de complementaridade também foi mais intensa a partir de 2008, com o ICC chegando a 44,1, em 2010. Portanto, além do Brasil não apresentar uma elevada complementaridade com os países da América do Norte, essa complementaridade vem declinando significativamente nos últimos anos. Em contrapartida, a China mostrou um aumento do grau de complementaridade com o Brasil, com o índice crescendo de 44,9 para 49,3, ao longo do período analisado.



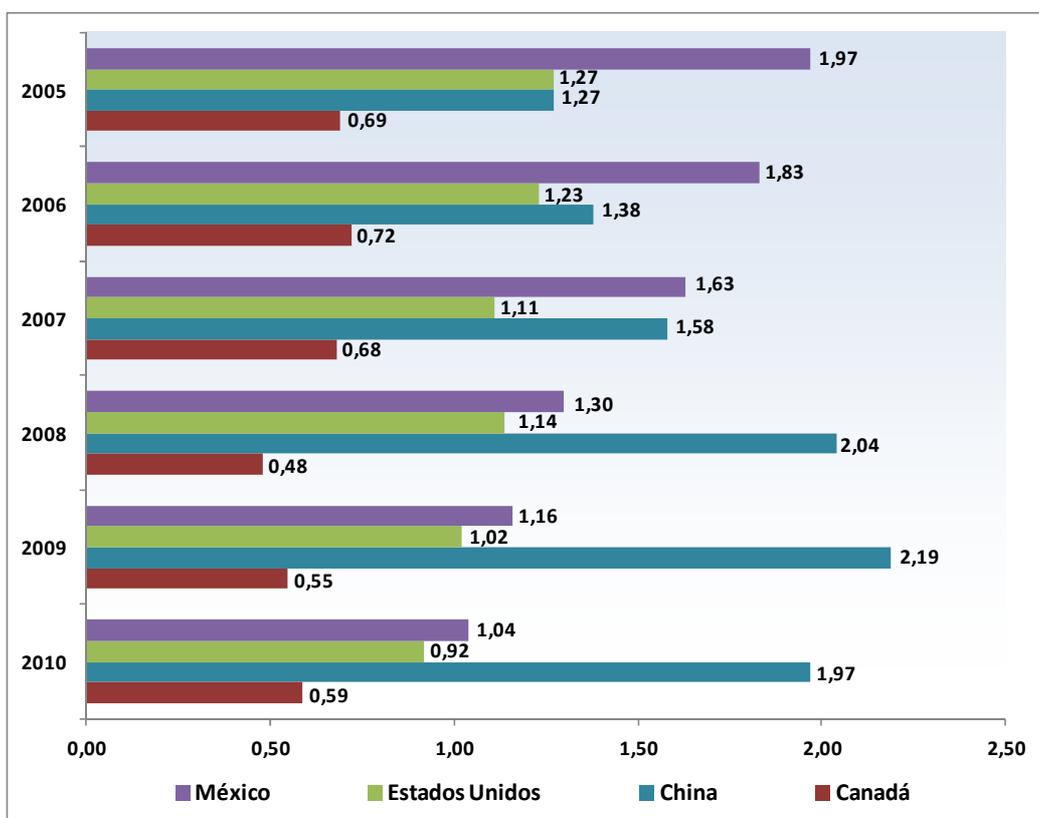
## ÍNDICE DE INTENSIDADE DE COMÉRCIO

Esse índice determina em que medida o valor das exportações de um país para outro é maior ou menor do que seria esperado, de acordo com a participação do país exportador no comércio mundial. O cálculo do Índice de Intensidade de Comércio (IIC) entre Brasil e México é obtido pela razão entre a participação das exportações brasileiras nas importações mexicanas e a participação das exportações brasileiras no resto do mundo. Um valor superior à unidade significa que as exportações brasileiras para o mercado analisado 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 uma maior ou menor tendência de comercialização entre si. Além disso, quanto maior o indicador, maior a intensidade de trocas entre os parceiros.

Na série do IIC do Brasil com o México, entre 2005 e 2010, conforme mostra o Gráfico 19, houve uma nítida tendência de queda, com o índice passando de 1,97, em 2005, para 1,04, em 2010. Assim, mesmo declinando, a intensidade de comércio Brasil-México ainda se manteve ligeiramente superior à média brasileira ao longo do período examinado. Além disso, a intensidade de comércio com o Brasil manteve-se acima daquela observada em relação aos Estados Unidos e Canadá. Nesses dois países também ocorreu uma queda de intensidade de comércio com o Brasil, embora menos expressiva do que aquela verificada com o México. Em relação ao Canadá, embora a queda tenha sido de pequena magnitude, foi o país da América do Norte com o qual o Brasil apresentou a menor intensidade de comércio durante o período 2005-2010, sempre abaixo de 1, e chegando a apenas 0,59, em 2010. A intensidade comercial entre Brasil e Estados Unidos, por sua vez, declinou de 1,27 para 0,92 ao longo do período examinado. Por outro lado, a intensidade de comércio entre Brasil e China apresentou uma forte elevação, ao longo do período, com o valor do IIC crescendo de 1,27 para 1,97.

**Gráfico 19 - IIC Brasil-México e Brasil-países selecionados**



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

A queda do IIC com o México não é necessariamente negativa, pois pode indicar apenas um movimento de diversificação da pauta de exportação do Brasil, em direção a outros mercados, objetivo da política comercial do país nos últimos anos. Assim, o IIC com um determinado país pode declinar, ainda que a participação brasileira em suas importações aumente, desde que o ganho da participação das exportações brasileiras nos demais países do mundo seja superior àquele verificado no país em questão. No entanto, conforme salientado anteriormente, as exportações do Brasil para o mercado mexicano declinaram inclusive em termos absolutos, ao passo que as importações totais daquele país cresceram 35,9%, no período 2005-2010. Portanto, a queda do IIC entre Brasil e México reflete tanto a redução da participação das exportações brasileiras nas importações do México quanto o aumento da participação das exportações brasileiras no resto do mundo.

### **ÍNDICE DE DIVERSIFICAÇÃO/CONCENTRAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES**

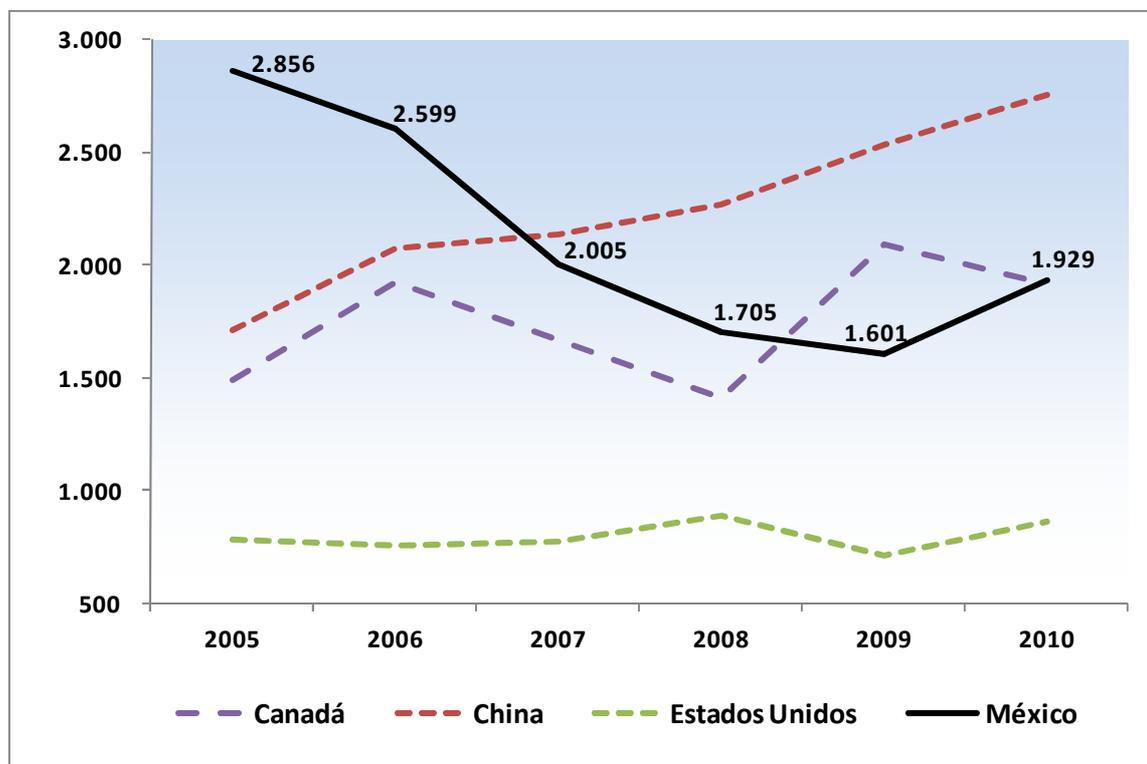
Também conhecido como Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI), indica se o valor das exportações de um país está concentrado em poucos produtos. Países com HHI menor do que 1000 são considerados com baixa concentração, ou seja, o valor de suas exportações não está concentrado em alguns produtos. Países 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 um índice de concentração de exportações bastante elevado. Ainda que suas pautas exportadoras possam apresentar alguma diversificação, o valor de suas exportações está concentrado em poucos produtos primários – em geral, *commodities*, cujos preços tendem a oscilar fortemente em horizontes temporais longos, o que deixa as economias desses países muito expostas às mudanças que ocorrem no cenário internacional. Quanto maior for o valor do índice de concentração das exportações de um país, maior também será sua dependência em relação aos diferentes contextos mundiais.

A análise do HHI mostra que a pauta de exportações brasileiras para o México é concentrada, embora tenha apresentação grande oscilação, no período 2005-2010, com o valor do indicador situando-se entre 1600 e 2800 (ver Gráfico 20). Essa constatação condiz com a configuração da pauta de exportações brasileiras para aquele país ao longo do período, pois tanto no primeiro quanto no último ano examinados, os dez principais setores importados, de acordo com a classificação CNAE três dígitos, representavam uma parcela superior a 65% das exportações brasileiras para o México. Em 2010, 65,7% das vendas brasileiras

para o México concentraram-se em dez setores CNAE, com destaque para *Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários*, com 22,9% do total.

**Gráfico 20 - Indicador de Concentração das Exportações (HHI) Brasil-México e Brasil-países selecionados**



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

Embora elevado, o grau de concentração das exportações brasileiras para o México apresentou redução ao longo do período examinado, passando de 2.856, em 2005, para 1.929, em 2010. Na comparação com os países da América do Norte e a China, o México foi o único país no qual o grau de concentração das exportações brasileiras declinou entre 2005 e 2010. Ao longo desse período, houve um aumento significativo no grau de concentração das exportações brasileiras para o Canadá e, especialmente, para a China, em que o HHI passou de 1.712 para 2.751. Percebe-se que nesses dois países o índice atingiu valores acima de 1.800 pontos em 2010, o que caracteriza uma pauta exportadora concentrada em poucos setores nas exportações brasileiras para o Canadá e a China.

Em relação aos Estados Unidos, houve um ligeiro aumento do HHI, que passou de 779, em 2005, para 860, em 2010, sendo o único país entre os analisados a mostrar uma pauta de exportações brasileiras com baixa concentração. Assim, embora a intensidade e a complementaridade de comércio entre Brasil e

México tenham declinado no período recente, ao menos o grau de concentração das exportações brasileiras para aquele mercado, embora ainda elevado, apresentou queda.

### **ÍNDICE DE COMÉRCIO INTRASSETOR INDUSTRIAL**

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

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

A Tabela 10 mostra os produtos que integram a pauta de comércio intrassetor industrial entre Brasil e México.<sup>179</sup> Esse tipo de comércio tem sido historicamente elevado entre os dois países, dado o perfil do comércio bilateral, predominantemente de manufaturas. Em vários setores econômicos predomina o comércio intrassetor industrial entre os dois países, representados por códigos CNAE 2 dígitos, chegando a 15 grupos de produtos, em 2010, quais sejam: 14, 15, 18, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 33, 34, 35 e 36.

---

<sup>179</sup> A classificação setorial empregada no cálculo do índice de comércio intrassetorial é a CNAE versão 1.0, detalhada em três dígitos.

Analisando-se os dez principais produtos exportados pelo Brasil para o México, em 2010, a partir do CNAE três dígitos, percebe-se que oito pertenciam a esses setores. Merece destaque o setor CNAE 34, *Fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias*, responsável pelos dois produtos mais exportados pelo Brasil para o mercado mexicano, em 2010, e cujo índice de comércio intrassetor industrial chegou a 0,999, no último ano analisado, o maior entre todos os setores. Isso mostra que praticamente todo o comércio nesse setor é intrassetor industrial.

**Tabela 10 - Comércio intrassetor industrial Brasil-México**

CNAE	Descrição	2005	2006	2007	2008	2009
<b>14</b>	<b>Extração de minerais não-metálicos</b>	<b>0,833</b>	<b>0,714</b>	<b>0,912</b>	<b>0,635</b>	<b>0,844</b>
141	Extração de pedra, areia e argila	0,524	0,910	0,007	-	0,761
142	Extração de outros minerais não-metálicos	0,837	0,700	0,883	0,607	0,835
<b>15</b>	<b>Fabricação de produtos alimentícios e bebidas</b>	<b>0,346</b>	<b>0,256</b>	<b>0,489</b>	<b>0,672</b>	<b>0,709</b>
152	Processamento, preservação e produção de conservas de frutas, legumes e outros vegetais	0,015	0,491	0,974	0,890	0,870
153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	0,349	0,072	0,315	0,351	0,827
155	Moagem, fabricação de produtos amiláceos e de rações balanceadas para animais	0,167	0,202	0,251	0,448	0,606
158	Fabricação de outros produtos alimentícios	0,378	0,214	0,333	0,614	0,631
<b>18</b>	<b>Confecção de artigos do vestuário</b>	<b>0,100</b>	<b>0,118</b>	<b>0,330</b>	<b>0,910</b>	<b>0,996</b>
181	Confecção de artigos do vestuário	0,078	0,121	0,368	0,929	0,979
182	Fabricação de acessórios do vestuário e de segurança profissional	0,332	0,092	0,118	0,706	0,893
<b>22</b>	<b>Edição, impressão e reprodução de gravações</b>	<b>0,302</b>	<b>0,285</b>	<b>0,933</b>	<b>0,799</b>	<b>0,702</b>
221	Edição; edição e impressão	0,357	0,422	0,941	0,901	0,835
223	Reprodução de materiais gravados	0,066	0,669	0,457	0,894	0,859
<b>24</b>	<b>Fabricação de produtos químicos</b>	<b>0,801</b>	<b>0,956</b>	<b>0,718</b>	<b>0,606</b>	<b>0,638</b>
242	Fabricação de produtos químicos orgânicos	0,726	0,904	0,581	0,484	0,365
244	Fabricação de fibras, fios, cabos e filamentos contínuos artificiais e sintéticos	0,951	0,301	0,608	0,946	0,886
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	0,988	0,841	0,809	0,930	0,793
247	Fabricação de sabões, detergentes, produtos de limpeza e artigos de perfumaria	0,556	0,616	0,558	0,785	0,997
248	Fabricação de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	0,615	0,477	0,744	0,749	0,615
249	Fabricação de produtos e preparados químicos diversos	0,725	0,873	0,958	0,782	0,912
<b>25</b>	<b>Fabricação de artigos de borracha e de material plástico</b>	<b>0,256</b>	<b>0,199</b>	<b>0,198</b>	<b>0,231</b>	<b>0,412</b>
252	Fabricação de produtos de plástico	0,677	0,610	0,787	0,983	0,817
<b>26</b>	<b>Fabricação de produtos de minerais não-metálicos</b>	<b>0,696</b>	<b>0,542</b>	<b>0,658</b>	<b>0,958</b>	<b>0,845</b>
261	Fabricação de vidro e de produtos do vidro	0,944	0,734	0,960	0,629	0,526
263	Fabricação de artefatos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e estuque	-	-	0,232	0,942	0,790
264	Fabricação de produtos cerâmicos	0,218	0,440	0,400	0,747	0,777
<b>27</b>	<b>Metalurgia básica</b>	<b>0,093</b>	<b>0,236</b>	<b>0,251</b>	<b>0,340</b>	<b>0,984</b>
272	Siderurgia	0,047	0,214	0,133	0,115	0,631
273	Fabricação de tubos - exceto em siderúrgicas	0,320	0,366	0,644	0,526	0,622
275	Fundição	0,368	0,073	0,273	0,295	0,565
<b>28</b>	<b>Fabricação de produtos de metal - exclusive máquinas e equipamentos</b>	<b>0,314</b>	<b>0,302</b>	<b>0,401</b>	<b>0,585</b>	<b>0,724</b>
281	Fabricação de estruturas metálicas e obras de caldeiraria pesada	0,094	0,647	0,002	0,141	0,154
283	Forjaria, estamparia, metalurgia do pó e serviços de tratamento de metais	0,285	0,354	0,571	0,236	0,223
289	Fabricação de produtos diversos de metal	0,232	0,225	0,429	0,775	0,605
<b>30</b>	<b>Fabricação de máquinas para escritório e equipamentos de informática</b>	<b>0,767</b>	<b>0,582</b>	<b>0,723</b>	<b>0,416</b>	<b>0,560</b>
<b>31</b>	<b>Fabricação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos</b>	<b>0,440</b>	<b>0,527</b>	<b>0,567</b>	<b>0,758</b>	<b>0,722</b>
311	Fabricação de geradores, transformadores e motores elétricos	0,309	0,342	0,401	0,524	0,396
312	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	0,417	0,458	0,458	0,833	0,902
314	Fabricação de pilhas, baterias e acumuladores elétricos	0,178	0,878	0,787	0,396	0,254
316	Fabricação de material elétrico para veículos - exceto baterias	0,362	0,267	0,578	0,628	0,780
319	Fabricação de outros equipamentos e aparelhos elétricos	0,730	0,924	0,550	0,510	0,622
<b>33</b>	<b>Fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios</b>	<b>0,886</b>	<b>0,787</b>	<b>0,933</b>	<b>0,650</b>	<b>0,718</b>
331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	0,334	0,250	0,523	0,860	0,763
333	Fabricação de máquinas, aparelhos e equipamentos de sistemas eletrônicos dedicados à automação industrial e controle do processo produtivo	0,510	0,595	0,794	0,718	0,764
334	Fabricação de aparelhos, instrumentos e materiais ópticos, fotográficos e cinematográficos	0,704	0,321	0,519	0,123	0,648
<b>34</b>	<b>Fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias</b>	<b>0,140</b>	<b>0,343</b>	<b>0,566</b>	<b>0,891</b>	<b>0,909</b>
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	0,120	0,427	0,749	0,863	0,692
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	0,220	0,190	0,284	0,414	0,561
<b>35</b>	<b>Fabricação de outros equipamentos de transporte</b>	<b>0,009</b>	<b>0,015</b>	<b>0,007</b>	<b>0,024</b>	<b>0,475</b>
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	0,000	0,015	0,004	0,012	0,651
<b>36</b>	<b>Fabricação de móveis e indústrias diversas</b>	<b>0,279</b>	<b>0,350</b>	<b>0,347</b>	<b>0,407</b>	<b>0,636</b>
361	Fabricação de artigos do mobiliário	0,052	0,130	0,213	0,269	0,348
369	Fabricação de produtos diversos	0,467	0,508	0,427	0,491	0,769

Fonte: MDIC. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Outros três setores apresentavam, em 2010, índice de comércio intrasetor industrial superior a 0,90, os quais são: *Fabricação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos* (CNAE 31), *Metalurgia básica* (CNAE 27) e *Fabricação de produtos de metal - exclusive máquinas e equipamentos* (CNAE 28), chegando a 0,95, 0,93 e 0,92, respectivamente. Além disso, esses setores mostraram aumento significativo do índice de comércio intrasetor industrial no período 2005-2010. A queda mais intensa ocorreu no setor de *Fabricação de máquinas para escritório e equipamentos de informática*, de 0,77, em 2005, para 0,53, em 2010. A partir dessas análises, pode-se constatar que, além de vigoroso, o comércio intrasetor industrial entre Brasil e México se intensificou ao longo do período examinado.

### **ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO EXPORTADORA**

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

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

A Tabela 11 mostra os principais setores em que o Brasil é mais especialista que o México, em 2010. Em todos também há um elevado grau de complementaridade entre a pauta de exportação brasileira e a de importação mexicana, com o índice chegando a 100 em quatro setores. Os dois setores nos quais o Brasil apresenta o maior IEE, *Produção de álcool* e *Extração de minério de ferro*, não constavam entre os principais produtos de exportação do Brasil para o mercado mexicano em 2010. Isso reflete a presença de barreiras comerciais impostas sobre esses setores, como é possível notar pela suas pequenas participações na pauta de importações do México, não superando 0,10%. O caso de *Produção de álcool* é exemplar, pois, mesmo sendo o segundo principal fornecedor do México (28,9%), somente atrás dos Estados Unidos, o Brasil pouco se beneficia disso, dado que a sua participação na pauta importadora daquele país é de apenas 0,03%. Isto é, de pouco vale a elevada competitividade do produto brasileiro enquanto as barreiras protecionistas estiverem em vigor.

**Tabela 11 - IEE (México)**

Setor/ CNAE	Descrição	IEE 2010	ICC 2010	Participação do setor nas importações mexicanas	Participação do Brasil nas importações mexicanas do setor 2010	Principal Fornecedor	Participação do principal fornecedor nas importações mexicanas do setor
011	Produção de lavouras temporárias	6,89	51,00	1,98%	0,50%	Estados Unidos	80,9%
017	Caça, repovoamento cinegético e serviços relacionados	5,48	100,00	0,00%		Colômbia	50,9%
131	Extração de minério de ferro	195,92	58,22	0,06%	31,80%	Estados Unidos	48,8%
157	Torrefação e moagem de café	4,20	51,71	0,02%	0,51%	Estados Unidos	47,7%
160	Fabricação de produtos do fumo	14,41	85,93	0,05%	9,04%	Estados Unidos	35,5%
171	Beneficiamento de fibras têxteis naturais	1,38	83,47	0,02%	0,50%	Argentina	32,5%
173	Tecelagem - inclusive fiação e tecelagem	1,69	51,13	0,47%	1,05%	Estados Unidos	57,4%
191	Curtimento e outras preparações de couro	9,42	55,30	0,13%	17,03%	Estados Unidos	29,2%
193	Fabricação de calçados	6,41	66,82	0,21%	3,12%	Vietnã	39,2%
202	Fabricação de produtos de madeira, cortiça e material trançado - exceto móveis	5,98	50,68	0,25%	1,02%	Estados Unidos	35,1%
234	Produção de álcool	354,96	100,00	0,03%	28,92%	Estados Unidos	57,6%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	1,59	57,00	2,34%	0,34%	Estados Unidos	80,5%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	1,36	56,79	2,01%	1,23%	Estados Unidos	30,9%
246	Fabricação de defensivos agrícolas	3,21	79,66	0,15%	4,31%	Estados Unidos	46,5%
248	Fabricação de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	1,51	77,65	0,28%	0,82%	Estados Unidos	74,1%
251	Fabricação de artigos de borracha	2,08	67,13	1,27%	3,58%	Estados Unidos	54,8%
271	Produção de ferro-gusa e de ferroligas	35,58	57,40	0,09%	28,46%	Venezuela*	13,8%
293	Fabricação de tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura, avicultura e obtenção de produtos animais	2,72	53,71	0,23%	2,23%	Estados Unidos	69,3%
295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	2,37	53,37	0,66%	6,32%	Estados Unidos	50,7%
301	Fabricação de máquinas para escritório	1,29	67,48	0,08%	6,26%	China	42,0%
343	Fabricação de cabines, carrocerias e reboques	1,70	53,58	0,11%	10,11%	Estados Unidos	75,0%
351	Construção e reparação de embarcações	2,47	54,82	0,02%		Estados Unidos	86,4%
401	Produção e distribuição de energia elétrica	2,71	100,00	0,01%		Estados Unidos	95,6%
525	Comércio varejista de artigos usados	14,08	100,00	0,00%		Paquistão	100,0%

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

\* Principal fornecedor após o Brasil.

Ainda chama a atenção que na maioria dos produtos em que o Brasil é mais especialista que o México, os Estados Unidos são o principal fornecedor daquele mercado. Nos setores *Produção de lavouras temporárias* e *Fabricação de resinas e elastômeros*, por exemplo, os Estados Unidos são responsáveis por cerca de 80% das importações mexicanas, enquanto o Brasil tem uma parcela que não ultrapassa 0,5% daquele mercado. Ademais, esses produtos apresentam uma participação em torno de 2% no total das importações do México, as maiores entre os setores nos quais o Brasil é mais especialista que este e em que há um elevado grau de complementaridade entre a pauta de exportação brasileira e a de importação mexicana. Portanto, esses dois setores se constituem em boas oportunidades para o Brasil no mercado mexicano.

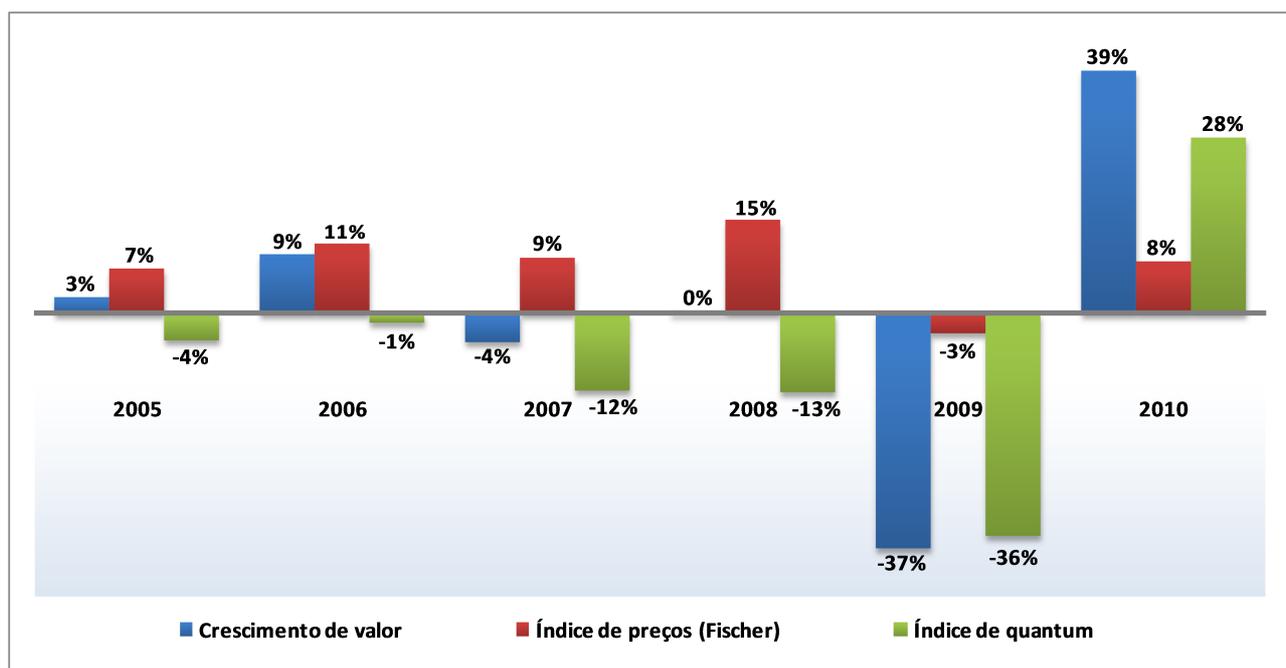
## ÍNDICE DE PREÇOS E ÍNDICE DE QUANTUM

Nesse estudo, o cálculo do índice de preços e do índice de *quantum* (quantidade) mede, respectivamente, quanto o preço e a quantidade dos produtos exportados influenciam no aumento ou na

diminuição do valor das exportações brasileiras para o mercado do México. No período 2005-2010, conforme ilustrado no Gráfico 21, a evolução do valor exportado, em todos os anos, teve uma influência mais positiva do comportamento dos preços do que do *quantum* exportado. Por sinal, em todos os anos, com exceção de 2010, houve queda do *quantum* exportado. Já os preços de exportação elevaram-se, à exceção de 2009. Assim, devido ao fraco desempenho do *quantum*, somente em 2005, 2006 e 2010 houve expansão do valor exportado pelo Brasil para o México e, somente em 2010, tanto o preço quanto o *quantum* exportado mostraram crescimento.

Em 2009, ano em que a crise financeira internacional teve o maior impacto negativo sobre os fluxos de comércio global, as exportações brasileiras declinaram 37% para o México, principalmente pela queda acentuada da quantidade exportada, que chegou a 36%. Em 2010, com a recuperação econômica mundial e a baixa base de comparação, o *quantum* exportado foi o maior protagonista da recuperação do nível de comércio bilateral Brasil-México, com uma elevação de 28%, a maior observada ao longo do período examinado e bastante acima da expansão de 8% do preço exportado, gerando um crescimento de 39% do valor das exportações brasileiras para o mercado mexicano.

**Gráfico 21 - Crescimento de valor, índice de preços e índice de quantum das exportações brasileiras para o México**



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

O menor dinamismo do *quantum* exportado, em relação aos preços de exportação para o México, no período examinado, pode refletir um desvio de comércio das importações mexicanas a favor dos

Estados Unidos, um de seus sócios do Nafta, em detrimento das exportações brasileiras, especialmente de produtos primários. Portanto, a existência de livre-comércio entre os países-membros do Nafta pode estar deslocando a favor dos Estados Unidos as exportações brasileiras em produtos que o Brasil é competitivo, devido à existência de barreiras tarifárias ou não tarifárias incidindo sobre os produtos provenientes de terceiros países.

## **PARTE 4**

# **OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA O BRASIL NO MÉXICO**

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

As oportunidades para os exportadores brasileiros no mercado mexicano 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 a frente.

