

**CHINA**

**PERFIL  
E  
OPORTUNIDADES  
COMERCIAIS**

2011

# Apex-Brasil

**MAURICIO BORGES**

Presidente

**ROGÉRIO BELLINI**

Diretor de Negócios

**ANA PAULA GUIMARÃES**

Diretora de Planejamento e Gestão

**MARCOS TADEU CAPUTI LÉLIS**

Coordenador da Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva (UICC)

**PATRÍCIA STEFFEN**

**RAFAELA ALVES ALBUQUERQUE**

**CAMILA FLORES ORTH**

Autoras do Estudo (UICC)

**JULIANY MICHELLE BRAGA DA SILVA**

**LORENA AUGUSTA MARINA DE MATOS**

**JEAN DE JESUS FERNANDES**

Colaboradores do Estudo (UICC)

SEDE

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,

CEP 70.040-020

Brasília – DF

Tel. 55 (61) 3426-0202

Fax. 55 (61) 3426-0263

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

© 2011 Apex-Brasil

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

## INTRODUÇÃO

Este estudo traça um breve perfil da China por meio da apresentação de seus panoramas econômico, político e comercial. A ênfase maior é dada às relações comerciais chinesas, principalmente àquelas estabelecidas com o Brasil.

Além de analisar os dados comerciais entre Brasil e China, este estudo apresenta indicadores específicos envolvidos nas trocas comerciais entre esses dois países e as principais oportunidades de negócio para os exportadores brasileiros que desejam atuar no mercado chinês.

A seguir, 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>Pag. 7</b>
<b>Parte 2</b>	<b>PANORAMA ECONÔMICO</b>	<b>Desempenho Econômico</b>	<b>Pag. 9</b>
<b>Parte 3</b>	<b>PANORAMA COMERCIAL</b>	<b>Política Comercial</b>	<b>Pag.13</b>
		Acordos Comerciais	<b>Pag. 14</b>
		Procedimentos Aduaneiros	<b>Pag. 17</b>
		Tributos	<b>Pag. 23</b>
		Barreiras Não-Tarifárias	<b>Pag. 25</b>
		Subsídios	<b>Pag. 30</b>
		<b>Características do Mercado</b>	<b>Pag. 32</b>
		Ambiente de Negócios	<b>Pag. 32</b>
		Infraestrutura e Logística	<b>Pag. 34</b>
		Distribuição	<b>Pag. 37</b>
		<b>Intercâmbio Comercial</b>	<b>Pag. 39</b>
		Evolução do Comércio Exterior da China	<b>Pag. 39</b>
		Destino das Exportações da China	<b>Pag. 39</b>
		Principais Produtos da Pauta de Exportações da China	<b>Pag. 40</b>
		Origem das Importações da China	<b>Pag. 41</b>
Principais Produtos da Pauta de Importações da China	<b>Pag. 42</b>		
<b>Intercâmbio Comercial Brasil-China</b>	<b>Pag. 43</b>		
Corrente de Comércio	<b>Pag. 43</b>		

		Saldo Comercial	Pag. 44
		Principais produtos exportados pelo Brasil para a China	Pag. 46
		Principais produtos importados pelo Brasil da China	Pag. 47
		<b>Indicadores de Comércio Brasil-China</b>	Pag. 49
		Índice de Complementaridade de Comércio (ICC)	Pag. 50
		Índice de Intensidade de Comércio (IIC)	Pag. 52
		Índice de Diversificação/Concentração das Exportações (HHI)	Pag. 53
		Índice de Comércio Intrassetor Industrial	Pag. 55
		Índice de Especialização Exportadora (IEE)	Pag. 56
		Índice de Preço e Quantum	Pag. 58
<b>Parte 4</b>	<b>OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA OS PRODUTOS BRASILEIROS NO MERCADO CHINÊS</b>	Introdução à Metodologia de Seleção de Oportunidades Comerciais	Pag. 60
		Alimentos, Bebidas e Agronegócios	Pag. 63
		Moda	Pag. 75
		Casa e Construção	Pag. 80
		Máquinas e Equipamentos	Pag. 88
		Multissetorial e Outros	Pag. 93
<b>Parte 5</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>Anexo 1:</b> Descrição da metodologia de seleção de oportunidades para as exportações brasileiras em mercados internacionais	Pag. 102
		<b>Anexo 2:</b> Contatos úteis	Pag. 107
		<b>Anexo 3:</b> SH6 classificados como exportações “expressivas”	Pag. 111
		<b>Anexo 4:</b> Fontes de consulta	Pag. 112

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).

## SUMÁRIO EXECUTIVO

A China ocupa uma área de 9,6 milhões de quilômetros quadrados e é o quarto maior país do mundo. Devido ao seu tamanho, às suas características estruturais e às suas altas taxas de crescimento econômico, a China passa por amplas transformações econômicas e sociais, que, se persistirem, levarão a novos processos de crescimento.

A população chinesa, em 2010, alcançou 1,34 bilhão de habitantes, caracterizando o país como o mais populoso do mundo. Estima-se que tal indicador chegue a 1,36 bilhão em 2015.

O país vem experimentando um processo intenso de modernização de sua economia e integração aos fluxos internacionais de comércio e investimentos, o que está gerando uma profunda transformação de sua própria realidade socioeconômica, bem como da ordem econômica e política internacional.

De acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Produto Interno Bruto (PIB) da China, em valores correntes convertidos em dólares estadunidenses, foi de US\$ 5,87 trilhões em 2010, e o valor estimado para 2011 é de US\$ 6,51 trilhões. Em termos de paridade poder de compra (PPC), o PIB chinês alcançou I\$ 10,08 trilhões em 2010, colocando o país na segunda posição do *ranking* mundial.

A China mantém um equilíbrio em suas relações na região da Ásia. Destacam-se, na política externa chinesa, as relações com os Estados Unidos e com a Europa e o crescimento acelerado do comércio com a África, com a América Latina e com o Oriente Médio, como estratégia para garantir o suprimento de matérias-primas e energia e, conseqüentemente, o crescimento do país.

A relação bilateral entre Brasil e China passa por um momento de intensificação, com a China tornando-se o principal parceiro comercial do Brasil em 2009. As exportações brasileiras para China atingiram US\$ 30,8 bilhões em 2010, apresentando um taxa média de crescimento anual superior a 30% entre 2005 e 2010. Já as importações chegaram a US\$ 25,5 bilhões, caracterizando um saldo superavitário superior a US\$ 5,1 bilhões. Apesar dos valores expressivos, as exportações brasileiras para o mercado chinês ainda estão concentradas principalmente em matérias-primas, enquanto as importações, em produtos manufaturados de alto valor agregado.

A participação do mercado chinês no total das exportações brasileiras é significativa. Essa participação elevou-se de forma expressiva no período 2000-2010, passando de 1,97% para 15,25%. Com relação às importações brasileiras provenientes da China, houve um aumento de 58,81% em 2008, o que representou 11,57% da pauta de importação. Embora, em 2009, tenha havido uma queda de 20,6%, a participação dos produtos chineses na pauta de importações totais brasileiras alcançou 12,46%. Já em

2010, as importações brasileiras provenientes do mercado chinês apresentaram um expressivo crescimento de 60,8%, chegando a US\$ 25,5 bilhões, o que correspondeu a 14,08% da pauta de importação.

O comércio externo da China está cada vez mais diversificado. Apesar de os Estados Unidos serem o principal destino das exportações chinesas, sua participação no total exportado pela China caiu de 21,4%, em 2005, para 17,9% em 2010. Em 2005, os nove principais destinos das exportações da China representavam 68% do comércio, e, em 2010, essa representatividade passou para 60,3%, o que demonstra uma desconcentração da pauta exportadora chinesa. Em relação às importações, o Japão se manteve como o principal fornecedor no período em análise (2005-2010), no entanto, apresentou uma leve redução na sua participação, que passou de 15,2%, em 2005, para 12,6% em 2010.

O Investimento Direto Estrangeiro (IDE) causou um impacto no desenvolvimento industrial da China, contribuindo para aumento das exportações, geração de empregos e melhorias no desenvolvimento econômico-social do país. As províncias litorâneas foram as que mais se beneficiaram em detrimento das províncias oeste e central. Apesar de o IDE contribuir para o desenvolvimento do país, autoridades governamentais estão preocupadas com a economia, em especial, com o setor de exportações, que está se tornando altamente dependente desse tipo de investimento.

Segundo dados do Banco Central do Brasil, o Investimento Brasileiro Direto (IBD) na China, em 2008, foi de US\$ 48 milhões. Em 2009, o IBD na China foi de US\$ 138 milhões, enquanto os investimentos diretos chineses no Brasil estão em torno de US\$ 82 milhões. Entre as principais empresas brasileiras atuantes na China, pode-se citar a Embraer, a Embraco, a Vale, a WEG e a Petrobras.

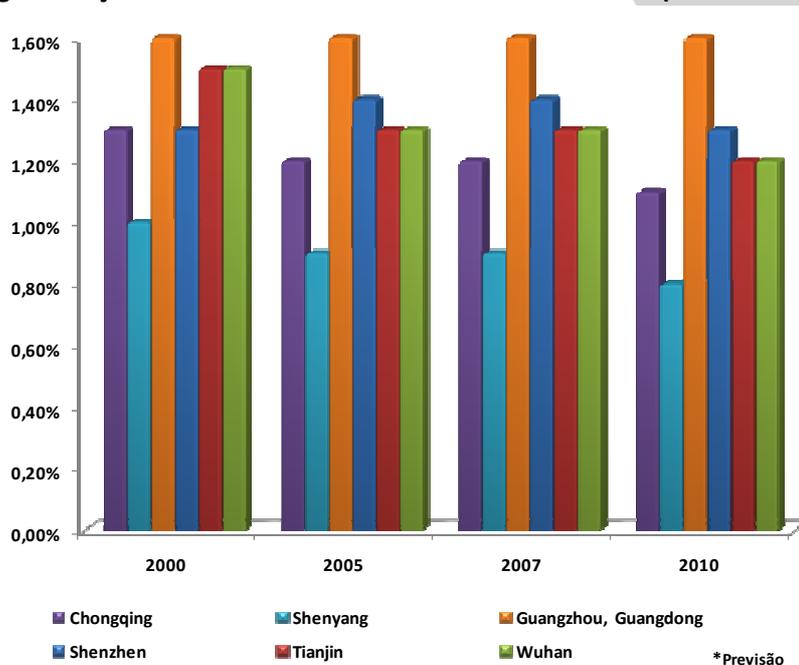
Nos próximos anos, o governo chinês tem como meta equilibrar a economia, fazendo com que ela cresça com menos dependência das exportações e do IED que entra no país. O objetivo é aumentar o consumo doméstico a fim de dar continuidade a esse crescimento.



Fonte: *UN Population Division*. Elaboração: Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva (UICC) - Apex-Brasil.

O Gráfico 2 mostra o percentual da população total da China que reside nas seis principais cidades do país. Prevê-se que 38% da população chinesa (aproximadamente 34,3 milhões de habitantes) residirão, em 2015, nas seguintes cidades: Chongqing, Shenyang, Guangzhou, Guangdong, Shenzhen, Tianjin, e Wuhan.

**Gráfico 2 - Percentagem da população total residente nas seis principais aglomerações urbanas com mais de 750 mil habitantes (1990-2015)**



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

A China sofreu uma explosão demográfica nas décadas de 1970 e 1980. Estima-se que, até 2017, a força de trabalho chinesa, composta pela população entre 15 e 64 anos, será de 990 milhões de pessoas. Para garantir a geração de empregos, será importante para a China continuar com taxas altas de crescimento econômico. Segundo previsões do *Euromonitor*, a força de trabalho chinesa atingirá seu pico em 2017, caindo lentamente nos anos subsequentes.

O aumento da expectativa de vida permitirá um aumento expressivo na população com mais de sessenta anos. Em termos relativos, sua participação no total da população passará de 7,3%, em 1980, para 19,2% em 2020, o que poderá gerar pressões sobre os serviços assistenciais e de previdência prestados pelo governo chinês. Além disso, no longo prazo, o envelhecimento da população poderá reduzir a força de trabalho, já que a economia é estruturada em empregos intensivos em mão de obra.

## DESEMPENHO ECONÔMICO

Segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Produto Interno Bruto (PIB) da China, em valores correntes convertidos em dólares estadunidenses, foi de US\$ 5,87 trilhões de dólares em 2010, e o valor estimado para 2011 é de US\$ 6,51 trilhões. Em termos de paridade poder de compra (PPC), o PIB chinês alcançou I\$ 10,08 trilhões em 2010, colocando o país na segunda posição do *ranking* mundial. Por outro lado, o PIB *per capita*<sup>1</sup> da China, em termos de PPC, foi de I\$ 7,5 mil em 2010, colocando o país na 94ª posição mundial.

Sob a ótica do Índice de Desenvolvimento Humano<sup>2</sup> (IDH), a China está classificada no grupo dos países de desenvolvimento humano médio, ocupando a 89ª posição no *ranking* mundial (Tabela 1).

**Tabela 1 - Indicadores socioeconômicos da China**

Indicadores selecionados da China		
Descrição	2010	Ranking
<b>1. Economia</b>		
Crescimento do PIB (%) <sup>1</sup>	10,30	6
PIB PPP (I\$ bilhões) <sup>1</sup>	10.085,71	2
PIB per capita - PPP <sup>1</sup> (valores correntes I\$)	7.519	94
PIB PPP participação no mundo <sup>1</sup> (%)	13,61	4
Taxa de Inflação (%) <sup>1</sup>	3,33	101
FBKF/PIB <sup>2</sup> (%)	46,20	2
IED/PIB (%) <sup>2</sup>	3,10	38
IED - Fluxo de entrada de invest. direto estrangeiro (US\$ milhões, 2009) <sup>3</sup>	95.000	2
<b>2. População</b>		
IDH (Índice de Desenvolvimento Humano)	0,66	89
População (milhões de habitantes) <sup>5</sup>	1334,42	1
População economicamente ativa (milhões) <sup>5</sup>	793,45	1
Taxa de desemprego (%) <sup>5</sup>	4,10	120

(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.

O desempenho da economia chinesa, entre as décadas de 1990 e 2000, caracterizou-se pelas elevadas taxas de crescimento do PIB. No início dos anos 1990, o governo introduziu um plano ousado que

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

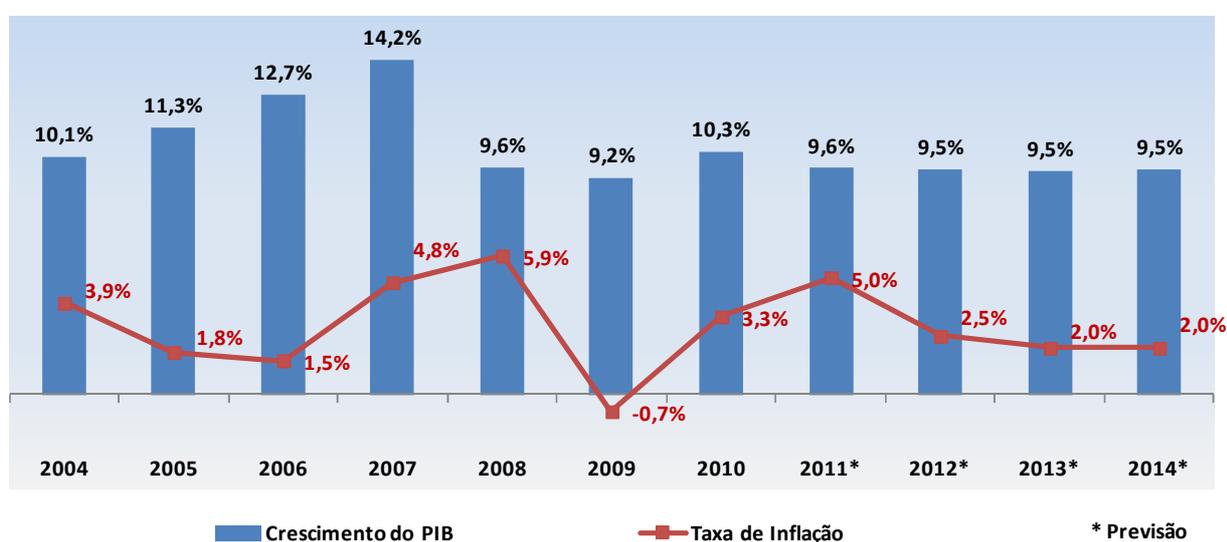
<sup>2</sup> O IDH leva em conta três componentes: PIB *per capita* PPC, longevidade e educação.

previa dez anos para o desenvolvimento da economia. Em 1993, os preços estavam subindo e o governo estava gastando além do orçamento previsto, porém a economia estava crescendo devido à criação de mais de 2000 SEZs.<sup>3</sup>

O governo aprovou reformas permitindo mais liberdade para a iniciativa privada e apresentou medidas para controlar o sistema financeiro. Em 1996, a economia cresceu em média 10%, porém caiu nos próximos três anos com a crise da Ásia, chegando o PIB, em 1999, a 7,1%.

Na última década, a China conseguiu manter um crescimento elevado do PIB com baixas taxas de inflação. Nota-se, no Gráfico 3, que o PIB atingiu seu pico em 2007, quando o seu crescimento foi de 14,2%. A economia da China cresceu em média 11,3% durante o período 2004-2010, com taxas de inflação inferiores a 6,0%.

**Gráfico 3 - Crescimento do PIB e Taxa de Inflação da China**



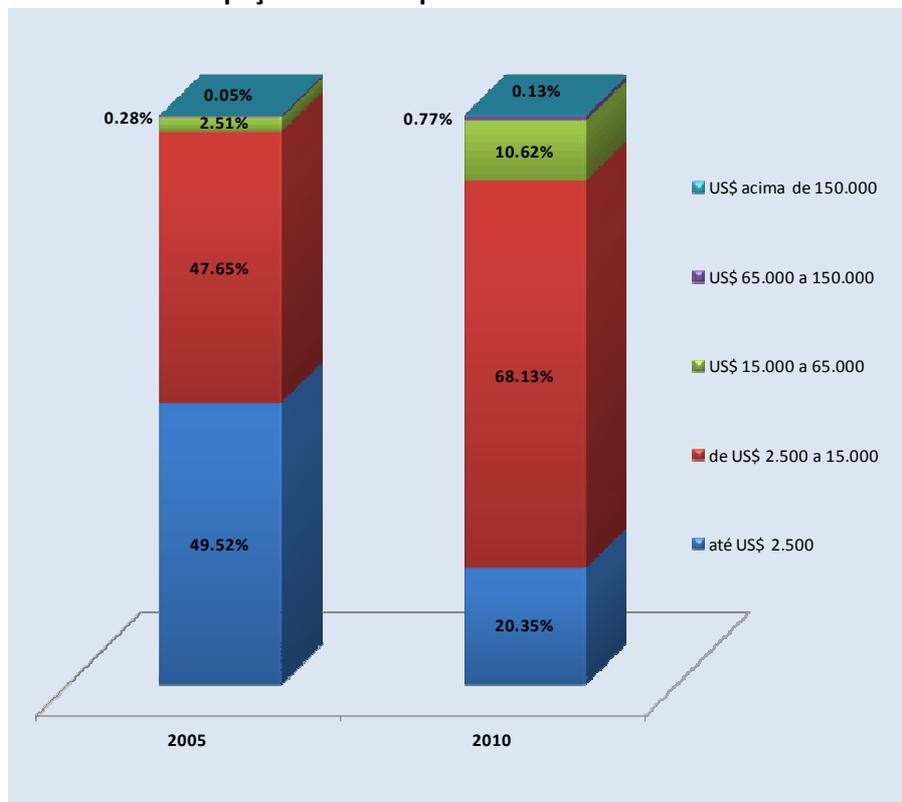
Fonte: Fundo Monetário Internacional (FMI). Elaboração UICC – Apex-Brasil.

A distribuição da renda na China pode ser analisada no Gráfico 4, que mostra a participação dos lares por faixa de renda anual. Verifica-se a ascensão econômica das famílias chinesas, que têm migrado das classes mais baixas para as médias. Esse fato está associado ao desempenho econômico da China no período analisado. A percentagem das famílias que recebiam até US\$ 2.500 em 2005 somava 49,52%; já em 2010, 20,35%. A soma do percentual das famílias que recebiam acima de US\$ 15 mil em 2005, por sua vez, era de 2,51%, passando para 10,62% em 2010. Todavia, é importante alertar que a melhora na distribuição

<sup>3</sup> SEZs são zonas livres de comércio que combinam a lógica de indústria, tecnologia e comércio para impulsionar as exportações.

por faixas de renda não se confunde com um aumento na igualdade de renda. O índice de Gini<sup>4</sup> da China, por exemplo, que, em 2005, era de 0,492, subiu para 0,513 em 2010, caracterizando, segundo o Euromonitor, um aumento da desigualdade de renda.