O primeiro passo da metodologia consiste em levantar os produtos que o México importou de todo o mundo entre 2002 e 2009<sup>180</sup>. Cruzando-se esses produtos com aqueles que o Brasil exportou<sup>181</sup> para o México nesse período, faz-se a seguinte separação:

- **Produtos brasileiros com exportações incipientes** – são aqueles:
  - cuja participação brasileira nas importações mexicanas é muito baixa; e/ou
  - -cujas exportações brasileiras para o México não são contínuas<sup>182</sup>.

Para que os produtos com essas características possam ter oportunidades no México é preciso também que:

- o Brasil seja especialista<sup>183</sup> em sua exportação;
- exista complementaridade entre a pauta exportadora brasileira e a pauta importadora mexicana, ou seja, o México precisa importar os produtos que o Brasil deseja exportar; e
- as importações mexicanas 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 mexicano.

---

<sup>180</sup> É importante esclarecer que o período da análise vai de 2004 a 2009. Como 2009 foi um ano de crise com grande queda no comércio exterior, sua irregularidade foi suavizada neste trabalho, com a utilização de médias geométricas de três anos. Desse modo, os valores de 2009 referem-se à média dos anos de 2007, 2008 e 2009. O mesmo procedimento foi adotado para os anos anteriores.

<sup>181</sup> Aqui consideram-se os dados das importações feitas pelo país analisado oriundas do Brasil.

<sup>182</sup> Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior.

<sup>183</sup> Na relação comercial entre dois países, o indicador de especialidade exportadora aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto que o país B. A ideia é que, se um país é mais especialista que o outro, exista oportunidade de comércio entre eles, com o país A exportando para o país B.

- **Produtos brasileiros com exportações expressivas** – são aqueles cuja participação nas importações mexicanas é significativa e cujas vendas são contínuas. Os grupos de produtos com exportações expressivas são classificados em cinco categorias:
  - *Consolidados* – grupos de produtos brasileiros que já estão bem posicionados no mercado mexicano e têm uma situação confortável em relação aos seus principais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é de *manutenção* do espaço já conquistado;
  - *Em risco* – grupos de produtos brasileiros que já estiveram consolidados no mercado mexicano 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* – dos grupos de produtos brasileiros que nunca estiveram consolidados no México e que vêm perdendo participação nesse mercado. Aqui as oportunidades para os exportadores brasileiros são menos interessantes;
  - *A consolidar* – dos grupos de produtos brasileiros que ainda não são consolidados no México, mas que estão crescendo naquele mercado em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Aqui estão as melhores oportunidades para os exportadores brasileiros;
  - *Desvio de comércio* – dos grupos de produtos brasileiros cujas exportações para o México crescem menos que as do principal concorrente, apesar de o Brasil ser mais especialista na exportação desses produtos que esse concorrente. Isso pode acontecer devido à existência de acordos comerciais, proximidade geográfica, entre outros fatores que privilegiam o principal concorrente brasileiro. Para se contornar o desvio de comércio, são necessários esforços que vão além da promoção comercial.

É possível notar, na Tabela 12, que nas vendas do Brasil para o México há uma predominância de produtos classificados com exportações expressivas (82,68%), embora esses produtos sejam representados por apenas 744 SH6. Em valor, as importações mexicanas provenientes do Brasil classificadas como expressivas atingiram US\$ 2,8 bilhões, ao passo que as importações classificadas como incipientes alcançaram US\$ 605 milhões.

**Tabela 12 - Classificação das exportações dos produtos brasileiros importados pelo México**

Classificação	Nº de SH6	Nº de SH6 (%)	Importações totais do México 2009 (US\$)	Importações totais do México 2009 (%)	Importações mexicanas provenientes do Brasil 2009 (US\$)	Importações mexicanas provenientes do Brasil 2009 (%)
Expressivo	744	13,76	49.121.710.560	20,96	2.889.850.000	82,68
Incipiente	4.663	86,24	185.262.821.326	79,04	605.425.120	17,32
Total	5.407	100,00	234.384.531.886	100,00	3.495.275.120	100,00

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

A fim de apresentar as oportunidades de exportação para o mercado mexicano, os grupos de produtos brasileiros foram organizados em cinco grandes complexos: 1) *Alimentos, Bebidas e Agronegócios*; 2) *Casa e Construção*; 3) *Máquinas e Equipamentos*; 4) *Moda e Cuidados Pessoais*; e 5) *Multissetorial e Outros*. Esse último abrange produtos que permeiam mais de um complexo ou não se encaixam especificamente em nenhum. Em cada complexo são apresentados os grupos com exportações incipientes e expressivas.

## ALIMENTOS, BEBIDAS E AGRONEGÓCIOS

Em 2009, os produtos do complexo *Alimentos, Bebidas e Agronegócios* representaram 8,0% do total das importações mexicanas, ou seja, um montante comprado internacionalmente de pouco mais de US\$ 18,7 bilhões. Entre os anos de 2004 e 2009, ademais, as importações do México desse complexo registraram crescimento médio de 6,5%, denotando o crescimento da demanda interna de alimentos face o incremento da renda doméstica. Os principais subgrupos de produtos importados pelo país no período foram cereais em grão e esmagados, massas alimentícias e preparações alimentícias, soja, mesmo triturada, sementes oleaginosas (exceto soja), e leite e derivados.

Os Estados Unidos são tradicionalmente o principal fornecedor mexicano de produtos desse complexo, respondendo por 71,1% do total de suas compras externas em 2009. O outro parceiro do Nafta, o Canadá, representou outros 7,1% dessas importações naquele ano. Do maior parceiro comercial, o México compra principalmente milho, soja, carnes bovinas desossadas, trigo, sorgo e pedaços de suínos não desossados. Esses seis produtos representaram, em 2009, 36,4% do total importado pelo país proveniente dos Estados Unidos. Oriundas do Brasil, as compras externas mexicanas somaram US\$ 140,3 milhões, em 2009, representativas de 0,8% do total adquirido internacionalmente pelo país em produtos desse complexo. As compras provenientes do Brasil estão concentradas em álcool etílico não desnaturado (32,5%), soja (12,7%) e outros açúcares de cana (9,6%).

Dada a simbiose entre as economias mexicana e estadunidense, o país foi seriamente afetado pela crise econômica mundial em 2009. Segundo informação do FMI<sup>184</sup>, o PIB mexicano registrou avanço de 5,4%, em 2010, após uma forte contração de 7,5%, no ano anterior. Em 2011, estima-se que o PIB cresça mais moderadamente, em 3,8% aproximadamente, e que variações semelhantes sejam mantidas nos próximos anos. No longo prazo, a recuperação econômica do México estará intrinsecamente relacionada à situação nos Estados Unidos e aos preços internacionais do petróleo. Atualmente, com o aumento da renda entre os consumidores urbanos, se constata demanda crescente por alimentos e bebidas diferenciados. Nas grandes cidades e nos principais destinos turísticos, ademais, há espaço para o fornecimento de produtos para hotéis e restaurantes e, face ao crescimento demonstrado pela indústria de processamento alimentício mexicana, se verificam oportunidades para o aumento no fluxo comercial de insumos e ingredientes alimentares. Sobre este último aspecto, cabe ressaltar que há forte investimento estadunidense nesse ramo da atividade industrial, especialmente nos segmentos de massas alimentícias, balas, chocolates, confeitos e carnes congeladas e enlatadas.

---

<sup>184</sup> Fundo Monetário Internacional (FMI). *World Economic Outlook Database*. Sept., 2011. Disponível em: [www.imf.org](http://www.imf.org). Acesso em: 02 jan. 2012.

Como empecilho ao desenvolvimento das relações comerciais brasileiras, nota-se a ausência de acordos comerciais entre os países nos setores de maior dinamismo da economia. O México possui um dos regimes comerciais de maior abertura no mundo, com cerca de 44 acordos bilaterais de comércio, os quais favorecem o aumento do intercâmbio comercial com terceiros países em detrimento do Brasil. O Nafta é, sem dúvida alguma, o mais importante desses tratados. Desde o ingresso do país no Nafta, a produção e as exportações agropecuárias do México tem se diversificado consideravelmente, apesar de o setor crescer em ritmo mais lento que o restante da economia. Em 2010, o setor econômico primário cresceu 3,3% ante os 6% e 5% verificados nos setores secundário e terciário, respectivamente<sup>185</sup>.

Em 2010, ademais, o valor da produção agrícola mexicana atingiu US\$ 24,1 bilhões,<sup>186</sup> distribuídos entre, aproximadamente, 320 produtos. Apenas oito deles (milho, cana de açúcar, forragens, sorgo, tomate, abacate, pimenta e batata) concentram mais da metade desse valor (55,1%). A entrada do país no Nafta beneficiou especialmente os produtores de frutas e os produtos hortícolas. De acordo com dados fornecidos pela (SAGARPA),<sup>187</sup> o cultivo de frutas e hortaliças representou 39% da produção agrícola mexicana em 2010, enquanto a produção de cereais e forragens representou 40% desse valor. O valor adicionado pelas lavouras de abacate da variedade hass, laranja valência, noz-pecã, limão galego (mexicano), limão persa e manga manila respondeu por 44% do valor total produzido de frutas. Entre as hortaliças, a produção de tomate, da variedade saladette, cebola branca, pimenta jalapeño, tomates hidropônicos, aspargos, pimenta serrano, tomate caqui, milho em espiga (elote) e tomate verde também representaram 44% do valor total produzido de hortaliças. A intensificação do comércio na América do Norte também impulsionou os espaços destinados à produção de alimentos orgânicos. Hoje a área destinada ao cultivo desses alimentos ultrapassa os 100.000 hectares. Contudo, há de se destacar que se tratam de lavouras orientadas ao abastecimento dos demais parceiros comerciais do bloco, haja visto que o consumo interno ainda é limitado.

A participação da agricultura no PIB do país decaiu dos 7% verificados durante os anos 1980 para algo próximo dos 4% registrados nos últimos cinco anos, bem como diminuiu também o emprego gerado por essa atividade no período. Contudo, a agricultura ainda emprega 12,5% da força de trabalho mexicana<sup>188</sup>. Como composição do PIB do setor primário, segundo a classificação do Instituto Nacional de

---

<sup>185</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa). Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios (SFA). *Perspectivas de largo plazo para el sector agropecuario de México 2011-2020*. Disponível em: [www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx). Acesso em: 03 jan. 2012.

<sup>186</sup> Conversão aproximada do peso mexicano para o Dólar estadunidense em 05 de janeiro de 2012 (13,7623 pesos mexicanos = 1 dólar estadunidense). Disponível em: [www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br).

<sup>187</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa). *Monitor Agroeconómico e Indicadores de la Agroindustria*. Sept., 2011. Disponível em: [www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx). Acesso em: 04 jan. 2012.

<sup>188</sup> *Mexico: country profile*. Sept., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 02 jan. 2012.

Estatística e Geografia do México (Inegi)<sup>189</sup>, a agricultura representou 56,8% da receita gerada ao PIB desse setor em 2010, ao passo que a pecuária representou 34,6% e as atividades pesqueira, de caça e de extração florestal responderam por outros 8,7%. As indústrias de alimentos e a de bebidas e fumo, por sua vez, representaram 22,3% e 6,4%, respectivamente, do valor agregado ao PIB da indústria de transformação em 2010. Os principais produtos agropecuários produzidos domesticamente incluem milho, sorgo, feijão, frutas, hortaliças, carnes bovina, suína e de aves, bem como algumas variedades de laticínios. A produção local encontra-se concentrada no Centro Oeste do país, nos estados de Jalisco, Nayarit, Guanajuato, Michoacán, Colima e Sinaloa<sup>190</sup>.

De acordo com dados projetados pelo Serviço de Informação Agroalimentar e Pesqueira (Siap)<sup>191</sup> do México, em 2010, o rebanho bovino do país contava com 32,6 milhões de cabeças de gado, 15,4 milhões de porcos e 510,3 milhões de aves. O valor adicionado pelo abate de aves correspondeu a 40,2% (US\$ 65,9 bilhões) do montante total produzido pela pecuária de corte, ao passo que o abate bovino representou outros 35,3% (US\$ 57,9 bilhões) e o de porcos, 21,8% (US\$ 35,8 bilhões). A produção leiteira rivaliza em valor com a de carne bovina, somando US\$ 51,5 bilhões em 2010. Nos últimos anos, o consumo de carnes aumentou em consequência do crescimento populacional. Dado a estreita ligação com a agricultura, o aumento da atividade pecuária gerou incremento na demanda por ração animal, que registrou volumes comercializados próximos aos 17,5 milhões nos últimos anos. O estado de Veracruz concentra a criação de gado bovino, seguido de Jalisco, Chihuahua, Chiapas, Sonora e Durango. A produção suína concentra-se em Sonora, Jalisco e Guanajuato. A indústria avícola, por sua vez, está majoritariamente localizada em Veracruz, Jalisco, Durango, Aguascalientes e Querétaro, encontrando-se muito integrada à cadeia de produção estadunidense.

A agroindústria mexicana apresenta desenvolvimento bastante heterogêneo, uma vez que existem empresas cujas linhas produtivas empregam tecnologia de ponta (na maioria dos casos, capitaneadas por investimentos estadunidenses) e aquelas cuja fabricação ainda é artesanal. Em geral, de acordo com estimativas da SAGARPA, esse ramo da indústria de transformação tem registrado taxas médias de crescimento superiores às verificadas para o PIB do país. Essa constatação implica um maior acesso da população mexicana aos alimentos processados. A fabricação de produtos de panificação (inclusive tortilhas), bebidas, carnes processadas e produtos lácteos representaram 71% do total da atividade agroindustrial no México.

---

<sup>189</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). *Banco de Información Económica. Cuentas Nacionales. Producto Interno Bruto trimestral. Actividades primarias*. Disponível em: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx). Acesso em: 04 jan. 2012.

<sup>190</sup> The Economist Intelligence Unit. *Mexico Country Profile 2008*. Disponível em: [www.eiu.com](http://www.eiu.com). Acesso em: 02 jan. 2012.

<sup>191</sup> *Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (Siap). Población Ganadera*. Disponível em: [www.siap.gob.mx](http://www.siap.gob.mx). Acesso em: 06 jan. 2012.

Apesar do aumento da escala produtiva nos anos recentes, a disparidade na distribuição da renda no México gera desigualdades no que concerne ao consumo doméstico de alimentos. Enquanto uma pequena parcela da população possui poder aquisitivo para adquirir produtos mais sofisticados, as faixas populacionais de renda mais baixa demonstram pouca orientação para o consumo e, por isso, não geram incentivos para a agregação de valor nos alimentos que consomem, especialmente no que se refere à qualidade. Por outro lado, a cadeia produtiva da indústria de alimentos mexicana apresenta diversas restrições que a tornam pouco competitiva e ineficiente. Há sérias barreiras na heterogeneidade dos canais de distribuição, na reduzida infraestrutura de armazenamento e transporte, na adoção limitada de padrões de qualidade, rastreabilidade e certificações internacionais, na falta de financiamento governamental, no baixo investimento em tecnologia e inovação agrícola, nos altos custos transacionais e na falta de políticas públicas para que esses problemas sejam amenizados. Soma-se a isso o fato de que o sistema fitossanitário mexicano está orientado ao comércio internacional, priorizando seus benefícios para os consumidores no exterior e fazendo com que os produtos importados tenham melhor qualidade que os produzidos localmente<sup>192</sup>.

Assim, uma vez que o fator determinante para a decisão de compra da maior parcela dos consumidores mexicanos é o preço, as propriedades nutricionais dos alimentos estão usualmente relegadas ao segundo plano. Como consequência, o sobrepeso e a obesidade abrangem uma larga faixa da população. O Ministério da Saúde do México<sup>193</sup> informa que, nos últimos 30 anos, esses problemas de saúde triplicaram e, atualmente, cerca de 70% da população adulta tem massa corporal inadequada. No médio prazo, uma maior preocupação com hábitos alimentares mais saudáveis deve estimular as vendas de produtos *diet*, *light* e suas variantes, bem como deve impulsionar as vendas de alimentos destinados às necessidades médicas específicas derivadas dessas enfermidades, tais como produtos para diabetes e doenças cardiovasculares. Essa tendência levará, ainda, a novos e constantes lançamentos nas linhas de alimentos com menor teor de gordura, sal, sódio, calorias, açúcar ou colesterol, por exemplo. Soma-se a isso a existência de um grande contingente populacional que habita os grandes centros urbanos e gera uma crescente demanda por produtos de maior conveniência, práticos, comercializados em embalagens menores e adaptados a indivíduos que morem sozinhos ou que precisem realizar suas refeições fora de casa, em função de suas atividades profissionais. Produtos prontos para o consumo, como *snack bars*, e alimentos que traduzam saúde e bem-estar, tais como bebidas a base de soja e iogurtes pré e pró-bióticos, registraram vendas particularmente bem sucedidas nos últimos anos<sup>194</sup>.

---

<sup>192</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). *Retos y oportunidades del sistema agroalimentario de México en los próximos 20 años*. Disponível em: [www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx). Acesso em: 05 jan. 2012.

<sup>193</sup> Sistema Nacional de Información en Salud (Sinais). *Secretaría de Salud*. Disponível em: [www.sinais.salud.gob.mx](http://www.sinais.salud.gob.mx). Acesso em: 09 jan. 2012.

<sup>194</sup> *Packaged Food in Mexico*. Dec., 2010. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 09 jan. 2012.

A preocupação com a obesidade infantil e o diabetes deve nortear as ações das autoridades sanitárias mexicanas nos próximos anos e impactar a indústria alimentícia como um todo. Nesse sentido, alguns tipos de alimentos considerados impróprios foram banidos das escolas do país e condições específicas de comércio foram instituídas para a venda de produtos alimentícios nesses estabelecimentos<sup>195</sup>. Essa deve ser a principal tendência a influir nas vendas de chocolates, balas, doces e confeitos no México nos próximos anos. Embora nem todos esses produtos tenham tido a venda proibida nas escolas, os tamanhos das porções para algumas linhas foram reduzidas com o intuito de limitar o consumo de calorias. Apesar disso, a indústria tem respondido com lançamentos de produtos para atender essa nova demanda. Segundo a Associação Mexicana de Fabricantes de Chocolates, Doces e Similares (Aschoco)<sup>196</sup>, o segmento deve registrar crescimento tímido no médio prazo na medida em que os consumidores restringirem o consumo desses produtos, percebidos como pouco saudáveis. O valor de vendas de chocolates deve crescer 4% em 2011, quando atingirá US\$ 983,1 milhões. A projeção para o período 2012-2015 é de que o crescimento médio do segmento esteja próximo a 1% ao ano<sup>197</sup>. Esse resultado deve-se em parte ao aumento internacional nos preços do cacau e do açúcar que afetou os custos domésticos de produção. O México produz anualmente 20 mil toneladas de cacau, e essa quantidade é insuficiente para atender a demanda interna, o que obriga o país a importar o produto. Todavia, as compras externas são restringidas. Apenas um terço do cacau consumido no país pode ser importado. O restante deve ser produzido localmente. Essa constatação abre espaço para oportunidades de integração no comércio de insumos. Ou seja, se verifica o interesse de fabricantes mexicanos na compra de grãos de cacau e seus derivados, assim como de açúcar. Os dados de consumo de cacau revelam que há um déficit de 40 mil toneladas na produção interna do produto, as quais necessitam ser importadas<sup>198</sup>.

O consumo *per capita* do país ainda é baixo, cerca de 450 gramas/ano de chocolate e, por essa razão, a indústria tem intensificado esforços na tentativa de estimular a demanda. O chocolate ao leite é o preferido pelos consumidores mexicanos. As variedades amargas (com maior teor de cacau) ainda representam um pequeno volume de vendas, embora algumas empresas, como a Nestlé e a Lindt & Sprüngli, invistam na promoção do produto. As lojas de rua especializadas nas vendas de chocolates e seus derivados são raras no México. A maior parte do volume de vendas ocorre em estabelecimentos varejistas, como supermercados, hipermercados, lojas de conveniência e de departamentos. As vendas do segmento

---

<sup>195</sup> *Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria: Estrategia contra el Sobrepeso y la Obesidad (Programa de acción en el contexto escolar)*. Disponível em: [www.salud.gob.mx](http://www.salud.gob.mx). Acesso em: 10 jan. 2012.

<sup>196</sup> ASCHOCO: *Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolates, Dulces y Similares, A.C.* Entrevista realizada na Cidade do México em: 20 jun. 2011, com seu presidente, Alejandro Peñaloza Garza.

<sup>197</sup> *Chocolate Confectionery in Mexico*. Jan., 2012. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 10 jan. 2012.

<sup>198</sup> Sobre esse tema, consultar a NOM-186-SSA1/SCFI-2002, *Productos y Servicios. Cacao, productos y derivados*, de 08 de novembro de 2002, que trata dos procedimentos exigidos para a fabricação e importação de cacau e seus derivados. Disponível em: [www.cofepris.gob.mx](http://www.cofepris.gob.mx).

são lideradas por companhias multinacionais. A Nestlé México S.A. de C.V., a Hershey México S.A. de C.V., a Effem México S.A. de C.V. e a Ferrero de México S.A. de C.V. representam quase 60% do mercado, enquanto as companhias nacionais mais bem posicionadas, a Chocolates Turín S.A. de C.V. e a Ricolino S.A. de C.V. (subsidiária da Bimbo S.A. de C.V.), representaram apenas 10% das vendas totais em 2010. De modo geral, na avaliação de representantes do segmento, o chocolate mexicano é similar ao brasileiro no que concerne ao teor de açúcar, e a percepção acerca do produto brasileiro é positiva. Entretanto, o preço praticado pelo Brasil é muito elevado em função de seus custos de produção. Uma melhor estratégia de inserção no mercado talvez seja a produção doméstica, com a instalação de planta no país ou a associação com fabricantes locais. O valor de vendas de balas, doces e confeitos somou US\$ 1,7 bilhão<sup>199</sup> em 2011. A categoria é bastante fragmentada com a Cadbury Adams Mexico (13%) e a Ricolino S.A. de C.V. (12%) liderando as vendas em 2010. Ainda que as vendas de produtos açucarados representem a maior parte do comércio, outras linhas, como a de produtos funcionais e livres de açúcares, por exemplo, registraram forte crescimento nos últimos anos.

O interesse por hábitos alimentares mais saudáveis também impulsiona o consumo de sucos no México, especialmente das variedades integrais<sup>200</sup>. O valor das vendas no segmento cresceu 10% em 2010 atingindo US\$ 3,1 bilhões<sup>201</sup>. A maioria do suco consumido no país é de frutas, embora algumas variedades de sucos de vegetais também estejam disponíveis (como os da marca V8<sup>202</sup>). Os sucos de laranja, maçã, uva, manga e abacaxi são os preferidos entre os sucos integrais. Manga, pêsego, maçã, goiaba e abacaxi são os sabores preferidos em se tratando de néctares<sup>203</sup>. Entre os refrescos<sup>204</sup>, os sabores mais consumidos são manga, laranja, maçã, uva, tutti frutti e morango. As empresas líderes do segmento, Jugos del Valle (com as marcas Del Valle, Frutsi, Beberé e Flórida 7) e Jumex (com as marcas Pau Pau, Jumex, Ami e Bida) responderam por 28,9% e 23,7% do volume total comercializado domesticamente em 2010. As perspectivas são particularmente positivas para produtos com baixos teores de açúcar, fortificados, funcionais ou enriquecidos com vitaminas e minerais.

Essa tendência também está presente no segmento de panificação e biscoitos. Os fabricantes aumentaram seus portfólios de modo a incluir produtos com baixa caloria ou que contenham aveia, nozes e sementes. No que concerne exclusivamente ao segmento de produtos de panificação, de acordo com a Câmara Nacional da Indústria de Panificação (CANAINPA),<sup>205</sup> o consumo *per capita* mexicano é de 33

---

<sup>199</sup> *Sugar Confectionery in Mexico*. Jan., 2012. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 10 jan. 2012.

<sup>200</sup> Consideram-se sucos integrais os sucos puros, feitos a partir da fruta, sem adição de água ou de outros ingredientes.

<sup>201</sup> *Fruit/Vegetable Juice in Mexico*. Apr., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 09 jan. 2012.

<sup>202</sup> Para mais informações, acessar: [www.jugosv8.com.mx](http://www.jugosv8.com.mx).

<sup>203</sup> Consideram-se néctares, as bebidas à base de fruta, água e açúcar, contendo entre 25% e 99% de fruta em sua composição.

<sup>204</sup> Consideram-se refrescos, as bebidas à base de polpa de fruta contendo até 24% de fruta em sua composição.

<sup>205</sup> CANAINPA: Cámara Nacional de la Industria Panificadora y Similares de México. Entrevista realizada em 14 junho de 2011, na Cidade do México, com seu diretor-geral, José Luis Valenzuela Arce.

kg/ano e a maior parte da produção nacional é familiar ou semimecanizada (80%). Como resultado, as vendas de produtos artesanais representam uma larga fatia do comércio. As vendas de produtos industrializados em supermercados e hipermercados (como a Controladora Comercial Mexicana, o Wal-Mart de Mexico e a Organización Soriana S.A. de C.V.) vêm ganhando espaço rapidamente com o avanço do conceito de pequenas padarias internas nesses estabelecimentos, a exemplo do que existe no Brasil. Todavia, as vendas nesses canais ainda representam menos de 1% das vendas totais<sup>206</sup>. O maior percentual de vendas acontece no comércio de rua, em padarias e em estabelecimentos similares. Estima-se, ainda, que 25% do comércio seja informal e ocorra em pequenas tendas ou quiosques de rua espalhados pelas cidades e vilarejos, especialmente no que concerne às vendas de *tortillas*. Diferentemente do que ocorre no Brasil, as padarias mexicanas vendem exclusivamente pão e o modelo de autosserviço é comum no México. Isso se deve ao fato dos mexicanos preferirem produtos frescos aos industrializados. Em geral, os consumidores do país mostram interesse por produtos novos, muito embora sempre retornem aos produtos tradicionais. Nesse sentido, há oportunidades para produtos diferenciados e pães doces, como pães de coco ou banana. Entre os produtos de panificação industrializados, o pão branco embalado é o mais comercializado, com aproximadamente 36% do valor de vendas totais em 2011, seguido pelos pães multicereais (25%) e pelas *tortillas* (24%). As torradas respondem por outros 15% desse comércio. As projeções são positivas para o crescimento nas vendas de pães multicereais e produtos *diet* e *light* em razão de sua percepção como produtos mais saudáveis que o pão branco. Os grupos Panificación Bimbo S.A. de C.V. e Productos Marinela S.A. de C.V. são os maiores fornecedores domésticos desses produtos. Segundo estimativas da associação representativa do segmento, os produtos do grupo Bimbo são responsáveis por 17% das vendas de pães embalados no varejo local.

No segmento de biscoitos, há forte orientação para a adequação dos produtos às novas demandas dos consumidores por alimentos mais saudáveis. Isso se reflete no lançamento de linhas comercializadas em embalagens menores (no intuito de reduzir a quantidade de calorias em cada pacote) e enriquecidas com vitaminas, fibras ou ômega-3. As multinacionais Gamesa (subsidiária da PepsiCo Inc.) e Nabisco (Kraft Foods Inc.) lideram as vendas nessa categoria, com participações de mercado de 34% e 16%, em 2010, respectivamente.<sup>207</sup> Productos Marinela S.A. de C.V. é a companhia doméstica melhor posicionada, com 15% do valor das vendas totais em 2010. Segundo informado pela CANAINPA, tanto para produtos de panificação quanto para biscoitos, há desconhecimento do produto brasileiro. Em todo caso, o empresário mexicano dificilmente compra produtos de maneira direta. Seria necessário que o exportador brasileiro se instalasse localmente ou formasse parcerias para a captação de um distribuidor. As fontes consultadas informam, ainda, que existem oportunidades para o fornecimento de insumos para a indústria mexicana,

---

<sup>206</sup> *Baked Goods in Mexico*. Jan., 2012. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em; 12 jan. 2012.

<sup>207</sup> *Biscuits in Mexico*. Jan., 2012. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 12 jan. 2012.

principalmente de farinha de mandioca (uma vez que não há produção local) e leveduras, cuja comercialização atualmente é controlada pelas multinacionais Maori e Le Saf.

Em relação à indústria de carnes, segundo informado pelo Conselho Mexicano da Carne (Comecarne)<sup>208</sup>, o país produziu 6,4 milhões de toneladas em 2010, considerando-se a produção de carne bovina, suína, de aves e de produtos processados. A carne de frango é a variedade mais produzida no país, representando 41,8% do total daquele ano. A região de El Bajío, no centro-ocidente do país, concentra a produção desse tipo de carne, notadamente o estado de Jalisco. O estado de Nuevo León, por sua vez, se destaca como importante centro processador do produto. O consumo *per capita* de frango atinge 27 kg/ano, ao passo que o consumo *per capita* de carne de peru é de 7 kg/ano<sup>209</sup>. Trata-se de um consumo relativamente baixo quando comparado àquele dos países desenvolvidos, o que implica que ainda existe potencial para desenvolvimento. Desde 1997, a carne de frango é a variedade mais consumida no país, representando quase 50% do consumo total de produtos cárneos. A preferência entre os consumidores mexicanos por esse tipo de carne pode ser explicada por vários fatores, tais como o preço acessível do produto, o crescente interesse por alimentos com teor reduzido de gordura, as maneiras diferentes pelas quais o produto pode ser preparado, um maior número de cadeias de restaurante *fast food* e a percepção de frescor associada a essa variedade de carne. Sobre este último item, se ressalta que o consumidor médio mexicano demonstra preferência pelo produto fresco em detrimento do congelado e essa tendência perpassa o segmento de alimentos como um todo, uma vez que frequentemente esses produtos são mais acessíveis que suas versões embaladas. Ainda segundo a entidade representativa do setor, a maior dificuldade para o aumento nas compras externas mexicanas de frango do Brasil reside na dinâmica do comércio desse produto no Nafta. Os Estados Unidos, como grandes produtores, consomem preferencialmente o peito de frango e exportam a preços significativamente baixos as demais partes do animal (especialmente as pernas e os músculos), as quais são comercializadas no varejo doméstico e utilizadas na indústria mexicana de embutidos. Isso torna o preço internacional do produto brasileiro pouco competitivo quando comparado ao praticado pelos Estados Unidos. O interesse por alimentos com menor percentual de gordura também estimula as vendas de carne de peru. Contudo, o seu consumo ainda é pequeno e está associado quase que exclusivamente às festividades natalinas. Nota-se que as importações mexicanas desse tipo de carne cresceram nos últimos anos em função de sua utilização na fabricação de embutidos.

O consumo *per capita* de carne bovina no México, por sua vez, é de 17 kg/ano e a produção está concentrada no norte do país. Os embutidos produzidos a partir dessa variedade de carne, juntamente com

---

<sup>208</sup> Para mais informações, acessar: [www.comecarne.org](http://www.comecarne.org).

<sup>209</sup> Informações coletadas em entrevista realizada na Cidade do México, em 16 junho de 2011, com seu presidente executivo, Guillermo Máñez Gil, na sede da entidade.

os elaborados a partir da carne suína, representam a faixa *premium* dessa linha de produtos. Cabe destacar que o comércio com o Brasil se mostra prejudicado em razão de questões fitossanitárias. Por outro lado, a ausência de um acordo comercial é também um entrave ao incremento do fluxo de comércio face aos tratados tarifários que beneficiam outros exportadores. Por fim, o consumo de carne suína apresentou retração nos últimos anos em razão do consumidor mexicano considerá-la uma carne pesada e gordurosa e, sendo ainda mais perigosa, devido à sua associação ambígua com doenças e parasitas, especialmente com o vírus AH1N1 que se alastrou pelo país em 2008 e 2009.

De modo geral, a demanda por carnes orgânicas no México é insignificante e o segmento deve permanecer como um nicho de mercado no longo prazo. Cabe informar que cerca de 50% do comércio de produtos cárneos acontece em açougues, embora as vendas em supermercados venham avançando muito rapidamente nos últimos anos. Para o período 2010-2015, se projeta aumento nas vendas de todas as variedades de carnes, com especial destaque para a perspectiva de crescimento médio estimada para o comércio de carne de frango (2,4% ao ano), carnes de cordeiro, carneiro e cabra (2,3% ao ano) e carne bovina (2,1% ao ano).<sup>210</sup>

Ainda em relação à saúde, outra tendência que se nota é a redução no consumo de alimentos e ingredientes tradicionais no México. O consumo *per capita* de óleos e gorduras, por exemplo, diminuiu de 25 kg, em 2005, para 22 kg, em 2010<sup>211</sup>. As novas especificidades do mercado incentivaram investimentos em nichos de produtos com certas características demandadas pela população como estratégia de expansão setorial de diversas empresas. É o caso dos produtos enriquecidos com fibras, categoria que registra maior dinamismo entre os alimentos com apelo saudável. Cresce também a demanda por mel natural, produto que o Brasil registra mercado consolidado no México, embora o valor exportado anualmente seja insignificante. Segundo dados da Sagarpa<sup>212</sup>, o país é o terceiro maior produtor mundial do produto, atrás somente da Rússia e da China. É também um grande exportador, com vendas externas médias de US\$ 32,4 milhões, o que o torna um competidor do Brasil. A produção doméstica se concentra nos estados do sudeste mexicano, especialmente em Yucatán (maior produtor nacional), Campeche, Chiapas, Quintana Roo e Tabasco. Destacam-se, ainda, Jalisco e Morelos que, por possuírem grandes plantações de árvores frutíferas, como macieiras, pessegueiro e laranjeiras, produzem variedades diferenciadas de aroma e tonalidade de mel.

Os alimentos frescos permanecem como produtos fundamentais na dieta mexicana, uma vez que realizar suas refeições em casa ainda é a maneira mais comum dos mexicanos se alimentarem diariamente. Para a maioria da população, comer fora ainda é considerado caro, ao passo em que os alimentos mais

---

<sup>210</sup> *Meat - Mexico*. Apr., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 09 jan. 2012.

<sup>211</sup> *Consumer Lifestyles in Mexico*. Feb., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 10 jan. 2012.

<sup>212</sup> *Manual de Buenas Prácticas de Producción de Miel* (SAGARPA). Disponível em: [www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx). Acesso em: 05 jan. 2012.

baratos vendidos por ambulantes são muitas vezes percebidos como pouco saudáveis. Usualmente, os mexicanos compram alimentos frescos em grandes mercados abertos ou feiras livres, que oferecem uma grande variedade de produtos no mesmo local. Nos centros urbanos, ademais, as famílias costumam fazer suas compras de alimentos em supermercados, hipermercados e lojas de conveniência, enquanto que na área rural, o governo mantém um sistema de distribuição dos produtos básicos. Nesse sentido, em se tratando das capilaridades das cadeias varejistas locais, cabe destacar a importância das redes Bodega Aurrera (Wal-Mart Stores Inc.), Walmart (Wal-Mart Stores Inc.), as lojas de conveniência OXXO FEMSA (Fomento Económico Mexicano S.A. de C.V.), Soriana (Organización Soriana S.A. de C.V.) e Chedraui (Grupo Comercial Chedraui S.A. de C.V.). Tradicionalmente, as mulheres são as responsáveis pela compra de alimentos e bebidas para a família e são orientadas pelo preço e pela conveniência dos produtos que adquirem.

Todos os produtos comercializados no México, sejam produzidos localmente ou importados, têm a obrigação de cumprir com determinadas normas técnicas, as NOMs, com o propósito de estabelecer a terminologia, classificação, características, qualidades, medidas, especificações técnicas, amostra e métodos de prova aplicados a esses produtos. Toda mercadoria sujeita ao cumprimento das NOMs, para ingressar no México, precisa contar com a certificação ou autorização do órgão competente. O descumprimento da normativa é sancionado em conformidade com a lei. Na Ley Aduanera<sup>213</sup>, por exemplo, as NOMs são consideradas como regulamentos, havendo cobrança de multa de 70% a 100% do valor comercial da mercadoria em caso de descumprimento. A multa será de 2% a 10% do valor comercial da mercadoria no caso de omissão ou inexatidão de dados relativos ao cumprimento das NOMs. As informações sobre etiquetagem e embalagem estão contidas em diferentes NOMs, de acordo com a natureza do produto. Pela sua extensão e aplicação, a mais importante é a NOM-050-SCFI-1994, que estabelece a informação comercial que deve conter os produtos de fabricação nacional ou estrangeira destinados ao consumidor no território nacional<sup>214</sup>. Para a importação de produtos do complexo *Alimentos, Bebidas e Agronegócios*, muitas das certificações e documentos necessários são emitidos pela Sagarpa ou pelo Senasica.<sup>215</sup>

---

<sup>213</sup> *Ley Aduanera*. Disponível em: [www.diputados.gob.mx](http://www.diputados.gob.mx). Acesso em: 20 jan. 2012.

<sup>214</sup> Para mais informações acerca da normalização de produtos, consultar também a Lei Federal sobre Metrologia e Normalização (LFMN). Disponível em: <http://www.profeco.gob.mx/juridico/leyes.asp>.

<sup>215</sup> Para mais informações, acessar: [www.senasica.gob.mx](http://www.senasica.gob.mx).

## OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO ALIMENTOS, BEBIDAS E AGRONEGÓCIOS NO MÉXICO

### PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA O MÉXICO

Foram identificadas oportunidades no México para produtos do complexo *Alimentos, Bebidas e Agronegócios* que ainda não são explorados ou que são trabalhados de modo inicial. Daí o termo *incipiente*, que designa os produtos com essas características. Três grupos de produtos foram selecionados a partir desses filtros e estão listados na Tabela 13. As importações mexicanas desses produtos totalizaram US\$ 1,05 bilhão e, embora a presença de produtos brasileiros desses grupos no mercado mexicano ainda seja inexistente, há potencial para o seu desenvolvimento, já que para a seleção dessas oportunidades leva-se em consideração o crescimento das importações dessas mercadorias pelo México ao longo de seis anos (2004-2009), a especialidade brasileira na exportação desses produtos e, ainda, se a pauta de importação do México e de exportação do Brasil são complementares.

Tabela 13 - Grupo de produtos brasileiros com exportações incipientes “a desenvolver” para o México

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Crescimento* das importações do México 2004 - 2009 (%)
Carne de frango <i>in natura</i>	4	444.281.534	19,50
Carne de peru <i>in natura</i>	4	254.165.980	4,76
Farelo de soja	1	358.164.228	11,03

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

Por causa do valor importado em 2009, merecem destaque as importações mexicanas do grupo *Carne de frango in natura*, embora não haja sido registrada participação brasileira no comércio desses produtos, nem de nenhum dos demais classificados como incipientes a desenvolver desse complexo. Em tese, e desde que sejam superadas as barreiras comerciais, o Brasil teria condições de fornecer esses itens para o mercado mexicano já que possuímos especialização na exportação desses produtos para outros países.

### PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA O MÉXICO

As exportações dos grupos de produtos apresentados nas tabelas a seguir foram classificadas como *expressivas*, indicando que as exportações brasileiras desses setores já atingiram um maior grau de

maturidade e participação no país importador, pois são mais constantes ao longo do tempo e já possuem participação de mercado minimamente significativa.

Para esse complexo, as exportações expressivas foram classificadas em *a consolidar*, *consolidadas*, *em declínio* 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 brasileiros 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 mexicano e que vêm perdendo espaço. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem 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 o principal concorrente brasileiro naquele mercado, como acordos comerciais, por exemplo.

#### **A. Produtos brasileiros com presença “A CONSOLIDAR” e “CONSOLIDADA” no México**

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* e *consolidados* estão listados na Tabela 14. Dentre esses produtos, pode-se destacar *Chocolates e suas preparações* e *Álcool etílico*, cujos valores importados pelo México, em 2009, foram de US\$ 172,4 milhões e de US\$ 69,3 milhões, respectivamente. Destacam-se também os grupos *Sementes oleaginosas (exceto soja)*, *plantas ind. e med.*, *gomas e sucos e extratos vegetais* e *Cereais em grãos e esmagados* pelos valores exportados pelo Brasil, em 2009, que foram, respectivamente, de US\$ 7,7 milhões e de US\$ 5,7 milhões. Este último grupo se sobressai, ainda, pela taxa média de crescimento da participação do Brasil no mercado mexicano, entre 2004 e 2009, que foi de 77,22%.

**Tabela 14 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença *a consolidar e consolidada no país***

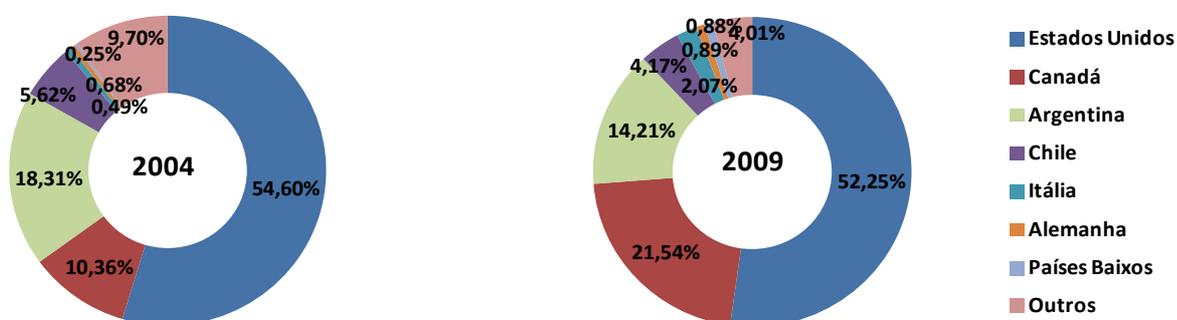
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Álcool etílico	1	69.356.834	45.669.530	12,99	65,85	-3,68	Estados Unidos	14,98	Consolidado
Aubos e fertilizantes	1	1.842.415	101.500	59,85	5,51	8,37	Estados Unidos	47,81	A consolidar
Manteiga de cacau	1	4.846.463	5.925	-90,37	0,12	23,70	Colômbia	83,25	A consolidar
Pasta de cacau	2	2.569.275	143.020	-1,73	5,57	27,61	Colômbia	34,89	A consolidar
Cereais em grãos e esmagados	4	38.809.417	5.704.740	77,22	14,70	-4,72	Estados Unidos	66,96	A consolidar
Chá, mate e especiarias	3	6.535.005	6.070.381	8,14	92,89	-9,21	Madagascar	1,68	Consolidado
Chocolates e suas preparações	1	172.467.954	56.015	-49,81	0,03	14,39	Estados Unidos	52,25	A consolidar
Leite e derivados	1	4.453	3.648	-26,02	81,92	-44,25	Estados Unidos	18,08	Consolidado
Castanhas de cajú	1	2.607.340	2.510.206	8,78	96,27	-19,25	Vietnã	1,68	Consolidado
Carne de boi industrializada	1	5.415.827	332.994	25,99	6,15	24,74	Estados Unidos	45,46	A consolidar
Sementes oleaginosas (exceto soja), plantas ind e med., gomas e sucos e extratos vegetais	5	51.616.319	7.669.756	5,01	14,86	5,51	Estados Unidos	74,36	A consolidar
Demais sucos	2	792.461	6.160	-35,53	0,78	-8,36	Estados Unidos	76,25	A consolidar

\* taxa média anual de crescimento

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

Há oportunidades para *Outros chocolates e preparações alimentícias contendo cacau*, que foi o único produto do grupo *Chocolates e suas preparações* classificado como expressivo *a consolidar* no mercado mexicano. O Gráfico 22 mostra os principais fornecedores para o México desses produtos, em 2009, e sua posição no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 22 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Chocolates e suas preparações* para o México (2004 e 2009)**



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

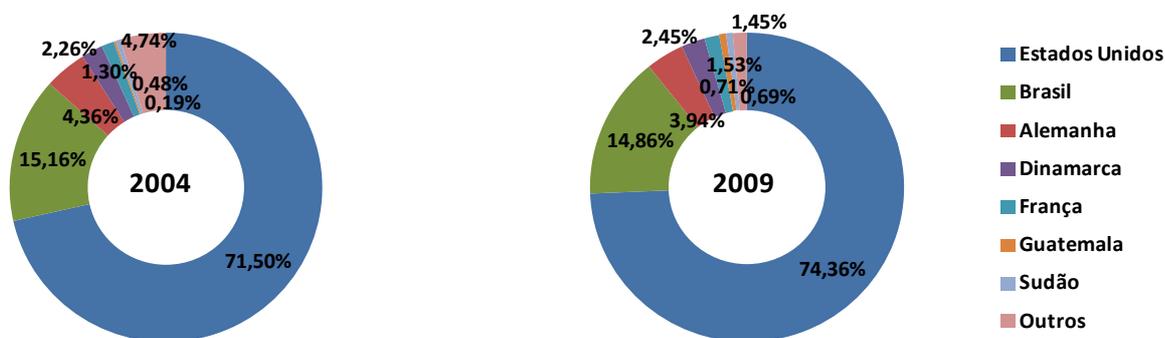
A partir da análise do gráfico, percebe-se que os Estados Unidos permaneceram sendo o principal fornecedor para o México desses produtos, apresentando taxa média de crescimento de 12,94%, entre 2004 e 2009. O Canadá apresentou taxa média de crescimento de 31,89% no período analisado, o que comprova a supremacia do comércio intrablocos, considerando-se esses produtos. O Brasil, que havia sido o

quinto maior fornecedor, em 2004, caiu para a 19ª posição, em 2009, o que evidencia a necessidade de atenção nas ações que promovam o desenvolvimento do comércio desses produtos entre Brasil e México.

No ano de 2009, de acordo com informações do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), somente duas empresas brasileiras exportaram esses produtos de chocolate para o México. Essas duas empresas eram de grande porte e pode-se perceber alta concentração nessas exportações.

Destacam-se também as oportunidades para *Sementes forrageiras para semeadura*, *Matérias pécticas*, *Farinhas de outras sementes ou de frutos oleaginosas* e *Gomas-resinas e oleorresinas*. Nesse grupo de produtos, o item *Outras sementes forrageiras para semeadura* foi responsável por 86,99% das importações mexicanas provenientes do Brasil. O Gráfico 23 evidencia os principais fornecedores, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 23 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Sementes oleaginosas (exceto soja)*, *plantas ind. e med.*, *gomas e sucos e extratos vegetais* para o México (2004 e 2009)**



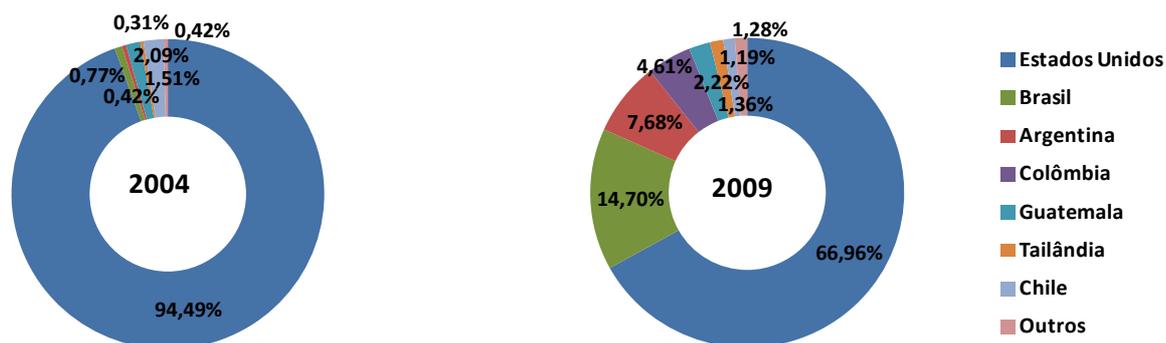
Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A análise do gráfico mostra que os quatro principais fornecedores desses produtos para o México, em 2004, permaneceram sendo os principais fornecedores em 2009. Guatemala e Sudão apresentaram taxa média de crescimento de 36,72% e de 13,33%, respectivamente, e que foram superiores às taxas dos demais principais fornecedores, deslocando a participação de Canadá e China no mercado mexicano. O Brasil, que permaneceu sendo o segundo maior fornecedor desses produtos para o México, teve, entre 2004 e 2009, taxa média de crescimento de 5,01%.

Segundo dados do MDIC, no ano de 2009, 39 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o México. Essas empresas eram majoritariamente de médio (51,28%) e de grande (23,08%) porte. Houve também exportações de empresas de micro (10,26%) e pequenas (15,38%) empresas. As vendas brasileiras desses produtos não se encontram concentradas em poucas empresas.

Ainda podem ser destacadas oportunidades para *Milho para semeadura, Farinhas, sêmolos e pós, de sagu ou de raízes e tubérculos, Amido de milho e Fécula de mandioca*. Nesse grupo de produtos, o item mais importado pelo México, proveniente do Brasil, foi *Milho para semeadura*, responsável por 99,68% do total do grupo. O Gráfico 24 evidencia os principais fornecedores desses produtos, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 24 - Participação de mercado dos principais fornecedores de Cereais em grãos e esmagados para o México (2004 e 2009)**



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

Por meio da análise do gráfico, percebe-se que, embora os Estados Unidos tenham permanecido sendo o principal fornecedor desses produtos para o mercado mexicano, teve sua participação diminuída devido ao aumento de fornecedores como Brasil, Argentina, Colômbia e Guatemala. O Brasil, aliás, apresentou uma das maiores taxas médias de crescimento no período analisado, que foi de 77,22%, aumentando sua participação de US\$ 326 mil, em 2004, para US\$ 5,7 milhões, em 2009, subindo de quarto para segundo maior fornecedor desses produtos para o México.

No ano de 2009, a partir de dados fornecidos pelo MDIC, percebe-se que apenas duas empresas brasileiras exportaram esses cereais para o México, o que denota alta concentração.

### **B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO” e “DESVIO DE COMÉRCIO” no México**

Os produtos classificados como *em declínio* apresentaram US\$ 1,8 bilhão em importações feitas pelo México e somente US\$ 43,5 milhões em exportações brasileiras para o mercado mexicano. Embora a posição do Brasil seja desfavorável, se comparado com o avanço apresentado pelos concorrentes no mercado, mesmo com a diminuição nas exportações brasileiras desses produtos para o mercado mexicano

essas exportações merecem atenção, pois reúnem produtos de empresas brasileiras que apresentam estrutura para enfrentar a competição internacional. A concorrência com os Estados Unidos, principal parceiro e membro do Nafta, e com os demais países da América Latina que possuem acordos comerciais com o México são os principais obstáculos a serem contornados e, por isso, é necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que promovam a continuidade da participação brasileira, a contenção do declínio e, mesmo, a retomada do crescimento no mercado mexicano. As quedas mais acentuadas nas vendas brasileiras no período analisado (2004-2009) foram registradas nos grupos *Café cru*, *Soja mesmo triturada* e *Farinha para animais*, conforme pode ser observado na Tabela 15.

**Tabela 15 - Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença em declínio e desvio de comércio no país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Açúcar refinado	1	323.641.529	13.432.450	57,61	4,15	27,43	Guatemala	52,20	Desvio de comércio
Cacau em pó	1	25.103.048	3.946.585	-7,05	15,72	-13,26	Estados Unidos	46,58	Em declínio
Café cru	1	1.276.715	373.136	-45,38	29,23	-2,20	Colômbia	37,67	Em declínio
Demais produtos de café	1	19.839.014	117.240	-34,92	0,59	10,56	Colômbia	51,27	Em declínio
Produtos de confeitaria, sem cacau	2	78.066.328	3.144.199	-4,13	4,03	-0,54	Estados Unidos	44,49	Desvio de comércio
Gorduras e óleos animais e vegetais	5	28.656.836	2.803.944	17,09	9,78	12,58	Estados Unidos	46,19	Desvio de comércio
Farinhas para animais	1	65.815.822	467.673	-37,80	0,71	-1,99	Estados Unidos	85,25	Em declínio
Fumo em folhas	1	119.759.914	9.519.363	-22,61	7,95	42,02	Estados Unidos	50,41	Em declínio
Massas alimentícias e preparações alimentícias	7	165.616.035	11.242.733	-9,37	6,79	1,90	Estados Unidos	67,67	Em declínio
Soja mesmo triturada	1	1.419.117.316	17.883.872	-38,63	1,26	9,20	Estados Unidos	98,71	Em declínio

\* taxa média anual de crescimento

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

Os produtos agrupados sob a classificação *desvio de comércio* registraram US\$ 430 milhões em importações feitas pelo México, em 2009, e apenas US\$ 19 milhões em exportações brasileiras para o mercado mexicano no mesmo ano.

Destaca-se o valor das importações mexicanas de açúcar refinado, que representou 75,20% do total importado, sob essa classificação, e cuja participação brasileira foi de apenas 4,15%, embora o Brasil tenha registrado taxa média de crescimento de 27,43% entre 2004 e 2009. O principal concorrente no mercado mexicano para esse produto foi a Guatemala.

O México, assim como o Brasil, está em plena atividade no setor imobiliário. Esse cenário vem sendo beneficiado pelas perspectivas econômicas, pelo contexto político e pelas recentes leis que favorecem a entrada de investimentos estrangeiros. Todos esses fatores contribuíram para deflagrar uma onda de construções nos setores residencial e comercial. Essa efervescência ocorreu após um período de seguidas baixas, iniciado em 2001, quando os preços de bens imóveis chegaram a cair em torno de 25%, prejudicando especialmente o segmento de escritórios comerciais.

O país encontra-se entre os que apresentam melhor perspectiva para o setor de construção civil, com previsões de crescimento de 6,4%, no período de 2009 a 2014, e de 6,2%, no período de 2014 a 2020. Em 2007, o México apresentou o Plano Nacional de Desenvolvimento, destinado às áreas ligadas à infraestrutura e que representa um investimento de US\$ 20 bilhões, entre 2007 e 2012. Esse plano envolve atividades relacionadas com a melhoria da rede de infraestrutura (desde estradas até gasodutos), das linhas de transmissão de energia, dos portos, entre outros.

De acordo com informações geradas pelo documento do governo mexicano, o país encontra-se atualmente na quinta e na sétima posições na América Latina no que se refere à qualidade e competitividade da infraestrutura. Isso significa que a infraestrutura do México é 30% menos competitiva que a do Chile, por exemplo. Ainda segundo o referido documento, estimativas do Banco Mundial informam que para alcançar cobertura universal em serviços básicos, atender o crescimento da demanda do país e fornecer manutenção adequada à infraestrutura já existente, o México deveria investir entre 1% e 1.25% de seu PIB nos segmentos de infraestrutura para elevar a competitividade do país. Isso significaria duplicar os níveis atuais de investimento.

O objetivo principal do Plano Nacional de Desenvolvimento é incrementar a cobertura, a qualidade e a competitividade da infraestrutura de modo que, ao final da atual administração, o México esteja entre os 30 países líderes nesse segmento. Além do aumento dos investimentos, as autoridades mexicanas estão preocupadas em garantir o melhor uso possível dos recursos e a eficiência e eficácia dos projetos de infraestrutura. Para isso, estão previstas, entre outras, as seguintes ações: elaboração e execução de um programa especial de infraestrutura com visão estratégica de longo prazo; garantia de que os serviços de infraestrutura sejam mais eficientes no atendimento das demandas sociais; fortalecimento do planejamento, políticas e projetos governamentais ligados à infraestrutura; garantia de maiores investimentos na área; facilitação de procedimentos administrativos para obtenção de autorizações

ambientais para os projetos; maior segurança jurídica para proporcionar melhor acesso do setor privado aos projetos e ações de infraestrutura e maiores facilidades de obtenção de financiamentos; e simplificação dos processos de licitação.

O crescimento do setor imobiliário no México, mais especificamente a construção de moradias com foco nas classes trabalhadoras e na classe média, começou a ser impulsionado pelo então presidente Vicente Fox e ganhou ainda mais fôlego com o Plano Nacional de Desenvolvimento, a partir de 2007. As taxas de juros mais baixas deram impulso a esse crescimento e resultaram em hipotecas mais baratas. A construção civil no México apresenta previsões bastante animadoras e segue a tendência de melhoria da infraestrutura, que acompanha o novo modelo de desenvolvimento mexicano, apoiado nos acordos internacionais que impulsionaram o crescimento do comércio internacional do país. Soma-se a isso a preferência dos mexicanos por optarem por financiamentos para aquisição de moradia em detrimento do pagamento de aluguel.

A promoção do setor de construção de moradias também é um elemento importante da estratégia de desenvolvimento proposta pelo governo mexicano, pois é um setor altamente gerador de empregos e que constitui um forte motor de impulso do crescimento da demanda interna. Ademais, a política para a área de habitação aposta em uma direção preponderantemente social, de modo a visar o acesso das famílias menos favorecidas à casa própria, por meio de financiamentos facilitados, o que também contribuirá para o aquecimento do setor.

O aumento da demanda habitacional acompanha o comportamento demográfico da população mexicana. Para os próximos 25 anos, de acordo com projeções do atual governo, deverão surgir cerca de 650 mil lares novos por ano. Esses números significam que, de 2007 a 2012, terá surgido a necessidade de 6 milhões de novas habitações, uma vez que já existia um déficit habitacional de 2,1 milhões de lares. Isso sem contar os mais de um milhão de habitações que necessitam de reformas, melhorias e ampliações no México. Soma-se a isso a necessidade de serviços de água, esgoto, telefonia e energia elétrica. Tudo virá a refletir em um aumento da demanda no setor. Estima-se que recursos sejam destinados para garantir o acesso a financiamentos, à melhoria no desenvolvimento de projetos habitacionais e de infraestrutura e ao desenvolvimento sustentável de conjuntos habitacionais.

Espera-se que o aumento no número de lares impacte positivamente na procura por eletrodomésticos, móveis, produtos eletrônicos, utensílios de cozinha, produtos para bricolagem e jardinagem, materiais de limpeza e ferramentas e itens para serviços e reparações nos próximos anos.

As vendas do segmento de móveis e decoração<sup>216</sup> no México atingiram US\$ 13,7 bilhões em 2008, um crescimento de 2,2% em relação ao ano anterior. Considerando-se o período entre 2003 e 2008, o crescimento nas vendas desses produtos foi de 6,5%. Do total das vendas, 5,12% foram em comercialização de tapetes e outras coberturas para piso<sup>217</sup>, 35,10% em artigos têxteis para o lar e decoração de interiores<sup>218</sup> e 59,78% em mobília. Todos esses produtos do referido segmento apresentaram crescimento nas vendas entre 2003 e 2008. Vale lembrar que a comercialização desses produtos tende a acompanhar a ampliação do setor imobiliário, que apresentou crescimento no México, sobretudo a partir de 2005.

Ressalta-se ainda que os consumidores mexicanos preferem móveis de cores escuras, como o chocolate e o tabaco, por exemplo, e que não apreciam móveis com combinações coloridas e nem móveis com superfícies lisas, pois preferem os talhados e com muitos detalhes. Os consumidores mexicanos das classes mais populares costumam trocar de móveis a cada cinco ou sete anos, e os consumidores mais ricos o fazem a cada três anos. Os principais meses para a compra de móveis pelos lojistas e distribuidores mexicanos são fevereiro e agosto, meses que coincidem com as principais feiras do setor no México, para que os móveis estejam disponíveis para vendas nas lojas em maio e em outubro. De acordo com a gerente de importação de uma grande rede mexicana de lojas de móveis<sup>219</sup>, o ideal seria que os exportadores brasileiros aceitassem pedidos com uma quantidade menor de peças, em torno de 30 a 50 peças, e que pudessem fabricar móveis de acordo com os gostos e as tendências mexicanos. As importações provenientes da China já atendem a esses requisitos.