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



Fonte: Euromonitor. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

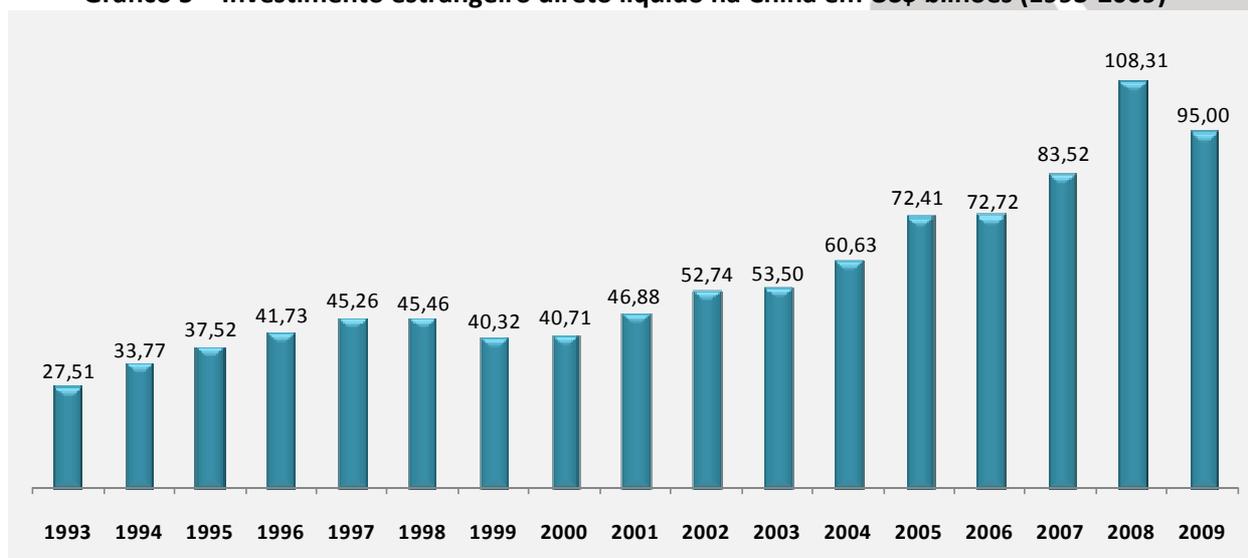
A China é um dos mercados mais atrativos para investimento, principalmente pelo vasto potencial que oferece e, em parte, pelo baixo custo de mão de obra. A maior parte dos investimentos tem como destino as províncias do litoral e outras mais conhecidas e desenvolvidas, porém esses investimentos dificilmente são destinados ao interior do país. Os investimentos que entram na China estão representados no Gráfico 5.

Segundo dados da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), o Investimento Estrangeiro Direto (IED) recebido pela China correspondeu a 32% dos investimentos totais recebidos na região da Ásia em 2009.<sup>5</sup> Com as reformas no país, o fluxo de IED vem aumentando significativamente, o que transformou a China no segundo maior receptor de investimentos em 2009. Pela análise do Gráfico 5, observa-se um pico de recursos recebidos em 2008, quando a soma de investimentos atingiu US\$ 108 bilhões.

<sup>4</sup> O índice de Gini varia entre zero e um. Zero representa uma situação de perfeita igualdade de renda. Quanto mais o valor do índice se distanciar dele, maior a desigualdade.

<sup>5</sup> Levando em conta os países considerados pela UNCTAD como países da Região Asiática.

**Gráfico 5 – Investimento estrangeiro direto líquido na China em US\$ bilhões (1993-2009)**



Fonte: UNCTAD. Elaboração UICC - Apex-Brasil.

Ainda, segundo dados da UNCTAD, observa-se que, além de grande receptora de investimentos, a China também vem se convertendo em um grande investidor. Em 2009, o estoque de saída chinês foi de US\$ 473,08 bilhões, colocando o país na décima posição como detentora de ativos no exterior.

De acordo com dados do Banco Central, em 2009, o valor total do Investimento Brasileiro Direto (IBD) na China foi de US\$ 138 milhões, enquanto os investimentos diretos chineses no Brasil giraram em torno de US\$ 82 milhões. Esses valores estão concentrados no setor de bancos com carteira comercial (US\$ 59,9 milhões) e o restante desconcentrado em várias áreas, como comércio atacadista de defensivos agrícolas, fabricação de motocicletas, tecidos e artigos cama, mesa e banho etc. Entre as principais empresas brasileiras atuantes na China, pode-se citar a Embraer, Embraco, WEG e Petrobras.

Durante a visita da presidente Dilma Rousseff à China, em abril de 2011, três empresas chinesas anunciaram investimentos no Brasil. A Huawei anunciou investimentos para construção de um centro de pesquisa; a Foxcom confirmou a fabricação de iPhones e I-pads e, posteriormente, de notebooks; e a ZTE confirmou investimentos na construção de uma fábrica e de um pólo de pesquisas em Hortolândia (SP). Além disso, a empresa Chong Qing Grain anunciou investimentos em um complexo industrial na Bahia para produção de óleo de soja e fertilizantes.

Do lado brasileiro, na China, a Embraer anunciou a fabricação de jatos executivos, o BNDES assinou acordo com o banco de desenvolvimento dos BRICs, a Marfrig anunciou *joint-ventures*, o Banco do Brasil propôs abrir a primeira agência e, recentemente, a Embrapa inaugurou um laboratório.

Além disso, a China possui interesse em investir em infraestrutura no Brasil, principalmente nos setores de energia e mineração, bem como no estabelecimento de parcerias com empresas brasileiras em projetos de construção voltados à Copa do Mundo de 2014 e aos Jogos Olímpicos de 2016.

## POLÍTICA COMERCIAL

O objetivo geral da política comercial chinesa é acelerar a abertura da economia, introduzir tecnologia e *know-how* estrangeiros, desenvolver o comércio exterior e promover um desenvolvimento econômico que seja “mutuamente benéfico” com seus parceiros comerciais. Nesse contexto, recentemente a China tem se concentrado mais na abertura do setor de serviços.<sup>6</sup>

A seguir, segue um organograma contendo os principais órgãos responsáveis pela área de importação e exportação na China. A função de cada um deles na estrutura governamental está apontada ao longo deste estudo, nas sessões correspondentes.

**Organograma 1 - Órgãos responsáveis pela importação e exportação na China**



A China integra o sistema de comércio multilateral representado pela Organização Mundial do Comércio (OMC), que consiste essencialmente no arranjo institucional de comércio multilateral mais importante no cenário internacional, responsável por regular políticas e medidas comerciais entre diversos

<sup>6</sup> Ibid.

países, bem como por estabelecer os fundamentos para a manutenção da estabilidade do ambiente de comércio internacional. A China também atribui grande importância ao sistema de comércio multilateral e tem participado ativamente na agenda de negociações de Doha.

No âmbito da agricultura, os países desenvolvidos e em desenvolvimento estão enfrentando pressões fundamentalmente diferentes. As tarifas referentes à agricultura na China já são muito baixas. O país eliminou os subsídios à exportação de produtos agrícolas e oferece subsídios limitados aos produtores. Como um grande país em desenvolvimento, com uma população rural de cerca de 746 milhões de habitantes,<sup>7</sup> a China mantém a defesa de reduzir substancialmente as distorções no comércio sustentadas pelos países desenvolvidos, as tarifas elevadas e a progressividade tarifária, e prover suficiente e efetivo tratamento especial e diferencial aos países em desenvolvimento, de modo a atender suas preocupações com relação à segurança alimentar, aos meios de subsistência da população rural e ao desenvolvimento rural.

O governo chinês se uniu aos demais países-membros do G20 no compromisso de não erguer novas barreiras ao investimento ou ao comércio de bens e serviços, de não impor novas restrições de exportação, nem de implementar medidas inconsistentes com a OMC para estimular a exportação. Ele também se comprometeu a corrigir prontamente quaisquer medidas nesse sentido.<sup>8</sup>

## ACORDOS COMERCIAIS

Em 1986, a China realizou sua primeira aplicação formal para entrada no *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT), organização predecessora da OMC. O GATT, então, formou uma Comissão de Trabalho, composta por todas as partes interessadas, a fim de negociar os termos para a entrada da China na organização. Em 1995, a partir da formação da OMC, em substituição ao GATT, uma nova Comissão de Trabalho foi formada, e finalmente, em 11 de dezembro de 2001, a China assinou o termo de entrada na OMC, após ter sido aprovada pelos países-membros, tornando-se o 143º membro da organização.

A fim de efetuar sua entrada na organização, a China teve de concordar em adotar medidas concretas para remover barreiras comerciais e abrir seus mercados para empresas estrangeiras e seus produtos de exportação. Desde que se tornou um país-membro da OMC, a China viu suas estatísticas de

---

<sup>7</sup> O Banco Mundial reporta que, em 2009, 56% dos 1.331 bilhões de chineses viviam na zona rural, ou seja, 746 milhões de pessoas. Disponível em: <<http://data.worldbank.org/country/china>>. Acesso em: Out 2010.

<sup>8</sup> WORLD TRADE ORGANIZATION. *Trade Policy Review: report by the secretariat*. China. 2010. Disponível em: <[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp330\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp330_e.htm)>. Acesso em: Out 2010.

comércio aumentarem expressivamente, sendo hoje o maior exportador mundial e o segundo maior *trader*, atrás apenas dos Estados Unidos.<sup>9</sup>

A China é signatária da Convenção das Nações Unidas sobre o Reconhecimento e a Execução de Sentenças Arbitrais Estrangeiras (apenas para disputas comerciais). Sob a Constituição e a Lei que regula o Processo de Conclusão de Tratados, os Acordos da OMC se enquadram na categoria “importantes acordos internacionais”, sujeitos à ratificação pelo Congresso chinês (National People’s Congress - NPC). Os Acordos da OMC e o Protocolo de Adesão da China são implementados internamente através de lei complementar (*enabling legislation*). Tanto o Direito Processual Civil quanto as interpretações jurídicas relevantes aceitam o princípio que, quando um tratado internacional celebrado ou aderido pela China contém disposições que diferem das do Direito Processual Civil, as disposições do tratado internacional serão aplicadas, salvo nos casos em que se tenha feito reservas.

Nos termos do quadro de cooperação bilateral, regional e global, a China continua a atribuir grande importância à Cooperação Sul-Sul com outros países em desenvolvimento. Isso inclui o fornecimento de assistência econômica e técnica dentro de sua melhor capacidade em ajudar outros países a promover seu desenvolvimento econômico e social. A assistência da China nas áreas de infraestrutura, agricultura e desenvolvimento de recursos humanos, bem como a isenção de direitos aduaneiros e o “perdão da dívida” concedido aos países menos desenvolvidos (PMDs), desempenham um papel positivo na melhoria das capacidades comerciais de outros membros em desenvolvimento, especialmente os PMDs.<sup>10</sup>

A China procura intensificar sua busca por acordos bilaterais e regionais de livre-comércio, pois considera que tais acordos são complementares ao sistema de comércio multilateral. Apesar disso, as margens preferenciais oferecidas pela China ainda são pequenas, e o comércio com parceiros de acordos de livre-comércio ainda responde por uma parcela reduzida do seu comércio total. O governo chinês criou inclusive um *website* oficial<sup>11</sup> com informações e atualizações sobre os Acordos de Livre-Comércio assinados.

Em âmbito regional, a China participa da Cooperação Econômica da Ásia-Pacífico (Apec), do Diálogo Ásia-Europa (Asem), da estrutura de cooperação Asean+3 (Associação das Nações do Sudeste Asiático mais

---

<sup>9</sup> O protocolo de acesso da China à OMC, assim como o relatório da Comissão de Trabalho e sua agenda de bens e serviços, estão disponíveis em: <[www.wto.org](http://www.wto.org)>.

<sup>10</sup> WORLD TRADE ORGANIZATION. *Trade Policy Review: report by the secretariat*. China. 2010. Disponível em: <[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp330\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp330_e.htm)>. Acesso em: Out 2010

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://fta.mofcom.gov.cn/english/index.shtml>>. Acesso em: Out.2010.

China, Japão e Coreia do Sul) e do Acordo Comercial Ásia-Pacífico (Apta, também conhecido como Acordo de Bangkok).

Nos termos do Acordo Quadro sobre Cooperação Econômica Abrangente entre China e Asean, que entrou em vigor em 1º de janeiro de 2010, as partes concordaram com o estabelecimento de uma Área de Livre-Comércio (Cafta - China-Asean *Free Trade Area*). Nomeadamente, busca-se, de forma progressiva, eliminar barreiras tarifárias e não tarifárias para quase todo o comércio de mercadorias; liberalizar o comércio de serviços; estabelecer um regime de investimento aberto e competitivo para facilitar e promover investimentos entre os parceiros do Cafta; simplificar os procedimentos aduaneiros; e desenvolver mecanismos de reconhecimento mútuo. Nesse contexto, Asean e China concordaram em reforçar a cooperação econômica, por meio do reforço das atividades existentes e do desenvolvimento de novos programas em cinco setores prioritários: agricultura, desenvolvimento de recursos humanos, tecnologia da informação e da comunicação, investimentos e desenvolvimento da bacia do rio Mekong.

Com relação a outros acordos, é relevante citar ainda o Acordo Quadro em Comércio e Economia com a Austrália, em 2003; a declaração conjunta com a União Aduaneira da África Austral (Sacu, sigla em inglês), em 2004; o Acordo Quadro em Economia, Comércio, Investimento e Cooperação Tecnológica com o Conselho de Cooperação do Golfo, também em 2004; o início das negociações para o estabelecimento de uma Área de Livre-Comércio com a Islândia e o acordo de livre comércio com Chile em 2006 e com a Noruega, em 2008; e com a Costa Rica e Peru em 2009. Ademais, em junho de 2010, a China assinou o Acordo de Estrutura de Cooperação Econômica com Taipei que beneficiará centenas de produtos. Estudos de viabilidade recentes apontam para potenciais negociações de Acordos de Livre-Comércio da China com a Índia, com a Coreia e com a Suíça.

A partir de janeiro de 2009, tarifas preferenciais unilaterais para certos produtos foram oferecidas a 41 países menos desenvolvidos. As autoridades pretendem aumentar a cobertura desse esquema para 95% das importações dos PMDs (em termos de linhas tarifárias nacionais).

No que se refere à política comercial entre China e Brasil, uma primeira aproximação formal foi o acordo, assinado em 1978, que estabeleceu a cláusula de Nação mais Favorecida nas trocas comerciais entre Brasil e China, além de objetivar um aumento de tal intercâmbio. Um protocolo foi adicionado a esse acordo em 1984, a fim de estimular a consecução dos termos previstos no acordo de 1978. Mais recentemente, em 2004, os dois países concluíram um *Memorando de Entendimento sobre Cooperação em Matéria de Comércio e Investimento*, no qual o Brasil reconheceu a China como economia de mercado. Além disso, firmaram compromissos de fortalecer a cooperação nas áreas de inspeção e regulação fitossanitária, para que ambos os países permutem seus produtos. Nesse sentido, alguns protocolos sobre

quarentena animal e condições para a exportação de produtos dessa origem foram, desde então, assinados.<sup>12</sup>

Já em 2011, durante a visita da presidente Dilma Rousseff à China, foram assinados documentos de cooperação nas áreas de política, defesa, ciência e tecnologia, recursos hídricos, inspeção e quarentena, esporte, educação, agricultura, energia, energia elétrica, telecomunicações e aeronáutica, entre outros. Vale ressaltar a liberação da carne suína brasileira e o comprometimento para incluir novos itens na pauta, como gelatina, milho, folha de tabaco dos Estados da Bahia e Alagoas, embriões e sêmen bovinos, e frutas cítricas da China.

## PROCEDIMENTOS ADUANEIROS

O governo Chinês tem buscado facilitar cada vez mais o comércio e o investimento em termos de procedimentos. A alfândega chinesa adotou uma série de medidas de facilitação de desembarço aduaneiro para redução de custos, especialmente no que se refere à logística e à armazenagem. Foram delegadas, nas administrações locais, mais autoridades para exame e aprovação dos projetos de investimento estrangeiros, com procedimentos mais simplificados e número de itens sujeitos ao exame e à aprovação também reduzidos. Requerimentos *on-line* e licenças administrativas relativas aos investimentos estrangeiros começaram a ser implementados no país.<sup>13</sup>

Atualmente, para efeito de procedimento de importação, os bens são classificados em três categorias: bens proibidos, bens restritos e bens gerais. A China mantém proibições de importações com base no interesse público, proteção ao ambiente, ou de acordo com compromissos internacionais. Importações também podem ser proibidas com base na saúde animal, vegetal ou na segurança humana. Nesse sentido, a China proibiu a importação de alguns produtos de carne de países infectados pela gripe aviária e/ou doenças animais. Além disso, armas, munição, material explosivo; mídia contrária aos interesses nacionais; venenos letais; animais e plantas doentes; alimentos, medicamentos e artigos advindos de áreas atingidas por endemias não podem ser importados pela República Popular da China.<sup>14</sup>

Em geral, produtos proibidos são listados nos *Catálogos de Commodities sujeitos a Proibições de Importação*,<sup>15</sup> publicados pelo Ministério do Comércio (MOFCOM)<sup>16</sup> e outros ministérios relevantes, como

---

<sup>12</sup> BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. *Atos bilaterais assinados com a China*. Disponível em: <<http://www2.mre.gov.br/dai/bichina.htm>>. Acesso em: 18 out. 2010.

<sup>13</sup> WORLD TRADE ORGANIZATION. *Trade Policy Review: report by the secretariat*. China. 2010. Disponível em: <[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp330\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp330_e.htm)>. Acesso em: Out. 2010.

<sup>14</sup> US COMMERCIAL SERVICE. *Doing Business in China*. 2010.

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://in2.mofcom.gov.cn/aarticle/chinalaw/customs/200508/20050800270402.html>>. Acesso em: Out. 2010.

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://english.mofcom.gov.cn/>>. Acesso em: Out. 2010.

a Administração Geral da Alfândega,<sup>17</sup> o AQSIQ<sup>18</sup> ou o Ministério da Proteção Ambiental<sup>19</sup>. Desde a adesão da China à OMC, seis lotes desses catálogos foram publicados; o último foi lançado em 2005, entrando em efeito em 1º de janeiro de 2006. Em 2009, as importações de 52 linhas tarifárias (ao nível HS 8-dígitos<sup>20</sup>) foram totalmente proibidas, e 528 linhas foram parcialmente (ex-linhas) proibidas, abrangendo alguns produtos de origem animal, ópio, produtos minerais, produtos químicos, couro cru, restos de pele e couro, roupas usadas, cinzas de metais preciosos, artigos de maquinários usados, equipamentos eletrônicos e equipamentos de transporte usados.

Os bens restritos estão sujeitos à obtenção de licenças de importação, ou seja, deve-se solicitar autorização para importar. Produtos químicos passíveis de serem utilizados para fins militares, substâncias tóxicas, drogas e produtos prejudiciais à camada de ozônio estão sujeitos à obtenção da licença de importação (não automática).<sup>21</sup> Muitas vezes, os produtos sujeitos a licenciamento não automático podem ser objeto de quotas tarifárias. Nesse sentido, quotas tarifárias são aplicadas a trigo, milho, arroz, óleo de soja, azeite de oliva, óleo de canola, açúcar, lã e fertilizantes químicos.<sup>22</sup>

Para importar bens gerais, é necessária apenas uma licença de importação automática. Desde 2004, qualquer cidadão legal pode realizar comércio exterior na China, desde que registrado no MOFCOM.

Em 2009, 95 linhas tarifárias (ao nível HS 8-dígitos) foram sujeitas a *licenças de importação não automáticas*; as linhas cobrem substâncias destruidoras de ozônio e produtos mecânicos e eletrônicos especificados. Interessados devem requerer a autorização de importação antes de requerer a licença de importação. Autorizações são emitidas pelo Ministério de Proteção Ambiental ou pelo MOFCOM, dependendo do produto.<sup>23</sup> Uma vez que a autorização é obtida, uma licença é fornecida automaticamente pelo MOFCOM para o importador. A licença é válida pelo ano civil e pode ser estendida uma vez, pelo prazo máximo de três meses.

<sup>17</sup> Disponível em: <<http://english.customs.gov.cn/publish/portal191/>>. Acesso em: Out. 2010

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://english.agsiq.gov.cn/>>. Acesso em: Out. 2010.

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://english.mep.gov.cn/>>. Acesso em: Out. 2010

<sup>20</sup> “As categorias do SH são organizadas a dois dígitos, porém, à medida que se necessite de uma maior precisão quanto à nomenclatura e distinção dos produtos, o sistema pode ser estendido em vários dígitos. Assim, uma análise sobre a imposição de tarifas e de outras barreiras pode ser realizada a 2, 4, 6, 7, 8, 10 ou mais dígitos. Cabe salientar que a nomenclatura está harmonizada mundialmente no padrão até 6 dígitos, ou seja, acima de seis dígitos não há como comparar níveis tarifários sob mesmo número do SH. Como muitos países determinam suas tarifas ao nível de oito dígitos, dez ou mais dígitos, existe muita dificuldade para a realização de análises e comparações de quadros tarifários entre os países”. (INSTITUTO DE ESTUDOS DO COMÉRCIO E NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS. *Sistema Harmonizado (SH)*. 2011. Disponível em: <<http://www.iconebrasil.org.br/pt/?actA=16&areaID=14&secaoID=29&palavraID=65>>. Acesso em: Out. 2010

<sup>21</sup> WTO's *Trade Policy Review*.

<sup>22</sup> PRICEWATERHOUSECOOPERS. *Doing Business and investing in the China*. 2008.

<sup>23</sup> As autorizações de importação para substâncias destruidoras de ozônio são emitidas pelo Ministério de Proteção Ambiental. Para produtos mecânicos e eletrônicos e outros materiais, as autorizações são emitidas pelo MOFCOM.

A licença automática de importação, por sua vez, é emitida para produtos sem restrições de importação pelo governo, mas que são julgados como “de monitoramento necessário”. Essa licença abrange aves, óleo vegetal, vinho, tabaco, amianto, minério de cobre e concentrados, carvão, ácido tereftálico, matéria-prima para plásticos, borracha *in natura* e sintética, resíduos de papel, tecido de fibra sintética, óleo cru, óleo processado, diacetato de celulose em filamentos, cobre, alumínio, produtos mecânicos e elétricos, minério de ferro, petróleo bruto, óleo processado, alumina, fertilizantes químicos, pesticidas, poliéster em rodelas ou em palitos, pneus de automóveis, terylene, aço e tarugos de aço.

Em 2009, 560 linhas ao nível HS de 8 dígitos (7,1% do total de linhas) foram sujeitas ao *licenciamento de importação automático*, menos do que as 604 linhas tarifárias (7,9% do total de linhas) em 2007. Essas compreendiam principalmente aves, óleo vegetal, tabaco, fertilizantes químicos, carvão, borracha natural, minério de ferro, óleo cru e processado, aço, produtos maquinários, componentes automotivos e barcos.

O regime de licenças de importação da China se aplica igualmente a produtos de todos os países, membros ou não da OMC. Detalhes sobre as *commodities* sujeitas a licenças de importação são publicadas anualmente pelo MOFCOM, pela alfândega e pelo AQSIQ.