As principais empresas que comercializaram esses produtos no México, em 2008, foram: Grupo Elektra S.A. de C.V., com 6,9% das vendas; Grupo Famsa S.A. de C.V., com 5,8% de mercado; Almacenes Coppel S.A. de C.V., com 3,9%; Mueblería Standard, responsável por 2,5% das vendas; Decore Muebles S.A. de C.V., com 2,1%; Muebles Dico S.A. de C.V., com 1,6% das vendas; Maderarte S.A., com 1,3% das vendas;

---

<sup>216</sup> A definição do Euromonitor para *Móveis e decoração* compreende: a mobília e outros artigos móveis de uma residência que são necessários ou úteis para conforto e conveniência. Os itens devem estar novos ao serem vendidos para o consumidor. Artigos para decoração de interiores que sejam de segunda mão estão excluídos. Antiguidades também estão excluídas.

<sup>217</sup> O Euromonitor define *Tapetes e outras coberturas para piso* como qualquer cobertura móvel para o piso, geralmente feita de tecido tuado. Essa categoria inclui tapetes avulsos e tapetes para cômodos e corredores, além de capachos e tapetes para banheiro. Estão excluídas dessa categoria quaisquer coberturas para pisos, móveis ou fixas, tais como carpetes, linóleo, piso laminado, piso de madeira, parquê e azulejos. Esses itens estão incluídos na categoria de *dry wall/piso/coberturas para janelas*.

<sup>218</sup> De acordo com a definição do Euromonitor, *Artigos têxteis para o lar e decoração de interiores* são artigos para o lar feitos com qualquer tipo de tecido e não descritos anteriormente. Podem ser de tecido, material sintético, couro, pele de animais ou suas combinações. Inclui tecidos e estofamentos para decoração de interiores; acortinados, cortinas, tapeçaria, cortinas de porta e persianas de tecido; artigos para cama (tais como *futons*, colchões, camas e travesseiros); roupa de cama (como lençóis, fronhas, cobertores, mantas, edredons e colchas); mesa (toalhas de mesa, guardanapos de mesa, jogos americanos de tecido); banho (toalhas e luvas para banho); e outros artigos para o lar feitos de tecido, como almofadas, sacolas de compras, sacolas de roupa suja, sacolas para sapatos, capas para roupas e/ou mobília, bandeiras, mosquiteiros, guardanapos e guarda-sóis. Bolsas e bagagens estão excluídas. Todos os tapetes e carpetes que não sejam fixos estão excluídos e classificados juntamente com carpetes e outras coberturas para piso.

<sup>219</sup> Informações colhidas com a Sra. Diana Hernández, representante da empresa Muebles Dico em reunião realizada, no dia 17 de junho de 2011, na Cidade do México.

Mueblería Aragón S.A. de C.V., com 1,2%, e outras empresas, com 74,7% de mercado. As principais marcas comercializadas naquele país, em 2008, foram: Elektra, Famsa, Coppel, Mueblería Standard, Decore, Dico, Maderarte, Aragón, Holimaga e Troncoso.

Em relação à distribuição, os móveis e artigos de decoração foram comercializados quase em sua totalidade por lojas varejistas no mercado mexicano em 2008. Essas vendas corresponderam a 98,7% do total, sendo que 8% desse valor foram de vendas em lojas varejistas de alimentos e 90,7% em outros varejistas. Na categoria *Outros*, estão varejistas de mercadorias em geral (33%), de lojas de ferragens, ferramentas e bricolagem (2,7%), de lojas de móveis e decoração (41,2%), e de outros tipos de lojas varejistas (13,9%). Além das vendas em lojas varejistas, o restante (1,3%) foi comercializado por meio de vendas por catálogos (1,1%) e vendas pela internet (0,2%). Ressalta-se que não foram registradas vendas por *telemarketing* no período analisado (2003-2008), o que pode denotar uma característica particular do mercado mexicano.

De acordo com dados disponibilizados pelo Euromonitor, estima-se que o crescimento médio no segmento de móveis e decoração, entre os anos de 2008 e 2013, gire em torno de 2,5%. O subsetor de tapetes e outras coberturas para piso poderá ter crescimento médio de 2,5%, até 2013. Para o subsetor de mobília, projeta-se o crescimento médio também de 2,5% para os próximos anos. Por fim, espera-se o crescimento médio de 2,4% para artigos têxteis para o lar e decoração de interiores, até 2013.

Com relação ao segmento de artigos para o lar<sup>220</sup>, as vendas, em 2008, atingiram US\$ 3 bilhões, um aumento de 2,5% comparando-se com o ano anterior. Se for considerado o período entre 2003 e 2008, observa-se o crescimento de 6,2% nas vendas desses produtos. Do total comercializado em 2008, 51,24% foram em vendas de louças e utensílios para mesa<sup>221</sup>, 17,06% em vendas de utensílios para cozinha<sup>222</sup> e 16,23% em vendas de utensílios de vidro<sup>223</sup>. Cutelaria<sup>224</sup> aparece com 8,5% e louças e utensílios para

---

<sup>220</sup> A definição do Euromonitor de *Artigos para o lar* compreende: utensílios de cozinha, pratos, artigos para mesa, cutelaria, copos e outros pequenos artigos utilizados num lar. Os itens devem estar novos ao serem vendidos para o consumidor. Estão excluídos os artigos para o lar de segunda mão. Antiguidades também estão excluídas. *Decoração de interiores* é definido como a mobília e outros artigos móveis de uma residência que são necessários ou úteis para conforto e conveniência. Os itens devem estar novos ao serem vendidos para o consumidor. Artigos para decoração de interiores que sejam de segunda mão estão excluídos. Antiguidades também estão excluídas.

<sup>221</sup> 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.

<sup>222</sup> De acordo com a definição do Euromonitor, *Utensílios para cozinha* engloba utensílios de cozinha feitos de material que não derrete facilmente, destinados, principalmente, ao preparo de alimentos. Inclui panelas, frigideiras, woks, caçarolas, panelas de pressão e também utensílios de vidro (inclusive caçarolas resistentes ao calor e panelas de vitrocerâmica).

<sup>223</sup> *Utensílios de vidro*, pela definição do Euromonitor, compreende artigos domésticos de mesa feitos de vidro. Estão excluídos itens de armazenamento (ex. jarras de vidro), pois estão incluídos em *Utensílios para cozinha*. Inclui utensílios para beber feitos de vidro (copos, taças, garrafas e jarras). Não inclui utensílios para cozinhar feitos de vidro (caçarolas resistentes ao calor e panelas de vitrocerâmica), nem louças de mesa (pratos de vidro, tigelas, travessas e centros de mesa). Esses produtos devem ser categorizados, respectivamente, como *Utensílios para cozinha* e *Louças de mesa*.

cozinha<sup>225</sup> com 6,96% das vendas em 2008. Todos esses produtos apresentaram crescimento nas vendas, comparando-se o valor comercializando tanto no ano anterior quanto no período entre 2003 e 2008.

As empresas que mais comercializaram esses produtos no mercado mexicano, em 2008, foram: Libbey Inc., com 8,6% das vendas; Groupe SEB Mexicana S.A. de C.V., com 7,7% do mercado; World Kitchen Mexico, que respondeu por 7,5% das vendas naquele ano; Grupo Industrial Saltillo, com 6,7% do mercado; Ekco S.A. de C.V., com 3,6% das vendas; Oneida S.A. de C.V., com 2,7% do mercado; Almacenes El Ánfora S.A. de C.V., com 2,4% das vendas, e Arc International Mexico S.A. de C.V., com 1,7% do mercado. As marcas próprias responderam por 6% e as de outras empresas por 53,3% das vendas em 2008. As principais marcas comercializadas naquele ano foram: Crisa, Tefal, Cinsa, Ekco, Oneida, El Ánfora, Pyrex, Corelle, Visions, Luminarc, Santa Anita, Corningware e Gibson.

A comercialização de artigos para o lar no México deu-se quase na totalidade em lojas varejistas (98,7%). Mais especificamente, 28,1% foram vendidos em lojas varejistas de alimentos e 70,6% em outros varejistas: varejistas de mercadorias em geral (18,3%); lojas de ferragens, ferramentas e bricolagem (1%); lojas de móveis e objetos de decoração (29,4%); e outros tipos de lojas varejistas (21,9%). O que não foi comercializado no varejo (1,3% restante) foi vendido por catálogo e pela internet (apenas 0,1%). Ressalta-se que, para esses produtos, também não foram registradas vendas por *telemarketing*.

Segundo dados do Euromonitor, estima-se o crescimento de 2,8% nas vendas de artigos para o lar no México até 2013. Todos os grupos de produtos mencionados deverão ter aumento de demanda, sobretudo os utensílios para cozinha e os artigos de cutelaria.

A seguir são destacadas as principais oportunidades para casa e construção no mercado mexicano. O volume que aquele país importou desses produtos, em 2009, chegou a US\$ 12,5 bilhões, sendo que a participação brasileira nesse total foi de US\$ 191 milhões.

---

<sup>224</sup> *Cutelaria*, de acordo com a definição do Euromonitor, significa instrumentos e ferramentas para cortar, utensílios como facas, garfos e colheres utilizados como utensílios para a mesa. Qualquer instrumento ou melhoria utilizado para cortar e comer alimentos (facas, garfos e colheres). Essa categoria também inclui melhorias para o ato de preparar e servir alimentos, tais como facas de cozinha, conjunto de facas, colheres para cozinhar e conchas. Estão incluídos todos os tipos de materiais, tais como prata, laminados de prata, aço inox, madeira, porcelana, plástico e acrílico. Palitos também estão incluídos. Talheres descartáveis, tais como facas, garfos, colheres e palitos descartáveis estão excluídos.

<sup>225</sup> De acordo com a definição do Euromonitor *Utensílios para cozinha* engloba utensílios de uso na cozinha. Utensílios, principalmente tigelas e panelas utilizadas para cozinhar, estão excluídos. Essa categoria inclui cafeteiras e bules, tábuas de cortar, suportes para utensílios de cozinha e paneleiros, latas de lixo para cozinha, balanças de 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.

**OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO**  
**CASA E CONSTRUÇÃO NO MÉXICO**

**PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES INCIPIENTES PARA O MÉXICO**

Foram identificadas oportunidades no México para produtos do complexo *Casa e Construção* que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo *incipiente*, que designa os produtos com essas características. O grupo *Extratos tanantes e tintoriais* foi selecionado a partir desses filtros e está listado na Tabela 16.

**Tabela 16 - Grupo de produtos brasileiros com exportações incipientes para o México**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Crescimento* das importações do México 2004 - 2009 (%)
Extratos tanantes e tintoriais	34	1.046.919.115	2,59

\* taxa média anual de crescimento

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

Referente a esse grupo de produtos, o México importou, em 2009, US\$ 1,04 bilhão em 34 tipos de produtos distintos (SH6), com especial destaque para *Pigmentos de dióxido de titânio, Tintas, vernizes e soluções à base de polímeros acrílicos ou vinílicos, dispersos ou dissolvidos em meio não aquoso, Outras tintas de impressão, Tintas, vernizes e soluções de outros polímeros sintéticos, dispersos ou dissolvidos em meio não aquoso, Matérias corantes de origem vegetal ou animal e preparações à base dessas matérias, Composições vitrificáveis, engobos e preparações semelhantes, Outras matérias corantes orgânicas sintéticas e suas preparações, Corantes básicos e suas preparações, Fritas e outros vidros, em pó, em grânulos, em lamelas ou flocos, Outras matérias corantes e preparações e Indutos não refratários do tipo utilizado em alvenaria.*

**PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA O MÉXICO**

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

Para esse complexo as exportações expressivas foram classificadas em *a consolidar, em declínio 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 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 vêm perdendo espaço nele. Seriam as oportunidades mais difíceis de serem 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 “A CONSOLIDAR” no México

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* estão listados na Tabela 17. Entre esses produtos, pode-se destacar *Móveis e mobiliário médico-cirúrgico* e, ainda, *Ferramentas e talheres*, cujos valores importados pelo México, em 2009, foram de US\$ 778,8 milhões e de US\$ 511,5 milhões, respectivamente. Destaca-se também o grupo *Obras de pedras e semelhantes* pelo valor exportado pelo Brasil, em 2009, que foi de US\$ 28 milhões, e, ainda, os grupos *Torneiras e válvulas* e *Demais produtos minerais* pelo crescimento da participação do Brasil entre 2004 e 2009.

**Tabela 17 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença *a consolidar* no país**

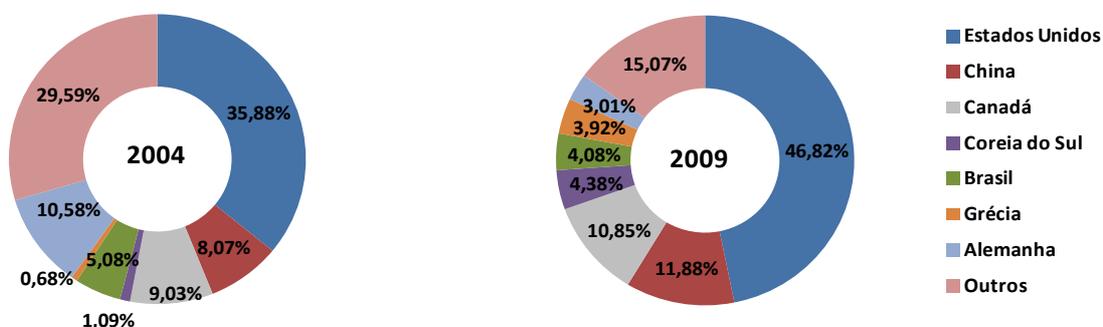
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Ferramentas e talheres	28	511.542.997	20.850.242	-2,30	4,08	2,31	Estados Unidos	46,82	A consolidar
Torneiras e válvulas	1	96.635.956	5.817.109	34,14	6,02	5,47	Estados Unidos	68,43	A consolidar
Móveis e mobiliário médico-cirúrgico	13	778.752.659	20.662.025	-5,19	2,65	-0,54	Estados Unidos	47,95	A consolidar
Obras de pedras e semelhantes	13	116.760.745	28.013.229	16,01	23,99	2,01	Estados Unidos	33,78	A consolidar
Obras diversas	8	61.087.071	5.082.381	6,84	8,32	1,60	Estados Unidos	27,39	A consolidar
Produtos de limpeza	2	9.659.466	480.532	6,55	4,97	5,58	Estados Unidos	51,85	A consolidar
Demais produtos minerais	13	14.703.569	7.710.185	18,71	52,44	-1,10	Canadá	27,11	A consolidar
Tubos de ferro fundido, ferro ou aço	2	11.496.724	363	-42,97	0,00	-11,08	Estados Unidos	58,55	A consolidar
Extratos tanantes e tintoriais	12	219.370.867	11.227.532	5,96	5,12	0,93	Estados Unidos	47,10	A consolidar
Vidro e suas obras	21	367.323.692	22.821.182	-3,03	6,21	-2,00	Estados Unidos	68,09	A consolidar

\* taxa média anual de crescimento

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

Há oportunidades para vários tipos de produtos de metais comuns, tais como: lâminas de barbear; correntes cortantes de serra; facas de mesa de lâminas fixas; colheres, garfos, conchas e artefatos semelhantes; ferramentas intercambiáveis de furar, embutir ou estampar; navalhas e aparelhos de barbear; facas de lâminas cortantes ou serrilhadas; serras manuais; limas e grosas; utensílios sortidos de manicures e pedicures; tesouras; ferramentas domésticas. Nesse grupo de produtos, as *Lâminas de barbear, de segurança, incluídos os esboços em tiras, de metais comuns* foram os itens mais importados pelo México, respondendo por 41,42% das importações provenientes do Brasil desse grupo de produtos. As importações de talheres também representaram uma parcela significativa no total importado. O Gráfico 25 mostra os principais fornecedores para o México desses produtos, em 2009, e sua posição no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 25 - Participação de mercado dos principais fornecedores de Ferramentas e talheres para o México (2004 e 2009)**



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

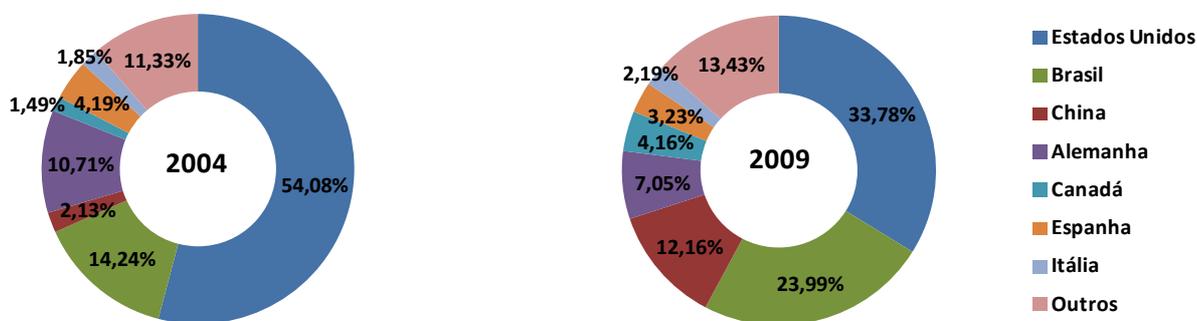
A partir da análise do gráfico, percebe-se que os Estados Unidos, a China e o Canadá permaneceram sendo os principais fornecedores desses produtos para o México. A Coreia do Sul e a Grécia, que apresentaram as maiores taxas médias de crescimento no período 2004-2009, ganharam mercado, deslocando a participação da Alemanha, do Japão e da Espanha. O Brasil, embora tenha subido de sétimo para quinto maior fornecedor, teve sua participação diminuída no valor total, já que o crescimento das importações provenientes do Brasil não acompanhou o ritmo de crescimento das importações provenientes dos demais países.

Em 2009, 134 empresas brasileiras exportaram essas mercadorias para o México. Ressalta-se que as exportações desses produtos não estão concentradas em poucos exportadores. Em sua maioria, essas empresas eram de grande (50,75%) e médio (30,86%) porte.

Destacam-se também as oportunidades para granitos talhados ou serrados; granitos trabalhados e suas obras; ardósia natural trabalhada e suas obras; pedras para calcetar. No referido grupo de produtos,

Granito, talhado ou serrado, de superfície plana ou lisa e Granitos trabalhados de outro modo e suas obras foram responsáveis por 65,09% das importações mexicanas provenientes do Brasil. O Gráfico 26 evidencia os principais fornecedores em 2009 e a posição deles no mercado mexicano em 2004.

**Gráfico 26 - Participação de mercado dos principais fornecedores de Obras de pedras e semelhantes para o México (2004 e 2009)**



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

A análise do gráfico mostra que os principais fornecedores desses produtos para o México, em 2004, permaneceram sendo os principais fornecedores, em 2009, porém destaca-se que Canadá, China e Brasil apresentaram as maiores taxas médias de crescimento no período analisado. O Brasil, que no primeiro ano analisado havia exportado US\$ 13,3 milhões para o México, exportou, em 2009, US\$ 28 milhões. A China, que em 2004 havia exportado US\$ 1,9 milhão para o mercado mexicano, ampliou para US\$ 14 milhões no último ano analisado.

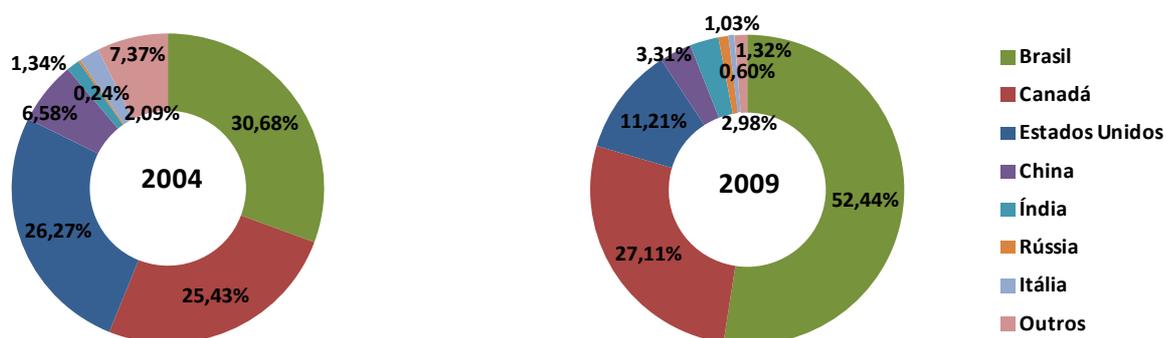
Ressalta-se que, de acordo com informações de uma empresa mexicana importadora e distribuidora<sup>226</sup> de mármore e granitos, uma peça de granito de 60 x 60 pode ser importada do Brasil por cerca de US\$ 40 o metro quadrado, sendo que a mesma peça pode ser importada da China por cerca de US\$ 22 o metro quadrado e que outras placas do produto que são importadas do Brasil por US\$ 30 podem ser encontradas na China por US\$ 8. O valor do frete marítimo do Brasil chega a US\$ 2 mil ao passo que o frete da China sai por cerca de US\$ 1,5 mil. Isso pode explicar o crescimento maior das importações provenientes daquele país.

Em 2009, 167 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o México e não se verificou concentração nessas exportações. Houve uma predominância de médias (46,11%) e de pequenas empresas (19,76%) nessas importações no referido ano.

<sup>226</sup> Em reunião com o Alejandro Ortiz, gerente comercial da empresa Ponzanelli Marmoles, realizada no dia 21 de junho de 2011, na Cidade do México.

Podem ser destacadas, ainda, oportunidades para amianto; vermiculitas, perlitas e cloritas; ardósia; grafita natural; quartzitos; pedras de cantaria; granitos em blocos e placas; e piratas de ferro. Nesse grupo de produtos, o item mais importado pelo México proveniente do Brasil foi *Outras formas de amianto (asbesto)*, responsável por 57,78% das importações desse grupo de produtos. Também se destacaram *Vermiculita, perlita e cloritas, não expandidas, Ardósia, inclusive desbastada ou cortada em blocos ou placas e Outras formas de grafita natural*. O Gráfico 27 evidencia os principais fornecedores desses produtos, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 27 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Demais produtos minerais* para o México (2004 e 2009)**



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

Por meio da análise do gráfico, percebe-se que o Brasil permaneceu sendo o principal fornecedor desse grupo de produtos para o México, tanto em 2004 quanto em 2009, registrando taxa média de crescimento de 18,71% entre 2004 e 2009. O valor das importações mexicanas desses produtos proveniente do Brasil subiu de US\$ 3,2 milhões, em 2004, para US\$ 7,7 milhões, em 2009. Rússia e Índia apresentaram taxa média de crescimento de 42,04% e 25,14%, respectivamente, no período analisado.

No ano de 2009, 23 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o mercado mexicano, e não se percebe concentração nessas exportações. Embora haja predominância de exportações de grandes e médias empresas, pode-se perceber também a participação de micro e pequenas empresas nessas operações.

### **B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO” e “DESVIO DE COMÉRCIO” no México**

Os produtos agrupados nessas classificações apresentaram US\$ 907,1 milhões em importações feitas pelo México e US\$ 20,3 milhões em exportações brasileiras para o mercado mexicano em 2009. Embora a posição do Brasil encontre-se em situação desfavorável por estar *em declínio*, sobretudo quando

comparada ao avanço registrado pelos principais concorrentes, esses grupos de produtos merecem atenção por apresentarem significativo valor importado pelo México e porque o Brasil os exporta para outros países.

**Tabela 18 - Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença em declínio e desvio de comércio no país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Obras de metais	5	239.039.499	3.591.482	-19,82	1,50	4,42	Estados Unidos	57,42	Em declínio
Demais madeiras e manufaturas de madeiras	6	61.156.106	2.519.781	-22,66	4,12	-7,67	Estados Unidos	46,89	Desvio de comércio
Obras de marcenaria ou de carpintaria	5	24.760.630	998.075	-13,69	4,03	4,07	Estados Unidos	24,58	Desvio de comércio
Madeira compensada ou contraplacada	8	169.695.100	2.886.928	-32,39	1,70	6,92	Chile	39,74	Em declínio
Madeira laminada	3	48.961.531	182.748	-32,91	0,37	-1,33	Estados Unidos	48,79	Em declínio
Madeira serrada	2	228.622.008	7.011.004	-14,64	3,07	-2,52	Chile	42,49	Em declínio
Painéis de fibras ou de partículas de madeira	4	23.989.419	1.257.938	-25,45	5,24	-13,54	Alemanha	27,18	Em declínio
Produtos cerâmicos	5	110.928.525	1.831.759	-21,35	1,65	1,09	China	51,53	Em declínio

\* taxa média anual de crescimento

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

Faz-se necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira e, mesmo, seu aumento de participação no mercado mexicano. Em relação aos dois grupos de produtos que foram classificados como *desvio de comércio* e que são ligados a produtos de madeira, a situação pode ser explicada pelos benefícios do Nafta, já que o principal concorrente no mercado mexicano são os Estados Unidos.

## MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

A indústria manufatureira mexicana responde por aproximadamente 18% do PIB e emprega cerca de 16% da mão de obra do país, sendo que os principais segmentos industriais mexicanos são: automotivo, de alimentos e bebidas, tabaco, produtos químicos, ferro e aço, petróleo, mineração, têxteis e vestuário. A indústria automotiva se destaca e representa aproximadamente 30% da atividade manufatureira. No ano de 2010, as exportações de automóveis foram 70% maiores, em comparação com o ano de 2009. O México se destaca como plataforma de produção industrial automobilística, sobretudo de carros pequenos e mais baratos. De acordo com informações do governo mexicano, os fabricantes de partes e peças do país anunciaram investimentos de US\$ 4,4 bilhões para os próximos quatro anos. Tanto a produção industrial quanto as exportações de automóveis foram importantes para a recuperação dos efeitos da crise internacional e já voltaram, em 2011, aos níveis pré-crise.

A estrutura da indústria automotiva, que é uma das mais importantes do México, foi a maior beneficiada pelo Nafta e apresentou grande evolução demonstrada por diversos indicadores, como produção total, valor agregado, participação no PIB, exportações, atração de investimentos e geração de emprego desde a entrada em vigor do acordo e está baseada na integração entre as montadoras e os fabricantes de autopeças. O segmento de montadoras é composto por empresas estrangeiras estabelecidas no México e que fabricam ou montam automóveis, caminhões, tratores e ônibus. Já o segmento das fabricantes de autopeças é formado por firmas tanto nacionais quanto estrangeiras e *joint ventures*, que fabricam partes, peças e componentes para abastecer as montadoras com peças e equipamentos originais e o mercado com peças de reposição. A cadeia da indústria automotiva supera em complexidade os demais setores industriais devido ao alto número de empresas, ao grande volume de produção e aos altos padrões de qualidade. Paralelamente ao aumento das exportações, ocorreu nesse segmento industrial mexicano um processo de especialização da produção de alguns componentes. Enquanto se observou nos últimos dez anos o crescimento na produção de motores e suas partes, de freios e suas partes e de acessórios para veículos, percebeu-se a diminuição na produção de carrocerias, chassis e pneumáticos. É interessante ainda destacar o aumento do volume de investimentos estrangeiros diretos no setor desde a implementação do Nafta.

De acordo com informações da Associação Nacional de Representantes, Importadores e Distribuidores de Autopeças e Acessórios para Automóveis do México (Aridra),<sup>227</sup> a frota mexicana de veículos é de aproximadamente 30 milhões, sendo 1 milhão de motos, 9 milhões de caminhões, ônibus e vans e 20 milhões de veículos de passeio. Isso pode significar boas oportunidades para as autopeças brasileiras, uma vez que a frota de veículos do Brasil e do México é muito semelhante. O México está, aliás, entre os principais destinos de exportação de autopeças do Brasil. A referida associação ainda informou que as principais feiras do segmento de autopeças no México são a Automecanica, a ExpoINA e a Expotransporte.

No geral, os exportadores mexicanos sentiram fortemente os efeitos gerados nos Estados Unidos por consequência da crise de 2009, já que este país é o principal parceiro comercial do México. O México exporta para os Estados Unidos principalmente bens manufaturados que são produzidos nas indústrias *maquiladoras*, e as vendas desses produtos sofreram queda, o que impactou a indústria de diversos setores no México. As indústrias *maquiladoras* produzem principalmente produtos eletrônicos, vestuário, plásticos, móveis, eletrodomésticos e autopeças. Atualmente, a quase totalidade dos bens produzidos por essas indústrias é destinada aos Estados Unidos. Em junho de 2011, os dois países assinaram um acordo que autoriza que os caminhões mexicanos cruzem a fronteira para entregar essas mercadorias nos Estados Unidos. Isso permitirá a redução dos custos e o ganho de competitividade dos produtos industriais mexicanos frente aos chineses, o que deverá favorecer a produção industrial no México.

A indústria de produtos eletrônicos também demonstrou forte expansão na última década. O México é atualmente o segundo maior fornecedor desses produtos para os Estados Unidos, atrás somente da China. O país é ainda um grande produtor mundial de aparelhos televisores e de telefones celulares. No México existe um programa, denominado PCIEAT<sup>228</sup>, que tem como meta tornar o país um dos cinco maiores exportadores mundiais de produtos eletrônicos.

Devido à dimensão da indústria alimentícia mexicana e à demanda por produtos do setor, percebe-se que existem oportunidades para máquinas e equipamentos para a indústria processadora de alimentos, em especial para fabricação de embutidos e processamento de carnes. Destaca-se ainda que o país apresenta necessidade de importação de máquinas agrícolas, já que não consegue suprir sua demanda para esses produtos. Em ambos os casos, o Brasil teria condições de oferecer esses produtos, desde que

---

<sup>227</sup> Asociación Nacional de Representantes y Distribuidores de Refracciones y Accesorios para Automóviles A.C. (ARIDRA), em reunião realizada com os Srs. Jesus Calderón e Alejandro Calderón, em 17 de junho de 2011, na Cidade do México.

<sup>228</sup> Programa do México para a Competitividade da Indústria Eletrônica e de Alta Tecnologia.

seja considerada a concorrência com os produtos estadunidenses. Uma opção seria trabalhar com produtos inovadores e que atendam aos padrões mexicanos de qualidade e normalização.

Em 2009, os principais subgrupos de produtos importados pelo México foram: *Demais máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, Plásticos e suas obras, Demais materiais elétricos e eletrônicos, Geradores e transformadores elétricos e Aparelhos transmissores e receptores.*

Segundo o informe de dezembro de 2011 do Inegi<sup>229</sup>, que contempla informações sobre a atividade econômica do país, a produção industrial mexicana aumentou 3,4%, no último trimestre de 2011, em relação ao mesmo período do ano anterior. Os principais setores que contribuíram para o crescimento da indústria de manufatura mexicana foram: veículos; máquinas e equipamentos; indústrias metálicas básicas; equipamentos de geração de eletricidade e equipamentos elétricos; produtos metálicos; indústria de alimentos; indústria de plásticos e de borracha; produtos à base de minerais não metálicos; móveis e produtos relacionados; e indústria do papel.

De acordo com estudos do Serviço Comercial dos Estados Unidos<sup>230</sup>, alguns setores terão maior necessidade de compra de máquinas e equipamentos. O setor de agricultura no México já importa 90% da tecnologia e dos equipamentos utilizados, podendo haver espaço para os produtos brasileiros. Já no setor automotivo, pelo número de montadoras instaladas, as maiores oportunidades seriam em relação ao fornecimento de peças. No setor hoteleiro e de restaurantes, a principal demanda seria na parte de cozinha industrial, incluindo a parte de equipamentos específicos, como fogões, fornos e refrigeradores, os quais são importados majoritariamente dos Estados Unidos.

O aumento da demanda por embalagens no México também indica o aquecimento do setor industrial e a necessidade de equipamentos para o setor que engloba embalagens de papel, plástico, vidro, entre outros. O setor de alimentos é responsável por cerca de 40% do consumo de embalagens, seguido pelo setor farmacêutico e de cosméticos.

O complexo *Máquinas e Equipamentos* representou, em 2009, 53,07% do total das importações do México, o que corresponde a US\$ 124,3 bilhões. O Brasil participou no referido ano com 1,67%, ou US\$ 2,1 bilhões exportados para o México.

---

<sup>229</sup> Disponível em: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx).

<sup>230</sup> US Commercial Service. Doing Business in Mexico: 2010 Country Commercial Guide for U.S Companies.

## OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS NO MÉXICO

### PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA O MÉXICO

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

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

As exportações expressivas *a consolidar* reúnem aqueles casos em que o Brasil já tem boa parcela de mercado e em que as exportações brasileiras crescem em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Nesse cenário, há grande chance dos 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 vêm perdendo espaço neste mercado. 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. 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 no mercado mexicano, como acordos comerciais, por exemplo.

#### A. Produtos brasileiros com presença “A CONSOLIDAR” e “CONSOLIDADA” no México

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* estão listados na Tabela 19. Dentre esses produtos, pode-se destacar *Autopeças*, *Aparelhos transmissores e receptores* e *Motores para veículos automóveis*, cujos valores importados pelo México, em 2009, foram de US\$ 5,8 bilhões, US\$ 4,1 bilhões e US\$ 2,3 bilhões, respectivamente. O primeiro e o último grupos supracitados e o grupo *Pneumáticos e*

*câmaras de ar* também se destacaram devido aos valores exportados pelo Brasil para o mercado mexicano no referido ano, que juntos somaram quase US\$ 450 milhões. Destacam-se ainda os grupos *Pilhas, baterias e acumuladores elétricos, Plástico e suas obras e Máquinas e aparelhos para trabalhar pedra e minério* pela taxa média de crescimento da participação das exportações brasileiras para o México entre 2004 e 2009.

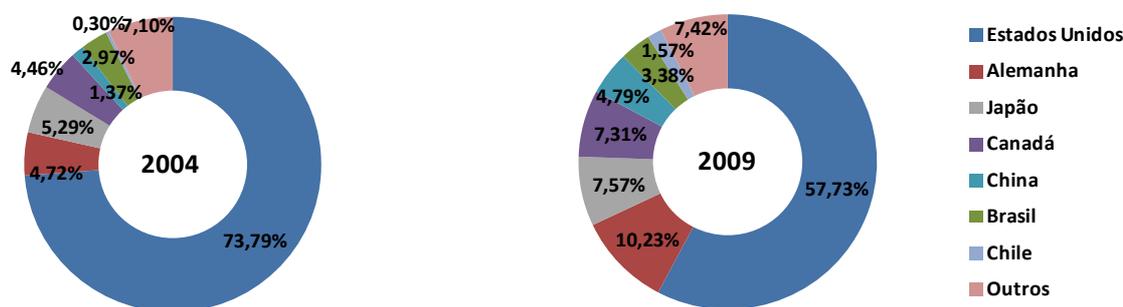
**Tabela 19 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença *a consolidar e consolidada* no país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Armas e munições	2	15.981.929	287.739	12,73	1,80	32,23	Itália	48,34	A consolidar
Pneumáticos e câmaras de ar	12	1.316.093.950	127.806.269	15,21	9,71	5,69	Estados Unidos	50,56	A consolidar
Aparelhos mecan. p/ projetar/pulverizar líquidos/pós	1	182.333.257	6.374.318	5,11	3,50	7,91	Estados Unidos	76,73	A consolidar
Aquecedor e secador	3	24.480.317	506.032	-12,52	2,07	23,07	Estados Unidos	54,38	A consolidar
Compressores e bombas	4	1.238.132.198	98.571.149	17,26	7,96	2,82	Estados Unidos	56,67	A consolidar
Demais máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	41	843.121.145	45.568.827	11,98	5,40	6,18	Estados Unidos	23,51	A consolidar
Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas	1	16.452.488	3.058.643	2,30	18,59	2,75	Estados Unidos	33,18	A consolidar
Laminadores de metais	1	42.987.274	9.347.866	9,49	21,75	4,47	Estados Unidos	21,88	A consolidar
Máquinas de lavar roupas e suas partes	2	44.006.651	214.695	-26,97	0,49	-10,73	Estados Unidos	58,16	A consolidar
Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator	14	124.723.467	5.550.440	-4,46	4,45	4,06	Estados Unidos	67,63	A consolidar
Máquinas e aparelhos p/ fabr.ind.alimentos / bebidas	5	100.986.448	3.173.067	7,71	3,14	7,18	Estados Unidos	30,17	A consolidar
Máquinas e aparelhos p/ trabalhar pedra e minério	5	286.356.884	9.910.448	19,35	3,46	17,39	Estados Unidos	41,23	A consolidar
Máquinas e apars.p/ encher, fechar, etc.recipientes	3	279.141.818	7.187.774	10,53	2,57	5,19	Itália	29,00	A consolidar
Máquinas e apars.p/ fabr.pasta celulósica e papel	6	113.337.864	5.186.077	18,36	4,58	4,97	Estados Unidos	31,88	A consolidar
Motores para veículos automóveis	3	2.327.824.086	151.712.926	5,53	6,52	-3,31	Estados Unidos	63,40	A consolidar
Partes de motores para veículos automóveis	2	1.674.757.518	69.035.044	3,07	4,12	3,76	Estados Unidos	56,59	A consolidar
Refrigeradores e congeladores	6	363.938.243	5.036.932	-17,39	1,38	7,05	Estados Unidos	56,61	A consolidar
Rolamentos e engrenagens	5	915.157.522	37.868.737	2,16	4,14	-1,03	Estados Unidos	49,63	A consolidar
Aparelhos e dispositivos eletr.de ignição / arranque	3	498.074.045	7.865.437	-9,13	1,58	5,84	Estados Unidos	56,23	A consolidar
Aparelhos p/ interrup., prot.de energia, suas partes	4	268.146.703	8.827.177	13,64	3,29	4,45	Estados Unidos	50,50	A consolidar
Aparelhos transmissores e receptores	5	4.119.735.015	70.807.097	8,33	1,72	23,77	China	46,01	A consolidar
Apars.eletr.de iluminação / sinalização p/ automóveis	2	168.763.880	9.871.732	11,61	5,85	1,07	Estados Unidos	37,98	A consolidar
Condensadores eletr.fixos, variáveis ou ajustáveis	2	85.512.298	1.995.498	-8,34	2,33	-1,07	Japão	22,59	A consolidar
Demais materiais elétricos e eletrônicos	9	132.621.518	3.785.743	-5,65	2,85	0,94	Estados Unidos	41,51	A consolidar
Pilhas, baterias e acumuladores elétricos	2	140.994.408	5.281.750	27,11	3,75	6,05	Estados Unidos	83,18	A consolidar
Plásticos e suas obras	12	259.056.618	26.312.490	21,23	10,16	2,75	Estados Unidos	68,70	A consolidar
Autopeças	12	5.797.541.320	195.812.402	3,77	3,38	1,05	Estados Unidos	57,73	A consolidar
Chassis e carrocerias para veículos automóveis	3	151.136.724	39.571.749	-9,62	26,18	-0,91	Estados Unidos	33,61	Consolidado
Motocicletas	2	58.654.903	13.533.912	2,56	23,07	-10,96	China	56,79	A consolidar
Reboques e semirreboques e suas partes	1	1.982.524	16.850	-7,84	0,85	-15,70	Estados Unidos	94,10	A consolidar
Veículos de carga	1	1.349.959.413	97.927.602	-0,88	7,25	-4,66	Estados Unidos	63,19	A consolidar
Trens e materiais para vias férreas	1	58.398.071	96.808	-46,19	0,17	-8,57	Estados Unidos	77,06	A consolidar

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

Há oportunidades para diversos tipos de autopeças com destaque para *Outras partes e acessórios, para veículos automóveis das posições 8701 a 8705, Eixos de transmissão com diferencial, para veículos automóveis das posições 8701 a 8705, Guarnições de freios, montados para tratores e dumpers, Amortecedores de suspensão, para veículos automóveis das posições 8701 a 8705, Volantes, barras e caixas, de direção, para veículos automóveis das posições 8701 a 8705*, entre outros. Essas mercadorias citadas corresponderam a 85,95% das importações mexicanas provenientes do Brasil, desse grupo de produtos. O Gráfico 28 mostra os principais fornecedores para o México desses itens, em 2009, e sua posição no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 28 - Participação de mercado dos principais fornecedores de Autopeças para o México (2004 e 2009)**



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

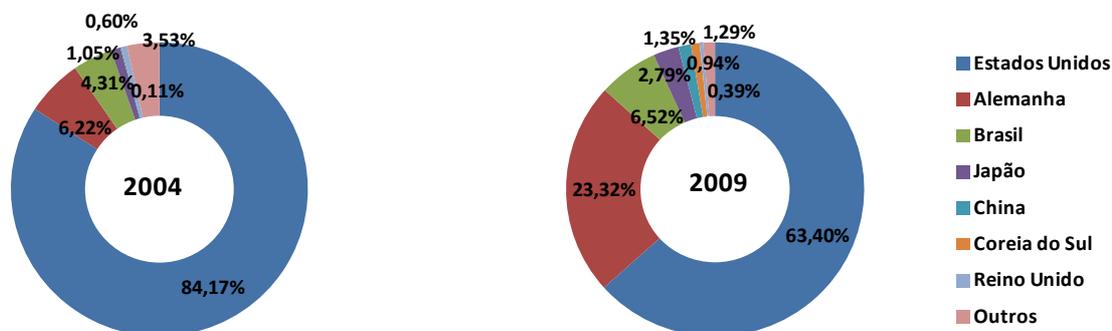
A partir da análise do gráfico, percebe-se que, com exceção do Chile, os principais fornecedores de autopeças para o México, em 2004, permaneceram sendo os principais exportadores também em 2009, embora os Estados Unidos, principal fornecedor no período analisado, tenha perdido espaço para os demais fornecedores. O Brasil permaneceu sendo o sexto maior fornecedor desses produtos para o mercado mexicano e ampliou o valor de suas exportações dessas mercadorias de US\$ 163 milhões, em 2004, para US\$ 196 milhões, em 2009.

No ano de 2009, de acordo com informações do MDIC, 298 empresas brasileiras exportaram os itens do grupo autopeças para o México. A maioria dessas empresas (63,42%) era de grande porte, embora tenha havido participação também de médias, micro e pequenas empresas nessas exportações, que inclusive não se encontram concentradas em poucas empresas.

Destacam-se também as oportunidades para motores para veículos automóveis, especialmente para *Motores de pistão alternativo, de ignição por centelha, para propulsão de veículos do capítulo 87, de cilindrada superior a 50cm<sup>3</sup> até 250cm<sup>3</sup>; Motores de pistão alternativo, de ignição por centelha, para propulsão de veículos do capítulo 87, de cilindrada menor ou igual a 1.000cm<sup>3</sup>; e Motores de pistão, de*

ignição por compressão, diesel ou semidiesel, utilizados para propulsão de veículos do capítulo 87, sendo que as exportações brasileiras dos motores a diesel para o México representaram 77,73% das importações mexicanas dos itens desse grupo de produtos. O Gráfico 29 evidencia os principais fornecedores, em 2009, e a sua posição no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 29 - Participação de mercado dos principais fornecedores de Motores para veículos automóveis para o México (2004 e 2009)**



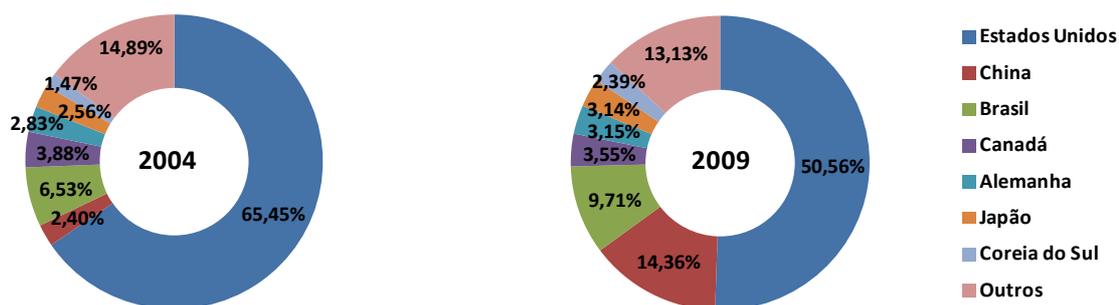
Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A análise do gráfico mostra que os Estados Unidos tiveram sua participação diminuída no mercado mexicano, comparando-se os anos de 2004 e 2009, e que a China e a Coreia do Sul, que apresentaram as maiores taxas médias de crescimento, ampliaram sua participação, deslocando o Canadá e a Venezuela, que estavam entre os principais fornecedores em 2004. O Brasil, que também apresentou taxa média de crescimento das exportações desses produtos para o México superior à média dos concorrentes, ampliou sua participação, subindo de US\$ 116 milhões, no primeiro ano analisado, para US\$ 152 milhões exportados, em 2009.

Segundo dados do MDIC, no ano de 2009, 20 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o México. Essas empresas eram de grande (90%) e de médio (10%) porte. Os valores das vendas brasileiras desses produtos não se encontram concentradas em poucas dessas empresas.

Ainda podem ser destacadas oportunidades para diversos tipos de pneus, com especial destaque para *Pneus novos de borracha dos tipos utilizados em ônibus ou caminhões* e *Pneus novos de borracha dos tipos utilizados em automóveis de passageiros*. Esses dois itens representaram 81,90% das importações mexicanas provenientes do Brasil de pneumáticos. O Gráfico 30 evidencia os principais fornecedores desses produtos, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 30 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Pneumáticos e câmaras de ar* para o México (2004 e 2009)**



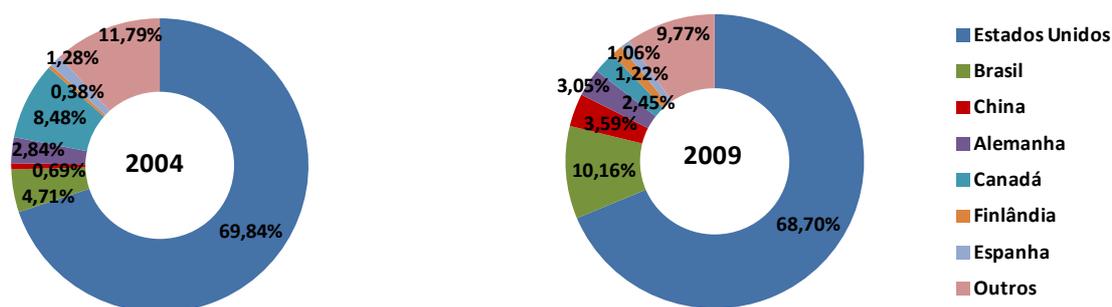
Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Por meio da análise do gráfico, percebe-se que, à exceção da Coreia do Sul, que deslocou a participação do Chile, os principais fornecedores desses produtos para o mercado mexicano permaneceram os mesmos em 2004 e em 2009. Foi registrada uma taxa média de crescimento de 6,42% nas importações mexicanas de produtos desse grupo, sendo que, dos países destacados no gráfico, China, Brasil, Japão e Coreia do Sul registraram taxa média de crescimento superior à média das importações totais desses produtos. O Brasil, embora tenha permanecido na terceira posição, ampliou sua participação de US\$ 63 milhões, em 2004, para US\$ 128 milhões, no último ano analisado.

No ano de 2009, a partir de dados fornecidos pelo MDIC, percebe-se que 21 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o mercado mexicano, e não se percebe concentração no valor dessas exportações entre essas empresas. Embora tenha havido participação de micro e médias empresas, a grande maioria (85,71%) foi de grandes empresas brasileiras que exportaram esses produtos no referido ano.

Por fim, podem ser destacadas oportunidades para diversos produtos plásticos e suas obras, tais como tereftalato de polietileno; nitrato de celulose; resinas fenólicas; outras celuloses e seus derivados químicos; artefatos de plástico para apetrechamento de construções; produtos de polimetacrilato de metila; polímeros de acetato de polivinila; artigos de plástico para usos sanitários ou higiênicos; desperdícios, resíduos e aparas, de outros plásticos. O item *Tereftalato de polietileno, em forma primária* foi responsável por 58,31% das importações mexicanas proveniente do Brasil, desse grupo de produtos. O Gráfico 31 evidencia os principais fornecedores desses produtos, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 31 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Plástico e suas obras* para o México (2004 e 2009)**



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

Por meio da análise do gráfico, percebe-se que o maior ganho de participação no mercado mexicano para esses produtos foi apresentado pela China, que de 2004 a 2009, apresentou taxa média de crescimento de 44,62%. O Brasil ampliou sua participação naquele mercado, saltando de US\$ 10 milhões, em 2004, para US\$ 26 milhões, em 2009.

No ano de 2009, a partir de dados fornecidos pelo MDIC, percebe-se que 429 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o mercado mexicano, e não se percebe concentração no valor dessas exportações em poucas empresas. Dentre essas empresas, a maioria (55,24%) era de grande porte, embora se perceba também a participação de médias (32,40%), micro (3,50%) e pequenas (8,86%) empresas brasileiras que exportaram esses produtos para o México no referido ano.

#### **B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO” e “DESVIO DE COMÉRCIO” no México**

Os produtos classificados como *em declínio* apresentaram US\$ 4,4 bilhões em importações feitas pelo México e US\$ 568 milhões em exportações brasileiras para aquele mercado. Embora a posição do Brasil seja desfavorável, comparando-se com o avanço apresentado pelos concorrentes no mercado, mesmo com a diminuição nas exportações brasileiras desses produtos para o mercado mexicano, essas exportações merecem atenção, pois reúnem produtos de empresas brasileiras que apresentam estrutura para enfrentar a competição internacional.

A concorrência com os Estados Unidos, principal parceiro e membro do Nafta, e com a China, que compete com preços baixos, são os principais obstáculos a serem contornados. Por isso, é necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que promovam a continuidade da participação brasileira, a contenção do declínio e até mesmo a eventual retomada do crescimento no mercado mexicano. A queda mais acentuada nas vendas brasileiras no período analisado (2004-2009) foi registrada no grupo *Outros motores de pistão*.

Os produtos agrupados sob a classificação *desvio de comércio* registraram US\$ 831 milhões em importações feitas pelo México, em 2009, e somente US\$ 70,6 milhões em exportações brasileiras para o mercado mexicano no referido ano. Destaca-se o valor das importações mexicanas *Máquinas e aparelhos de terraplanagem e perfuração*, que representou 62,89% do total importado sob essa classificação, e cuja participação brasileira foi de apenas 9,03%, tendo sofrido queda de -13,62% no período analisado. Essa situação que pode ser explicada pela situação favorável dos Estados Unidos no mercado devido ao Nafta.

**Tabela 20 - Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença em declínio e desvio de comércio no país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Aparelhos de ar condicionado	2	225.663.853	5.016.431	-16,95	2,22	-2,88	Estados Unidos	73,37	Em declínio
Aparelhos para filtrar ou depurar	3	231.150.639	3.793.621	-0,58	1,64	6,72	Estados Unidos	56,96	Em declínio
Máquinas e aparelhos de terraplanagem, perfuração	6	522.620.765	47.202.515	-13,62	9,03	9,85	Estados Unidos	61,40	Desvio de comércio
Máquinas e aparelhos p/ moldar borracha / plástico	2	78.136.113	1.396.197	-9,43	1,79	1,37	Estados Unidos	30,02	Em declínio
Máquinas e apars.de elevação de carga, descarga, etc	4	99.823.154	6.099.986	2,62	6,11	9,04	Espanha	25,02	Em declínio
Turbinas hidráulicas e rodas hidráulicas	2	3.256.283	-	-100,00	0,00	-7,35	Taiwan	44,94	Em declínio
Outros motores de pistão	1	79.726.811	131.671	-72,67	0,17	-2,32	Estados Unidos	78,02	Em declínio
Aparelhos eletro-mecan.térmicos, de uso doméstico	4	85.301.076	2.861.513	-6,94	3,35	7,10	China	62,23	Desvio de comércio
Ferramentas eletromecânicas c/motor, de uso manual	3	98.578.665	8.578.925	-11,20	8,70	-2,83	China	44,35	Desvio de comércio
Geradores e transformadores, elétricos	9	774.956.107	35.094.294	1,53	4,53	13,91	Estados Unidos	38,22	Em declínio
Automóveis	2	2.904.281.654	514.719.409	-16,26	17,72	-4,22	Estados Unidos	22,71	Em declínio
Demais veículos automotores e suas partes	2	60.987.621	1.256.776	-29,33	2,06	30,39	China	61,35	Em declínio
Ônibus	1	21.608.638	92.380	-25,28	0,43	7,65	Estados Unidos	47,14	Em declínio
Tratores	1	124.536.290	11.952.903	-5,37	9,60	15,40	Estados Unidos	56,10	Desvio de comércio

\* taxa média anual de crescimento

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

As indústrias têxtil, de vestuário e de curtumes constituem atividades produtivas tradicionais no México. Sua importância relaciona-se, principalmente, à contribuição na geração de empregos e ao produto gerado pela atividade na economia de diversas regiões do país. Segundo informações do Inegi, esse segmento industrial empregava pouco mais de 169,4 mil trabalhadores em dezembro de 2010<sup>231</sup>. Nesse mesmo ano, o valor adicionado por essas atividades representou 5,3% do PIB gerado pela indústria mexicana.<sup>232</sup> Na década de 1990, com a ratificação do Nafta, essas indústrias beneficiaram-se com a abertura comercial e com as vantagens alfandegárias do comércio com os Estados Unidos. A partir do ano 2000, contudo, o país passou a enfrentar crescente concorrência das importações provenientes da China e da Índia. De fato, nos últimos anos, essas indústrias têm enfrentado sucessivas crises, que se traduzem em cortes de empregos, perda de competitividade e contração da produção. A perda de competitividade no mercado internacional se manifesta na diminuição da participação mexicana nas compras totais estadunidenses de produtos têxteis<sup>233</sup>. Entre 2005 e 2010, as importações dos Estados Unidos oriundas do México decresceram, em média, 9,1% ao ano, ao passo que as compras oriundas da China saltaram de US\$ 21,6 bilhões, em 2005, para US\$ 36,1 bilhões, em 2010, um crescimento médio de 10,7% no período. Os custos domésticos de produção são fatores cruciais para esses resultados. De acordo com a consultoria Werner International<sup>234</sup>, o custo/hora da mão de obra na indústria têxtil mexicana, em 2007, foi de US\$ 2,45, cifra superior à verificada em países como China, Sri Lanka, Índia, Tailândia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Colômbia, Nicarágua e República Dominicana.

A indústria têxtil mexicana, segundo informações colhidas pelo Centro de Estudos da Competitividade (CEC)<sup>235</sup>, é formada principalmente por micro e pequenas empresas (85,9%). Em termos de valor, houve maior produção de insumos têxteis (69,5%) do que fabricação de produtos têxteis (30,5%) em 2006. Segundo a Câmara Nacional da Indústria Têxtil Mexicana (CANAINTEX)<sup>236</sup>, o país possui

<sup>231</sup> Aqui incluídos os subsetores *Fabricação de insumos têxteis* (313), *Fabricação de produtos têxteis, exceto artigos de vestuário* (314), *Fabricação de artigos de vestuário* (315) e *Fabricação de artefatos de couro, peleteria e materiais semelhantes, exceto artigos de vestuário* (316), classificados, segundo o Sistema de Classificação Industrial da América do Norte (SCIAN), em sua versão de 2002. *Total de personal ocupado según subsector de actividad (número de personas)*. *Encuesta Industrial Mensual Ampliada*. Dic. 2010. Disponível em: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx). Acesso em: 12 jan. 2012.

<sup>232</sup> INEGI. Banco de Información Económica. *Cuentas Nacionales. Producto Interno Bruto trimestral. Actividades secundarias*. Disponível em: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx). Acesso em: 04 jan. 2012.

<sup>233</sup> Estatísticas mensuradas a partir de dados do Global Trade Information System (GTIS), reunindo dados acerca da corrente comercial estadunidense de insumos têxteis, confecções e artigos têxteis.

<sup>234</sup> Werner International. *Labour Cost Comparison*. Para mais informações, acesse: [www.wernerinternational.com](http://www.wernerinternational.com).

<sup>235</sup> Organização privada mexicana por meio da qual o Instituto Tecnológico Autônomo do México realiza projetos de pesquisa e consultoria para empresas, instituições governamentais e organismos internacionais. Para mais informações, acesse: <http://cec.itam.mx/index.html>.

<sup>236</sup> Entrevista realizada em 17 junho de 2011, com sua Diretora Geral, Sra. Nora Elisa Ambriz García, e sua Diretora de Desenvolvimento de Negócios, Sra. Mariam Yitani Baroudi.

aproximadamente 250 fabricantes concentrados, majoritariamente, na região norte do México, ao longo da fronteira com os Estados Unidos. A proximidade desse mercado, aliás, estimula investimentos estrangeiros na integração da cadeia têxtil mexicana para o atendimento da demanda estadunidense, no modelo da indústria *maquiladora* tradicional. Todavia, a concorrência de países com menores custos de mão de obra, a produção insuficiente de insumos, a dependência do mercado internacional de fibras, o crescimento do mercado ilegal de têxteis, o aumento do número de acordos comerciais nos principais mercados compradores e a crescente regionalização dos processos de produção a nível mundial são entraves significativos para o desenvolvimento da indústria doméstica, ao mesmo tempo em que constituem oportunidades para o aumento do intercâmbio comercial com o Brasil, especialmente no que tange ao fornecimento de insumos e fibras têxteis. Segundo informado pela entidade representativa do segmento, o produto brasileiro tem percepção positiva para o cliente mexicano. A fiação produzida no Brasil, por exemplo, é tida como de excelente qualidade, dada a tecnologia envolvida em seu processo fabril.

A indústria de confecções mexicana, por sua vez, é composta principalmente por pequenas e médias empresas familiares fabricantes de produtos básicos. Também nesse segmento identifica-se uma crescente participação da China e de países do sudeste asiático, tanto no mercado doméstico quanto no abastecimento do principal mercado de destino de suas exportações, os Estados Unidos, ainda que este país se mantenha como importante plataforma de produção para o mercado mexicano. No que tange às tendências de consumo verificadas, nota-se a crescente influência midiática dos Estados Unidos nos hábitos de consumo locais de vestuário, o que se reflete no aumento da demanda por peças casuais, calçados mais confortáveis e artigos desportivos. Em todo caso, de acordo com informações do Euromonitor International<sup>237</sup>, a aquisição desses itens diverge em função da localidade, do clima e do nível de renda da população. De fato, nos centros urbanos mais dinâmicos, o aumento do nível de renda proporcionou surgimento de um segmento de luxo e impulsionou a expansão das operações de importantes marcas internacionais, tais como Louis Vuitton, Ermenegildo Zegna, Carolina Herrera, Burberry e Adolfo Domínguez, evidenciadas por suas *flagships* na Avenida Presidente Masaryk, no bairro de Polanco, na Cidade do México. A vestimenta, assim como itens de perfumaria e automóveis, é um símbolo de *status* entre os mexicanos, o que justifica o surgimento de eventos de moda direcionados aos públicos mais abastados, como o Mercedes-Benz Fashion e o Vogue Fashion Parade. Entre os segmentos de média e baixa renda desses centros urbanos, nota-se uma maior procura por estilos alternativos. De modo geral, segundo informado pela CANAINTEX, os consumidores modernos mexicanos se mostram mais globalizados, muito exigentes em relação à qualidade e ao preço, bem como ao *status* que a roupa traduz. As tendências de moda seguidas no México urbano são similares àquelas presentes nos Estados Unidos e na Europa,

---

<sup>237</sup> Euromonitor. *Consumer Lifestyles in Mexico*. Feb., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 01 fev. 2012.

devido à forte influência da televisão, do cinema e de outras mídias. Nas zonas rurais e entre a população de mais idade, entretanto, os consumidores se mostram conservadores, sensíveis ao preço e buscando peças confortáveis e funcionais. De maneira geral, a maior parte das vendas de artigos de vestuário no México corresponde a produtos padronizados e de menor preço, os quais são acessíveis para a maioria dos consumidores.