O MOFCOM estabeleceu dois decretos (*Measures on Administration of Import Licenses for Goods* e *Measures on Administration of Automatic Import Licenses for Goods*) que regulam a importação de produtos para os quais a licença é necessária. Já os *Interim Measures on Administration of Import Tariff Rate Quota for Importation of Agricultural Products* e *Interim Measures on Administration of Importation of Fertilizers* regem a comercialização dos produtos referentes. São, também, decretos ministeriais do MOFCOM em conjunto com a Comissão de Desenvolvimento Nacional e Reforma (NDRC).<sup>24</sup>

De acordo com a *Lei de Comércio Estrangeiro* (2004),<sup>25</sup> o Estado pode sujeitar certos bens ao comércio estatal para garantir o fornecimento doméstico, estabilizar preços, garantir a segurança dos alimentos e proteger o ambiente e os recursos esgotáveis. Em 2009, produtos importados por Empresas de Comércio Estatal (STEs, na sigla em inglês) foram: grãos (incluindo trigo, milho e arroz), açúcar, algodão, fertilizantes químicos, tabaco e óleo cru e processado.<sup>26</sup>

Entre as maiores empresas de comércio estatal estão a COFCO e a Chinatex. A COFCO<sup>27</sup> é o grupo de importação e exportação líder em grãos, óleos e produtos alimentares na China, e um dos maiores produtores domésticos de alimentos; enquanto a Chinatex Cotton Import & Export Corporation é

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://en.ndrc.gov.cn/>>. Acesso em: Out. 2010.

<sup>25</sup> Disponível em: <<http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/en/b/2004-04-06/8381.shtml>>. Acesso em: Out. 2010.

<sup>26</sup> Disponível em: <[http://www.wto.org/english/thewto\\_e/acc\\_e/protocols\\_acc\\_membership\\_e.htm](http://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/protocols_acc_membership_e.htm)>. Acesso em: Out. 2010

<sup>27</sup> Disponível em: <[http://www.cofco.com/en/about\\_cofco/general\\_situation.aspx](http://www.cofco.com/en/about_cofco/general_situation.aspx)>. Acesso em: Out. 2010.

atualmente a maior empresa de importação de algodão da China e a segunda maior acionista da China National Cotton Exchange.<sup>28</sup> O tabaco deve ser importado pela empresa de comércio estatal China National Tobacco Import & Export Group Corporation.

Segundo o *Código Aduaneiro da República Popular da China*, divulgado em 1987 e alterado em 2000, importadores e exportadores devem estar registrados nas aduanas antes do preenchimento da declaração aduaneira. Os importadores precisam preencher a declaração aduaneira em 14 dias a partir da chegada da carga. Já os exportadores devem fazê-lo 24 horas antes de a carga ser colocada no frete. Em geral, a carga demora 48 horas para ser liberada, mesmo após inspeção aleatória. Os impostos aduaneiros devem ser depositados em conta bancária, designada pelas autoridades aduaneiras em até 15 dias após a emissão de um comprovante.<sup>29</sup>

A base de cálculo para o valor aduaneiro da mercadoria é o Cost, Insurance and Freight (CIF). Geralmente, o valor utilizado para o cálculo é o de transação, ou seja, o preço que o importador pagou. Desde 2002, as aduanas chinesas contam com bancos de dados com preços de vários produtos, baseados em níveis de preço nacionais e internacionais. Geralmente, a aduana aceita a declaração de preço feita pelo importador.<sup>30</sup>

Regras de origem preferenciais são aplicadas no âmbito dos acordos de comércio regionais e bilaterais assinados pela China e quando da concessão de preferências tarifárias unilaterais a países menos desenvolvidos. Tais regras tendem a variar conforme o acordo e, algumas vezes, conforme os grupos de produtos, o que pode aumentar a complexidade do regime de importação da China.

A modalidade de “importação para processamento”, na qual o importador compra insumos para produzir bens que serão exportados em seguida, é largamente utilizada na China para abater impostos. O registro dessas importações é realizado através de uma guia (eletrônica ou física) fornecida pelo MOFCOM.

Há um número crescente de zonas francas no território chinês, cuja legislação é flexibilizada para permitir atividades diversas relativas ao comércio exterior. Existem zonas de livre-comércio, que permitem desenvolvimento manufatureiro e distribuição franca, zonas de processamento de exportados, parques e centros logísticos e depósitos de supervisão de exportados.

Materiais destinados a processamento para exportação, bens em trânsito, combustível para aviões e navios, entre outros, podem ser armazenados em depósitos “francos” por até dois anos. Após esse período, devem proceder ao licenciamento de importação ou encaminhados para processamento e

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://www.chinatex.com/en/ContentDir/896/2090.aspx>>. Acesso em: Out. 2010

<sup>29</sup> *Duty memo*, no original.

<sup>30</sup> US COMMERCIAL SERVICE. *Doing Business in China*. 2010.

reexportação, com o devido pagamento dos tributos aduaneiros e do imposto sobre valor adicionado ou agregado (IVA).<sup>31</sup>

A partir de 2005, começaram a ser aplicados na China novos critérios para o licenciamento das importações de minério de ferro, os quais dificultaram sua importação. Em 2008, o governo chinês chegou a banir a emissão de licenças de importação desse produto, a fim de limitar aumentos de preço negociados entre produtores chineses de aço e fornecedores estrangeiros do minério.

Em 2008, a China estabeleceu um novo processo de registro para fornecedores estrangeiros de algodão. A partir dele, importadores de algodão deveriam apresentar certificados de registro à aduana, para depois terem sua carga inspecionada. Os importadores que não o fizessem receberiam um selo inferior de qualidade e deveriam apresentar uma cláusula de inspeção pré-embarque no país de origem do produto. Isso gerou descontentamentos de produtores de algodão pelo mundo, inclusive no Brasil, por poder representar uma discriminação não tarifária.<sup>32</sup>

A documentação necessária para o desembaraço aduaneiro é composta por:<sup>33</sup>

- (a) Guia de transporte;
- (b) Nota fiscal;
- (c) Guia de remessa;
- (d) Declaração aduaneira;
- (e) Seguro;
- (f) Contrato de carga;
- (g) Certificado de quota de importação para *commodities* (caso aplicável);
- (h) Licença de importação (caso aplicável);
- (i) Certificado de inspeção da AOSIQ (caso aplicável);
- (j) Outros.

Todas as leis, regulamentos e regras relacionados ao comércio exterior são publicados no *China Foreign Trade and Economic Gazette*, editado pelo MOFCOM.<sup>34</sup>

<sup>31</sup> VAT, na sigla em inglês.

<sup>32</sup> 2009 Report to Congress on China's WTO Compliance.

<sup>33</sup> US Commercial Service. *Doing Business in China*.

<sup>34</sup> CHINA. Ministério do Comércio. *China Foreign Trade and Economic Gazette*. Disponível em:

<<http://english.mofcom.gov.cn/static/column/policyrelease/gazette.html/1>>. Acesso em: Out.. 2010.

**Tabela 2 - Documentos básicos para o processo de desembaraço aduaneiro na República Popular da China**

Documento	Responsável	Produtos	Prazos	Observações
Declaração aduaneira	Autoridades aduaneiras	Todos os produtos regulares	02 dias (uma vez preenchida)	- Contém um apanhado de dados a respeito da carga. Por isso, vários documentos são necessários para preenchê-la.
	<a href="http://english.customs.gov.cn/">http://english.customs.gov.cn/</a>			- O importador, agente, despachante ou outro responsável deve preenchê-la dentro de 14 dias desde a chegada da carga no porto chinês.
Nota fiscal	Nenhum (agentes comerciais)	Todos os produtos regulares	-	Documento que demonstra a efetuação da compra/venda da carga.
Guia de remessa	Exportador	Todos os produtos regulares	-	Documento que detalha a carga, com número de embalagens, conteúdo, etc.
Contrato de transação	Nenhum (agentes comerciais)	Todos os produtos regulares	-	Contrato que demonstra a efetuação da compra/venda da carga.
Guia ou documento de transporte	Empresa transportadora	Todos os produtos regulares	-	-
Certificado de origem	Órgãos brasileiros competentes (i.e. FIERGS)	Todos os produtos regulares	-	No caso de produtos sujeitos a tratamento de "nação mais favorecida", 30% do valor do produto deve ter sido atribuído em um país cujo tratamento é preferencial.
Seguro de carga	Seguradora (e agentes comerciais)	Todos os produtos regulares	-	-
Certificado de quota de importação para <i>commodities</i>	Ministério do Comércio	Grãos, algodão, açúcar, lã e fertilizantes químicos.	2 meses	O período para solicitação de quotas é de 14 dias, a partir da liberação delas em 1º de janeiro de cada ano.
	e Comissão Nacional de Desenvolvimento e Reforma <a href="http://en.ndrc.gov.cn/">http://en.ndrc.gov.cn/</a>			
Licença regular de importação	Agências autorizadas pelo Ministério do Comércio	Produtos químicos que podem ser usados para fins militares, substâncias tóxicas, drogas e produtos que podem danificar a camada de ozônio.	3-10 dias, após recebimento da permissão para importação.	Certos produtos podem estar sob monopólio completo do governo, ou podem estar banidos para importação.
Certificado de inspeção e conformidade e CCC	Administração Geral de Supervisão de Qualidade, Inspeção e Quarentena	*	Desconhecido (costuma levar alguns meses)	Produtos que não exigem o Certificado CCC estão sujeitos somente ao teste de conformidade na inspeção aduaneira.
Licença automática de importação	Agências autorizadas pelo Ministério do Comércio	Aves, óleo vegetal, vinho, tabaco, amianto, minério de cobre e concentrados, carvão, ácido tereftálico, matéria-prima para plásticos, borracha in natura e sintética, resíduos de papel, tecido de fibra sintética, óleo cru, óleo processado, diacetato de celulose em filamentos, cobre, alumínio, produtos mecânicos e elétricos, minério de ferro, petróleo bruto, óleo processado, alumina, fertilizantes químicos, pesticidas, poliéster em rodelas ou em palitos, pneu de automóvel, terylene, aço e tarugos de aço.	10 dias	É emitida para produtos sem restrições de importação pelo governo, mas que são julgadas como "de monitoramento necessário".

\* Uma lista completa com os produtos sujeitos ao Certificado CCC está disponível em [http://www.ccc-mark.com/list-by-HS-codes-of-products-subject-to-ccc-mark\\_en\\_gb.html](http://www.ccc-mark.com/list-by-HS-codes-of-products-subject-to-ccc-mark_en_gb.html). A legislação correspondente está disponível em <http://www.cnca.gov.cn/cnca/cncatest/20040420/column/227.htm>.

## TRIBUTOS

Na China, a tendência geral é de queda nas tarifas de importação. Apesar de as tarifas permanecerem como uma das principais barreiras da China, elas foram reduzidas consideravelmente nos últimos anos. A média simples da tarifa da nação mais favorecida (NMF) diminuiu de 50%, no começo dos anos 1980, para 15,6%, em 2001, e para 9,5% em 2009. Em 2009, a receita gerada pelas tarifas somou 2,5% do total das receitas de impostos.

As medidas tarifárias aplicáveis às importações abrangem as tarifas da nação mais favorecida, as tarifas preferenciais decorrentes de acordos de comércio e o sistema de quotas tarifárias. No que diz respeito às tarifas, a Comissão do Conselho Estatal de Tarifas Alfandegárias pode determinar tarifas “temporárias”, que são aplicáveis a produtos específicos por período determinado.<sup>35</sup>

A China confere tratamento NMF a todos os membros da OMC, exceto a El Salvador e a alguns territórios da União Europeia. No entanto, os dados fornecidos pelas autoridades indicam que em 2007 e 2008 quase todos os produtos importados pela China estiveram sujeitos à tarifa NMF. No âmbito do regime da nação mais favorecida, todas as tarifas aplicáveis são *ad valorem*. As tarifas consolidadas variam de 0% a 65% para produtos agrícolas e de 0% a 50% para produtos não agrícolas.

As tarifas associadas ao sistema de quotas podem ser aplicadas a produtos importados de todos os países. Em 2009, as quotas foram aplicadas a oito categorias de produtos importados envolvendo 45 linhas tarifárias ao nível de 8 dígitos do SH.<sup>36</sup>

Isenções tarifárias são aplicáveis a produtos cujo valor unitário, incluindo a tarifa, for menor ou igual a 50 RMB<sup>37</sup>; a materiais de propaganda ou amostras sem valor comercial; a produtos e materiais doados gratuitamente por organizações internacionais ou governos estrangeiros; a bens danificados previamente à liberação na alfândega; e a combustíveis, provisões e bebidas para uso em rota, carregados em qualquer tipo de transporte em trânsito pela fronteira. Isenções e reduções tarifárias também são

---

<sup>35</sup> Onde há taxas temporárias para bens de exportação para os quais as taxas NMF aplicadas são aplicáveis e as taxas não são maiores do que as taxas NMF aplicadas, a tarifa temporária se aplica; onde há tarifas temporárias em bens importados para os quais a tarifa especial preferencial ou as tarifas de acordo se aplicam, a tarifa mais baixa prevalecerá; onde há taxas temporárias para bens importados para os quais as quotas se aplicam, a taxa temporária será aplicada.

<sup>36</sup> Essas são trigo (6 linhas), milho (5), arroz (14), açúcar (6), lã (6), fios de lã (3), algodão (2), e fertilizantes químicos (3). Outro imposto (sliding duty) também é aplicado para importações de algodão fora da quota. Em 2009, esse imposto foi aplicado para que, para o algodão valorizado acima de certo nível, um imposto específico de Y 0.57/kg fosse aplicado; para o algodão valorizado abaixo do nível, a taxa foi calculada com base numa equação, mas não maior do que 40%, tendo em conta o preço do algodão (na moeda chinesa). O nível para 2009 foi de Y 11.397/kg. A média da taxa de quota aplicada foi de 4,8%, enquanto a taxa fora das quotas foi de cerca de 50% em 2009.

<sup>37</sup> A moeda da China denomina-se Renminbi (RMB)

aplicáveis a bens importados por determinadas empresas e em conformidade com determinadas políticas governamentais. Nesse sentido, vale mencionar, como exemplo, empresas (domésticas ou estrangeiras) listadas em “empresas incentivadas” no *Catálogo de Reestruturação Industrial da China* e no *Catálogo para Investimento Estrangeiro*,<sup>38</sup> como as fabricantes de equipamento para tratar da poluição do ar, que podem importar equipamentos para uso próprio isentas de tarifas de importação.

Aplicam-se também isenções tarifárias em relação a bens importados para processamento, sujeitos a regime especial de importação (importação temporária). O comércio de produtos sujeitos a processamento representou 48,8% e 32,1% do total de exportações e importações, respectivamente, em 2009. No entanto, a fim de reduzir o consumo de energia e proteger o meio-ambiente, o governo pode não conceder tratamento preferencial a determinados produtos, mesmo que destinados a processamento. Em 2009, de acordo com informações das autoridades, 279 linhas (ao nível HS 8-dígitos) foram sujeitas a proibições de importações (mais do que as 269 de 2007), e outras 139 linhas foram sujeitas a proibições de importação e exportação sob comércio de processamento.

Reduções ou isenções tarifárias também são aplicáveis a algumas atividades de comércio fronteiriço, as quais, em 2008, representaram 1,2% do volume total de importações e exportações. Desde 1º de novembro de 2008, residentes dentro de uma faixa de fronteira de até vinte quilômetros podem importar produtos no valor máximo de RMB 8.000,00 (aumentado de RMB 3.000,00) por pessoa e por dia, livre de impostos, desde que a importação seja realizada em locais designados ou feiras de comércio.

Impostos indiretos (*excise taxes*) e IVA são coletados na fronteira quando da importação. Os impostos que incidem nos produtos importados são geralmente os aplicáveis a produtos nacionais. No entanto, produtos agrícolas primários vendidos diretamente por fazendeiros aos consumidores estão isentos do IVA por uma questão de simplificação administrativa, enquanto importações de produtos similares estão sujeitos ao IVA. Atualmente, as taxas de IVA aplicáveis para a maioria dos bens são de 17% ou 13%. Alguns produtos importados, como aqueles destinados às zonas de processamento de exportações, podem estar sujeitos à redução ou isenção de IVA.

Em síntese, as tarifas impostas às mercadorias importadas pela China abrangem impostos de importação, impostos indiretos e IVA. Tarifas *anti-dumping* também podem ser aplicadas. A tendência geral é de queda nas tarifas de importação na China e de simplificação dos procedimentos de importação. Entretanto, as extensas e complexas listas de produtos e exceções permanentes e temporárias podem provocar grande variação na composição final das tarifas de determinado produto.

---

<sup>38</sup> Ano referência 2007. Disponível em:

<[http://www.export.gov/china/country\\_information/China%202007%20catalogue%20FDI%20restrictions110907.pdf](http://www.export.gov/china/country_information/China%202007%20catalogue%20FDI%20restrictions110907.pdf)>  
, Acesso em: Out. 2010.

## **BARREIRAS NÃO-TARIFÁRIAS**

Além da proibição de importação e da adoção de medidas tarifárias, a China utiliza medidas não tarifárias como instrumentos de suas políticas comerciais e industriais, tais como quotas tarifárias e barreiras técnicas e sanitárias e fitossanitárias.

Entre as formas de proteger o mercado nacional da competição estrangeira, destaca-se a imposição de quotas tarifárias, as quais consistem na delimitação de um montante em valor ou em quantidade que poderá ser exportado para a China a uma alíquota reduzida de importação. O valor que exceder ao estipulado (quota) estará sujeito ao pagamento de uma alíquota de importação mais elevada.

As quotas tarifárias são liberadas em 1º de janeiro de cada ano e são válidas para o ano em que foram divulgadas. O direito à quota dura um ano para grãos, algodão e açúcar, e seis meses para lã e fertilizantes. Pode ser renovado, durando até fevereiro seguinte (grãos, algodão, açúcar) ou até 1º de janeiro seguinte (fertilizantes).

Para produtos sob Tariff Rate Quota (TRQ), o período de submissão da solicitação é de 15 dias a partir da liberação do valor da quota. O direito é liberado dois meses após o fechamento desse período. A importação pode ser efetuada já no primeiro dia após o recebimento do direito. Importadores que não usarem todas as suas quotas disponíveis em um ano, terão suas quotas diminuídas no ano seguinte, proporcionalmente.

A solicitação deve ser feita junto a agências autorizadas pelo MOFCOM (algodão, açúcar, fertilizantes) ou pela Comissão de Desenvolvimento e Reforma Nacional (NDRC) (lã e grãos). Os prazos para a emissão de licenças automáticas e para o fornecimento de permissão para importação (que é o primeiro passo para obter a licença comum) não devem exceder dez dias úteis. No caso das licenças não automáticas, sua emissão é supostamente imediata. A licença automática dura seis meses dentro de um ano (não pode transcender um calendário). A licença comum dura o restante do ano no calendário, a partir de sua emissão. As agências emissoras de licenças são autorizadas pelo MOFCOM. Uma vez obtida permissão de importação, o prazo para emissão da licença (comum) de importação é de três dias, ou, em casos excepcionais, de dez dias. Dependendo do tipo de produto, o importador deve solicitar permissão de importação para organismos governamentais diferentes. Todas as licenças e alocações de TRQ são gratuitas.

**Tabela 3 - Quotas de importações alocadas a empresas de comércio estatal, 2007-2009**

Produto	Código HS	2007	2008	2009
Trigo	10011000; 0019010; 10019090; 1010000; 11031100; 1032010	90%	90%	90%
Milho	10051000; 0059000; 11022000; 1031300; 11042300	60%	60%	60%
Arroz	10061011; 0061019; 10061091; 0061099; 10062010; 0062090; 10063010; 0063090; 10064010; 0064090; 11023010; 1023090; 11031921; 1031929	50%	50%	50%
Açúcar	17011100; 7011200; 17019100; 7019910; 17019920; 7019990	70%	70%	70%
Algodão	52010000; 2030000	33%	33%	33%
Uréia	31021000	90%	90%	90%
NPK	31052000	60%	55%	51%
Fosfato de Diamônio	31053000	60%	55%	55%
Outros fertilizantes químicos <sup>1</sup>	31022100; 31022900; 31023000; 1024000; 31025000; 1026000; 31027000; 1028000; 31029000; 1031000; 31032000; 1039000; 31041000; 1042010; 31042090; 1043000; 31049000; 1051000; 31054000; 1055100; 31055900; 1056000; 31059000	n.a.	n.a.	n.a.
Tabaco	55020010; 6012210; 24011010; 4011090; 24012010; 4012090; 24013000; 4021000; 24022000; 4029000; 24031000; 4039100; 24039900; 8131000; 48132000; 8139000; 84781000; 84789000	n.a.	n.a.	n.a.
Óleo Cru	27090000	n.a.	n.a.	n.a.
Óleo Processado	27101110; 7101120; 27101191; 7101911; 27101912; 7101921; 27101929; 27101922	n.a.	n.a.	n.a.
Óleo de Colza	15141100; 5141900; 15149110; 5149190; 15149900	Temporariamente abolido desde 1º de Janeiro de 2006		
Óleo de Soja	15071000; 15079000	Temporariamente abolido desde 1º de Janeiro de 2006		
Óleo de Palma	15111000; 15119010; 15119090	Temporariamente abolido desde 1º de Janeiro de 2006		

Fonte: WORLD TRADE ORGANIZATION. *Trade Policy Review: Report by the secretariat*. China. 2010, p. 123, tab. AIII.2. Disponível em: <[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp330\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp330_e.htm)>. Acesso em: Nov. 2010

Nota: n. a.: não aplicável. Esses produtos, embora estejam sujeitos ao comércio estatal, não estão sujeitos a tarifas de quotas.