Um grande desafio para os empresários que desejem atuar no México é atrair os consumidores para o comércio formal doméstico. As vendas nos canais de distribuição informais aumentaram consideravelmente nos últimos anos. Estima-se que, em 2010, o volume dessas vendas superou aquele registrado no mercado formal<sup>238</sup>. Em todas as grandes cidades mexicanas, existem conhecidos mercados de rua que atraem um grande número de pessoas que procuram e encontram alternativas mais baratas para os produtos vistos no mercado formal. Isso força muito dos atacadistas e varejistas locais a acabarem importando artigos de vestuário no intuito de tornarem-se mais competitivos domesticamente. Como resultado, a indústria local é diretamente impactada em seu escopo produtivo e vêm desativando plantas locais nos anos recentes. No que concerne aos consumidores, aqueles de renda mais elevada que costumam fazer suas compras no exterior o fazem por uma série de razões, que envolvem a percepção de um melhor equilíbrio de preço e qualidade e uma maior variedade de opções disponíveis, ao passo que os consumidores de renda mais baixa procuram o mercado informal em função da comodidade e do menor preço. Propiciar a esses consumidores um mix que os atraia, como crédito facilitado, novos desenhos, lojas mais atrativas e melhores preços, pode representar uma oportunidade às empresas interessadas em atuar no mercado mexicano.

Outra consequência da concorrência desleal do mercado informal é que, para os canais de distribuição tradicionais, a mais eficaz forma de promoção no ponto de venda é a redução de preço em detrimento da inovação. Nesse cenário, as grandes cadeias varejistas, que podem importar diretamente de países com menores custos de produção e oferecer linhas de crédito próprias, apresentam melhores resultados que os pequenos varejistas independentes. Destacam-se, na aplicação dessas políticas, a empresa estadunidense Wal-Mart de México (com as cadeias Wal-Mart Supercenter, Bodega Aurrera e Suburbia), Liverpool (com as bandeiras Liverpool e Fábricas de Francia), Sears Roebuck de México e Almacenes Coppel, todos grandes lojas de departamentos. Tratando-se de varejistas especializados, merece destaque o Grupo Inditex com as bandeiras Zara e Pull and Bear<sup>239</sup>. Para o pequeno varejista independente, a diferenciação (serviço, tamanhos especiais, produtos inovadores, etc.) deverá ser a

---

<sup>238</sup> Euromonitor. *Apparel in Mexico*. Aug., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 02 fev. 2012.

<sup>239</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.wal-mart.com.mx](http://www.wal-mart.com.mx), [www.bodegaurrera.com.mx](http://www.bodegaurrera.com.mx), [www.suburbia.com.mx](http://www.suburbia.com.mx), [www.liverpool.com.mx](http://www.liverpool.com.mx), [www.fabricasdefrancia.com.mx](http://www.fabricasdefrancia.com.mx), [www.sears.com.mx](http://www.sears.com.mx), [www.coppel.com](http://www.coppel.com), [www.zara.com](http://www.zara.com) e [www.pullandbear.com](http://www.pullandbear.com).

estratégia mais eficaz para a manutenção no mercado, uma vez que a estratégia de diferenciação de preço pode não ser muito eficaz para esses estabelecimentos.

A alta nos preços internacionais do algodão também deve ter impacto significativo no comércio doméstico de confecções no México. De acordo com a Câmara Nacional da Indústria do Vestuário (CANAIVE),<sup>240</sup> os preços, em 2011, de camisas e camisetas, roupa íntima masculina, *jeans*, calças e roupas de cama, mesa e banho - produtos majoritariamente feitos de algodão - registraram incremento médio de 30%. Além disso, peças feitas de combinações de algodão com outros materiais, como poliéster, também verificaram aumento próximo aos 15%. No intuito de aumentar a oferta doméstica de algodão, os fabricantes locais solicitaram apoio econômico ao governo mexicano de forma a evitar aumentos drásticos ao longo da cadeia produtiva, especialmente nos bens de consumo final, para os quais a concorrência com produtos importados é muito mais acirrada. Há, portanto, perspectivas positivas para o fornecimento do algodão para o mercado mexicano bem como para o fornecimento de produtos derivados, como fios e tecidos de algodão ou artigos de vestuário, em uma estratégia de integração da cadeia produtiva. Soma-se a isso o fato de as compras de artigos de vestuário no México serem muito elásticas, sendo que um aumento no preço dos insumos poderia facilmente encorajar os consumidores a escolher tecidos substitutos, principalmente materiais sintéticos, abrindo possibilidades para o comércio de produtos nessa categoria.

De acordo com informações do Euromonitor International, o gasto *per capita* do consumidor mexicano com artigos de vestuário e calçados atingiu U\$S 137,0 em 2010. A perspectiva para os próximos cinco anos (2010-2015) é que o segmento continue registrando crescimento expressivo, de 3,7% ao ano. A aquisição desses itens estará atrelada às expectativas de crescimento da economia do México, pois estão intimamente relacionados às variações na renda doméstica disponível. Tradicionalmente, os consumidores de renda mais baixa compram esses produtos em estabelecimentos informais, principalmente no comércio de rua. As compras em super/hipermercados e em lojas de descontos, como as redes Soriana, Wal-Mart ou Costco, bem como em lojas de departamentos, como Suburbia, Sears e Woolworth, são populares entre os consumidores de renda baixa e média<sup>241</sup>. Há lojas de departamento cujo público-alvo são os consumidores de renda mais elevada, tais como Palacio de Hierro e Liverpool. Ademais, os estabelecimentos que vendem marcas próprias são comuns no comércio varejista mexicano de artigos de vestuário, reunindo tanto marcas globalmente conhecidas, dos Estados Unidos e da Europa, quanto marcas locais. Os maiores varejistas estão presentes nas principais cidades do país. Todavia, estima-se que existam cerca de 300 cidades mexicanas com população entre 25.000 e 50.000 que não são atendidas por essas grandes cadeias

---

<sup>240</sup> Para mais informações, consulte: [www.canaive.org.mx](http://www.canaive.org.mx).

<sup>241</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.soriana.com.mx](http://www.soriana.com.mx), [www.costco.co.mx](http://www.costco.co.mx) e [www.woolworth.com.mx](http://www.woolworth.com.mx).

e nas quais varejistas menores tem potencial para desenvolvimento. Cabe destacar que o comércio eletrônico ainda é pouco difundido entre os consumidores mexicanos e as vendas através desse canal ainda são inexpressivas.

Algumas oportunidades identificadas para o mercado mexicano no segmento de confecções incluem possibilidades de incremento no fluxo comercial de roupas desportivas, íntimas, infantis e acessórios.

A maior demanda por roupas e calçados esportivos relaciona-se ao crescente interesse por hábitos de vida mais saudáveis e a conseqüente necessidade de atividades físicas regulares. Os mexicanos praticam muitos esportes, sendo o futebol o mais comum deles. Todavia, verifica-se um grande número de praticantes de corrida, *baseball*, natação e ciclismo. Além das vendas diretas de vestuário e calçados para a prática de esportes, muitos mexicanos mais jovens consideram atraente usar roupas esportivas cotidianamente, contribuindo ainda mais para o aumento da demanda por esses produtos. Para os próximos anos, esse aumento na procura deve instigar as importações de mercadorias nas categorias destinadas aos consumidores de mais alta renda, enquanto os produtores locais devem continuar a abastecer o mercado interno nas categorias destinadas aos consumidores de renda mais baixa. Isso acontece porque os maiores fabricantes mundiais de vestuário esportivo, como a Nike, a Adidas, a Puma e a Reebok, os quais também respondem por uma significativa parcela das vendas desses artigos no México, produzem em países asiáticos. Localmente, essas marcas internacionais comercializam seus produtos por meio de lojas de departamentos, como o Palacio de Hierro<sup>242</sup>, e varejistas especializados, como o líder no mercado mexicano Grupo Martí<sup>243</sup>. Cabe ressaltar que algumas marcas brasileiras de vestuário desportivo já atuam no México e, na percepção da entidade representativa do segmento têxtil no país (CANAINTEX), essas marcas se posicionam em um nicho de mercado de alta renda, com produtos de preço mais elevado. Segundo essas informações, os produtos de marcas internacionais mais reconhecidas, como a Nike e a Adidas, chegam a ser mais baratos no México que os produtos brasileiros. Isso implica uma percepção extremamente positiva do produto. Para as mulheres mexicanas, as roupas esportivas brasileiras possuem um corte mais feminino, são versáteis e funcionais<sup>244</sup>.

Também se verifica forte presença de produtos importados no comércio de roupas íntimas e de roupas de banho femininas, especialmente nas categorias destinadas aos consumidores de média e alta renda, os quais representam 15% do total da população mexicana. A preferência por peças importadas entre os consumidores de maior poder aquisitivo se justifica porque, usualmente, esses produtos possuem desenho diferenciado e são fabricados a partir de tecidos de melhor qualidade, enquanto os fabricantes

---

<sup>242</sup> Para mais informações, acesse: [www.palaciodehierro.com.mx](http://www.palaciodehierro.com.mx).

<sup>243</sup> Para mais informações, acesse: [www.marti.mx](http://www.marti.mx).

<sup>244</sup> Como exemplo da presença de empresa brasileira de vestuário desportivo no México, consulte: [www.brasilul.net](http://www.brasilul.net).

locais estão focados na produção de itens de preço mais baixo para os segmentos de menor renda. Há, portanto, oportunidades no fornecimento para esses estratos sociais com produtos inovadores. Atualmente, a Colômbia é a principal origem de importações mexicanas de roupas íntimas. Ademais, as roupas de banho importadas desse país também têm conquistado crescente popularidade no México. Todavia, sobre essa última categoria de produto, cabe destacar que sungas, maiôs e biquínis não são artigos de vestuário tradicionalmente adquiridos pela população que habita as regiões centrais do país. As melhores possibilidades para o ingresso exitoso no mercado encontram-se nas regiões litorâneas, em cidades como Cancún, Cozumel ou Mérida. Em todo caso, os melhores canais de distribuição para produtos de maior valor agregado são os centros comerciais existentes nas principais cidades mexicanas, haja vista esses polos de compras atraírem consumidores de média e alta renda. Nesses locais, nos últimos anos, observa-se o surgimento de lojas especializadas no comércio desses produtos. Como motor da expansão varejista do setor no México, cabe destacar a importância da rede Vicky Form S.A. de C.V., que deteve 15% do valor das vendas do varejo nesse segmento, em 2010, um mercado que movimentou US\$ 713,9 milhões<sup>245</sup>. Destacam-se, ainda, as cadeias Ilusión S.A. de C.V., com 14% do mercado mexicano, e Playtex Apparel Mexico S.A. de C.V., com outros 7%<sup>246</sup>.

As crianças mexicanas das famílias de maior renda, por sua vez, estão se tornando mais exigentes em relação às roupas que usam e adotando estilos que refletem as tendências de moda apresentadas nos programas e séries televisivas que assistem. Além disso, os gastos com cuidados infantis registram crescimento contínuo como reflexo do número menor de filhos entre os casais mexicanos, ou seja, se consomem mais recursos com uma única criança. A produção doméstica de artigos nessa categoria, entretanto, volta-se para as linhas de produtos de menor preço, o que estimula a importação de itens nas linhas *premium* e *super premium*. Nos últimos anos, o crescimento das compras externas atraiu importantes marcas internacionais para o mercado. É o caso das espanholas Mayoral, Neck & Neck e da colombiana Offcors. Não obstante, as vendas domésticas estão concentradas nos varejistas tradicionais, como o Grupo Milano S.A. de C.V. e Baby Creysi S.A. de C.V., que juntos representaram 19% do valor de vendas no mercado, em 2010<sup>247</sup>, ano em que essa categoria movimentou US\$ 944,3 milhões<sup>248</sup>.

Por fim, um maior interesse pelas tendências mundiais de moda também impulsiona a demanda por acessórios de vestuário no México. Embora ainda não represente uma parcela significativa das vendas totais do setor, estima-se um crescimento médio de 4,4% nas vendas desses artigos entre 2010-2015. Os

---

<sup>245</sup> Euromonitor. *Women's underwear, nightwear and swimwear in Mexico*. Aug., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 02 fev. 2012.

<sup>246</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.vickyform.com.mx](http://www.vickyform.com.mx), [www.ilusion.com.mx](http://www.ilusion.com.mx) e [www.playtex.com.mx](http://www.playtex.com.mx).

<sup>247</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.mayoral.es](http://www.mayoral.es), [www.neckandneck.com](http://www.neckandneck.com), [www.offcors.com](http://www.offcors.com), [www.milano.com.mx](http://www.milano.com.mx) e [www.babycreysi.com.mx](http://www.babycreysi.com.mx).

<sup>248</sup> Euromonitor. *Childrenswear in Mexico*. Aug., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 03 fev. 2012.

consumidores mexicanos enxergam nesses produtos uma alternativa econômica para incrementar os seus trajes diários. Além disso, a obrigatoriedade de uso de roupas formais nos escritórios das grandes cidades do país estimula as vendas de cintos e gravatas, os segmentos que registraram crescimento mais vigoroso em vendas nos últimos anos. Em 2010, as vendas totais de acessórios de vestuário totalizaram US\$ 1,2 bilhão<sup>249</sup>, dos quais 54,1% foram gravatas e, 33,9%, cintos. Esta categoria de produtos é muito fragmentada, não havendo larga concentração de vendas em nenhum varejista específico. Destacam-se, nesse cenário, o Grupo Milano S.A. de C.V., Inditex, Promotraxe S.A. de C.V. (Aldo Conti), C&A México e Piñeda Covalín S.A. de C.V., que juntos representaram apenas 3,4% do total de vendas nessa categoria em 2010<sup>250</sup>.

De maneira geral, segundo informações da CANAINTEX, a percepção do produto têxtil brasileiro é positiva no México, uma vez que são considerados produtos de *design* diferenciado. As empresas e marcas nacionais presentes no país vêm se posicionando em nichos mais elevados do mercado, apresentando preços usualmente acima da média doméstica. É o caso do *jeans* brasileiro, por exemplo, cujo preço chega a ser três vezes superior ao colombiano. Ademais, os mexicanos demonstram pouca fidelidade às marcas. A maioria dos consumidores adquire esses produtos em função do material, desenho, qualidade percebida e preço. Esses são atributos importantes para a decisão de compra. Há, contudo, alguns consumidores fiéis às marcas internacionais, especialmente nas categorias de roupas e calçados esportivos, relógios e *jeans*. Como resultado, muitas cadeias internacionais estão presentes no mercado mexicano e várias delas expandindo suas operações domésticas. Nesse sentido, cabe destacar que as cadeias varejistas locais são muito padronizadas, mantendo modelos similares de varejo em todo o país. Os varejistas mais tradicionais de artigos de vestuário no país incluem as redes Suburbia, Andrea, C&A, Milano e Zara, ao passo que os mais populares, em se tratando de sapatos, são Andrea, Flexi, Emyco, Price Shoes, CKlass e Nike<sup>251</sup>. No México, as compras de artigos de vestuário e calçados são, tradicionalmente, aquisições planejadas. Os consumidores de renda mais baixa usualmente poupam algum dinheiro para adquirir produtos disponíveis no mercado doméstico, ao passo que os consumidores de renda mais elevada e que vivem nas regiões mais setentrionais do país costumam guardar dinheiro para fazer compras nos Estados Unidos. Em função disso, as compras de artigos de vestuário são sazonais, marcadamente fortes nos períodos de férias e em datas comemorativas<sup>252</sup>. Cabe destacar que a CANAINTEX está desenvolvendo, juntamente com o governo, um programa de reposicionamento da indústria mexicana intitulado *Mexico fits your business*. Trata-se de uma

---

<sup>249</sup> Euromonitor. *Clothing Accessories in Mexico*. Aug., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 06 fev. 2012.

<sup>250</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.inditex.com](http://www.inditex.com), [www.aldoconti.com](http://www.aldoconti.com), [www.cyamoda.com](http://www.cyamoda.com) e [www.pinedacovalin.com](http://www.pinedacovalin.com).

<sup>251</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.mx.andrea.com](http://www.mx.andrea.com), [www.flexi.com.mx](http://www.flexi.com.mx), [www.emyco.com.mx](http://www.emyco.com.mx), [www.priceshoes.com.mx](http://www.priceshoes.com.mx) e [www.cklass.com.mx](http://www.cklass.com.mx).

<sup>252</sup> Euromonitor. *Consumer Lifestyles in Mexico*. Sept., 2008. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 13 fev. 2012.

estratégia setorial para promover o México enquanto plataforma exportadora, no intuito de conquistar competitividade em face da concorrência asiática<sup>253</sup>. Ressalta-se, ainda, que existe uma norma específica para a etiquetagem de produtos têxteis, de vestuário e acessórios comercializados no México, expressa na NOM-004-SCFI-2006.

No que concerne exclusivamente ao segmento de calçados, segundo informado pela Câmara de Comércio, Serviços e Turismo da Cidade do México (CANACO)<sup>254</sup>, o país possui uma grande indústria calçadista que, nos últimos anos, tem enfrentado sérios problemas que se traduzem em cortes de emprego e diminuição do volume exportado. A concorrência com produtos asiáticos é o principal motivo para a perda de competitividade. Domesticamente, todavia, as perspectivas é que as vendas registrem crescimento médio de 5%, entre 2010-2015, muito incentivadas por uma maior popularidade de produtos importados. Em 2010, o mercado local consumiu 172 milhões de unidades e movimentou US\$ 4,3 bilhões<sup>255</sup>. Em se tratando de calçados de couro, ressalta-se que a indústria coureira local não consegue atender a demanda interna dos fabricantes calçadistas, o que estimula as importações mexicanas de couro<sup>256</sup>.

Para o segmento de artigos de joalheria, projeta-se o crescimento médio de 4,9% nas vendas entre 2010-2014, quando esse mercado atingirá US\$ 1,5 bilhão<sup>257</sup>. Segundo informado por empresários locais<sup>258</sup>, o segmento subdivide-se em quatro níveis: bijuterias, artigos de prata, alianças e solitários e alta joalheria. Embora pequena em número de consumidores, a categoria de alta joalheria cresce ano a ano. De acordo com informações do Inegi<sup>259</sup>, o topo da pirâmide mexicana, que reúne 10% da população, acumula 36% do total da riqueza gerada no México, e essa parcela de indivíduos personifica o público-alvo da alta joalheria. Entretanto, para a maioria dos consumidores, a aquisição de joias verdadeiras é um luxo, o que traz dinamismo para as categorias de produtos mais populares e bijuterias. Sabe-se que o país é um grande produtor de ouro e prata, contando com um centro joalheiro diversificado na cidade de Guadalajara, o qual conta com aproximadamente 800 empresas, e que a indústria de artigos de prata local é bastante desenvolvida. Mesmo nessas linhas de produtos, todavia a joia mexicana não é tão manufaturada e envolve muito trabalho manual em sua confecção. Ainda assim, para os artigos feitos a partir desses metais preciosos, os mexicanos demonstram preferência por produtos nacionais, mesmo em razão do preço da prata ser muito acessível. Por outro lado, na categoria de alta joalheria, há presença de companhias

---

<sup>253</sup> Para mais informações, acesse: [www.mexicofits.com](http://www.mexicofits.com).

<sup>254</sup> Entrevista realizada em 16 de junho de 2011, com seu coordenador, Román Vidal Tamayo.

<sup>255</sup> Euromonitor. *Footwear in Mexico*. Aug., 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 06 fev. 2012.

<sup>256</sup> Informação coletada junto à SAGARPA. Entrevista realizada em 16 de junho de 2011, com seu subsecretário de fomento aos agronegócios, Manuel N. Ontiveros Jiménez.

<sup>257</sup> Euromonitor. *Jewellery in Mexico*. Dec., 2010. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 14 fev. 2012.

<sup>258</sup> H. Stern. Entrevista realizada em 14 de junho de 2011, com seu gerente-geral para o México, Arturo Reyes.

<sup>259</sup> INEGI. *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos. Población ocupada por nivel de ingreso*. Disponível em: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx). Acesso em: 01 fev. 2012.

multinacionais com estabelecimentos próprios ou espaços em grandes redes de departamentos, como no Palacio de Hierro. De todo modo, segundo as informações coletadas, a alta joalheria não está posicionada no país. Além do mais, a produção de pedras preciosas no México é pequena, com destaque apenas para a extração de turquesa, já que o mercado de joias com pedrarias ainda é incipiente. Há companhias operando no mercado de comercialização e distribuição de matérias-primas para a confecção de joias. É o caso da empresa Mineralia<sup>260</sup>, que fornece pedras lapidadas e em bruto para a indústria joalheira mexicana.

No que concerne aos seus hábitos de consumo nesse segmento, os mexicanos demonstram preferência por artigos mais conservadores e de *design* clássico<sup>261</sup>. Mais recentemente, nota-se interesse por produtos elaborados a partir do ouro branco. Há um enorme mercado para bijuterias, folheados e artigos com pedrarias mais baratas. Nessa categoria de produtos, a maior varejista mexicana é a empresa de vendas diretas estadunidense Avon Cosmetics S.A. de C.V.<sup>262</sup>, responsável por 8,6% do mercado em 2009. A joia brasileira ainda é desconhecida no mercado, muito embora haja presença de fabricantes nacionais desse segmento no país. Sobre esse tema, a melhor forma de ingresso no mercado para o exportador brasileiro de produtos de menor valor é por meio de um distribuidor local, enquanto que para artigos mais refinados a melhor opção é a abertura de lojas próprias. Ressalta-se que a marca ainda não é um fator determinante na decisão de compra do consumidor mexicano nesse segmento. Portanto, novos entrantes poderão se beneficiar dessa perspectiva.

O mercado mexicano de produtos de higiene pessoal e cosméticos é significativo e movimentou US\$ 8,6 bilhões em 2010. O consumo *per capita* desses produtos alcançou US\$ 79,4 no mesmo ano, um dos maiores valores na América, mas ainda inferior aos registrados no Brasil (US\$ 191,5) ou nos Estados Unidos (US\$ 193,3)<sup>263</sup>. De acordo com informação da Câmara Nacional da Indústria de Produtos Cosméticos (CANIPEC)<sup>264</sup>, o segmento registrou, nos últimos anos, crescimento superior ao verificado para o PIB e para a média prevista para o restante do mundo, sendo que essa tendência deve manter-se até 2015. De fato, a utilização de produtos cosméticos é um hábito muito disseminado entre a população. Em geral, a maioria dos consumidores mexicanos considera algumas variedades de artigos, como xampus, géis para cabelos, desodorantes, dentífrícos e produtos para barbear como indispensáveis em sua higiene pessoal diária. Outros produtos, como artigos de perfumaria, cremes para o rosto e corpo, condicionadores e maquiagens são considerados luxos acessíveis e, mesmo em períodos de crise, não tem sua demanda alterada. Por outro lado, alguns produtos, como protetores solares, cremes depilatórios, perfumes importados e tinturas

---

<sup>260</sup> Para mais informações, acesse: [www.mineralia.com.mx](http://www.mineralia.com.mx).

<sup>261</sup> Como exemplo da moderna joalheria mexicana em metais preciosos, consulte: [www.tane.com.mx](http://www.tane.com.mx) e [www.danielespinioza.com](http://www.danielespinioza.com).

<sup>262</sup> Para mais informações, acesse: [www.mx.avon.com](http://www.mx.avon.com).

<sup>263</sup> Euromonitor. *Beauty and Personal Care in Mexico*. May, 2011. Disponível em: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com). Acesso em: 08 fev. 2012.

<sup>264</sup> Câmara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC). Entrevista realizada em 16 de junho de 2011, com sua Coordenadora de Projetos, Sra. Antônia Elsa Cruz Ávila, e sua Diretora Jurídico-Comercial, Sra. Rosa Maria Sánchez Maldonado.

profissionais, são mais sensíveis a variações na renda e tem sua demanda afetada por condições econômicas adversas. Ainda assim, nos anos recentes, se verifica forte crescimento das vendas de protetores solares. As categorias de produtos *premium* foram significativamente afetadas pela crise econômica na medida em que os consumidores substituíram esses itens por linhas de produtos mais baratas. Contudo, esse segmento representou 13% do total das vendas de cosmética no México em 2010.

A venda direta é um importante canal de distribuição desses produtos no México, respondendo por 32% do total comercializado no país em 2009. Nesse canal, verifica-se a forte presença de companhias multinacionais, tais como Jafra, Avon, Fuller, Herbalife e Mary Kay,<sup>265</sup> cujo público-alvo são as classes baixas e médias. As multinacionais também lideram a distribuição varejista nos canais de distribuição tradicionais. É o caso das empresas Procter & Gamble, Unilever, Colgate-Palmolive, L'Oréal, Beiersdorf e Johnson & Johnson. Com exceção da empresa Arabela e dos Laboratorios Grisi Hermanos S.A. de C.V.<sup>266</sup>, não há companhias mexicanas representativas no mercado doméstico. Os maiores valores de venda são registrados para as linhas de produtos voltadas para os cuidados com os cabelos (23%), cuidados para a pele (18%), perfumaria (16%) e maquiagem (12%). Como funciona como plataforma exportadora, o México registra saldo comercial positivo em sua balança comercial nesse segmento. Em função dos custos de produção mais baratos, diversas multinacionais produzem no México para atender o mercado estadunidense e latino-americano. Todavia, assim como nos demais segmentos de moda, a informalidade e a falsificação são entraves a um desenvolvimento maior do mercado. A expansão futura do segmento deverá centrar-se na inovação e numa maior segmentação de mercado. Produtos com maiores benefícios, de cuidados preventivos, com ingredientes naturais ativos, com embalagens inovadores ou destinados aos consumidores com preocupações sociais e ambientais, bem como produtos voltados para diferentes faixas etárias e estilos de vida específicos devem nortear os novos lançamentos no segmento<sup>267</sup>. Todavia, o maior valor de vendas ainda estará concentrado nas categorias de produtos de massa, de menor preço, haja visto que os benefícios terapêuticos e nutracêuticos desses artigos ainda são desconhecidos para a maior parte da população.

De modo geral, o mercado de cosméticos no México destina-se a atender o público feminino. A participação de produtos voltados aos homens no mercado ainda é muito pequena. Tratando-se de maquiagem, as consumidoras mexicanas preferem cores quentes e fortes, como os tons de verdes, os quais figuram entre os mais comercializados. Os cosméticos faciais são muito populares no México, com

---

<sup>265</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.jafra.com.mx](http://www.jafra.com.mx), [www.fuller.com.mx](http://www.fuller.com.mx), [www.herbalife.com.mx](http://www.herbalife.com.mx) e [www.marykay.com.mx](http://www.marykay.com.mx).

<sup>266</sup> Para mais informações, acesse: [www.arabela.com](http://www.arabela.com) e [www.grisi.com](http://www.grisi.com).

<sup>267</sup> Natura Cosméticos S.A. Entrevista realizada em 21 de junho de 2011, na Cidade do México, com seu diretor de projetos estratégicos, Rafael Sánchez, e sua gerente de assuntos corporativos, Gabriela Ocampo T. Para mais informações, acesse: [www.natura.com.mx](http://www.natura.com.mx).

destaque para as vendas de bases e rímeis. Nos últimos anos, algumas empresas especializadas em maquiagem na linha *Premium*, como a MAC (Makeup Art Cosmetics Ltd.), a Pupa (Pupa S.A. de C.V.) e a Faces (Faces de México S.A. de C.V.) abriram lojas em cidades mexicanas. Nessa linha de produtos, atualmente, as empresas Estée Lauder Cosmetics (com as marcas Estée Lauder, Clinique, MAC e Bobbi Brown) e o Grupo L'Oréal (com as marcas Lancôme e Biotherm) lideram as vendas no país<sup>268</sup>.

No México, os produtos cosméticos não necessitam de um registro para serem comercializados, mas necessitam somente de uma autorização, que pode ser encontrada no endereço eletrônico da Ministério da Saúde<sup>269</sup>. Contudo, é necessário comprovar os efeitos atribuídos ao produto. Nesse tocante, cabe destacar que a verificação pode ser atestada por meio de documentação brasileira. Existe, ademais, uma legislação específica para a etiquetagem de produtos de perfumaria e beleza, que se trata da NOM-141-SSA1-1995. A divulgação publicitária de produtos cosméticos é um tema que tem merecido atenção do governo federal nos anos recentes e normas relativas a esse assunto devem ser promulgadas em breve.

As importações mexicanas do complexo *Moda* representaram, em 2009, 5,3% do total comprado internacionalmente pelo México, ou seja, US\$ 12,3 bilhões. A participação brasileira nas importações mexicanas do complexo atingiu 1,4% em 2009. Nesse ano, foram comprados do Brasil principalmente *Outros couros e peles, incluídas as ilhargas, de bovinos ou de equídeos, preparados após curtimenta ou secagem*, *Outros couros e peles inteiros, de bovinos ou de equídeos, preparados após curtimenta ou secagem* e *Outras fitas de fibras sintéticas ou artificiais*, que somaram US\$ 54,7 milhões em importações do México.

---

<sup>268</sup> Para mais informações, consulte os endereços eletrônicos das empresas: [www.faces-cosmetics.com](http://www.faces-cosmetics.com), [www.loreal.com.mx](http://www.loreal.com.mx), [www.esteelauder.com.mx](http://www.esteelauder.com.mx), [www.pupa.it](http://www.pupa.it) e [www.maccosmetics.com.mx](http://www.maccosmetics.com.mx).

<sup>269</sup> Sobre esse tema, consulte a Ley General de la Salud e o Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios.

## **OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO MODA E CUIDADOS PESSOAIS NO MÉXICO**

### **PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA O MÉXICO**

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

Para 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 dos exportadores brasileiros 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 mexicano e que 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.

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, como acordos comerciais, por exemplo.

### A. Produtos brasileiros com presença “A CONSOLIDAR” e “CONSOLIDADA” no México

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* e *consolidados* estão listados na Tabela 21. Dentre esses produtos, pode-se destacar o grupo de produtos de higiene pessoal e cosméticos, cujo valor importado pelo México, em 2009, foi de US\$ 280 milhões. Destaca-se também o grupo de produtos de couro, devido ao valor exportado pelo Brasil para o mercado mexicano, que foi de US\$ 51,2 milhões, em 2009. Destaca-se ainda o grupo de artigos de joalheria de metais preciosos por causa do crescimento da participação do Brasil no México, entre 2004 e 2009, que foi de 39,23%.

**Tabela 21 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença *a consolidar* e *consolidada* no país**

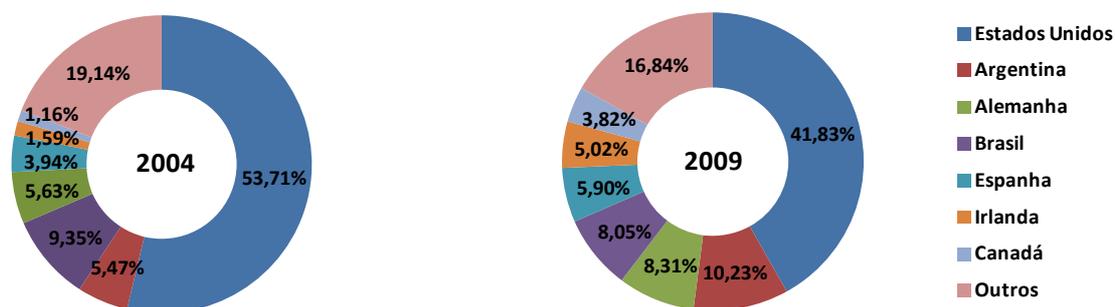
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Higiene pessoal e cosméticos	14	279.874.932	22.534.700	12,50	8,05	4,20	Estados Unidos	41,83	A consolidar
Artigos de joalheria de metais preciosos	1	3.065.664	310.602	39,23	10,13	1,13	Estados Unidos	73,52	A consolidar
Couro	12	237.900.569	51.237.309	14,76	21,54	-24,16	Estados Unidos	34,39	A consolidar
Produtos do couro	5	104.259.947	7.276.751	7,17	6,98	-19,10	Estados Unidos	54,32	A consolidar
Chapéus e semelhantes	1	1.370.959	22.878	-28,30	1,67	30,84	Bolívia	48,95	A consolidar
Confecções	21	268.576.762	21.801.023	22,24	8,12	-5,70	Estados Unidos	55,98	A consolidar
Demais produtos têxteis	15	168.929.047	9.004.919	54,28	5,33	9,14	Estados Unidos	76,46	A consolidar
Fios de algodão	2	1.510.985	717.652	13,42	47,50	-14,02	França	23,98	Consolidado
Fios sintéticos ou artificiais	6	58.190.840	2.320.959	0,85	3,99	10,20	Estados Unidos	48,64	A consolidar
Tecidos de algodão	28	216.777.631	11.165.422	-2,95	5,15	-6,23	Estados Unidos	52,18	A consolidar

\* taxa média anual de crescimento

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

Há oportunidades para sabões de toucador, incluídos os de uso medicinal; desodorantes; produtos para higiene bucal ou dentária; preparações capilares; dentifrícios; sabonetes e preparações para limpeza da pele; óleo essencial de laranja; produtos de maquiagem para os lábios; soluções de óleos essenciais; fio dental; produtos para tratamento capilar; resinoides. Nesse grupo de produtos, os itens mais importados pelo México provenientes do Brasil foram *Sabões, produtos ou preparações tensoativos de toucador, incluídos os de uso medicinal*, responsável por 31,88% do total importado do grupo; *Desodorantes corporais e antiperspirantes*, com 19,28% do total do grupo; e *Outras preparações para higiene bucal ou dentária*, correspondente a 14,13% do total importado do Brasil do grupo de produtos de higiene pessoal e cosméticos. O Gráfico 32 mostra os principais fornecedores para o México dessas mercadorias, em 2009, e sua posição no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 32 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Higiene pessoal e cosméticos* para o México (2004 e 2009)**



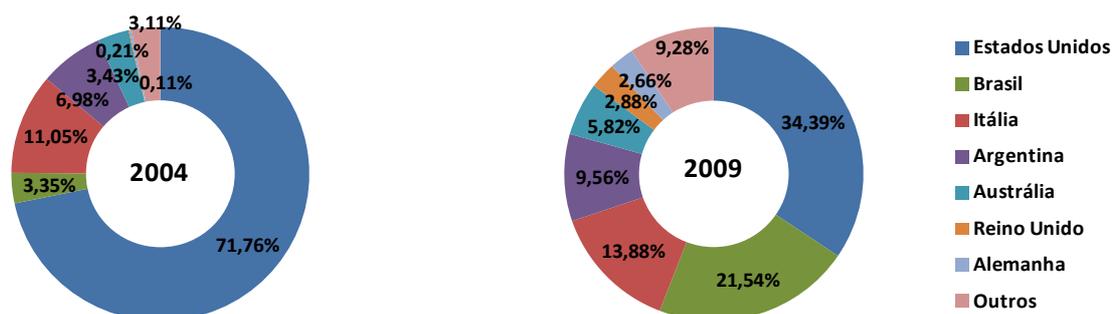
Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A partir da análise do gráfico, percebe-se que os Estados Unidos, apesar de terem diminuído sua participação, permaneceram sendo o principal fornecedor desses produtos para o México. A Irlanda e o Canadá ampliaram suas participações no mercado mexicano, deslocando a participação do Chile e da França, comparando-se os anos de 2004 e 2009. O Brasil ampliou sua participação naquele mercado, apresentando taxa média de crescimento de 12,50% no período analisado, aumentando de US\$ 12,5 milhões, em 2004, para US\$ 22,5 milhões, no último ano analisado.

No ano de 2009, de acordo com informações do MDIC, 65 empresas brasileiras exportaram produtos do grupo *Higiene pessoal e cosméticos* para o México. A maioria dessas empresas era de grande (49,23%) e de médio (35,38%) porte, tendo sido registrado ainda participação de micro e pequenas empresas nessas exportações, que inclusive não se encontram altamente concentradas em poucas empresas.

Destacam-se também as oportunidades para couros e peles, incluídas as ilhargas, de bovinos ou equídeos, preparados após curtimento ou secagem; couros e peles inteiros; couros e peles depilados em estado seco; couros e peles envernizados, revestidos e metalizados; couro reconstituído; couros e peles acamurçados. Nesse grupo de produtos, o item *Outros couros e peles, incluídas as ilhargas, de bovinos ou de equídeos, preparados após curtimenta ou secagem* foi responsável por 51,80% das importações mexicanas provenientes do Brasil. O Gráfico 33 evidencia os principais fornecedores, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 33 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Couro* para o México (2004 e 2009)**



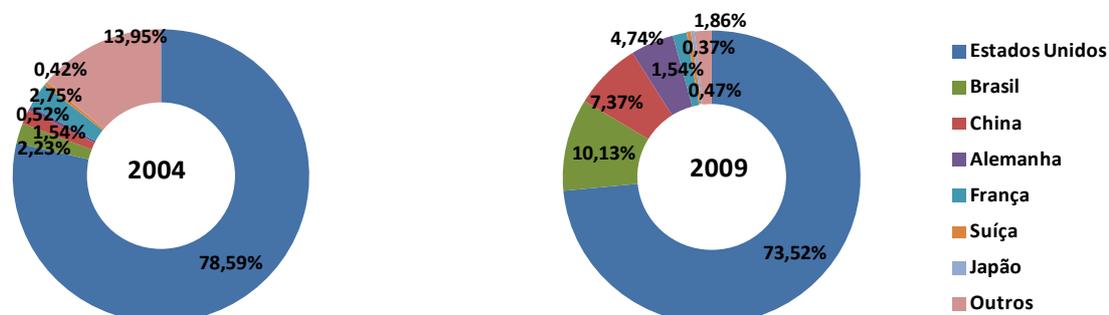
Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A análise do gráfico mostra acentuada diminuição da participação dos Estados Unidos, principal fornecedor de couro, comparando-se os anos de 2004 e 2009. Com isso, pode-se perceber o aumento da participação dos demais fornecedores no mercado mexicano. O Brasil, que em 2004 havia sido o quinto maior fornecedor, com US\$ 25,7 milhões em exportações desses produtos para o México, saltou para a segunda posição em 2009, com US\$ 51,2 milhões exportados para o mercado mexicano, revelando crescimento de 14,76% no período analisado.

Segundo dados do MDIC, no ano de 2009, 24 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o México. Essas empresas eram predominantemente de grande (54,17%) e de médio (29,17%) porte. Foram registradas ainda exportações de micro (12,50%) e pequenas (4,17%) empresas. O valor das vendas brasileiras desses produtos se encontram concentradas em poucas empresas.

Ainda podem ser destacadas oportunidades para *Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos*. O Gráfico 34 evidencia os principais fornecedores desses produtos, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 34 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Artigos de joalheria de metais preciosos* para o México (2004 e 2009)**



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

Por meio da análise do gráfico, percebe-se que também para esse grupo de produtos os Estados Unidos permaneceram sendo o principal fornecedor para o mercado mexicano, tanto em 2004 quanto em 2009. É interessante notar que a Alemanha e a Suíça, que em 2004 não estavam entre os principais fornecedores desses produtos para o país, deslocaram, em 2009, a participação da Espanha e do Peru nesse mercado. O Brasil apresentou taxa média de crescimento das exportações desses produtos para o México de 39,23% no período analisado, saltando de quinto para segundo maior fornecedor.

No ano de 2009, a partir de dados fornecidos pelo MDIC, percebe-se que 30 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o mercado mexicano e se percebe concentração no valor dessas exportações em poucas empresas. Entre essas empresas, a maioria era de médio (36,67%) e de pequeno (36,66%) porte, embora se perceba também a participação de micro (20,00%) e grandes (6,67%) empresas brasileiras que exportaram esses produtos no referido ano.

#### **B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO”, “EM RISCO” e DESVIO DE COMÉRCIO no México**

Os produtos classificados como *em declínio* apresentaram US\$ 22,1 milhões, em importações feitas pelo México, e US\$ 868 mil em exportações brasileiras para aquele mercado. Embora a posição do Brasil seja desfavorável, se comparada ao avanço apresentado pelos concorrentes no mercado, mesmo com a diminuição nas exportações brasileiras desses produtos para o mercado mexicano essas exportações merecem atenção, pois reúnem produtos de empresas brasileiras que apresentam estrutura para enfrentar a competição internacional. Para os produtos desse complexo, os principais concorrentes foram a China, a Espanha e a Índia. É necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que promovam a continuidade da participação brasileira, a contenção do declínio e, quiçá, a retomada do crescimento no mercado mexicano. A queda mais acentuada nas vendas brasileiras no período analisado (2004-2009) foi registrada no grupo *Pedras preciosas e semipreciosas*.

Os produtos do grupo *Calçados*, agrupados sob a classificação *desvio de comércio*, registraram US\$ 427 milhões em importações feitas pelo México, em 2009, e somente US\$ 21 milhões em exportações brasileiras para esse mercado no referido ano. Destaca-se que os maiores valores de importação são de calçados de couro e de borracha e que os principais concorrentes são os países asiáticos.

**Tabela 22 - Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença *em declínio*, *em risco* e *desvio de comércio* no país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Calçados	13	426.883.679	21.400.985	-21,74	5,01	10,43	Vietnã	41,95	Desvio de comércio
Partes de calçados	3	14.122.065	352.319	-38,67	2,49	-6,91	China	42,97	Em declínio
Demais metais e pedras preciosas	3	4.123.358	351.088	-7,10	8,51	18,91	Espanha	49,00	Em declínio
Pedras preciosas e semipreciosas	2	3.877.091	164.385	-15,47	4,24	-17,64	Índia	32,98	Em declínio
Sisal em fibras, cordas e cabos	2	15.229	277	-86,63	1,82	-23,17	Estados Unidos	27,53	Em risco

\* taxa média anual de crescimento

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

Já o grupo de produtos *Sisal em fibras, cordas e cabos* foi classificado como “em risco”, e para esses produtos também devem ser desenvolvidas estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira e, mesmo, seu aumento no mercado mexicano.

Nesta seção, serão apresentados os produtos relacionados ao complexo *Multissetorial e Outros*, que abrange os subgrupos de produtos que podem ser incluídos em mais de um complexo ou que pertençam a outro complexo não listado anteriormente, como é o caso de *Tecnologia e Saúde e Entretenimento*. A seguir serão destacados alguns setores de maior relevância para a economia mexicana ligados a esse complexo.

No México, um importante setor da economia é o mineral, que, em 2009, representou cerca de 9,7% do PIB do país, e que possui um enorme potencial de exploração e desenvolvimento. Estima-se que grande parte do território mexicano apresenta condições geológicas favoráveis para o acesso a reservas minerais e que somente 20% desse potencial já tenha sido explorado.

A indústria do petróleo é a maior do México. Em 2010, o país foi o sétimo maior produtor mundial, produzindo cerca de 3 milhões de barris por dia. O México é o segundo maior fornecedor de petróleo para os Estados Unidos e é ainda um grande produtor de gás natural.

Outro segmento que se destaca no país é o de telecomunicações e de infraestrutura digital, que tem apresentado crescimento nos últimos anos. O número de telefones celulares no México aumentou de 47,1 milhões, em 2005, para 88,9 milhões, em 2010. Os lares mexicanos com acesso à internet de banda larga subiram de 1,9 milhões, em 2005, para 11,8 milhões, em 2010, o que representa, ainda, somente 10,8% da população. As principais feiras ligadas ao segmento de telecomunicações no México são: Expo Tecnología de Negocios, que acontece em março, em Monterrey; BCI Aerospace, no mês de outubro, em Guadalajara; Midia Up Front, na Cidade do México, em agosto; Expo Canitec, no mês de maio, em Monterrey.

Os indicadores de saúde do México são considerados bons quando comparados aos demais países da América Latina, porém ainda estão bem abaixo dos registrados na maioria dos países do OCDE. As autoridades mexicanas estão empenhadas em empreender esforços para fornecer acesso universal da população aos serviços básicos de saúde. O nível dos gastos com as despesas públicas de saúde aumentou nos últimos anos, embora ainda existam grandes disparidades entres os estados do norte, que são mais ricos, e os estados do sul que são mais pobres. Em 2005, a despesa mexicana com serviços de saúde girou em torno de 6,4% do PIB, ou algo em torno de US\$ 675 por habitante. O valor de investimento em saúde deverá subir para 7% do PIB. O envelhecimento da população, o crescimento da procura por planos de saúde e os programas governamentais para acesso à saúde têm favorecido o aumento da demanda por serviços de saúde e, conseqüentemente, por produtos para esse fim.

Outro segmento que vem se destacando no México é o de franquias, que registrou crescimento de 8%, em 2009, e de 10%, em 2010, e que posicionou o país em sétimo lugar no mundo em número de franquias. De acordo com informações da Associação Mexicana de Franquias (AMF)<sup>270</sup>, o país tem cerca de 900 estabelecimentos que funcionam como franquia em mais de 70 segmentos diferentes. Esses estabelecimentos estão concentrados principalmente na Cidade do México, em Monterrey e em Guadalajara. É importante destacar que 70% dessas franquias são de origem mexicana, 24% originadas dos Estados Unidos, 4% da Espanha e 1% do Canadá e do Brasil. Os segmentos que mais se destacam para atuação das franquias no México são: educação, entretenimento, cuidados pessoais e alimentação. Este último segmento movimenta cerca de US\$ 2 bilhões ao ano e é composto majoritariamente de pizzarias (37%) e lanchonetes de *fast-food* (30%). As principais feiras mexicanas de franquias são a Feria de Franquicias de Guadalajara, que acontece em junho, e a Mexico International Franchise Fair, que acontece, em março, na Cidade do México.

O complexo *Entretenimento*, que reúne instrumentos musicais e obras de arte, tais como quadros e antiguidades, representou, em 2009, 0,03% do total comprado pelo México do mundo, o que equivale a US\$ 76 milhões. Os produtos mais importados pelo México desse complexo foram: órgãos, guitarras e acordeões; tambores, caixas, xilofones, pratos, castanholas e maracás; e instrumentos musicais de teclado, cujo som é produzido ou amplificado por meios elétricos, exceto acordeões.

O complexo *Tecnologia e Saúde* registrou US\$ 23 bilhões em compras externas mexicanas no ano de 2009, o equivalente a 9,8% do total que o país importou do mundo. Entre os principais produtos comprados destacam-se: medicamentos; aparelhos e instrumentos ópticos; produtos químicos; instrumentos para medicina, cirurgia e veterinária.

Por fim, as importações do México do complexo *Multissetorial e Outros* representaram, em 2009, 16,6% do total das importações do México, ou seja, US\$ 38,9 bilhões. Os principais produtos importados pelo México desse complexo, em 2009, foram: óleos leves de petróleo ou de minerais betuminosos e preparações, exceto desperdícios; outros óleos de petróleo ou de minerais betuminosos e preparações, exceto desperdícios; gás natural no estado gasoso; chapas e tiras, de ligas alumínio, de espessura > 0,2mm, de forma quadrada ou retangular; e caixas de papel ou cartão, ondulados (canelados).

No que tange às importações mexicanas provenientes do Brasil, merece destaque a participação brasileira no total importado pelo México do complexo *Multissetorial e Outros*, de 1,0% em 2009. Nesse ano, foram comprados do Brasil US\$ 392,9 milhões, notadamente de pasta química de madeira de não conífera, à soda ou sulfato, semibranqueada ou branqueada; óleos leves de petróleo ou de minerais betuminosos e preparações, exceto desperdícios; minérios de ferro aglomerados e seus concentrados;

---

<sup>270</sup> Disponível em: [www.franquiciasdemexico.org](http://www.franquiciasdemexico.org).

ferro fundido bruto não ligado, contendo, em peso =< 0,5% de fósforo; e ligas de alumínio, em formas brutas.

## **OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS DO COMPLEXO *MULTISSETORIAL E OUTROS* NO MÉXICO**

### **PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES *INCIPIENTES* PARA O MÉXICO**

Foram identificadas oportunidades no México para produtos do complexo *Multissetorial e Outros* que ainda não são exploradas ou que são trabalhadas de modo inicial. Daí o termo “incipiente”, que designa os produtos com essas características. Três grupos de produtos foram selecionados a partir desses filtros e estão listados na Tabela 23. As importações mexicanas desses produtos totalizaram US\$ 3,9 bilhões e, embora a presença de produtos brasileiros desses grupos no mercado mexicano ainda seja muito pequena ou quase inexistente, há potencial para desenvolvimento, já que para a seleção dessas oportunidades leva-se em consideração o crescimento das importações dessas mercadorias pelo México ao longo de seis anos (2004-2009), a especialidade brasileira na exportação desses produtos e, ainda, se a pauta de importação do México e de exportação do Brasil são complementares.

**Tabela 23 - Grupo de produtos brasileiros com exportações incipientes “a desenvolver” para o México**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Crescimento* das importações do México 2004 - 2009 (%)
Colas e enzimas	14	528.958.835	4,33
Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	14	1.344.964.508	7,86
Produtos laminados planos de ferro ou aço	57	2.060.144.177	5,96

\* taxa média anual de crescimento

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

Por causa do valor importado, em 2009, merecem destaque as importações do grupo *Produtos laminados planos de ferro ou aço*, embora a participação brasileira seja pequena (0,2%), especialmente para produtos laminados planos galvanizados eletronicamente, laminados a quente, não folheados nem revestidos, de aços inoxidáveis, chapeados ou revestidos, entre outros. As importações do grupo *Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio*, com especial destaque para *Outras barras e perfis de ligas de alumínio, folhas e tiras de alumínio e perfis ocos de ligas de alumínio*, apesar de as importações desses itens provenientes do Brasil representarem somente 0,02% do total importado desses produtos pelo México.

## PRODUTOS BRASILEIROS COM EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS PARA O MÉXICO

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

Para 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 dos exportadores brasileiros 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 mexicano e que 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.

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, como acordos comerciais, por exemplo.

## A. Produtos brasileiros com presença “A CONSOLIDAR” e “CONSOLIDADA” no México

Os grupos de produtos classificados como *a consolidar* e *consolidados* estão listados na Tabela 24. Dentre esses produtos, pode-se destacar *Produtos químicos orgânicos* e *Ligas de alumínio*, cujos valores importados pelo México, em 2009, foram US\$ 1,3 bilhão e US\$ 479 milhões, respectivamente. Destacam-se também os grupos *Produtos farmacêuticos* e *Celulose* pelos valores exportados pelo Brasil, em 2009, que foram US\$ 71,3 milhões e US\$ 76 milhões. Sobressaem-se ainda os grupos *Minérios de manganês*, *Colas e enzimas* e *Papel e suas obras* pelo crescimento da participação do Brasil no mercado mexicano entre 2004 e 2009.

**Tabela 24 - Grupos de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença *a consolidar* e *consolidada* no país**

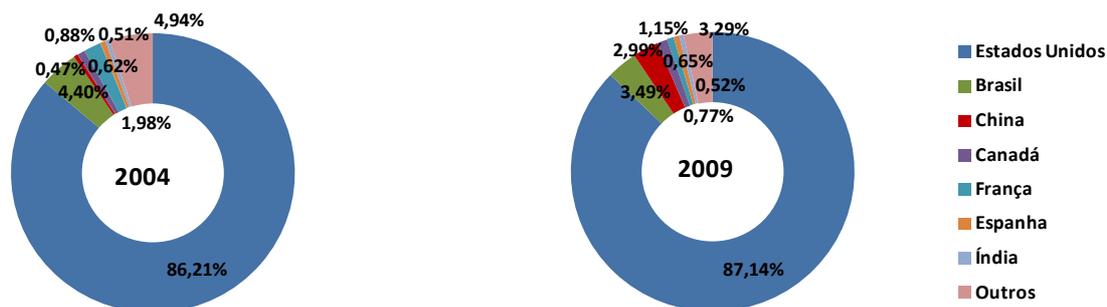
Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Demais produtos de borracha e suas obras	12	99.877.704	3.466.554	4,85	3,47	0,80	Estados Unidos	67,70	A consolidar
Colas e enzimas	1	45.927.276	1.526.916	169,12	3,32	5,08	Estados Unidos	71,26	A consolidar
Alumínio em bruto	1	242.017.069	6.587.846	-14,91	2,72	1,72	Venezuela	43,95	A consolidar
Demais produtos de metais não-ferrosos	7	32.751.586	569.630	-10,94	1,74	15,36	Estados Unidos	64,67	A consolidar
Ligas de alumínio	1	478.415.023	20.804.262	-5,70	4,35	-1,60	Estados Unidos	46,18	A consolidar
Papel e suas obras	14	265.273.852	21.388.856	17,47	8,06	-1,79	Estados Unidos	48,95	A consolidar
Celulose	1	180.112.684	76.033.460	4,69	42,21	7,05	Estados Unidos	47,48	Consolidado
Minérios de manganês	1	24.539.355	4.330.729	219,95	17,65	7,05	Austrália	70,60	A consolidar
Ferro fundido bruto e ferro "spiegel" (ferro gusa)	3	47.884.947	23.762.282	-18,69	49,62	-6,78	Itália	14,06	Consolidado
Ferro-ligas	5	50.534.170	20.433.933	7,90	40,44	-2,28	Estados Unidos	20,62	Consolidado
Produtos para fotografia	6	217.278.349	7.121.306	3,64	3,28	4,28	Estados Unidos	61,59	A consolidar
Instrumentos, apars.de ótica, precisão, partes, peças	18	428.622.554	33.433.816	13,33	7,80	1,70	Estados Unidos	57,52	A consolidar
Produtos farmacêuticos	8	2.497.666.768	71.328.474	9,45	2,86	8,26	Estados Unidos	27,06	A consolidar
Demais produtos químicos	15	179.228.554	20.847.394	0,75	11,63	-7,42	Estados Unidos	39,20	A consolidar
Produtos químicos orgânicos	28	1.262.950.280	44.082.778	7,08	3,49	12,35	Estados Unidos	87,14	A consolidar

\* taxa média anual de crescimento

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

Há oportunidades para *Lisina e seus ésteres e sais; Ácido cítrico; Ácido adípico, seus sais e ésteres; Ácido salicílico e seus sais; Manitol; Propeno (propileno) não saturado; Acetato de etila; Ácido glutâmico e seus sais; Ureínas, seus derivados e sais; Butanona (metiletilcetona)*, entre outros produtos químicos orgânicos. Nesse grupo de produtos, os itens mais importados pelo México provenientes do Brasil foram *Lisina e seus ésteres e sais* e *Ácido cítrico*, com 40,00% e com 13,52%, respectivamente, do total referente a esse grupo de produtos. O Gráfico 35 mostra os principais fornecedores para o México dessas mercadorias, em 2009, e sua posição no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 35 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Produtos químicos orgânicos* para o México (2004 e 2009)**



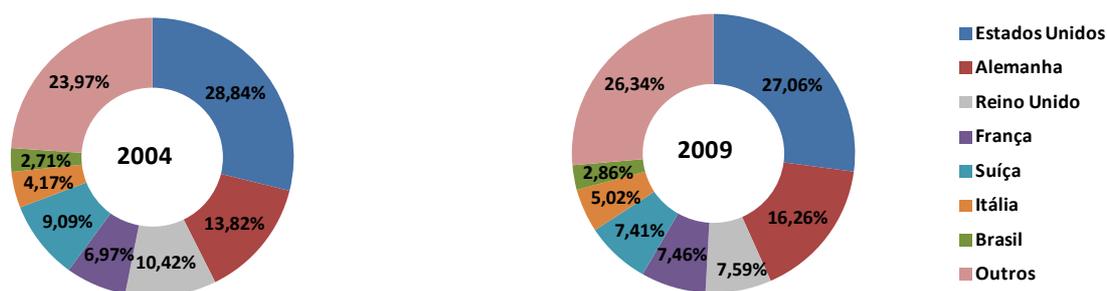
Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A partir da análise do gráfico, percebe-se que os Estados Unidos permaneceram sendo o principal fornecedor para o México desses produtos, apresentando taxa média de crescimento de 12,38% entre 2004 e 2009. A China apresentou taxa média de crescimento de 62,52% no período analisado, saltando de décimo maior fornecedor, em 2004, para a terceira posição, em 2009. O Brasil permaneceu sendo o segundo principal fornecedor desses produtos para o mercado mexicano e ampliou o valor de suas exportações de US\$ 31 milhões, em 2004, para US\$ 44 milhões, no último ano analisado.

No ano de 2009, de acordo com informações do MDIC, 77 empresas brasileiras exportaram os itens do grupo *Produtos químicos orgânicos* para o México. A maioria dessas empresas (51,95%) era de grande porte, embora tenha havido participação também de médias, micro e pequenas empresas nessas exportações, que inclusive não se encontram concentradas em poucas empresas.

Destacam-se também as oportunidades para medicamentos para vendas a retalho contendo produtos misturados para fins terapêuticos ou profiláticos, contendo outros hormônios ou derivados não antibióticos, contendo outros antibióticos, contendo vitaminas ou provitaminas, contendo alcaloides ou seus derivados; preparações químicas contraceptivas à base de hormônios ou de espermicidas; e categutes esterilizados e materiais esterilizados semelhantes para suturas cirúrgicas. Nesse grupo, o item *Outros medicamentos contendo produtos misturados, para fins terapêuticos ou profiláticos, em doses, para venda a retalho* foi responsável por 60,51% das importações mexicanas provenientes do Brasil. O Gráfico 36 evidencia os principais fornecedores, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

**Gráfico 36 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Produtos farmacêuticos* para o México (2004 e 2009)**



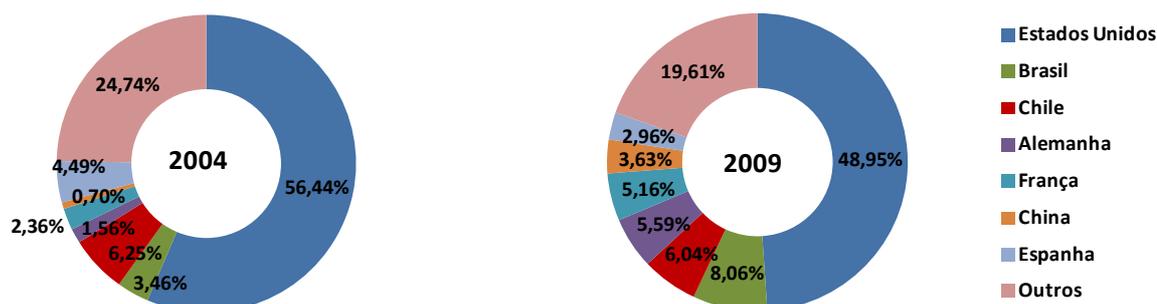
Fonte: UICC Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

A análise do gráfico mostra que os principais fornecedores desses produtos para o México, em 2004, permaneceram sendo os principais fornecedores em 2009. O Brasil, que no primeiro ano analisado havia exportado US\$ 45,4 milhões em produtos desse grupo para o México, exportou no último ano analisado US\$ 71,3 milhões, revelando uma taxa média de crescimento de 9,45%, ou seja, com crescimento maior que a média dos demais concorrentes no mercado mexicano.

Segundo dados do MDIC, no ano de 2009, 48 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o México. Essas empresas eram de grande (68,75%) e de médio (31,25%) porte. As vendas brasileiras desses produtos não se encontram concentradas em poucas empresas.