Em relação a padrões e regulamentações técnicos, a [Administração Geral de Supervisão, Inspeção e Quarentena de Qualidade](#)<sup>39</sup> (AQSIQ, na sigla em inglês) consiste no ponto focal para os acordos de barreiras técnicas e medidas sanitárias e fitossanitárias da OMC. Outras funções da AQSIQ incluem gestão de qualidade, gestão de metrologia, segurança de alimentos, certificação, credenciamento e padronização. Nas províncias chinesas, a AQSIQ é representada por 31 escritórios provinciais de Qualidade e Supervisão Técnica, responsáveis pela gestão de qualidade.

<sup>39</sup> Disponível em: <<http://english.aqsig.gov.cn/>>.

A Administração de Certificação e Credenciamento da China (CNCA, na sigla em inglês) é o órgão anexo da AQSIQ encarregado de harmonizar os métodos de certificação. Outras agências que legalmente regulam o comércio exterior, de acordo com seus encargos, são o Ministério da Saúde (MOH), o Ministério da Indústria e da Tecnologia de Informação (MIIT), a Administração Estatal de Alimentos e Medicamentos (SFDA), o Ministério da Proteção Ambiental (MEP) e o Ministério da Agricultura (MOA).<sup>40</sup>

A CNCA se reserva o direito de exigir quaisquer documentos que julgar conveniente, além daqueles documentos específicos exigidos quando da certificação de um produto. Geralmente, é necessário o envio de uma amostra do produto para testes em laboratórios chineses. Para alguns produtos, todavia, são também exigidas inspeções pré-importação na fábrica e pós-importação.<sup>41</sup> *Maquinário usado*, por exemplo, está sujeito a verificação no país de origem (por técnicos certificados chineses), no porto chinês de chegada e no destino final.<sup>42</sup>

A CNCA coordena a certificação e o teste compulsórios de mercadorias, sendo responsável pelo rótulo de Certificação Compulsória da China (CCC).<sup>43</sup> O *Catálogo de Produtos Sujeitos à Certificação Compulsória* lista os produtos que requerem o rótulo CCC e é revisado sempre que necessário. Sem esse rótulo, esses produtos não podem ser comercializados ou importados pela China. Em 2009, o *Catálogo* continha 23 grupos e 172 subcategorias de produtos, cobrindo, entre outros, fios elétricos e ferramentas, aparelhos elétricos domésticos, veículos motores, partes e acessórios de segurança e brinquedos.

Certos produtos listados no *Catálogo* podem ser isentos do rótulo CCC se eles forem, por exemplo, produtos para uso pessoal do corpo diplomático, para exibição comercial ou para pesquisa e testes. A isenção do CCC não significa necessariamente isenção da inspeção de importação.

Certificações voluntárias podem ser aplicadas para produtos que não requerem o rótulo CCC. Por exemplo, o Centro de Certificação de Qualidade da China (CQC) é responsável pelo sistema de certificação voluntária (o rótulo CQC), cobrindo mais de 500 produtos. O CQC também faz parte do Esquema CB do Sistema IEC do Teste de Conformidade e Certificação de Equipamento Elétrico (IECEE), e pode emitir o Teste de Certificação CD reconhecido por 52 países e regiões dentro do esquema CB.<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> China Conformity Certification. Disponível em: <<http://english.agri.gov.cn/>>.

<sup>41</sup> É possível acessar guias sobre o CCC de cada produto em <<http://www.cnca.gov.cn/cnca/cncatest/20040420/column/227.htm>>.

<sup>42</sup> PRICEWATERHOUSECOOPERS. *Doing Business and investing in the China*. 2008.

<sup>43</sup> Determinados produtos exigem a "CCC Mark". A documentação para obter o Certificado CCC varia segundo a natureza do produto. Entretanto, os documentos básicos consistem em uma listagem de componentes do produto (ou matérias-primas utilizadas) e manual de instruções em chinês. O certificado CCC envolve um processo de inscrição que pode demorar meses e custar por volta de US\$ 4.500

<sup>44</sup> Outras certificações voluntárias incluem certificação de alimentos, boas práticas agrícolas (GAP), produtos agrícolas livres de pestes, produtos orgânicos e certificações do sistema de gerenciamento, como o sistema de análise de risco e pontos de controle crítico (HACCP, na sigla em inglês) e os sistemas ISO-9000 e ISO-14000.

Com relação às medidas sanitárias e fitossanitárias (SPS), o MOFCOM é responsável por submeter notificações dessas medidas à OMC, e a AQSIQ é o ponto focal para o tratamento dessas questões. A Administração de Alimentos e Drogas supervisiona a segurança de alimentos, alimentos saudáveis (*health foods*), cosméticos e fármacos.<sup>45</sup> A supervisão específica de produtos alimentícios e de alimentos processados é fornecida pelo Ministério da Agricultura<sup>46</sup> e Saúde,<sup>47</sup> e pela Administração Estatal da Indústria e Comércio (SAIC, na sigla em inglês).<sup>48</sup>

A principal legislação sanitária e fitossanitária da China abrange a *Lei da Qualidade e Segurança de Produtos Agrícolas*,<sup>49</sup> a *Lei de Entrada e Saída de Animais e Quarentena de Plantas*,<sup>50</sup> a *Lei de Higiene de Alimentos*,<sup>51</sup> a *Lei de Prevenção de Doenças Animais*, a *Lei de Inspeção de Commodities de Importação e Exportação*,<sup>52</sup> a *Lei de Saúde e Quarentena da Fronteira*,<sup>53</sup> assim como regulações e regras de implementação subsequentes. Uma nova *Lei de Segurança Alimentar*<sup>54</sup> entrou em vigor em 1º de junho de 2009 e envolve, *inter alia*, a promulgação de padrões nacionais de segurança alimentar.

Os exportadores de alimentos para a China devem preencher um formulário de registro na AQSIQ. Alimentos com embalagens devem conter informações em chinês sobre a origem do produto e sobre o produtor, entre outras.<sup>55</sup> Os carregamentos de produtos animais e vegetais devem ser acompanhados de certificados sanitários, emitidos pelas agências responsáveis do país de origem, que serão verificados de acordo com o contrato comercial fornecido. Após a inspeção, se aprovados, os produtos são liberados para circulação interna; se reprovados, o agente ou o dono da carga é responsável por conferir tratamento adequado a esses produtos. Quaisquer custos na inspeção e quarentena recaem sobre o agente ou dono da carga.<sup>56</sup>

Um catálogo de bens cuja inspeção é obrigatória é liberado anualmente. Animais, plantas, embalagens de madeira e produtos alimentícios com rótulo são os principais bens sujeitos à inspeção. Os importadores devem declarar os bens no escritório portuário de inspeção e não podem comercializá-los até

---

<sup>45</sup> Disponível em: <<http://eng.sfda.gov.cn/eng/>>.

<sup>46</sup> Disponível em: <<http://english.agri.gov.cn/>>.

<sup>47</sup> Disponível em: <[http://english.gov.cn/2005-10/09/content\\_75326.htm](http://english.gov.cn/2005-10/09/content_75326.htm)>.

<sup>48</sup> Disponível em: <<http://www.saic.gov.cn/english/>>.

<sup>49</sup> Disponível em: <<http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/en/b/2007-12-05/15409.shtml>>.

<sup>50</sup> Disponível em: <<http://english.mofcom.gov.cn/aarticle/policyrelease/internationalpolicy/200703/20070304474798.html>>.

<sup>51</sup> Disponível em: <<http://www.cnca.gov.cn/rjwzcjgb/flfg/images/20061016/476.pdf>>.

<sup>52</sup> Disponível em: <[http://www.china.org.cn/travel/2008-01/03/content\\_1225545.htm](http://www.china.org.cn/travel/2008-01/03/content_1225545.htm)>.

<sup>53</sup> Disponível em: <[http://www.gov.cn/english/2005-08/29/content\\_27332.htm](http://www.gov.cn/english/2005-08/29/content_27332.htm)>.

<sup>54</sup> Disponível em: <[http://www.procedurallaw.cn/english/law/200903/t20090320\\_196425.html](http://www.procedurallaw.cn/english/law/200903/t20090320_196425.html)>.

<sup>55</sup> CHINA. Ministry of Agriculture. *PRC Food Safety Law*. Disponível em: <<http://english.agri.gov.cn/>>.

<sup>56</sup> CHINA. Ministry of Agriculture. *Law of the People's Republic of China on the Entry and Exit Animals and Plants Quarantine*, Disponível em: <<http://english.agri.gov.cn/>>.

receber aval. Certificados de qualidade e marcas internacionais consolidadas podem isentar determinados produtos dessa verificação.

Alguns produtos estão isentos de inspeção de entrada/saída e requerimentos de quarentena. Esses produtos devem ter sua própria marca e ter uma posição de liderança nas indústrias do seu país/região de origem em termos de *ranking* do produto e qualidade; uma “boa reputação” no mercado internacional, sem defeitos de qualidade ou reclamações; e uma taxa de aprovação de 100% nas inspeções do produto nos três anos consecutivos anteriores. Alimentos, animais e plantas e seus derivados, bens perigosos e seu acondicionamento, produtos de qualidade altamente variável e produtos a granel (como minério de ferro) não são candidatos à isenção.

O sistema de certificação compulsória na China é aplicado a produtos relacionados à saúde e segurança da vida humana, saúde dos animais e plantas, proteção ambiental e segurança nacional. Em julho de 2009, a AQSIQ lançou uma versão revisada da Regulação do Gerenciamento da Certificação Compulsória de Produtos (*Compulsory Products Certification Management Regulation*)<sup>57</sup> para, *inter alia*, esclarecer alguns aspectos do processo de certificação. Ainda assim, preocupações surgiram no comitê de TBT de que o sistema de certificação compulsória poderia ser oneroso e, portanto, um impedimento ao comércio. As autoridades apontaram que melhorias têm sido feitas continuamente, e que a China está comprometida com a simplificação do procedimento do sistema para assim diminuir o ônus das empresas.

A China tem participado ativamente em Acordos de Reconhecimento Mútuo (Mutual Recognition Agreement - MRA) regionais e internacionais de certificação e credenciamento. O país estabeleceu o sistema de credenciamento nacional para laboratórios e órgãos de certificação e inspeção, de acordo com os padrões ISO17020, ISO17021 e ISO17025. No entanto, a China vem tentando aplicar métodos unilaterais de certificação de qualidade, a despeito de acordos internacionais no âmbito da OMC.<sup>58</sup>

A China não assinou nenhum tratado bilateral, regional ou multilateral sobre compras governamentais. Em parte, refletindo sua intenção de aderir ao Acordo de Compras Governamentais (GPA, na sigla em inglês) da OMC em 2007, a China estabeleceu provisões legais para a inclusão de produtos importados em certas circunstâncias dentro do seu sistema de compras governamentais. Importações usadas para essas compras requerem uma aprovação do Ministério das Finanças ou de seus departamentos correspondentes a nível local. Governos locais respondem pela maior parte das compras governamentais na China. Em 2006, responderam por 80% do valor total delas.

<sup>57</sup> Disponível em: <<http://china-ccc-certification.com/77.html>>. Acesso em: Out. 2010.

<sup>58</sup> UNITED STATES TRADE REPRESENTATIVE. *2009 Report to Congress On China's WTO Compliance*. 2010. Disponível em: <[http://www.ustr.gov/webfm\\_send/1572](http://www.ustr.gov/webfm_send/1572)>. Acesso em: Out. 2010.

## SUBSÍDIOS

Uma falta de transparência geral torna difícil identificar e quantificar possíveis subsídios às exportações providos pelo governo chinês, pois os programas de subsídio da China são frequentemente resultados de medidas administrativas internas e não são publicados. De acordo com o relatório de 2010 da Secretaria de Comércio dos Estados Unidos (Office of the United States Trade Representative), as principais áreas de preocupação com relação aos subsídios chineses seriam as indústrias de aço, de petroquímica, de alta tecnologia, de papeis, de máquinas para indústria, de cobre e de metais não ferrosos.

No protocolo de entrada da China na OMC, o país comprometeu-se a eliminar quaisquer subsídios proibidos de acordo com o artigo 3 do acordo sobre subsídios da organização. O governo de Washington pressionou Pequim a cortar os subsídios que aparentemente seriam proibidos, que incluíam tanto aqueles à exportação quanto à substituição de importações, beneficiando uma larga gama de indústrias chinesas principalmente por isenções e reduções de impostos sobre valor agregado e sobre ganhos.

Quanto à parte fiscal da Lei, a maioria dos incentivos é dada em forma de isenções ou reduções nas taxas de ganhos das empresas, apesar de elas terem, também, a opção de obter incentivos na forma de reduções de imposto sobre o valor agregado. Sob a Lei de Impostos sobre Ganhos das Empresas, incentivos são dados a empresas que investem em regiões menos desenvolvidas, como o oeste da China, e para investimentos em atividades encorajadas pelo Governo, como agricultura, proteção de meio-ambiente, energias renováveis, *softwares* e indústrias de circuito integrado, e investimentos em títulos e fundos de desenvolvimento. Por exemplo, empresas engajadas em atividades de alta tecnologia ou em novas tecnologias pagam uma taxa de 15%; caso essas empresas estivessem estabelecidas em Zonas Econômicas Especiais (ZEEs) ou na Nova Área de Xangai Pudong, em 1º de janeiro de 2008 ou posteriormente a essa data, seriam isentas de impostos sobre ganhos nos primeiros dois anos, contados a partir do primeiro ano em que os ganhos de produção e de operações de negócios tiverem sido obtidos. Então, as empresas seriam sujeitas a uma taxa de 12,5% sobre tais ganhos (i.e. metade da taxa padrão prevista pela lei de 25%) do terceiro ao décimo quinto ano.

Incentivos fiscais também são dados a empresas médias com o intuito de facilitar seu desenvolvimento. Por exemplo, microempresas e empresas médias podem se beneficiar de, entre outras coisas, impostos sobre ganhos e VAT mais baixos. Empresas de lucros baixos e de pequena escala que preencham certos requisitos pagam impostos de 20% sobre ganhos, em vez de 25%. Além disso, para microempresas com um ganho anual tributável de menos de RMB 30 mil em 2010, a taxa de imposto sobre ganhos fica reduzida pela metade. Contribuintes de pequena escala, os quais eram sujeitos a um VAT de 6%, agora pagam 3%.

Um tratamento fiscal preferencial, em termos de impostos sobre ganhos mais baixos, previamente dados às empresas localizadas em zonas econômicas especiais e de alta tecnologia, está sendo eliminado. Após um período de transição, não mais existirá tratamento fiscal preferencial para empresas nessas zonas.

Políticas industriais continuam sendo aspectos importantes das políticas governamentais que orientam na alocação de recursos. No início de 2009, o governo identificou os dez setores (nove manufatureiros) mais afetados pela redução da demanda externa após a crise econômica global. Para alavancar seu desenvolvimento, políticas setoriais específicas foram discutidas. As principais medidas incluem diminuir a arrecadação fiscal proveniente de empresas através de, por exemplo, ajustamentos de taxas de abatimento de VAT; e disponibilizar empréstimos preferenciais ou outro tipo de assistência financeira a empresas nesses setores, a fim de encorajar, entre outras coisas, a inovação.

O governo fornece “auxílio” em relação a alguns preços de *commodities* e serviços considerados de grande importância para a economia nacional e para a subsistência do povo (como eletricidade e certos medicamentos); recursos naturais escassos (derivados de petróleo e gás natural); operações de monopólio natural (oferta de água); importantes serviços públicos (transporte público); serviços de bem-estar social (auxílios de educação). De acordo com essas autoridades, esses preços somam 3% de todos os preços na economia. Alguns produtos e serviços são sujeitos a “auxílios” de preço em nível central e outros em nível local. Em nível central, a Comissão de Desenvolvimento e Reforma Nacional (NDRC) é quem está a cargo dos “auxílios” de preço de, por exemplo, materiais de reserva-chave do Estado, gás natural, potência elétrica, transportes importantes (como ferrovias e aviação civil), e serviços de correio e de telecomunicação. Em nível local, a Secretaria de Preços de Commodities em cada província está a cargo dos “auxílios” de preço que concernem, entre outras coisas, serviços relacionados à saúde e ao transporte de passageiros em estradas. Além disso, são mantidos contratos de preços baixos para arroz e trigo para as principais áreas de produção de grãos (sete províncias para arroz e seis para trigo). Tais preços foram aumentados várias vezes em 2008 e 2009, refletindo o aumento de custo na produção de grãos.

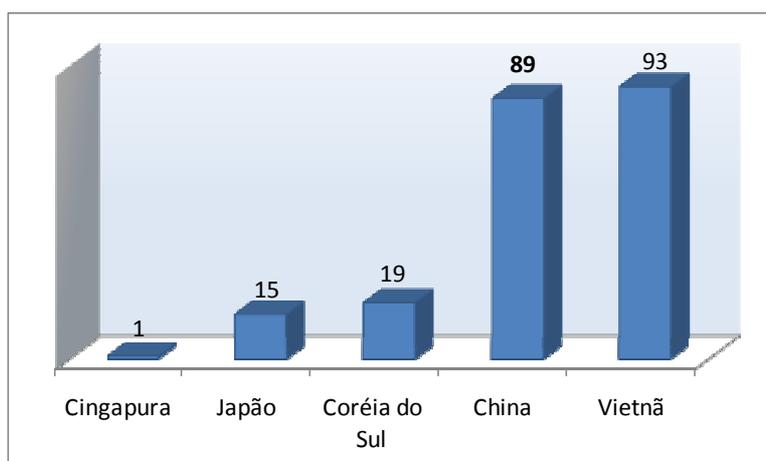
A fim de se apoiar menos em empresas manufatureiras, o governo tornou as restrições de IDE menos severas em alguns setores e está promovendo a expansão da agricultura através de subsídios de produção e da eliminação progressiva de impostos agrícolas.

### AMBIENTE DE NEGÓCIOS

De acordo com a publicação do Banco Mundial, *Doing Business 2010*, a China ocupa a 89ª posição em um *ranking* de 183 países, avaliados por sua facilidade de fazer negócios. A classificação dos países leva em conta aspectos relacionados a: abertura de empresas, obtenção de alvarás, contratação de empregados, registro de propriedades, obtenção de crédito, proteção de investidores, pagamento de impostos, comércio exterior, cumprimento de contratos e fechamento de empresas.

Quanto menor a posição no *ranking*, melhor o ambiente de negócios. Cingapura, como demonstra o Gráfico 6, é considerado o melhor lugar do mundo para se realizar um negócio. O Japão apresenta-se na 15ª posição, seguido da Coreia do Sul na 19ª posição. Dentre os países asiáticos em análise, o Vietnã apresenta-se na última posição no *ranking*, com a 93ª colocação.

**Gráfico 6 - *Doing Business 2010*: Facilidade de fazer negócios – posição no ranking**



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

Com auxílio da Tabela 4, percebe-se que, no geral, houve uma queda no desempenho da China entre 2009 e 2010, quando o país passou da 86ª para a 89ª colocação. O critério “Proteção de investidores” contribuiu mais pesadamente para o resultado negativo, com queda de cinco posições. Por outro lado, no item “pagamento de impostos”, o país ganhou dez posições em relação ao ano anterior.

**Tabela 4 – Critérios para o índice “Facilidade de fazer negócios” - Mudanças entre 2009 e 2010**

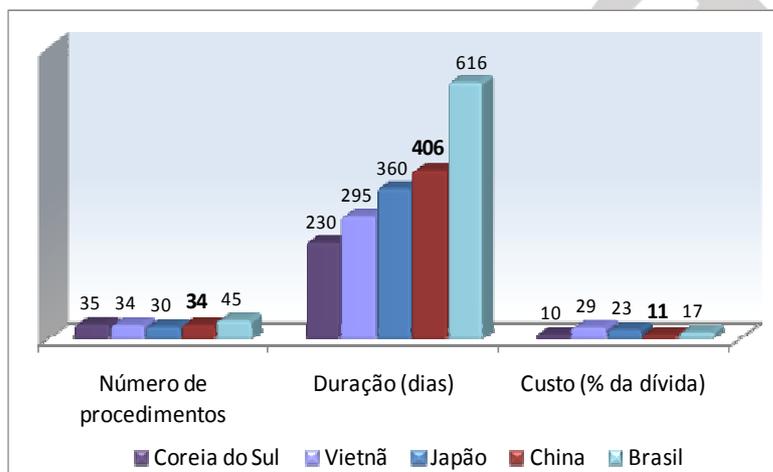
Item	Ranking de 2010	Ranking de 2009	Mudanças no Ranking
<b>Facilidade de fazer negócios</b>	<b>89</b>	<b>86</b>	<b>-3</b>
Abertura de empresas	151	152	1
Obtenção de alvarás	180	178	-2
Contratação de empregados	140	139	-1
Registro de propriedades	32	30	-2
Obtenção de crédito	61	59	-2
Proteção de investidores	93	88	-5
Pagamento de impostos	125	135	10
Comércio exterior	44	49	5
Cumprimento de contratos	18	18	0
Fechamento de empresas	65	65	0

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

Dados do relatório de pesquisa *Doing Business* ainda indicam que o número de dias para abrir uma empresa na China é de 37, comparado a média de 41 na Ásia.<sup>59</sup>

Os Gráficos 7 e 8 apresentam, respectivamente, as análises dos itens “cumprimento de contratos” e “comércio exterior”, que têm maior relevância para o exportador. A análise é realizada a partir de uma perspectiva comparada de China, Coreia do Sul, Japão, Vietnã e Brasil.