Ainda podem ser destacadas oportunidades para papéis contendo fibras obtidas por processos mecânicos; outros papéis e cartões branqueados, revestidos, impregnados ou recobertos de plástico; outros papéis e cartões *kraft*, em rolos ou folhas; papel para cigarros, em rolos, entre outros. Nesse grupo de produtos, o item mais importado pelo México proveniente do Brasil foi *Papéis contendo fibras obtidas por processo mecânico, de peso maior ou igual a 40g/m<sup>2</sup>, mas não maior que 150g/m<sup>2</sup>, em folhas*, responsável por 49,80% do total. O Gráfico 37 evidencia os principais fornecedores desses produtos, em 2009, e a posição deles no mercado mexicano, em 2004.

Gráfico 37 - Participação de mercado dos principais fornecedores de *Papel e suas obras* para o México (2004 e 2009)



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

Por meio da análise do gráfico, percebe-se que à exceção dos Estados Unidos, Brasil e Chile, houve mudança nos principais fornecedores, comparando-se os anos de 2004 e 2009. Alemanha, França e China ampliaram sua participação no mercado mexicano, deslocando Canadá, Suécia e Colômbia. O Brasil saltou de quinto maior fornecedor, em 2004, para segundo maior fornecedor, em 2009, apresentando taxa média de crescimento de 17,47% no período. No primeiro ano analisado, as exportações brasileiras de produtos do grupo papel e suas obras haviam sido de US\$ 9,5 milhões, subindo para US\$ 21,3 milhões no último ano analisado.

No ano de 2009, a partir de dados fornecidos pelo MDIC, percebe-se que 121 empresas brasileiras exportaram esses produtos para o mercado mexicano e não se percebe concentração no valor dessas exportações em poucas empresas. Dentre essas empresas, a maioria (69,42%) era de grande porte, embora perceba-se também a participação de médias (19,83%), micro (6,61%) e pequenas (4,13%) empresas brasileiras que exportaram esses produtos no referido ano.

#### **B. Produtos brasileiros com presença “EM DECLÍNIO”, “EM RISCO” e “DESVIO DE COMÉRCIO” no México**

Os produtos classificados como *em declínio* apresentaram US\$ 845,5 milhões em importações feitas pelo México e US\$ 46,6 milhões em exportações brasileiras para o mercado mexicano. Embora a posição do Brasil seja desfavorável, se comparado ao avanço apresentado pelos concorrentes no mercado, mesmo com a diminuição nas exportações brasileiras desses produtos para o mercado mexicano essas exportações merecem atenção, pois reúnem produtos de empresas brasileiras que apresentam estrutura para enfrentar a competição internacional. A concorrência com os Estados Unidos, principal parceiro e membro do Nafta, e com a China, que compete com preços baixos, são os principais obstáculos a serem contornados. Por isso, é necessário desenvolver estratégias de promoção comercial que promovam a continuidade da participação brasileira, a contenção do declínio e, quiçá, a retomada do crescimento no mercado mexicano.

A queda mais acentuada nas vendas brasileiras no período analisado (2004-2009) foi registrada no grupo *Demais produtos metalúrgicos*.

Os produtos agrupados sob a classificação *desvio de comércio* registraram US\$ 1,8 bilhão em importações feitas pelo México, em 2009, e somente US\$ 34,5 milhões em exportações brasileiras para esse mercado no referido ano. Destaca-se o valor das importações mexicanas de produtos laminados de ferro ou aço, que representou 85,29% do total importado sob essa classificação, e cuja participação brasileira foi de apenas 1,70%, tendo sofrido queda de -22,72% no período analisado. Essa situação pode ser explicada pela situação favorável dos Estados Unidos no mercado, devido ao Nafta.

**Tabela 25 - Grupo de produtos brasileiros com exportações expressivas para o México e presença em declínio, em risco e desvio de comércio no país**

Grupo de produtos	Nº de produtos (SH6) no grupo	Valor das importações do México 2009 (US\$)	Valor das exportações brasileiras para o México 2009 (US\$)	Crescimento* das exportações brasileiras para o México 2004-2009 (%)	Participação brasileira nas importações mexicanas 2009 (%)	Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil no México 2004-2009 (%)	Principal concorrente do Brasil no mercado mexicano 2009	Participação do principal concorrente nas importações do México 2009 (%)	Classificação das exportações brasileiras para o México
Demais produtos metalúrgicos	23	478.708.281	18.936.138	-20,02	3,96	-0,75	Estados Unidos	55,24	Em declínio
Fio-máquinas e barras de ferro ou aço	7	272.451.761	7.680.341	-25,49	2,82	-8,31	Estados Unidos	49,72	Desvio de comércio
Produtos laminados de ferro ou aço	24	1.580.135.520	26.835.770	-22,72	1,70	5,74	Estados Unidos	45,41	Desvio de comércio
Minérios de ferro	2	75.846.792	44.654.021	-16,55	58,87	-9,48	Peru	7,73	Em risco
Produtos semimanufaturados de ferro ou aço	3	284.025.102	22.404.905	-17,48	7,89	23,48	Reino Unido	52,04	Em declínio
Instrumentos musicais	1	8.915.006	25.404	-20,63	0,28	9,70	China	47,97	Em declínio
Obras de arte	1	1.009.945	27.176	-9,73	2,69	14,99	Países Baixos	50,47	Em declínio
Produtos químicos inorgânicos	15	72.802.864	4.900.396	-4,10	6,73	2,95	China	47,59	Em declínio

\* taxa média anual de crescimento

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

Já o grupo de produtos *Minérios de ferro* foi classificado como “em risco”, e para esse também devem ser desenvolvidas estratégias de promoção comercial que permitam a continuidade da participação brasileira e, mesmo, seu aumento no mercado mexicano.

## 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 do mundo nos últimos seis anos. Esses produtos são separados em dois grupos: produtos com exportações expressivas e produtos com exportações incipientes.

Para identificar quais produtos têm exportações expressivas, são realizados 3 passos, na ordem estabelecida abaixo :

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

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

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

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

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

## **Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações expressivas**

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

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

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

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

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

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

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

- A especialização do Brasil na exportação de produtos daquele grupo em relação à especialização exportadora do principal concorrente, definida a partir do cálculo da Vantagem Comparativa Revelada (VCR) de cada país<sup>271</sup>.

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

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

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

Um grupo de produto está “em declínio” se não há diferença de especialização na exportação entre o Brasil e o principal concorrente ( $VCR_{BR} > 1$  e  $VCR_{Conc.} > 1$  ou  $VCR_{BR} < 1$  e  $VCR_{Conc.} < 1$ ) e a variação média das exportações brasileiras é negativa. A situação de declínio também acontece quando, ao mesmo tempo, o crescimento das exportações do Brasil é positivo, porém inferior a 15%<sup>272</sup> e a taxa de crescimento dos concorrentes é o dobro da taxa de crescimento brasileira.

Nos grupos de produtos classificados como “a consolidar”, a participação do Brasil no mercado-alvo é inferior a 30%, mas as exportações brasileiras acompanham o ritmo dos concorrentes ou são mais

---

<sup>271</sup> A VCR é calculada pela participação do grupo de produtos nas exportações totais brasileiras para o mundo em relação à participação do mesmo grupo nas exportações mundiais totais.

<sup>272</sup> A taxa média anual de crescimento abaixo de 15% foi definida como valor máximo para um grupo caracterizar-se como “em declínio” porque, acumulada em um período de seis anos, representa um crescimento total de aproximadamente 100% no valor exportado pelo Brasil. Assim, ainda que a taxa de crescimento das exportações brasileiras seja menos da metade da taxa dos concorrentes, considera-se que a variação total das vendas do Brasil para o mercado foram significativas, e o grupo de produtos não poderia ser caracterizado como “em declínio”.

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

Da mesma forma que os grupos de produtos, os subgrupos “a consolidar” são considerados como as principais oportunidades para as exportações brasileiras. Neste caso, são levantados os produtos, representados por códigos SH6, mais significativos. Para isso, utilizam-se duas variáveis:

1 - Contribuição de cada produto para o crescimento total das exportações brasileiras do subgrupo;

2 - Tendência de crescimento de cada produto. Essa tendência é calculada comparando-se o valor exportado pelo Brasil no último ano do período analisado com a média do valor exportado nos últimos três anos. Produtos que contribuíram para o crescimento de seu subgrupo mais que a média e que foram mais exportados no último ano do que na média dos últimos três anos são considerados mais determinantes para o desempenho positivo do subgrupo.

### **Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações incipientes**

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

Em primeiro lugar, determina-se o dinamismo do grupo de produtos. O dinamismo relaciona o desempenho das importações do mercado-alvo com as importações mundiais. Calcula-se a média entre as taxas de crescimento do primeiro e do último biênio do período em análise, tanto para as importações do mercado de um determinado grupo de produtos quanto para as importações mundiais totais. Essa média é calculada para minimizar os efeitos de grandes variações de valores ao longo do período, que podem ser causadas não por um aumento de quantidades importadas, mas por um aumento anormal de preços ou

pela inflação, por exemplo. O dinamismo do grupo de produtos no mercado será determinado pela comparação de sua média com a média das importações mundiais totais.

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

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

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

## **1.1. Órgãos oficiais**

### **1.1 No México**

#### **a) Representação diplomática e consular brasileira**

##### **Embaixada do Brasil**

Rua Lope de Armendáriz, 130 - Lomas de Virreyes.

Delegación Miguel Hidalgo. 11000

México, D.F. - México

Telefones: +52 (55) 5201-4531 / 5520-3286

Fax: +52 (55) 5520-4929

E-mail: [embrasil@brasil.org.mx](mailto:embrasil@brasil.org.mx)

Home page: [www.brasil.org.mx](http://www.brasil.org.mx)

Setor de Promoção Comercial

Rua Lope de Armendáriz, 130 - Lomas de Virreyes.

Delegación Miguel Hidalgo. 11000

México, D.F. - México

Telefone: +52 (55) 5202-7500 / 5520-3286

Fax: +52 (55) 5520-4929

E-mail: [secom@brasil.org.mx](mailto:secom@brasil.org.mx)

Home page: [www.brasil.org.mx](http://www.brasil.org.mx)

#### **b) Órgãos oficiais mexicanos**

##### **Banco Mexicano de Comércio Exterior**

Camino a Santa Teresa No. 1679, Col. Jardines del Pedregal

México, Distrito Federal

Telefones: +52 (55) 5481 6000 / 5449 9000

Fax: +52 (55) 5449 9028

E-mail: [bancomext@bancomext.gob.mx](mailto:bancomext@bancomext.gob.mx)

Home page: [www.bancomext.com](http://www.bancomext.com)

##### **Administración General de Aduanas**

Administración Central de Contabilidad y Glosa

Av. Hidalgo No. 77, Módulo IV, Piso 1

Col. Guerrero, Delegación Cuauhtémoc

06300, México, D.F.

##### **Secretaría de Economía**

Insurgentes Sur 1940 Piso 8

Col. Florida, Del. Álvaro Obregón

México, D.F.

Telefone: +52 (55) 5229-6100

##### **Secretaría de Economía - UPCI**

Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales

Insurgentes Sur 1940

Col. Florida, Del. Álvaro Obregón  
México, D.F.  
Teléfono: +52 (55) 5229-6100

**Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial**  
Periférico Sur N° 3106 Col. Jardines del Pedregal  
México, D.F.  
Módulo de información (Térreo)  
Teléfono: +52 (55) 5624-0400 Ext. 4748 e 4749  
Promoción  
Teléfono: +52 (55) 5624-0400 Ext. 4615 e 4616  
Patentes y Diseños Industriales  
Teléfono: +52 (55) 5624-0400 Ext. 4708  
Marcas  
Teléfono: +52 (55) 5624-0400 Ext. 4722  
Información Tecnológica  
Teléfono: +52 (55) 5624-0400 Ext. 4770

**Subsecretaría de Agricultura**  
Libre 377 Col. Santa Cruz Atoyac,  
Del. Benito Juárez P 2 B  
Teléfono: +52 (55) 9183-1000  
E-mail: sub\_agricultura@sagarpa.gob.mx

**Secretaría de Salud**  
Lleja No. 7, 1er. piso, Col. Juárez, Deleg. Cuauhtémoc  
Teléfonos: +52 (55) 5553-0758 / 5553-1353 / 5553-6967 / 5553-7017  
Fax: +52 (55) 5553-7917

### **c) Organismos de certificación de normas oficiales mexicanas**

**Dirección General de Normas - Secretaría de Economía**  
Av. Puente de Tecamachalco #6, Sección Fuentes  
Col. Lomas de Tecamachalco,  
Teléfono: +52 (55) 5729-9300  
Fax: +52 (55) 5520-9715

**Asociación de Normalización y Certificación - ANCE**  
Av. Lázaro Cárdenas 869, Col. Nueva Industrial Vallejo  
México, D.F.  
Teléfono: +52 (55) 5747-4550  
Fax: +52 (55) 5747-4560  
E-mail: mflores@ance.org.mx  
Home page: www.ance.org.mx

**Normalización y Certificación Electrónica - NYCE**  
Av. Lomas de Sotelo No. 1097, Col. Lomas de Sotelo

11200, México, D.F.  
Telephone: +52 (55) 5395-0777  
Fax: +52 (55) 5395-0700  
E-mail: nyce@nyce.org.mx  
Home page: www.nyce.org.mx

**Calidad Mexicana Certificada - CALMECAC**

José Vasconcelos No. 83, Col. San Miguel Chapultepec  
11850, México, D.F.  
Telephone: +52 (55) 5553-0571  
Fax: +52 (55) 5211-6702  
E-mail: info@calmecac.com.mx  
Home page: www.calmecac.com.mx

**Instituto Mexicano de Normalización y Certificación - IMNC**

Manuel María Contreras No. 133, Piso 6, Col. Cuauhtémoc  
06470, México, D.F.  
Telephone: +52 (55) 5566-4750 / 5546-4144  
Fax: +52 (55) 5705-3686  
E-mail: imnc@inetcorp.net.mx

**Sociedad Mexicana de Normalización y Certificación**

Cto. Geógrafos No. 20, Col. Cd. Satelite  
53101, Naucalpan de Juárez, Estado de México.  
Telephone: +52 (55) 5374-1402  
Fax: +52 (55) 5374-2037  
E-mail: normex@mail.ironhorse.com

**Société Générale de Surveillance de México, S.A. de C.V.**

División Internacional Certification Services. – SGS  
Ingenieros Militares No. 85, Piso 5, Col. Argentina  
Poniente  
11230, México, D.F.  
Telephone: +52 (55) 3003-4900  
Fax: +52 (55) 3003-4989  
E-mail: sgs\_mexico@sgsgroup.com  
Home page: www.sgsgroup.com

**Organismo Nacional de Normalización y Certificación de la Construcción y Edificación**

Constitución No. 50, Col. Escandón, 11800, México, Distrito Federal.  
Telephone/Fax: +52 (55) 5273-1991  
E-mail: certificación@mail.onncce.org.mx

**International Certification of Quality Systems - IQS**

Moras No. 533, Primer Piso, Col. Del Valle, 03100, México,  
Distrito Federal  
Telephone: +52 (55) 5524-3737 / 5534-4707  
Fax: +52 (55) 5534-1757  
E-mail: iqsiqs@www.bsmx.com

**Quality Management Institute**

Insurgentes Sur No. 586, 5º piso, Desp. 501, Col. Del Valle  
03100, México, D.F.

Telephone: +52 (55) 5536-9444

Fax: +52 (55) 5536-0147

E-mail: rmaqueda@qmi.com

Home page: www.qmi.com

**Factual Services**

Insurgentes Sur No. 594 - 303 - 304, Col. Del Valle  
03100, México, Distrito Federal

Telephone: +52 (55) 5543-8278

Fax: +52 (55) 5343-3454

E-mail: factual@compaq.net.mx

**BVQI Mexicana**

Ejercito Nacional No. 418, primer piso, Col. Chapultepec Morales  
México, Distrito Federal

Telephone: +52 (55) 5531-0671

Fax: +52 (55) 5531-8540

E-mail: irasema.ochoa@bureauveritas.com.mx

Home page: www.bureauveritas.com

**TUV Rheinland de México**

Av. Santa Fé No. 170, Oficina 2 - 4 - 10, Col. Lomas de Santa Fé  
01210, México, D.F.

Telephone: +52 (55) 8503-9940

Fax: +52 (55) 8503-9947

E-mail: bindlekofer@mex.tuv.com

**Asociación Española de Normalización y Certificación - AENOR**

Presidente Masaryk No. 473 (3º), Col. Polanco  
11510, México, D.F.

Telephone: +52 (55) 5280-7755

Fax: +52 (55) 5280-7880

**Underwriters Laboratories Inc. - UL**

Fuente de Pirámides No. 1 - 806, Col. Lomas de Tecamachalco  
53950, Naucalpan, Estado de México.

Telephone: +52 (55) 5294-7660

Fax: +52 (55) 5294-7969, 5294-7089

**International Quality Certifications - IQC**

Joselillo No. 6-A, Col. El Parque, 53390

Naucalpan, Estado de México

Telephones: +52 (55) 5557-9629 / 5557-5023 / 5557-5149

Fax: +52 (55) 5557-9629

**Lloyds Register Quality Assurance Inc.**

Torre Guía, Piso 2, Av. Morones Prieto No. 2805, Col. Lomas de San Francisco  
64710, Monterrey, Nuevo León

Telephone: +52 (81) 8399-0148  
Fax: +52 (81) 8399-0144  
E-mail: sergio.garza@lrqa.com

#### **Quality Solution Register**

Vicente Suárez No. 9, Col. Condesa, 06140,  
México, Distrito Federal  
Telephone/Fax: +52 (55) 5286-4991  
E-mail: qsr@qsr.com.mx  
Home page: www.qsr.com.mx

#### **México Q. S. A. G.**

Montecito No. 38, Piso 5, Oficina 23, Col. Nápoles, 03810  
México, Distrito Federal  
Telephone: +52 (55) 5488-3306  
Fax: +52 (55) 5488-3309  
E-mail: info@qsmexiko.com

#### **Det Norske Veritas México**

Insurgentes Sur No. 950, Piso 6, Col. Del Valle, 03100  
México, Distrito Federal  
Telephone: +52 (55) 5687-6600  
Fax: +52 (55) 5687-6692  
E-mail: raul.rocha@dnv.com

#### **LGAI México**

Av. De Las Fuentes No. 41 - A, 10º Piso, Col. Lomas de  
Tecamachalco, 53950, Naucalpan, Estado de México  
Telephone: +52 (55) 5294-9491 / 5294-7200  
Fax: +52 (55) 5293-1573  
E-mail: falvareza@terra.mx

#### **American Trust Register**

Paseo Hacienda de Echegaray No. 121, Col. Bosques de  
Echegaray, 53310  
Naucalpan, Estado de México  
Telephone: +52 (55) 5236-7384  
Fax: +52 (55) 5236-7284

### **1.2 No Brasil**

#### **a) Representação diplomática e consular do México**

##### **Embaixada do México**

SES Av. das Nações Q. 805 Lote 18  
70412-900 – Brasília - D.F.  
Telefones: (61) 3204-5200  
Fax: (61) 3204-5201  
E-mail: embamexbra@cabonet.com.br

Home page: [www.mexico.org.br](http://www.mexico.org.br)

**Escritório Comercial do México**

Rua Holanda, 14 - Jardim Europa

01446-900 São Paulo - SP

Telefone: (11) 3088-4811 / 3088-4257 / 3088-4725

Fax: (11) 3088-3941

E-mail: [cc-brasil@bancomext.gob.mx](mailto:cc-brasil@bancomext.gob.mx)

Home page: [www.bancomext.gob.mx](http://www.bancomext.gob.mx)

**Consulado-Geral do México no Rio de Janeiro**

Praia de Botafogo 242-301 – 3º Andar, Botafogo

22250-040 - Rio de Janeiro – RJ

Telefones: (21) 3262-3200

Fax: (21) 3262-3210

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

**Consulado-Geral do México em São Paulo**

Vistos de negócios e de trabalho

Rua Holanda Nº 274, Jardim Europa

01446-030 São Paulo - SP

Telefone: (11) 3081-4921/4721

Fax: (11) 3082-4319, 3088-7768

E-mail: [consulmex-sp@gobmex-sp.org.br](mailto:consulmex-sp@gobmex-sp.org.br)

### 3. Câmaras de comércio

#### No México

**Cámara de Industria y Comercio México - Brasil**

FFCC de Cuernavaca # 211 - 1er. Piso, Col. Chapultepec

Morales, Del. Miguel Hidalgo

11570 México, D.F.

Telefone: +52 (55) 5282-3164

Fax: +52 (55) 5280-7211

E-mail: [camebra-rp@webtelmex.net.mx](mailto:camebra-rp@webtelmex.net.mx)

Home page: [www.camebra.org.mx](http://www.camebra.org.mx)

#### No Brasil

**Câmara de Indústria, Comércio e Turismo Brasil - México**

Rua Prof. Carlos de Carvalho 28 - cj. 53

04531-080 São Paulo - SP

Telefone: (11) 3307-8041

Fax: (11) 3384-8041

Home page: [www.bramex.org.br](http://www.bramex.org.br)

**ANEXO 3: LISTA DE SH6 QUE TÊM EXPORTAÇÕES “EXPRESSIVAS”**

<b>SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS</b>									
040900	240120	290723	330119	391590	420610	481930	540784	640419	701919
080132	240391	290810	330130	392051	430219	482020	550410	640420	701931
090111	250200	290944	330190	392094	430390	482290	551299	640510	701939
090300	250490	290949	330410	392290	440710	520710	560110	640590	701940
090411	250620	291412	330520	392590	440729	520790	560121	640620	710310
090700	250621	291440	330590	400130	440810	520823	560221	640691	710399
100510	250629	291531	330610	400211	440839	520829	560394	640699	710590
110620	251400	291535	330620	400259	440890	520842	560721	650100	711320
110812	251611	291570	330690	400591	440910	520843	560890	680100	711510
110814	251612	291712	330720	400610	440920	520849	570190	680223	711620
120100	251690	291814	340111	400829	440929	520852	570292	680229	720110
120890	252220	291821	340130	400932	441021	520853	580122	680293	720120
120929	252400	291823	340510	400942	441111	520922	580136	680300	720150
130110	252490	292241	340530	401031	441119	520929	580219	680510	720221
130190	253010	292242	350300	401035	441192	520932	580632	680520	720229
130220	260111	292421	370130	401036	441214	520939	590699	681270	720280
150500	260112	292520	370199	401110	441219	520941	591131	681310	720293
151219	260200	292529	370232	401120	441222	520943	591132	681320	720299
151530	260600	293491	370254	401130	441229	520949	591140	681381	720429
151590	261590	293719	370710	401140	441232	520951	600532	681389	720510
152110	280469	300420	370790	401161	441239	520952	600533	681390	720712
160250	281810	300432	380130	401162	441294	521039	610462	690310	720720
170199	282110	300439	380290	401163	441299	521041	610831	690710	720825
170410	282200	300440	380400	401192	441300	521049	610891	690890	720826
170490	282420	300450	380510	401193	441700	521059	611190	691090	720827
180310	282490	300490	380590	401213	441820	521111	611511	691200	720836
180320	282611	300610	380610	401290	441830	521120	611520	700210	720837
180400	282619	300660	380820	401390	441871	521142	620791	700231	720838
180500	282620	310560	380830	401590	441872	521143	620891	700232	720839
180690	282760	320120	380890	410190	441879	521149	630222	700312	720851
190300	282990	320190	380892	410411	442090	521151	630229	700319	720852
190520	283090	320210	380899	410419	470329	521211	630232	700521	720916
190532	283321	320290	380992	410441	480254	521221	630260	700711	720917
190590	284800	320416	380993	410449	480256	530410	630532	700719	721012
200891	284920	320417	382450	410692	480257	530500	640220	700721	721050
200911	290122	320630	382590	410719	480262	530911	640291	700910	721061
200939	290129	320730	390519	410792	480431	530921	640299	701328	721119
200949	290219	320810	390750	410799	480439	531100	640330	701329	721129
210111	290243	321290	390760	411410	480591	540219	640351	701332	721391
210220	290244	321310	390940	411420	481159	540231	640359	701337	721491
210610	290515	321390	391220	411510	481320	540410	640391	701339	721499
220710	290542	330112	391231	420500	481610	540419	640399	701911	721610
230910	290543	330114	391290	420600	481840	540620	640411	701912	721621

**SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS**

721622	820110	841013	843229	846599	851110	870880	940381
721632	820120	841090	843230	846630	851140	870891	940389
721640	820130	841210	843240	846721	851190	870893	940560
721650	820160	841221	843280	846722	851220	870894	960330
721921	820190	841231	843290	846729	851240	870899	960610
721922	820210	841239	843351	846781	851610	871120	960629
722020	820240	841330	843352	846810	851679	871130	960630
722490	820291	841340	843359	846880	851712	871411	960910
722530	820310	841430	843510	847050	851718	871419	961380
722540	820411	841490	843590	847090	851719	871620	961700
722550	820520	841520	843610	847290	852321	880230	961800
722620	820530	841590	843710	847329	852330	880240	970600
722692	820551	841720	843780	847420	853210	900130	999999
722810	820730	841810	843820	847431	853225	900140	
722830	820750	841821	843830	847432	853590	900150	
722840	821110	841829	843850	847439	853630	900999	
722850	821191	841840	843890	847490	853649	901110	
722920	821192	841850	843910	847720	853810	901120	
730290	821210	841899	843991	847759	854011	901190	
730300	821220	841920	843999	847890	854091	901832	
730711	821300	841932	844110	847920	854340	901841	
730820	821410	841940	844130	847930	854511	901849	
731300	821420	842091	844180	848010	854519	902121	
731520	821490	842119	844316	848030	854520	902139	
731589	821510	842123	844330	848140	854590	902213	
731590	821520	842131	844390	848210	854610	902590	
732111	821591	842220	844831	848220	854620	902820	
732182	821599	842240	845011	848299	860719	902920	
732190	830120	842290	845090	848310	870190	902990	
732393	830260	842330	845210	848330	870210	903220	
732410	830910	842481	845230	850131	870322	920600	
732510	830990	842810	845310	850140	870323	930200	
732619	831120	842911	845320	850152	870431	930621	
732620	840211	842920	845390	850153	870600	940120	
740312	840290	842930	845530	850163	870710	940151	
741700	840682	842940	845710	850164	870790	940161	
741819	840690	842952	845730	850231	870810	940169	
750512	840732	842959	845910	850240	870830	940190	
760110	840734	843120	845921	850423	870831	940210	
760120	840790	843131	845940	850710	870839	940340	
761210	840820	843142	845961	850790	870850	940350	
761520	840991	843210	846210	850920	870860	940360	
811292	840999	843221	846592	850940	870870	940380	

**Organismos Internacionais**

- Banco Mundial
- ONU (UNCTAD, FAO)
- Fundo Monetário Internacional
- Organização Mundial do Comércio
- OCDE
- Organização dos Estados Americanos

**Órgãos Governamentais do México**

- Secretaría de Energía
- Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía
- Comisión Reguladora de Energía
- Portal del Desarrollo - México
- Consejo Mexicano para el Desarrollo Economico y Social
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)
- ProMéxico - Inversión y Comercio
- Presidencia de la República
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
- Secretaría de Economía
- SEDESOL: Secretaría de Desarrollo Social
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- Comisión Federal de Telecomunicaciones
- Secretaría de Turismo
- Cámara de Diputados
- Banco de México
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)
- Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca
- Programa Nacional de Infraestructura
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera
- Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios
- SNIIM - Sistema Nacional de Información de Mercados
- Servicio de Administración Tributaria
- Senado de la República
- COFEMER: Comisión Federal de Mejora Regulatoria
- Sistema de Información Arancelaria Vía Internet - SIAVI

**Câmaras e Associações Setoriais**

- Mexico Investment Summit 2011

- US-Mexico Business Council
- Organización Editorial Mexicana
- Fundación Mexicana para la salud, A.C.
- AMIIF: Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica
- Asociación Nacional de Fabricantes de Medicamentos
- ANIERM: Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana
- Cámara Nacional de la Industria Textil
- International Chamber of Commerce México - La organización mundial de las empresas
- Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Tijuana
- Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara
- Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco
- Cámara Nacional de la Industria de Transformación
- Cámara Nacional de la Industria del Vestido
- Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos
- Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción
- Cámara Nacional de Manufacturas Eléctricas
- Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos
- CANIFARMA: Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica
- Cámara Nacional de la Industria del Hierro y del Acero
- Cámara Nacional del Cemento
- Cámara Nacional de la Industria Panificadora (CANAINPA)
- Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión
- Cámara Nacional de Fabricantes de Envases Metálicos
- Cámara Nacional de Empresas de Consultoría
- Cámara Nacional de la Industria de Platería y Joyería
- Unión Nacional de Avicultores
- Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo
- Asociación Nacional de Industriales y Distribuidores para la Industria Gráfica
- Consejo Mexicano de la Carne
- Asociación Nacional de Proveedores de la Industria del Calzado
- Cámara Nacional de la Industria Gráfica
- Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas
- Confederación de Porcicultores Mexicanos
- Consejo Nacional Agropecuario
- Asociación Nacional de Proveedores Profesionales de la industria del Pan Repostería y Similares
- Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)
- ANTAD: Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales
- ANETIF: Asociación Nacional de Establecimientos

#### **Outras fontes**

- Euromonitor Internacional
- The Economist Intelligence Unit
- Global Trade Information Service
- Comtrade (ONU)
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
- U.S. Energy Information Administration (Mexico Energy Data, Statistics and Analysis - Oil, Gas, Electricity, Coal)
- PEMEX
- Sistema de Información Empresarial Mexicano
- Bolsa Mexicana de Valores
- Instituto Mexicano del Cemento y del Concreto
- CAD - Centro de Arquitectura y Diseño
- InfoAserca: Información económica y comercial para el sector agropecuario
- Fundar: Centro de Análisis e Investigación
- UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México
- Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
- Instituto Mora
- ITAM: Instituto Tecnológico Autónomo de México - Centro de Estudios de Competitividad
- Centro de investigación para el desarrollo en México
- El Colegio de México
- Centro de Investigación y Docencia Económicas
- Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales
- Mexico Fits



ApexBrasil