**Gráfico 7- *Doing Business* 2010 – Cumprimento de contratos**



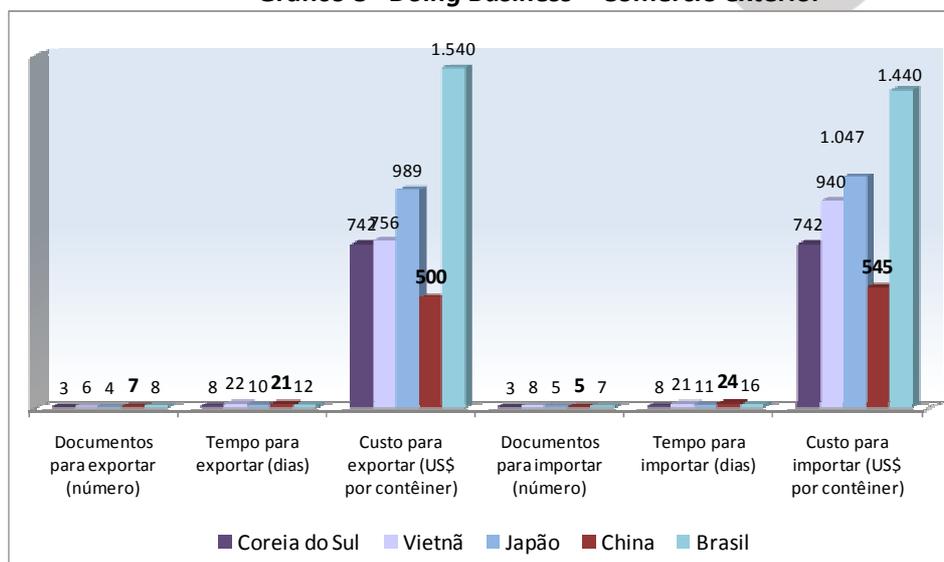
Fonte: *Doing Business*, Banco Mundial. Elaboração: UICC, Apex-Brasil.

O “cumprimento de contratos” busca medir a eficiência dos tribunais locais na resolução de disputas, envolvendo operações de venda. São avaliados o tempo, o custo e o número de processos envolvidos na contenda, desde o momento do registro da ação até a efetivação do pagamento requerido por uma das partes (Gráfico 8). Na China, tanto o número de procedimentos (34) quanto a duração do

<sup>59</sup> A avaliação de cada um dos critérios que compõem o índice de “facilidade de fazer negócios” na China pode ser obtida no endereço <<http://www.doingbusiness.org>>.

processo (406 dias) e os custos processuais como percentagem da dívida (11%) são melhores do que no Brasil.

**Gráfico 8 - Doing Business – Comércio exterior**



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

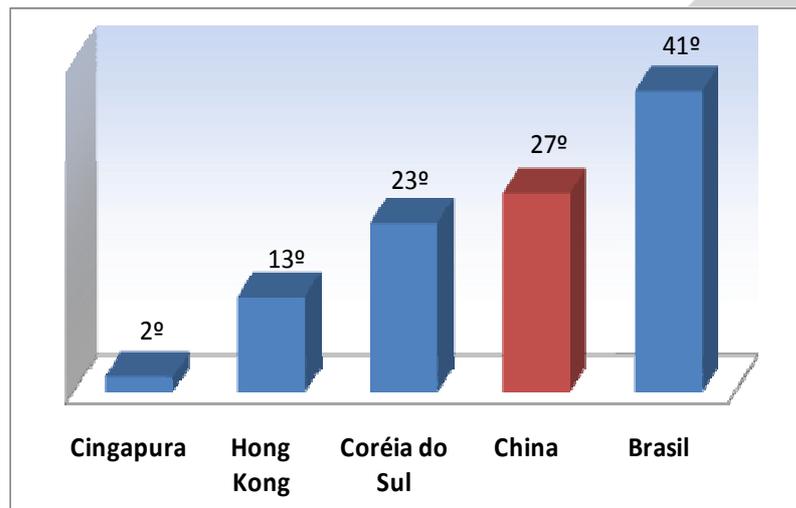
Na composição do item “comércio exterior”, o Banco Mundial analisa os procedimentos, custo e tempo implicados na importação e exportação de um contêiner padrão, desde a assinatura do contrato final entre as partes que comercializam até a efetiva entrega dos bens. Nesse indicador, a China apresenta bom desempenho nos quesitos relacionados aos custos de exportação e importação, de US\$ 745 e US\$ 795 por contêiner, nessa ordem, bem mais baixos do que aqueles países mostrados no Gráfico 8. Em contrapartida, exige maior tempo para importar, ou seja, 24 dias.

## INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

Por suas dimensões continentais e pelas características de desenvolvimento econômico, a China possui um complexo sistema de distribuição e logística. As diferenças regionais, a existência de zonas especiais e as enormes distâncias incentivam a regionalização da distribuição. Uma estratégia interessante seria considerar a utilização de Hong Kong como entreposto logístico para o mercado chinês.

Na classificação do Índice de Desempenho Logístico do Banco Mundial, que avalia um universo de 155 países, a China está em uma posição intermediária com a 27ª colocação. Esse índice é composto pela média da pontuação alcançada pelos países em sete categorias: aduanas, infraestrutura, facilidade de embarque, serviços logísticos, facilidade de rastreamento, custos de logística interna e tempestividade.

**Gráfico 9 – Colocação no *Ranking* do Índice de Desempenho Logístico**



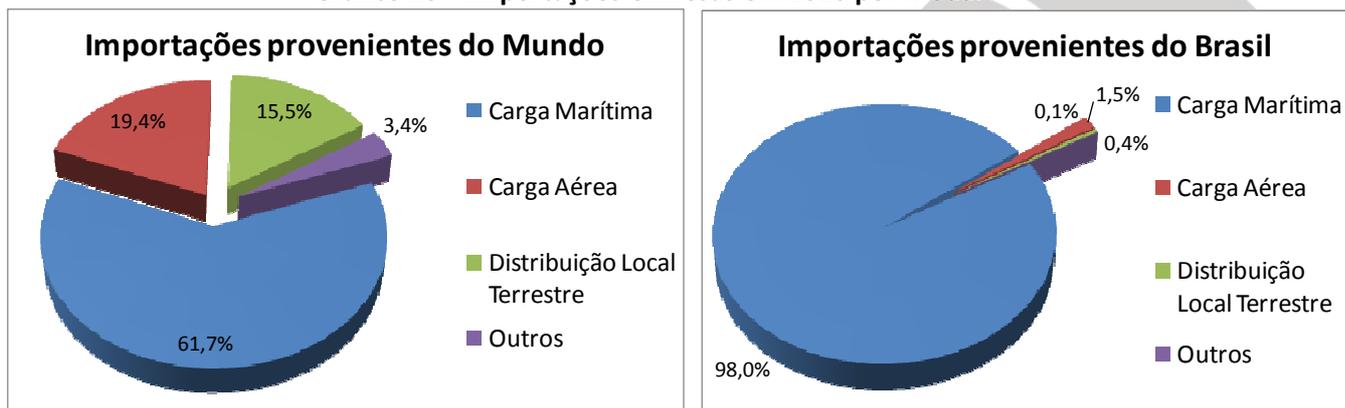
Fonte: *Doing Business*, Banco Mundial. Elaboração: UICC, Apex-Brasil.

Como se pode observar no Gráfico 9, dentre os países analisados, Cingapura apresenta um melhor desempenho, com a segunda colocação no índice, atrás somente da Alemanha. Hong Kong e Coreia do Sul apresentam-se na 13ª e 23ª posição, respectivamente. O Brasil, por sua vez, apresenta-se na 41ª colocação, inferior a todos os países asiáticos em análise.

As mercadorias importadas entram no mercado chinês por meio de quatro modais de transporte: carga aérea, carga marítima, carga por outros modais e carga terrestre. O modal “carga terrestre” nem sempre significa transporte terrestre desde o país de origem da carga até a China. Como existem zonas alfandegárias fora da área portuária, a carga transportada internamente por via terrestre também é classificada como carga terrestre. Como não há possibilidade de transporte terrestre do Brasil à China, neste estudo, a carga terrestre é considerada como distribuição local terrestre.

Do total das importações chinesas, 61,7% da carga chegam ao país por via marítima; 19,4%, por carga aérea; 15,5%, por via terrestre; e 1,3%, por outros modais. Em relação às importações provenientes do Brasil, conforme observado no Gráfico 10, a maior parte (98,0%) é realizada por via marítima.

**Gráfico 10 - Importações Chinesas em 2010 por Modal**



Fonte: WTA. Elaboração UICC - Apex-Brasil.

A China possui mais de sessenta portos ao longo de sua costa. Aqueles que têm capacidade anual de manejo de mais de 50 milhões de toneladas são: Xangai, Ningbo, Guangzhou, Qinhuangdao, Tianjin, Dalian, Qingdao, Rizhao e Yingkou. O país tem rotas de navegação para 1.100 portos em 150 países, sendo considerado um país de classe “A” pela Organização Marítima Internacional.

**Mapa 2 - Principais Portos da China**



Fonte: Phoenix Ryzing.

Em relação ao transporte aéreo, atualmente, a China possui cerca de 190 aeroportos com voos programados para mais de 1.300 rotas aéreas. Em 2020, a previsão do governo chinês é que o número de aeroportos chegue a 244.

Os aeroportos chineses movimentam mais de 150 milhões de passageiros por ano, com um volume de transporte de cargas superior a 3,5 milhões de toneladas. O aeroporto da Capital, em Pequim; o de

Baiyun, em Guangzhou; e o de Hongqiao, em Xangai, respondem por 34,87% da capacidade total de passageiros e 47,05 % da capacidade total de carga.

## DISTRIBUIÇÃO

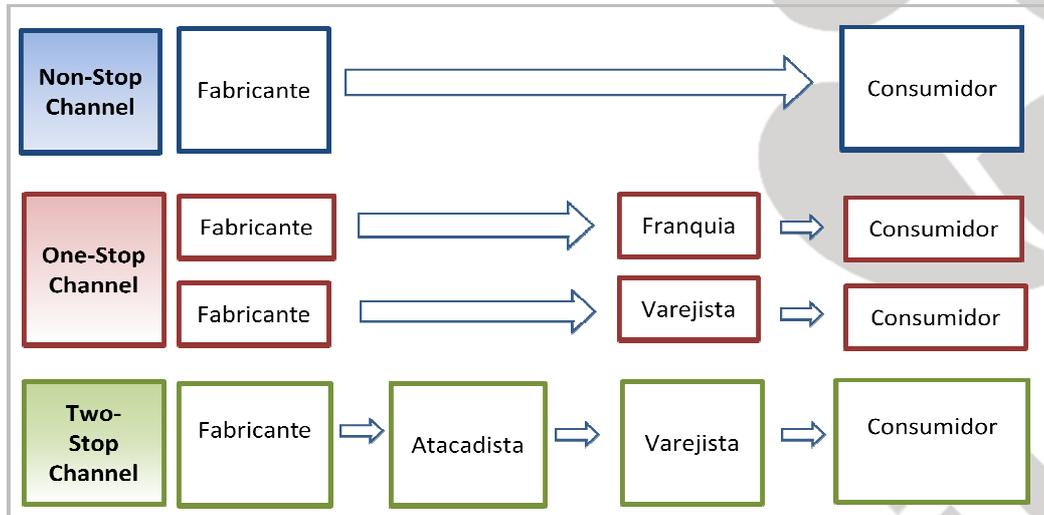
O segmento de logística na China encontra-se em rápida expansão, com a inserção cada vez maior de empresas estrangeiras que têm investindo amplamente no país. Apesar disso, a distribuição das mercadorias no vasto território chinês ainda é complexa. Os custos relacionados à logística no país são altos e, às vezes, superam os valores alcançados nos Estados Unidos e na União Europeia, devido à inadequação e fragmentação das redes de infraestrutura e de transportes. Para minimizar esses custos é imprescindível ter parceiros locais.

Vários canais de distribuição atacadista e varejista ainda são monopolizados por empresas estatais. É comum que grande parte do valor final do produto seja absorvida por esses canais. Em algumas indústrias, a média da porcentagem do preço retida na distribuição do produto varia entre 40% e 60%.

De acordo com o estudo *Doing Business with China*, desenvolvido pela *Global Market Briefings*, a China possui quatro tipos principais de canais de distribuição: *non-stop channel*; *one-stop channel* passando por varejista; *one-stop channel* passando por franquia; e *two-stop channel*. Segue explicação de cada canal:

- *Two-stop channel*: há dois intermediários entre o fabricante e o consumidor - o atacadista e o varejista. É facultativo ao exportador contribuir com o atacadista no desenvolvimento da cadeia de distribuição ou apenas ter contato com o último. Essa é a forma mais indicada para as empresas que têm pouca ou nenhuma experiência no mercado chinês.
- *One-stop channel via varejista*: a venda é feita diretamente para o varejista. Comumente, as empresas que optam por esse modelo já estão infiltradas nos mercados regionais e mantêm centros de distribuição em cada região.
- *One-stop channel via franquia*: uma empresa estrangeira faz um acordo de exclusividade com um parceiro local, com ampla atuação no mercado. Tal estratégia não permite uma penetração mais direta no mercado local.
- *Non-stop channel*: empresas estrangeiras com profundo conhecimento do mercado chinês vendem diretamente para consumidores finais. Geralmente, as atividades de venda são apoiadas por um centro de coordenação logística localizado na China. Dependendo do caso, representantes comerciais são importantes nesse processo. Exemplos de empresas que optaram por essa estratégia são a Electrolux e Vorwerk.

**Figura 1 - Modalidades de Canais de Distribuição**



Fonte: *Global Market Briefings*. Elaboração UICC - Apex-Brasil.

No que se refere à distribuição de bens de consumo, os hipermercados estrangeiros são o veículo ideal para vender um produto na China, tanto por sua importância atual, como pelo seu potencial de crescimento. Atualmente, essas instituições contam com uma forte presença em cidades como Pequim e Xangai, além de serem os lugares mais frequentados pela ascendente classe média chinesa.

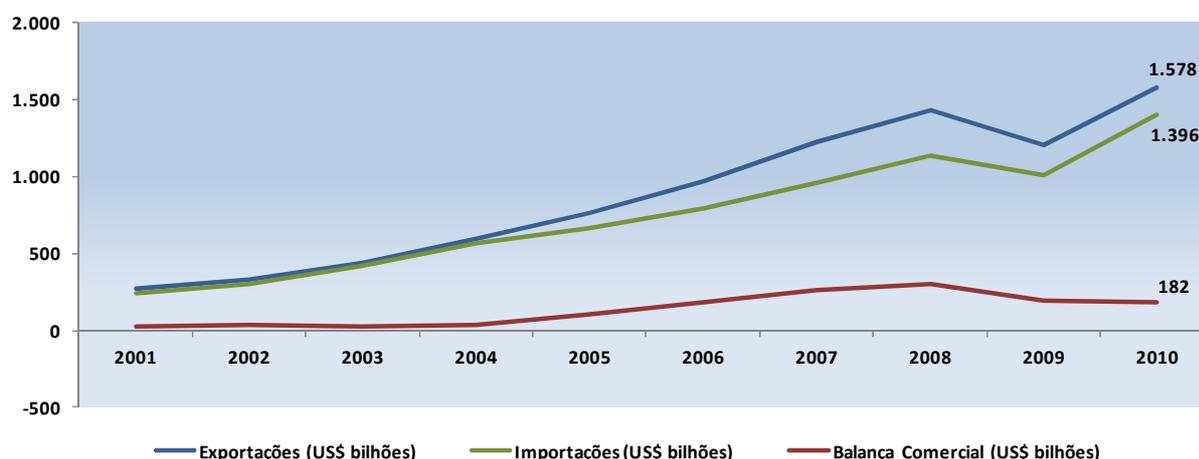
No que tange aos bens industriais, tais como máquinas e equipamentos de telecomunicações, as empresas estrangeiras, usam algumas redes de distribuição local, geralmente através de uma combinação de escritórios de representação e agentes de vendas. Esses agentes se tornam um fator essencial devido aos contatos que possuem com empresas locais e instituições públicas.

## EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DA CHINA

A China passou por um *boom* exportador a partir de 2002, com as vendas de mercadorias crescendo em média 22% ao ano entre 2002 e 2010. Nesse período, portanto, o setor externo foi um forte dinamizador da economia, o que permitiu um intenso aumento de importações, com média anual de crescimento de 19,9% no mesmo período, refletindo o alto dinamismo da economia Chinesa.

Em 2009, com os impactos da crise econômica, as exportações chinesas sofreram uma queda de 16,01% e as importações de 11,21%. Já em 2010 houve aumento significativo no fluxo comercial da China, com um crescimento de 31% em relação ao ano anterior, quando as exportações alcançaram US\$ 1,5 trilhão e as importações US\$ 1,3 trilhão.

**Gráfico 11 – Evolução do comércio exterior da China (2010)**



Fonte: Comtrade UN. Elaboração UIC – Apex – Brasil.

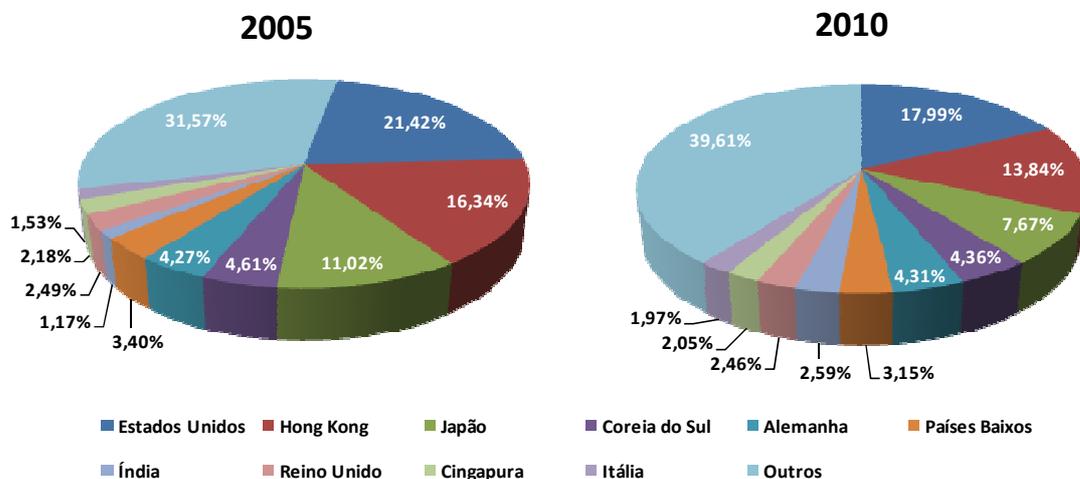
É interessante ressaltar que, apesar de a China ter apresentado uma queda no valor exportado em 2009, o país se tornou o maior exportador mundial, passando à frente da Alemanha. As exportações alemãs no mesmo ano foram de US\$ 1,1 trilhão, o que representou uma diferença de aproximadamente US\$ 300 bilhões em relação às exportações chinesas.

## DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DA CHINA

O Gráfico 12 mostra os principais destinos das exportações chinesas. É possível observar uma desconcentração de mercados entre 2005 e 2010. Os nove principais mercados correspondiam a 68% do destino das exportações chinesas em 2005, porém, essa participação reduziu-se para 60% em 2010. Nos

dois períodos analisados, os Estados Unidos aparecem como maior importador dos produtos chineses, seguidos de Hong Kong e Japão.

**Gráfico 12 - Destino das exportações chinesas**



Fonte: GTIS. Elaboração UIC Apex-Brasil.

### PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE EXPORTAÇÕES DA CHINA

As “máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados” são os principais itens de exportação da China e apresentaram, em 2010, um crescimento superior a 90% em relação a 2005. O segundo segmento mais exportado pelo mercado chinês é o de “aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia”, seguidos do segmento de “confeção de artigo de vestuário”, conforme a Tabela 5.

**Tabela 5 – Dez principais setores das exportações chinesas por CNAE<sup>60</sup> três dígitos (2005 e 2010)**

<sup>60</sup> Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

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
302	Máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	104.720.287.917	13,7%	302	Máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	202.541.284.893	12,8%
323	Aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	59.736.954.860	7,8%	322	Aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	113.728.272.947	7,2%
181	Confecção de artigos do vestuário	55.340.810.450	7,3%	181	Confecção de artigos do vestuário	97.146.744.162	6,2%
322	Aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	35.125.461.193	4,6%	321	Material eletrônico básico	81.478.620.349	5,2%
369	Produtos diversos	32.451.021.253	4,3%	323	Aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	72.510.116.023	4,6%
321	Material eletrônico básico	29.179.425.460	3,8%	369	Produtos diversos	59.907.617.066	3,8%
193	Calçados	19.052.502.702	2,5%	351	Construção e reparação de embarcações	40.296.396.459	2,6%
173	Tecelagem - inclusive fiação e tecelagem	17.024.221.990	2,2%	334	Aparelhos, instrumentos e materiais ópticos, fotográficos e cinematográficos	36.035.011.310	2,3%
298	Eletrodomésticos	16.874.264.371	2,2%	193	Calçados	35.633.850.507	2,3%
334	Aparelhos, instrumentos e materiais ópticos, fotográficos e cinematográficos	15.443.903.968	2,0%	361	Artigos de mobiliário	33.697.060.894	2,1%
	Outros	377.004.555.367	49,5%		Outros	804.788.776.278	51,0%
	<b>Total</b>	<b>761.953.409.531</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>1.577.763.750.888</b>	<b>100%</b>

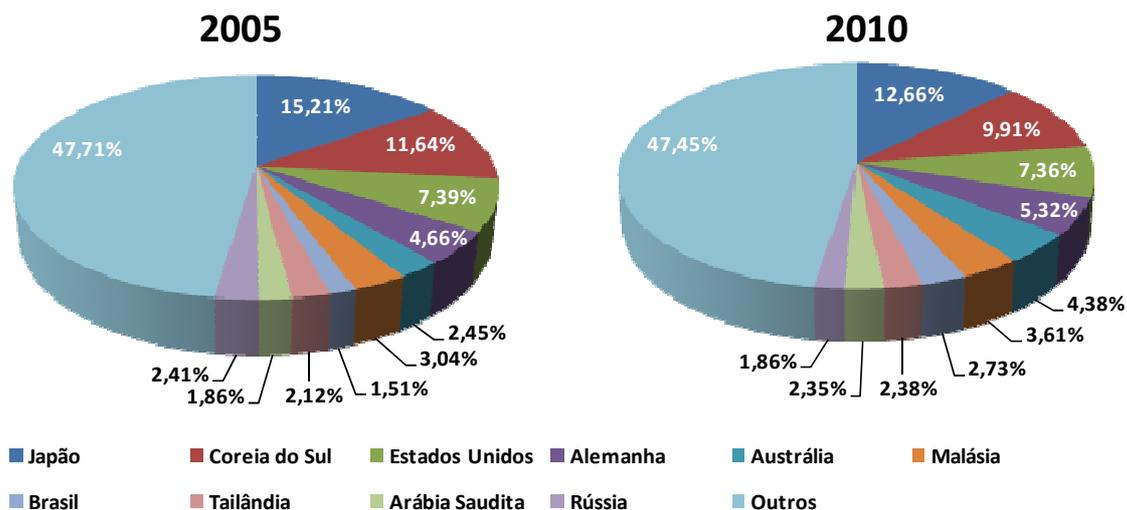
Fonte: UN Comtrade. Elaboração UIC Apex-Brasil.

## ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES DA CHINA

A análise dos principais parceiros da China (Gráfico 13) mostra que o Japão se manteve como o principal fornecedor no período em observação (2005-2010); no entanto, apresentou uma leve redução na sua participação, que passou de 15,2%, em 2005, para 12,6% em 2010. A Coreia do Sul e os Estados Unidos mantiveram-se, respectivamente, como o segundo e o terceiro maiores fornecedores para a China, ambos apresentaram queda no percentual de participação em relação a 2005.

O Brasil, contudo, apresentou ganho de mercado. Em 2005, a participação brasileira no total importado pela China era de 1,51%, passando para 2,73% em 2010. Em termos de valores, o Brasil havia exportado para a China, em 2005, US\$ 8,6 bilhões e, em 2010, US\$ 28,3 bilhões, apresentando taxa média anual de crescimento superior a 26% no período em análise.

**Gráfico 13 – Principais fornecedores da China (2005 e 2010)**



Fonte: UN Comtrade. Elaboração UIC Apex-Brasil.

### PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA DE IMPORTAÇÕES DA CHINA

A Tabela 6 apresenta os principais setores das importações chinesas. Nota-se que as importações do país apresentam concentração média, já que os dez principais produtos representaram 56% do total exportado. Os produtos para fabricação de material eletrônico básico são os principais itens de importação do mercado chinês, com participação de 15% no total importado em 2010. As importações desse tipo de produto apresentaram expressivo crescimento de 90,2 % em relação a 2005.

O segundo setor CNAE mais importado é o de petróleo e gás natural, com participação de 10%. Em seguida, destaca-se o segmento de extração de minério de ferro, com participação de 5,7% e o de metalurgia de metais não ferrosos, com 5% de participação. Esses setores somados representam 30,7% do total importado pelo país.

**Tabela 6 – Dez principais setores das importações chinesas por CNAE três dígitos (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	Material eletrônico básico	110.022.388.122	16,7%	321	Material eletrônico básico	209.465.271.388	15,0%
111	Extração de petróleo e gás natural	47.723.063.315	7,2%	111	Extração de petróleo e gás natural	139.314.391.716	10,0%
334	Aparelhos, instrumentos e materiais ópticos, fotográficos e cinematográficos	36.185.491.379	5,5%	131	Extração de minério de ferro	79.700.209.911	5,7%
302	Máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	34.222.049.954	5,2%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	70.156.034.439	5,0%
242	Produtos químicos orgânicos	28.523.478.242	4,3%	334	Aparelhos, instrumentos e materiais ópticos, fotográficos e cinematográficos	62.082.338.539	4,4%
272	Siderurgia	27.070.082.425	4,1%	302	Máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	55.643.591.194	4,0%
243	Resinas e elastômeros	25.776.188.578	3,9%	242	Produtos químicos orgânicos	49.830.453.534	3,6%
274	Metalurgia de metais não-ferrosos	25.246.638.399	3,8%	243	Resinas e elastômeros	47.576.263.292	3,4%
323	Aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	23.089.851.832	3,5%	296	Outras máquinas e equipamentos de uso específico	35.904.790.676	2,6%
296	Outras máquinas e equipamentos de uso específico	21.298.103.689	3,2%	341	Automóveis, caminhonetes e utilitários	31.560.593.810	2,3%
	Outros	280.795.426.184	42,5%		Outros	614.767.626.759	44,0%
<b>Total</b>		<b>659.952.762.119</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>		<b>1.396.001.565.258</b>	<b>100%</b>

Fonte: UN Comtrade. Elaboração UICC- Apex-Brasil.

## INTERCÂMBIO COMERCIAL BRASIL - CHINA

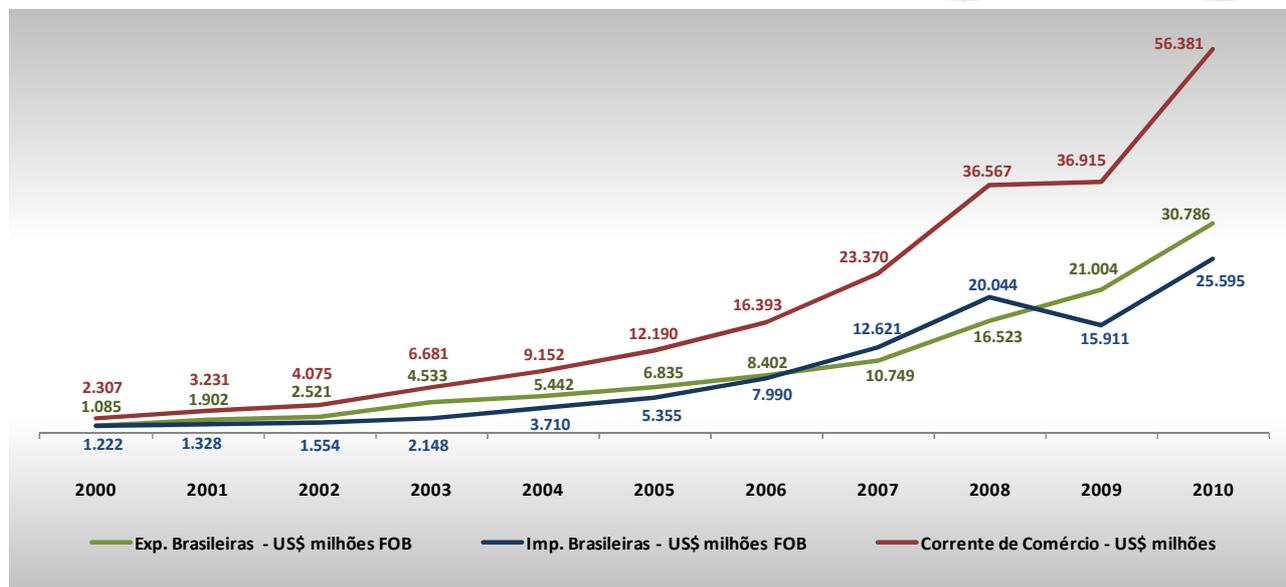
### CORRENTE DE COMÉRCIO

Atualmente, a participação do mercado chinês no total das exportações brasileiras é bastante significativa. No período 1998-1999, o saldo comercial era deficitário e as exportações para a China não alcançavam 2% do total exportado pelo Brasil. Entre 2000 e 2003, o mercado chinês ganhou importância, com crescimento da participação de 1,97% para 6,19%. Em 2005, a participação caiu para 5,63%; porém, a partir desse ano, a participação aumentou gradativamente alcançando 25,59% do total exportado pelo Brasil em 2010. O fluxo de comércio transacionado entre os dois países também cresceu de forma expressiva nesse período, como pode ser observado no Gráfico 14.

A análise da relação comercial entre Brasil e China no período 1998-2010 revela alguns aspectos interessantes. Primeiramente, observa-se um aumento expressivo do fluxo comercial entre os dois países a partir de 2006. Outro aspecto relevante é que, em 2006, as importações da China superaram as

exportações brasileiras e esse padrão continuou durante o período 2006-2008. Por último, destaca-se que, em 2008, as exportações brasileiras superaram a importação de produtos da China.

**Gráfico 14 – Corrente de comércio Brasil-China**



Fonte: MDIC. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

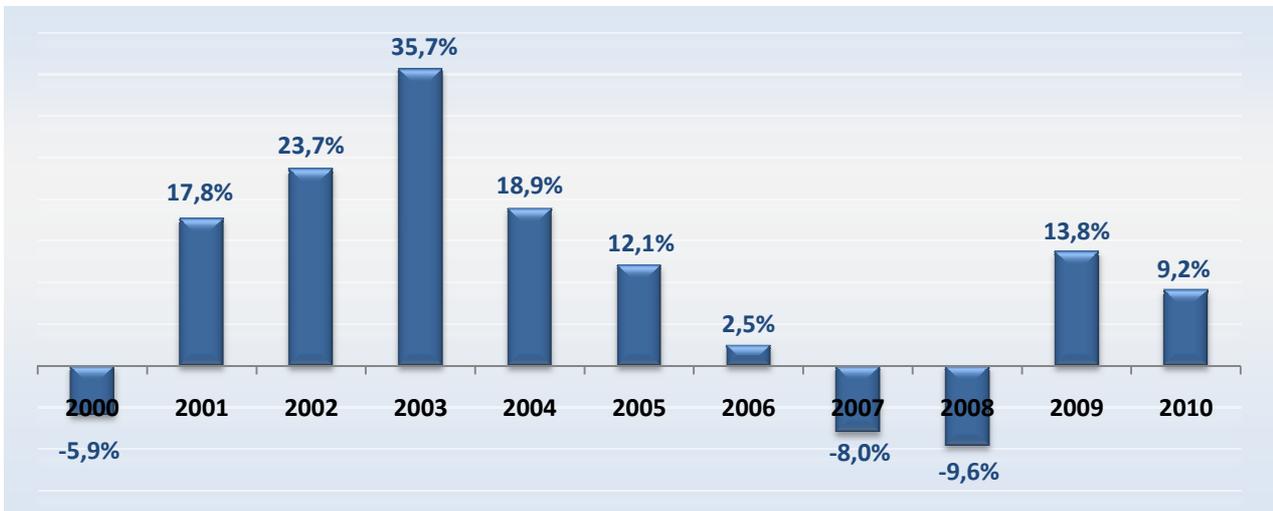
Em 2009, a China tornou-se o primeiro parceiro comercial do Brasil e as exportações brasileiras para o mercado chinês atingiram US\$ 20,1 bilhões, apresentando taxa média de crescimento anual superior a 29% entre 2004 e 2009. Em 2010, as exportações brasileiras para a China mantiveram a tendência de crescimento e alcançaram US\$ 30,78 bilhões, enquanto as importações chegaram a US\$ 25,5 bilhões, caracterizando um saldo superavitário superior a US\$ 5,1 bilhões.

### SALDO COMERCIAL

No que se refere ao saldo comercial relativo<sup>61</sup> do Brasil com a China, no período em análise, é possível observar que durante seis anos consecutivos (2001-2006), o Brasil apresentou superávit com a China. Em 2003, esse superávit atingiu seu pico, representando aproximadamente 36% da corrente de comércio entre os dois países. Em 2007 e 2008, o saldo comercial caracterizou-se como negativo, contudo apresentou significativa recuperação em 2009, como pode ser observado no Gráfico 15.

<sup>61</sup> O saldo comercial relativo mostra a participação do superávit ou déficit comercial na corrente de comércio (exportações + importações) de dois países.

Gráfico 15 – Saldo comercial relativo Brasil-China



Fonte: MDIC. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

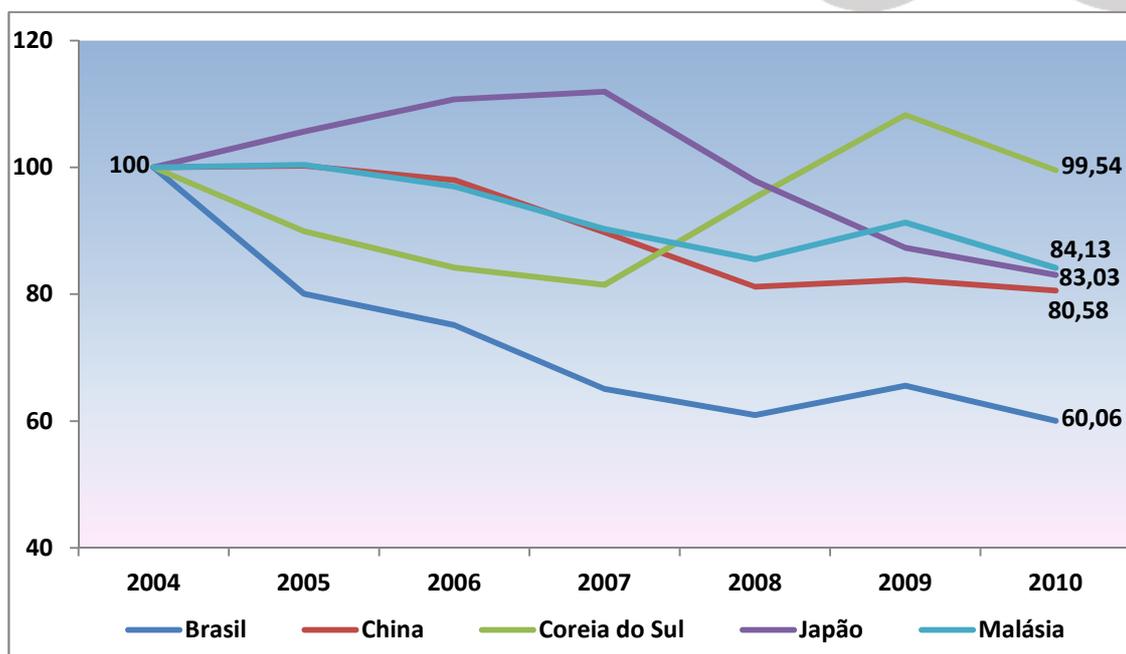
O superávit da balança comercial do Brasil com a China representou 9,2% do montante da corrente de comércio em 2010. Um componente que pode ter colaborado para a geração desse superávit comercial foi a variação do câmbio real desses dois países entre 2004 e 2010.

Um fator que, em algumas situações, colabora para o aumento do saldo comercial relativo de um país frente a outro é a dinâmica do câmbio real entre eles. Busca-se, portanto, investigar se esse também seria um dos motivos do aumento do saldo relativo do Brasil frente à China.

O Gráfico 16 mostra a evolução do câmbio real das moedas da China, Brasil, Japão, Coreia do Sul e Malásia frente ao dólar estadunidense. Nota-se que o câmbio real da moeda chinesa manteve-se estável entre 2004 e 2006, sofrendo um movimento de valorização, em termos reais, entre 2006 e 2010. Entre 2008 e 2009, o Yuan manteve-se estável. No Japão houve uma desvalorização a partir de 2007 e, na Coreia do Sul, a partir de 2008. No período total, o Yuan valorizou-se em termos reais mais de 17,7% frente ao dólar estadunidense.

No caso da moeda brasileira, o real valorizou-se mais que todas as outras moedas, sendo que a valorização foi de 39,06% em termos reais. Destaca-se o movimento contrário de valorização/desvalorização da moeda entre Japão e Coreia do Sul.

Gráfico 16 – Evolução do câmbio real frente ao dólar estadunidense (Base: média 2004=100)



Fonte: Euromonitor. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

### PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO BRASIL PARA A CHINA

Ao analisar a pauta de exportações brasileira para a China, verifica-se que os setores nacionais que mais exportam para aquele país são majoritariamente produtos primários de baixa intensidade tecnológica. Nota-se que houve uma concentração da pauta, já que os dez principais produtos exportados pelo Brasil representaram 92,5%, em 2010, comparados a 83,3%, em 2005, conforme a Tabela 7.

**Tabela 7 – Dez principais setores exportados pelo Brasil para a China por CNAE três dígitos – 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
131	Extração de minério de ferro	1.784.631.125	26,1%	131	Extração de minério de ferro	13.338.017.356	43,3%
011	Produção de lavouras temporárias	1.723.163.201	25,2%	011	Produção de lavouras temporárias	7.141.617.952	23,2%
111	Extração de petróleo e gás natural	541.629.596	7,9%	111	Extração de petróleo e gás natural	4.053.449.415	13,2%
272	Siderurgia	436.883.422	6,4%	211	Celulose e outras pastas para a fabricação de papel	1.126.181.015	3,7%
211	Celulose e outras pastas para a fabricação de papel	270.051.381	4,0%	153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	792.701.173	2,6%
191	Curtimento e outras preparações de couro	248.842.592	3,6%	156	Fabricação e refino de açúcar	514.767.047	1,7%
160	Produtos do fumo	247.946.126	3,6%	271	Ferro-gusa e de ferroligas	431.348.204	1,4%
153	Óleos e gorduras vegetais e animais	171.693.289	2,5%	353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	380.134.877	1,2%
201	Desdobramento de madeira	141.847.669	2,1%	191	Curtimento e outras preparações de couro	351.071.668	1,1%
344	Peças e acessórios para veículos automotores	124.559.796	1,8%	160	Produtos do fumo	343.341.860	1,1%
	Outros	1.143.748.783	16,7%		Outros	2.313.275.875	7,5%
	<b>Total</b>	<b>6.834.996.980</b>	<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>30.785.906.442</b>	<b>100%</b>

Fonte: MDIC. Elaboração UICC - Apex-Brasil.

### PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS PELO BRASIL DA CHINA

Já a pauta de importações brasileiras provenientes da China apresentou um movimento de desconcentração. Nota-se que, em 2005, havia maior concentração de produtos importados, com os dez principais setores representando 61,9% do total importado do mercado chinês; já, em 2010, esses setores passaram a representar 52,4%. Entretanto, apesar de ter havido um movimento de descontração, as importações brasileiras provenientes do mercado chinês apresentaram um crescimento superior a 370% no período em análise. Vale ressaltar ainda que a pauta importadora é caracterizada pela massiva participação de produtos de alta intensidade e valor agregado, como pode ser observado na Tabela 8.

**Tabela 8 – Dez principais setores importados pelo Brasil da China por CNAE três dígitos – 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
323	Aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	950.641.461	17,8%	302	Máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	2.480.110.832	9,7%
321	Material eletrônico básico	437.435.103	8,2%	323	Aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	2.158.785.808	8,4%
302	Máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	430.544.114	8,0%	321	Material eletrônico básico	1.681.160.603	6,6%
322	Aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	281.976.707	5,3%	322	Aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	1.633.856.151	6,4%
334	Aparelhos, instrumentos e materiais ópticos, fotográficos e cinematográficos	280.734.743	5,2%	272	Siderurgia	1.348.714.201	5,3%
245	Produtos farmacêuticos	233.769.477	4,4%	292	Máquinas e equipamentos de uso geral	1.254.178.354	4,9%
242	Produtos químicos orgânicos	202.125.465	3,8%	245	Produtos farmacêuticos	773.696.042	3,0%
173	Tecelagem - inclusive fiação e tecelagem	167.895.437	3,1%	369	Produtos diversos	769.396.101	3,0%
369	Produtos diversos	166.117.429	3,1%	311	Geradores, transformadores e motores	679.923.002	2,7%
231	Coquearias	163.572.577	3,1%	291	Motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	640.081.420	2,5%
	Outros	2.039.706.848	38,1%		Outros	12.174.998.382	47,6%
<b>Total</b>		<b>5.354.519.361</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>		<b>25.594.900.896</b>	<b>100%</b>

Fonte: MDIC. Elaboração UICC- Apex-Brasil.

## INDICADORES DE COMÉRCIO BRASIL - CHINA

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 China. A sua análise é importante para a compreensão da estrutura das relações comerciais entre os dois países. Para efeito de comparação com a China, foram incluídos também dados da Coreia do Sul, Japão e Malásia.

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 China.

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

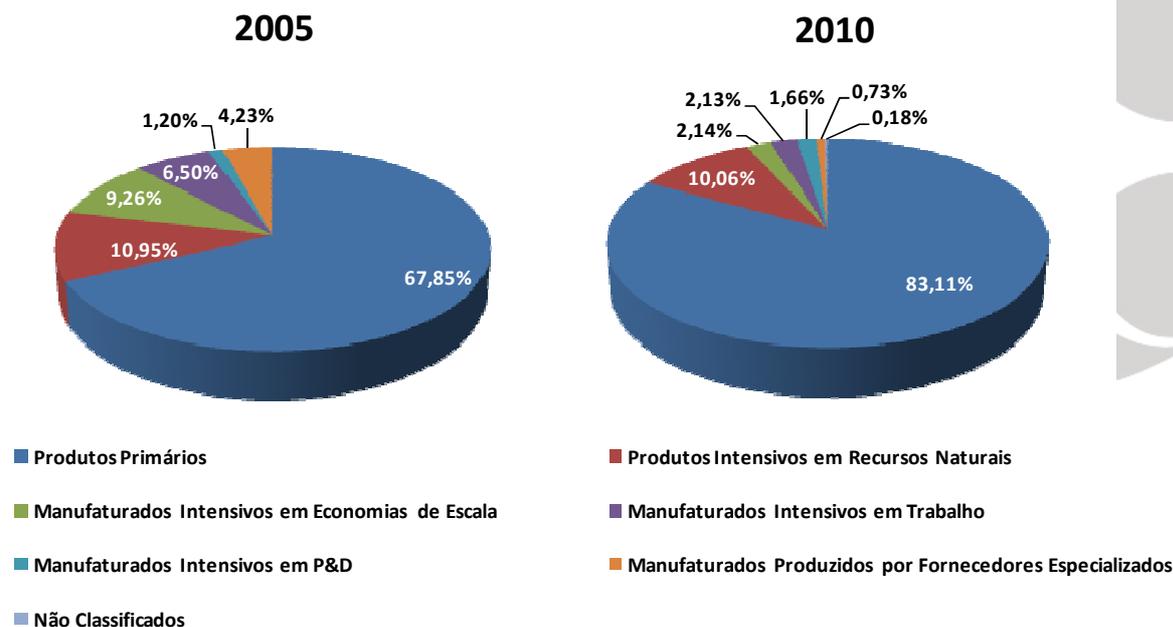
MEDIDA DE INTENSIDADE TECNOLÓGICA	SETORES DA ECONOMIA
Produtos Primários	Agrícolas, Minerais e Energéticos
Indústria Intensiva em Recursos Naturais	Indústria Agroalimentar, Indústria Intensiva em Outros Recursos Agrícolas, Indústria Intensiva em Recursos Minerais e Indústria Intensiva em Recursos Energéticos.
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>62</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 a China, considerando a intensidade tecnológica dos produtos vendidos, mostra uma participação expressiva de produtos primários. Em 2010, eles chegaram a 83,1% da pauta exportada, o que representou um crescimento em valor superior US\$ 22,3 bilhões se comparado a 2005. Essas exportações estão concentradas principalmente nas *commodities* minério de ferro, soja e petróleo.

<sup>62</sup> Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) Vídeo: televisores, videocassete e câmera de vídeo; (b) Áudio: rádio, auto-rádio, *cd player*, toca disco, sistema de som, etc; (c) Outros Produtos: forno de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

Gráfico 17 – Exportações brasileiras para a China por intensidade tecnológica – 2005 e 2010



Fonte: MDIC. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

Observa-se uma diminuição da participação de todos os demais níveis de intensidades tecnológica, principalmente dos Produtos Intensivos em Recursos Naturais e os Manufaturados Intensivos em Trabalho. Contudo, apesar da queda na participação, quando comparadas a 2003, essas categorias apresentaram um crescimento no valor exportado de 201% e 154%, respectivamente. Ações de promoção comercial diferenciadas necessitam ser discutidas e implantadas a fim de agregar maior valor à pauta, minimizando o processo de primarização, evidenciado nas relações comerciais históricas do Brasil com a China.

### ÍNDICE DE COMPLEMENTARIDADE DE COMÉRCIO (ICC)

O índice de complementaridade de comércio (ICC) fornece informações sobre as perspectivas de integração comercial entre dois países.

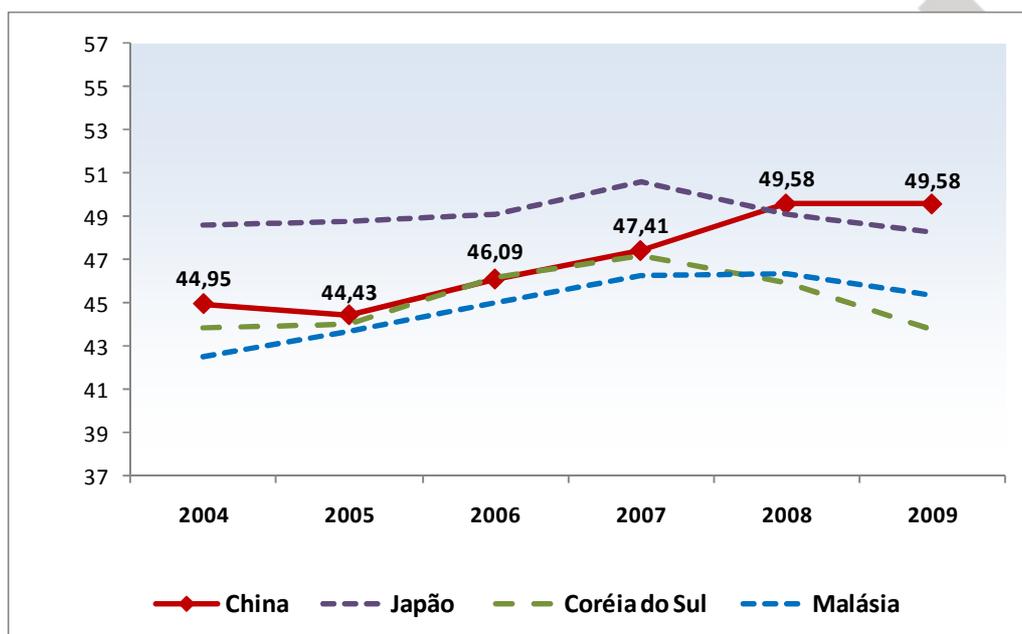
Esse índice entre Brasil e China é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações chinesas. Por meio dessa comparação é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil coincidem com o total de produtos importados pela China.<sup>63</sup>

<sup>63</sup> Neste estudo, o índice é medido em nível de SH6.

Um ICC 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 exatamente o que o outro deseja importar.

O valor médio do ICC entre Brasil e China, no período 2004-2009, gira em torno de 47. O maior valor alcançado, nesse mesmo período, foi de 49,58 em 2009. Nota-se que o menor índice foi em 2005 (Gráfico 17). Durante todo período analisado, as pautas de exportações do Brasil e de importações da China não apresentaram valor acima de 50, que corresponde a uma coincidência relevante, porém, apresentaram valor em torno de 50, o que significa que há uma complementaridade média. Isso indica que parte dos produtos exportados pelo Brasil não são importados pela China, muito provavelmente porque são produzidos naquele país também. Atualmente o Brasil exporta para esse país, sobretudo, matérias-primas e importa produtos manufaturados.

**Gráfico 18 – Índice de Complementaridade de Comércio – Brasil-China e Brasil - Países selecionados**



Fonte: MDIC. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

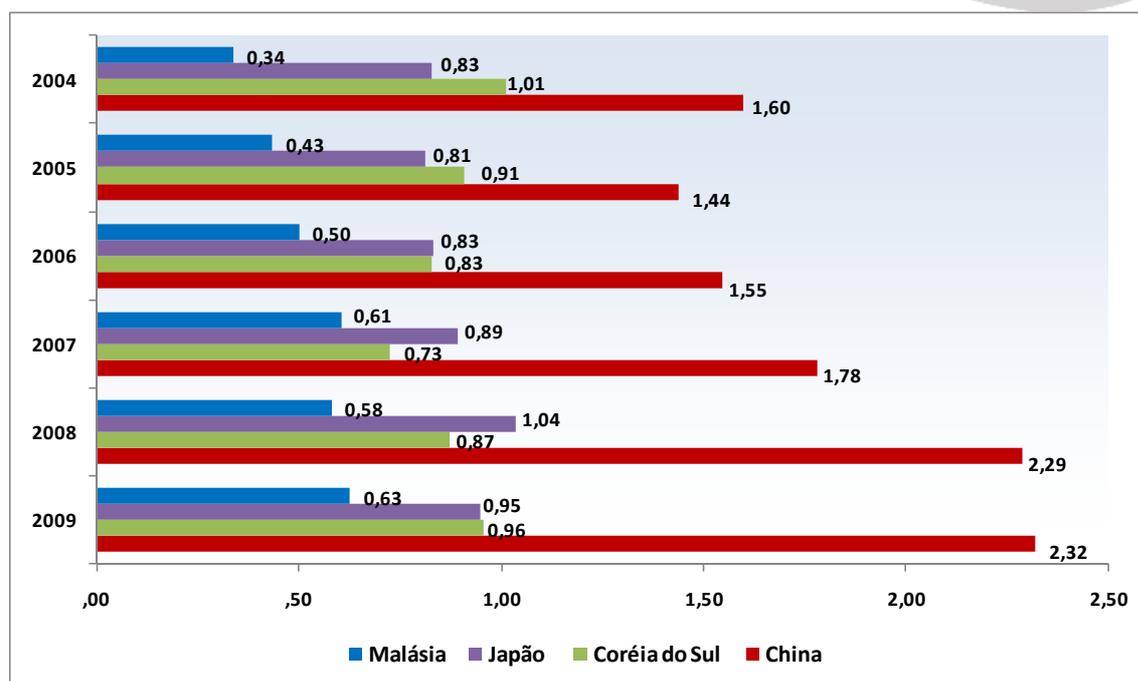
Observa-se que, entre os países vizinhos, o Japão é o que apresentou o maior índice de complementaridade de comércio com o Brasil (2003-2007), enquanto a Malásia foi o de menor complementaridade. Nota-se que, em 2008, a China (49,58) ultrapassou o Japão (49,14), consolidando sua posição em 2009, quando a complementaridade das pautas exportadoras do Brasil e importadoras do Japão se distanciaram ainda mais, com o Japão alcançando um índice de 48,31. O aumento do ICC da China pode ser explicado a partir do expressivo crescimento das exportações brasileiras para esse país, que, no período 2007-2009, cresceu 95,4%.

## ÍNDICE DE INTENSIDADE DE COMÉRCIO

O cálculo do ICC entre Brasil e China é obtido pela razão entre a participação das exportações brasileiras para a China e a participação das exportações brasileiras para o resto o mundo. Um valor superior a 1 indica que as exportações do Brasil para o mercado chinês são maiores do que o esperado.

Examinando a evolução do ICC do Brasil com a China, entre 2004 e 2009, encontram-se valores superiores a 1 em todos os anos.

**Gráfico 19 – Índice de Intensidade de Comércio – Brasil-China e Brasil - Países selecionados**



Fonte: Comtrade. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

A partir da análise do Gráfico 19, observa-se que a China é o país onde a economia brasileira apresenta maior intensidade de comércio, e observa-se um aumento no valor desse indicador, de 2009 em relação a 2004, de 45%. Dentre os demais países dispostos no gráfico, apenas a Coreia do Sul apresentou uma redução na intensidade de comércio com o Brasil no período. O país que obteve o maior crescimento nesse índice entre 2004 e 2009 foi a Malásia, porém a intensidade de comércio desse país com o Brasil permanece sendo a menor entre os países analisados.

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

O Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) indica se o valor das exportações de um país para outro está concentrado em poucos produtos.<sup>64</sup>

Países com HHI menor do que 1000 são considerados mercados 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 são considerados concentrados.

Os países em desenvolvimento possuem frequentemente um índice de concentração de exportações bastante elevado. Ainda que suas pautas exportadoras possam ter alguma diversificação, o valor de suas exportações está concentrado em poucos produtos primários – em geral, *commodities*, cujos preços tendem a oscilar, deixando as economias desses países muito expostas às mudanças do cenário externo.

A análise do HHI no Gráfico 20 mostra uma tendência de alta concentração da pauta de exportações brasileiras para o mercado chinês. O índice cresceu cerca de 52% no período analisado. Em 2004, o valor do índice era de 1.669, aumentando para 2.534 em 2009, caracterizando alta concentração.

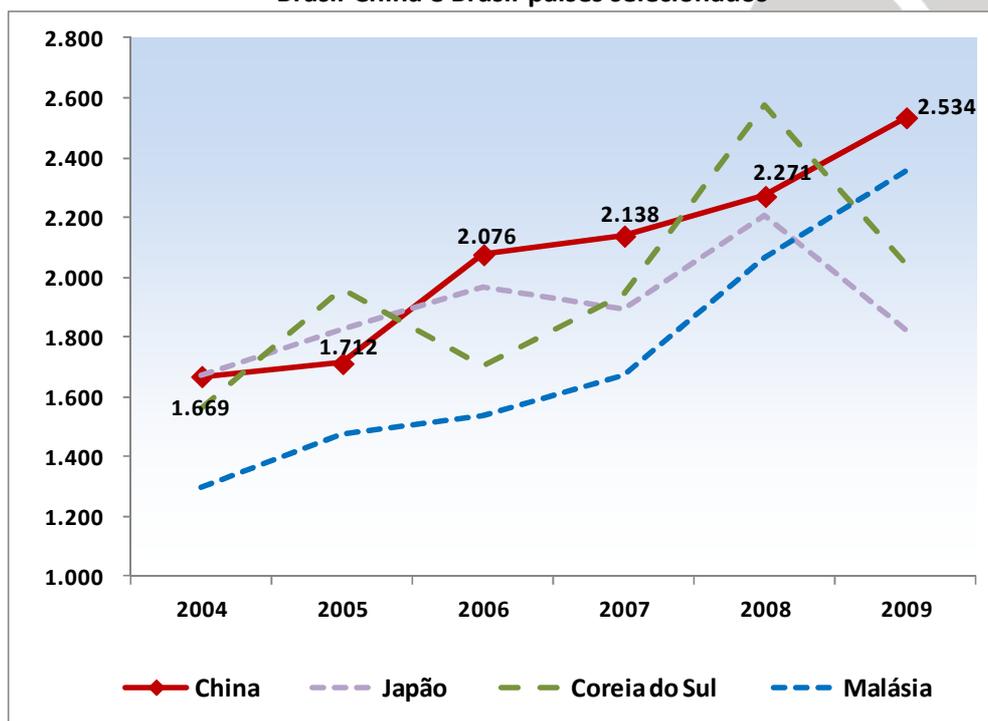
O motivo dessa concentração são as exportações de *commodities*, como produção de lavouras temporárias (soja); extração de minério de ferro; extração de petróleo e gás natural; produção de celulose e outras pastas para fabricação de papel; produção de ferro-gusa e de ferroligas; e curtimento e outras preparações de couros. As exportações desses produtos representaram 83,77% do total exportado pelo Brasil para a China em 2009.

Destaca-se que, em 2004, a extração de petróleo e gás natural representava 3,86% do total exportado pelo Brasil para a China, porém, em 2009, essa participação aumentou para 6,37%. Outros setores que tiveram crescimento significativo no total exportado foram extração de minério de ferro (81,80%) e produção de ferro-gusa e de ferroligas (278,67%).

---

<sup>64</sup> O indicador é calculado a partir do setor CNAE 2 dígitos.

**Gráfico 20– Índice de Concentração das Exportações (Índice de Herfindhal-Hirschman)  
Brasil-China e Brasil-países selecionados**



Fonte: Comtrade. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

### ÍNDICE DE COMÉRCIO INTRASSETOR INDUSTRIAL

Este índice mostra a dinâmica do comércio exterior entre países que têm em comum um mesmo setor produtivo. Esse tipo de comércio é realizado não de forma concorrencial, mas sim a partir de uma dinâmica de cooperação. Dessa forma, mesmo que as economias de duas regiões não sejam complementares, podem existir trocas comerciais elevadas, haja vista o comércio intrasetor industrial.

É a ocorrência do comércio intrasetorial que explica, por exemplo, porque o valor de trocas comerciais entre países desenvolvidos, que possuem estruturas econômicas similares, centradas em produtos com maior conteúdo tecnológico, seja mais alto que o comércio entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento, os quais em geral exportam produtos primários ou intensivos em trabalho (como têxteis e calçados).

O valor do índice de comércio intrasetorial varia entre 0 e 1, sendo considerado relevante quando superior a 0,5. Para a construção da Tabela 9 foram selecionados os setores, por classificação CNAE dois dígitos, cujo indicador ficou acima de 0,5 em 2009. Em seguida, buscaram-se os setores, por classificação CNAE três dígitos, que obedeceram a esse mesmo critério.

De acordo com a tabela, nota-se que o comércio intrasetorial não é muito significativo na corrente de comércio entre Brasil e China. Em 2009, o comércio intrasetorial industrial das exportações brasileiras

para a China correspondeu somente a 2,65% das exportações totais brasileiras (US\$ 536,2 milhões). Com isso, infere-se que as relações comerciais entre Brasil e China são impulsionadas por outros fatores, como a diferenciação da estrutura produtiva. Nesse caso, o Brasil fornece matérias-primas que são necessárias para a indústria e crescimento econômico chinês.

Considerando os setores CNAEs 3 dígitos selecionados na Tabela 9, nota-se que, siderurgia, em termos de valor, corresponde a 60% do comércio intrassetorial exportado para a China. Uma das razões é que a economia chinesa continua crescendo e há uma forte demanda por produtos siderúrgicos em setores como o da construção, bens de capital, montadoras, papel e celulose, petroquímico, energia elétrica, transporte e eletrodoméstico.

Outros setores com menor destaque são fabricação de produtos químicos orgânicos, com índice 0,76; abate e preparação de produtos de carne e de pescado, com índice de 0,91; e fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão, com índice de 0,95; cujas participações nas exportações dos setores selecionados foram de 18,7%, 8,56% e 7,64% respectivamente.

A Tabela 9 mostra os produtos que integram a pauta do comércio intrassetorial entre Brasil e China.<sup>65</sup>

#### **Tabela 9 - Comércio Intrasetor Industrial – Brasil-China**

---

<sup>65</sup> A classificação setorial empregada no cálculo do índice de comércio intrassetorial é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), versão 1.0, detalhada em 3 dígitos.

CNAE	Descrição	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>21</b>	<b>Fabricação de celulose, papel e produtos de papel</b>							
212	Fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão	0,00	0,02	0,13	0,63	0,91	0,87	0,95
<b>15</b>	<b>Fabricação de produtos alimentícios e bebidas</b>							
151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	0,27	0,10	0,10	0,30	0,89	0,21	0,91
<b>14</b>	<b>Agricultura, pecuária e serviços relacionados</b>							
142	Extração de outros minerais não metálicos	0,51	0,41	0,89	0,61	0,55	0,89	0,91
<b>27</b>	<b>Metalurgia básica</b>							
272	Siderurgia	0,01	0,04	0,09	0,87	0,21	0,04	0,87
<b>15</b>	<b>Fabricação de produtos alimentícios e bebidas</b>							
158	Fabricação de outros produtos alimentícios	0,74	0,74	0,82	0,34	0,88	0,87	0,82
<b>24</b>	<b>Silviculturas, exploração florestal e serviços relacionados</b>							
247	Fabricação de produtos químicos orgânicos	0,60	0,63	0,61	0,49	0,43	0,93	0,76
248	Fab. de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	0,80	0,73	0,81	0,81	0,91	0,79	0,72
<b>51</b>	<b>Pesca, aquicultura e serviços relacionados</b>							
51	Pesca, agricultura e serviços relacionados	0,45	0,82	0,85	0,98	0,97	0,60	0,54

Fonte: MDIC. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

Destaca-se ainda que a evolução do comércio intrassetorial ocorrida nos setores de fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão, que, em 2003, possuía um índice de 0,00 e, em 2009, cresceu para 0,95; e siderurgia, que, em 2003, possuía um índice de 0,01 e, em 2009, cresceu para 0,91.

### ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO EXPORTADORA (IEE)

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. A ideia é que, se um país é mais especialista do que o outro, existe oportunidade de comércio entre eles, com o país A exportando para o país B. Entretanto, esse indicador só faz sentido se analisado junto ao índice de complementaridade entre os dois países. Isso porque a especialização exportadora aumenta o potencial de venda do país A para o país B, mas é preciso, sobretudo, que o país B necessite adquirir o produto exportado pelo país A.

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

Isso não significa que o setor brasileiro com elevado IEE na China tenha assegurado o mercado consumidor daquele país. O setor agrícola (soja) do Brasil, por exemplo, tem elevado IEE na China que,

apesar disso, compra soja também dos Estados Unidos. Por isso, é necessário analisar o IEE junto com o ICC e com a participação do setor no total importado do país.

Em geral, os setores identificados com especialização exportadora do Brasil para China são produtores ou processadores de *commodities*, mas há também setores intensivos em mão de obra e em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

**Tabela 10 – Índice de Especialização Exportadora /Complementaridade**

Setor/CNAE	Descrição	IEE 2009	ICC 2009	Part. do setor nas imp. da China (%)	Part. do Brasil nas importações Chinesas do setor 2009 (%)	Principal Fornecedor	Participação do Principal Fornecedor nas importações chinesas do setor (%)
011	Produção de lavouras temporárias	40,08	87,58	2,24	32,7	EUA	42,3
111	Extração de petróleo e gás natural	27,78	98,59	9,00	1,8	Arábia Saudita	20,9
131	Extração de minério de ferro	188.955,85	86,02	4,98	25,8	Austrália	40,1
132	Extração de minerais metálicos não-ferrosos	64,70	68,87	1,92	1,4	Austrália	16,0
156	Fabricação e refino de açúcar	768,29	90,24	0,04	17,3	Cuba	43,3
191	Curtimento e outras preparações de couro	38,22	62,37	0,30	12,4	Itália	15,7
201	Desdobramento de madeira	7,29	52,48	0,27	2,6	Rússia	22,5
211	Fabricação de celulose e outras pastas para a fabricação de papel	286,23	52,21	0,68	18,9	Canadá	20,8
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	1,80	76,33	2,06	0,0	Coreia do Sul	23,9
243	Fabricação de resinas e elastômeros	3,25	52,07	3,74	0,9	Coreia do Sul	19,7
246	Fabricação de defensivos agrícolas	1,80	83,65	0,03	0,1	EUA	15,5
248	Fabricação de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	1,83	71,14	0,20	0,1	Japão	35,5
293	Fabricação de tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura, avicultura e obtenção de produtos animais	1,55	62,17	0,06	0,1	EUA	27,3
333	Fabricação de máquinas, aparelhos e equipamentos de sistemas eletrônicos dedicados à automação industrial e controle do processo	1,12	100,00	0,26	0,0	Japão	25,7
341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	14,11	61,77	1,60	0,0	Alemanha	31,8
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	2,01	67,77	1,59	0,4	Japão	47,1
353	Construção, montagem e reparação de aeronaves	19,70	82,33	1,23	3,1	EUA	52,6

Fonte: Comtrade. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

O Brasil possui alto índice de especialização e complementaridade em produção de lavouras temporárias (soja), extração de petróleo e gás natural, extração de minério de ferro, extração de minerais metálicos não ferrosos, fabricação e refino de açúcar, curtimento e outras preparações de couro, fabricação de celulose e outras pastas para a fabricação de papel e construção, montagem e reparação de aeronaves. O país também é um grande fornecedor dos setores de lavouras temporárias (soja), extração de minério de ferro, fabricação e refino de açúcar, curtimento e outras preparações de couro e fabricação de

celulose e outras pastas para a fabricação de papel. No primeiro setor mencionado, o índice de especialização aumentou de 24,07, em 2004, para 40,08 em 2009. Os setores em que o índice de especialização alcançou maior crescimento no período foram fabricação e refino de açúcar, que cresceu cerca de 1,5 vezes, e curtimento e outras preparações de couro, que obteve um incremento no IEE de aproximadamente 6 vezes.

### **ÍNDICE DE PREÇO E QUANTUM**

Neste estudo, os cálculos dos Índices de Preços (Fisher) e *Quantum* (quantidade)<sup>66</sup> medem, respectivamente, quanto o preço e a quantidade dos produtos exportados influenciam no aumento ou na diminuição do valor das exportações brasileiras para o mercado chinês.

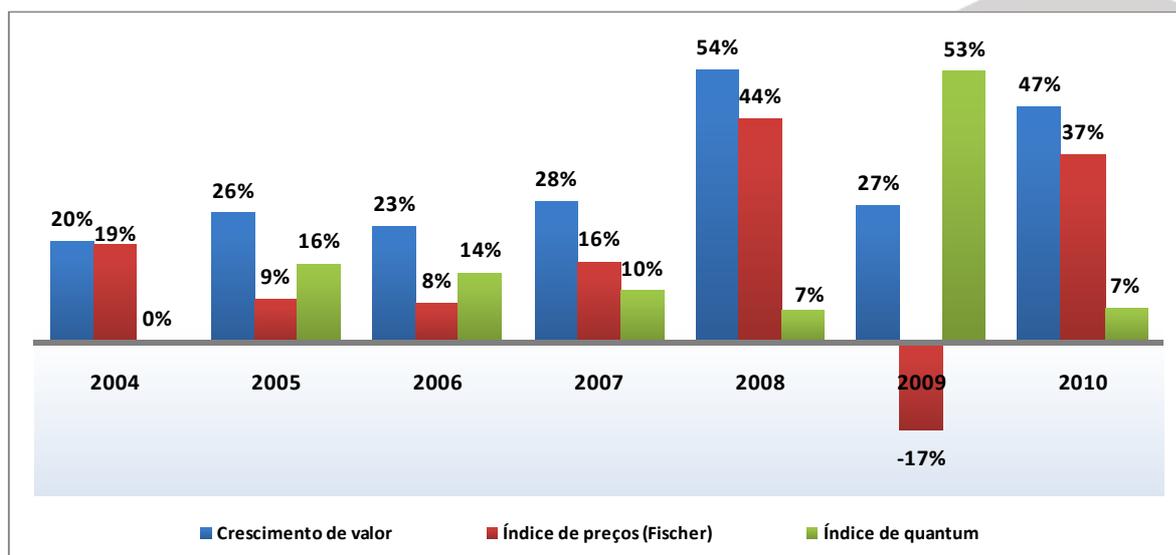
No Gráfico 20, verifica-se, em 2004, que a taxa de crescimento do valor exportado para a China foi de 20%, sendo 19% decorrente do aumento de preços dos produtos. Em 2005 e 2006, nota-se que o crescimento das exportações foi similar nos dois anos devido ao aumento da quantidade exportada e com menos ênfase no aumento de preço. Já em 2008 fica evidente que o crescimento das exportações foi devido ao aumento no índice de preço (44%), sendo que o aumento da quantidade foi somente de 6%.

O aumento de preços dos produtos exportados pelo Brasil para a China nesse período está associado ao elevado aumento do preço das *commodities* em 2008. Como o Brasil exporta uma grande quantidade de *commodities*, as exportações oscilam de acordo com os preços das bolsas de valores internacionais.

#### **Gráfico 20 – Crescimento de valor, Índice de preços e Índice de *quantum* das exportações brasileiras para a China**

---

<sup>66</sup> O índice de preços adotado é o Índice de Fischer, que consiste na média geométrica dos índices de Laspeyres e de Paasche. O Índice de Fischer mede a variação dos preços e, quanto maior ele for, maior a variação de preços verificada nas exportações brasileiras para o país em foco. O índice de *quantum*, por sua vez, é obtido pela divisão do índice de variação do valor exportado pelo índice de Fischer (índice de preços) e mede o crescimento do volume exportado. Neste estudo, a medida de quantidade utilizada é o peso (em quilogramas) dos produtos, disponível nos dados de exportação divulgados pelo MDIC/Aliceweb. Salienta-se que para o cálculo do índice de preços foram excluídas, por produto, as taxas de crescimento do valor exportado consideradas casos extremos da amostra, partindo da observação do gráfico Box-Plot de cada ano. O índice de Laspeyres pondera preços de insumos em duas épocas, inicial e atual, tomando como pesos quantidades definidas para estes insumos na época inicial. O índice de Paasche, por sua vez, pondera os preços nas épocas inicial e atual, mas tomando como pesos quantidades arbitradas para os insumos na época atual.



Fonte: MDIC. Elaboração UICC – Apex-Brasil.

Em 2009, o crescimento das exportações em valor foi de 27%, devido ao aumento do índice de quantidade (53%) e em detrimento do índice de preço, que caiu 17%. Em 2010, ano de recuperação após a crise

e 2009, as exportações cresceram 47% em valor, decorrente de um incremento de 37% no índice de preços e 7% no índice de quantidade.

## Oportunidades para os produtos brasileiros no mercado chinês

### INTRODUÇÃO À METODOLOGIA DE SELEÇÃO DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

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

O primeiro passo da metodologia consiste em levantar os produtos que a China importou de todo o mundo entre 2002 e 2009<sup>67</sup>. Cruzando-se esses produtos com aqueles que o Brasil exportou<sup>68</sup> para a China nesse período, faz-se a seguinte separação:

- **Produtos brasileiros com Exportações Incipientes** – são aqueles:
  - cuja participação brasileira nas importações chinesas é muito baixa; e/ou
  - cujas exportações brasileiras para a China não são contínuas<sup>69</sup>.

Para que os produtos com as características acima possam ter oportunidades na China é preciso também que:

- O Brasil seja especialista<sup>70</sup> em sua exportação; e
- Exista complementaridade entre a pauta exportadora brasileira e a pauta importadora chinesa, ou seja, a China precise importar os produtos que o Brasil deseja exportar; e
- As importações chinesas 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 chinês.

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

<sup>67</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 2007, 2008 e 2009. O mesmo procedimento foi adotado para os anos anteriores.

<sup>68</sup> Aqui consideram-se os dados das importações feitas pelo país analisado oriundas do Brasil

<sup>69</sup> Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior.

<sup>70</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, existe oportunidade de comércio entre eles, com o país A exportando para o país B.

- **Consolidados** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que já estão bem posicionados no mercado chinês e têm uma situação confortável em relação aos seus principais concorrentes. A estratégia de atuação para esses grupos de produtos é de **manutenção do** espaço já conquistado;
- **Em risco** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que já estiveram consolidados no mercado chinês e, hoje, ainda têm uma participação significativa, mas vêm perdendo, ano após ano, espaço para os concorrentes. O esforço dos exportadores brasileiros deve ser para retomar o espaço perdido ou, ao menos, reduzir a velocidade com que o Brasil perde participação para seus concorrentes;
- **Em declínio** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que nunca estiveram consolidados na China e que vêm perdendo participação nesse mercado. Aqui as oportunidades para os exportadores brasileiros são menos interessantes;
- **A consolidar** – é o caso dos grupos de produtos brasileiros que ainda não são consolidados na China, mas que estão crescendo naquele mercado em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. **Aqui estão as melhores oportunidades para os exportadores brasileiros;**
- **Desvio de comércio** - é o caso dos grupos de produtos brasileiros cujas exportações para a China 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

**Tabela 11 - Classificação de produtos importados do Brasil pela China**

Classificação	Nº de SH6	Nº de SH6 (%)	Importações totais da China em 2009 (US\$)	Importações totais da China em 2009 (%)	Exportações brasileiras para a China em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país 2009 (%)	Importações totais tendência 2004-2009(US\$)	Importações totais tendência 2004-2009 (%)	Exportações brasileiras – tendência 2004 - 09 (US\$)	Exportações brasileiras – tendência 2004 - 09 (%)
<b>Expressivo</b>	192	3,6	106.228.391.922	10,6	24.498.885.420	86,6	102.992.344.830	10,0	22.705.604.217	89,1
<b>Incipiente</b>	5199	96,4	899.326.833.284	89,4	3.782.097.092	13,4	928.418.599.905	90,0	2.789.894.492	10,9
<b>Total</b>	<b>5391</b>	<b>100,0</b>	<b>1.005.555.225.206</b>	<b>100,0</b>	<b>28.280.982.512</b>	<b>100,0</b>	<b>1.031.410.944.735</b>	<b>100,0</b>	<b>25.495.498.710</b>	<b>100,0</b>

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

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

Um dos grandes desafios que a China enfrenta atualmente é onde e como conseguir alimentos para sua população, já que grande parte do seu território não é propícia para o plantio. Dos 9,5 mil quilômetros quadrados, cerca de 50% das terras são improdutivas, 34% são ocupadas por florestas e pastos e somente 14% são próprias para o plantio. O país enfrenta desertificação, além de problemas de contaminação e salinização de algumas áreas. A China possui 20% da população mundial, mas somente 7% das terras mundiais para o plantio, o que limita sua capacidade de produção agrícola.

Aproximadamente 50% dos chineses vivem no campo e se dedicam na produção de cereais, milho, batatas, amendoim, chá, maçãs e algodão nas regiões agrícolas, localizadas principalmente na parte oriental. Além de ser um grande produtor de grãos, o país é o maior produtor de carne suína, com cerca de meio bilhão de cabeças. Devido ao tamanho da população, grande parte dos alimentos produzidos na China é consumida no país e o restante é importado. Estima-se que a classe média chinesa gastará US\$ 670 bilhões em alimentos até 2017 e grande parte desse gasto será feita em cidades com aproximadamente um milhão de habitantes.

Com isso, surgem diversas oportunidades para empresários brasileiros exportarem seus produtos. As principais oportunidades identificadas para o setor de alimentos são: soja, carnes (aves, bovina e suína), café, frutas e sucos, mel e produtos alimentícios industrializados.

A soja é o destaque das exportações brasileiras para o país no setor de alimentos. As importações chinesas do “complexo soja” (farelo, óleo e grãos) atingiram US\$ 20,6 bilhões em 2009, e o Brasil contribuiu com 36% do total importado pela China. No período 2002-2009, o crescimento médio anual das exportações brasileiras desse complexo foi de 33%.

Curiosamente, a soja originou-se na região leste da China há milhares de anos e, desde então, passou a fazer parte da dieta básica dos chineses. Devido ao seu alto teor de proteínas, o grão serve de alimento para pessoas e animais. Na China, parte da soja é processada para fazer *tofu*, molho *shoyo* e óleo de soja. O *tofu* é preparado de diversas formas, acompanhando sopas, verduras e carnes fritas ou cozidas. O molho de soja é usado para dar sabor salgado, em vez do sal, usado no Ocidente. Em relação ao óleo de soja, o consumo chinês é de oito milhões de toneladas anuais, sendo 80% produzido por grandes fábricas locais e o restante importado.

A China representa o maior mercado do mundo para carnes frescas, e os gastos com esse produto representam 55% do total dependido em alimentos. Em 2009, o volume exportado pelo Brasil para o mercado chinês foi de 83,8 milhões de toneladas, o que representou uma quantia bem maior do que o

segundo mercado de carnes, os Estados Unidos, com exportação de 25,1 milhões de toneladas. Em termos de venda *per capita*, a China já alcançou índices de consumo de países desenvolvidos, devido ao aumento da renda no país. Segundo dados do Euromonitor, em 2010, o consumo de carne por habitante foi de 62,9 kg, sendo que o consumo na Alemanha foi de 60 kg e na França e 52,7 Kg. Os tipos de carne preferidos pelos chineses são as carnes suína e de aves.

As exportações brasileiras de carne de aves tiveram o melhor desempenho em termos de valor comercializado, já que o Brasil participa com 36% do US\$ 1,7 bilhão importado pela China e Hong Kong. A demanda chinesa por carne de frango aumentou desde que a China colocou medidas *antidumping* contra as exportações americanas de frango no em 2009. Dos US\$ 721 milhões em carne de aves *in natura* exportada pelo Brasil para a região em 2009, cerca de US\$ 501 milhões entraram via Hong Kong, já que o Brasil possui um maior número de plantas habilitadas para exportar para esse país. Segundo dados da Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frangos (ABEF), existem somente 25 plantas brasileiras habilitadas para exportar para a China enquanto o número de plantas habilitadas para Hong Kong é bem maior. A tarifa média alfandegária aplicada pela China às importações de carne de aves *in natura* provenientes do Brasil é de 17,80%.

Já a carne bovina foi o segundo tipo mais exportado pelo Brasil para a China e Hong Kong, totalizando US\$ 481 milhões em 2009, e o crescimento desse produto foi de 58%, o maior verificado nos últimos anos. A participação brasileira no total importado foi de 52%, sendo a Austrália o principal concorrente. Aproximadamente 98% de toda carne bovina exportada pelo Brasil para a região entra via Hong Kong. Apesar de o Brasil possuir certificado sanitário para exportar para a China, existe somente quatro plantas habilitadas no país. Atualmente, outras cinco plantas já foram autorizadas a exportar, porém aguardam autorização da AQSIC. Além disso, outras nove plantas já estão no processo de habilitação, e a proposta é aumentar ainda mais o número de plantas habilitadas. A tarifa alfandegária média aplicada pela China nas importações de carne de bovina provenientes do Brasil é de 15,09%.

No que se refere às importações chinesas de carne suína, essas são menos volumosas, sendo o desempenho das exportações brasileiras limitado, devido, sobretudo, à restrição chinesa à carne suína brasileira. Durante a visita da presidente Dilma Rousseff ao país em abril de 2011, o governo chinês anunciou abertura de mercado para a carne suína brasileira. Os três primeiros estabelecimentos brasileiros autorizados pela AQSIC da China foram as unidades da Brasil Foods, em Rio Verde (GO), da Aurora, em Chapecó (SC), e da Marfrig, em Itapiranga (SC).

Em relação ao café, os chineses ainda não consomem grandes quantidades, mas o consumo está aumentando gradativamente, especialmente no que tange aos cafés especiais. O consumo do café foi

influenciado pela abertura de lojas especializadas em café, como a Starbucks e a Nova. Com o tempo, o café deixou de ser uma bebida exótica e cara e passou a ser hábito de consumo, principalmente nos centros urbanos, entre jovens profissionais, que, em grande parte, procuram por experiências ocidentais. As lojas especializadas em café estão localizadas principalmente em *shoppings* e lugares proeminentes e consumidores frequentes de café visitam essas lojas várias vezes por semana. Café não torrado e não descafeinado foi principal tipo de café importado pelos chineses, e a tarifa média alfandegária de importação para o produto aplicada ao Brasil foi 15%.

Quanto ao suco de frutas, os chineses preferem aqueles com polpas, ou sucos sem mistura, 100% original da fruta. Graças à procura por hábitos de vida mais saudáveis e à campanha do governo para estimular o cultivo de frutas, a Associação de Bebidas da China se uniu com alguns fabricantes de sucos para estimular o consumo de bebidas naturais. Segundo dados do Euromonitor, em 2010, as vendas de sucos atingiram 14 bilhões de litros e houve um aumento de 13% nas vendas sucos 100% naturais. Para criar interesse nos consumidores, algumas empresas lançaram sabores exóticos, como a Coca-Cola, que lançou três novos sabores da Minute Maid Shifen V: limão, kiwi e romã. Seguindo a tendência, a empresa Ting Hsin lançou também no mercado, suco de goiaba para atrair novos consumidores. Apesar de os chineses terem interesse por outros tipos de sucos, o sabor preferido continua sendo laranja.

No Brasil, não existe certificado fitossanitário para exportar frutas frescas para a China. Por essa razão, as exportações brasileiras de frutas frescas são feitas via Hong Kong. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) está terminando a análise de risco de praga para exportação de frutas cítricas para a China. A tarifa média alfandegária imposta pelos chineses nas importações de frutas frescas brasileiras é de 14,67%.

Em relação às importações de sucos na China, o Brasil é o principal fornecedor de suco de laranja congelado, contribuindo com 68% do total importado. As exportações cresceram 14% no período analisado e o principal concorrente do Brasil foram os Estados Unidos. A tarifa para importações de suco de laranja congelado é alta: 22,50%. Os principais canais de distribuição de sucos são os supermercados e hipermercados nas cidades. Outro canal que os chineses usam para vender sucos é a internet. Nesses *sites* especializados é possível comprar sucos importados de marcas e sabores variados que são difíceis de encontrar em supermercados comuns. As principais marcas no mercado são Minute Maid, Master Kong, Hui Yuan, Wahaha, President, Nongfu Orchard e Tropicana. Essas marcas foram responsáveis por 40,2% das vendas no mercado chinês em 2010. A marca Minute Maid da Coca-cola liderou as vendas e obteve 11,6% de participação.

No que concerne às oportunidades para vinhos, os chineses estão aumentando o consumo gradativamente. Em 2011, as importações de vinho cresceram 73% em comparação ao ano anterior. A França foi o principal exportador de vinhos para o país, representando 36% das importações. Austrália, Chile e Itália representaram 10% das importações de vinho em 2011.

Hong Kong é a cidade que mais consome vinhos devido à influência ocidental. A fim de promover o vinho, o governo assinou 12 acordos com diferentes países e estabeleceu uma alíquota de zero por cento para importação de vinhos.

Novos hábitos alimentares criaram novas oportunidades no mercado para comida tipo *snack food*. De 2000 a 2008, a taxa média de crescimento anual desses produtos foi de 10,8% em Hong Kong, e, com o passar do tempo, a população da China Continental deverá consumir mais alimentos prontos.

### **Canais de Distribuição**

#### **China**

O sistema de distribuição de alimentos na China ainda possui problemas: a logística de refrigeração de alimentos continua precária, não existem normas de produção e inspeção de alimentos, além de problemas com transporte e armazenamento.

Segundo a pesquisa da AT Kearney sobre alimentos, em 2007, 95% dos chineses consideraram segurança alimentar o aspecto mais importante na compra de alimentos. A pesquisa incluiu atributos como variedade, conveniência, preço e segurança alimentar. Por essa razão, os chineses estão deixando de comprar comida em feiras locais para comprar em supermercados, mesmo pagando mais caro. Será necessário investir mais de US\$ 100 bilhões na cadeia de abastecimento no país.

De acordo com o Planet Retail, a China vem apresentando elevados índices de crescimentos nas vendas de varejo, que aumentaram mais de 50% entre 2003 e 2007, e é o terceiro mercado de varejo no mundo, atrás somente dos Estados Unidos e Japão. Em termos de vendas no varejo, Guangdong é a região chinesa mais próspera, seguida de Jiangsu e Shandong. Xangai (Shanghai) e Pequim (Beijing) ganham em termos *per capita*, seguidas por Cantão (Guangzhou). Mercearias representaram 60% das vendas em 2009.

O setor varejista chinês é dominado por pequenos estabelecimentos e supermercados, embora estruturas comerciais maiores, como hipermercados, apresentem um crescimento elevado devido a sua capacidade de garantir preços mais competitivos. Na China, os hipermercados situam-se no centro da cidade e, como os supermercados, precisam administrar uma acirrada concorrência para se estabelecer. Os pequenos varejistas optam por cidades menores, onde a penetração de redes estrangeiras é mais baixa.

Os consumidores chineses têm o hábito de fazer compras cerca de três vezes por semana, já que preferem alimentos frescos e não possuem condições de carregar grandes volumes devido ao meio de transporte tipicamente utilizado (caminhada, bicicleta e transporte público). Considerando o último aspecto, algumas companhias têm oferecido serviços de entrega e transporte aos consumidores.

As principais empresas varejistas na China são: China Resources Enterprise, Lianhua, Auchan, Walmart e Shanghai Nonggongshang. Essas empresas somam menos de 5% do setor de distribuição de produtos de varejo, e o mercado varejista é considerado desconcentrado, já que a cadeia de varejo é dominada por empresas familiares.

Nas áreas rurais, os canais de distribuição ainda não estão bem estruturados. Marcas nacionais encontradas nas cidades não são comuns nessas regiões, uma vez que as fazendas são autossuficientes ou acabam realizando trocas com propriedades vizinhas.

Os principais atores nos diferentes canais de distribuição na China são:

- Hipermercados e grandes lojas: em 2009, o segmento foi liderado pelas empresas Auchan, Walmart, Carrefour, China Resources Enterprise e Lianhua. A Walmart concentrou-se no sul da China e em cidades como Dalian e Harbin, no nordeste, embora esteja gradualmente expandindo sua atuação para mercados mais competitivos, como Xangai e Pequim. Além disso, a Walmart conseguiu aumentar sua participação no Sul e no Leste Chinês por meio de aquisições. O Carrefour, empresa estrangeira mais bem-sucedida do segmento, tem investido no potencial chinês. Sua estratégia consiste na adaptação da rede às preferências dos consumidores locais e no planejamento para viabilizar a expansão para grandes cidades, como Pequim (Beijing), Xangai (Shanghai), Cantão (Guangzhou) e Shenzhen. De fato, os alvos dessa multinacional são cidades médias ao longo das regiões costeiras e cidades ricas no interior e oeste da China.
- Supermercados e lojas de vizinhança: Lianhua, China Resources Enterprise, Wu-Mart, Shanghai Nonggongshang e Chongqing Shangshe são as principais empresas. A China Resources Enterprise por meio da subsidiária Suguo (adquirida em 2004) possui a maior cadeia de supermercados, com aproximadamente 1800 supermercados.
- Lojas de descontos: Shanghai Nonggongshang é a principal loja seguida pelo Carrefour, Walmart e AEON. Não há grandes destaques para essas lojas, já que preços baixos são praticados em outras modalidades de varejo. Espera-se, contudo, que o segmento seja maior no futuro.
- Lojas de conveniência: Shanghai Nonggongshang, Lianhua, Dairy Farm, China Resources Enterprise e Buddies são as principais.

- Mercarias: representaram 60% das vendas do varejo em termos *per capita* em 2009. O valor de vendas totais do varejo no mesmo ano foi de US\$ 1,4 trilhão e em termos *per capita* esse valor foi de US\$ 1.077 dólares. É importante destacar que o valor *per capita* ainda é baixo, comparativamente a outros mercados asiáticos, e que existem grandes disparidades dos dados entre centros urbanos e áreas rurais.

### Hong Kong

O setor varejista em Hong Kong é considerado altamente desenvolvido, e a participação dos alimentos no total de vendas desse setor foi de 38,7% em 2009. O valor de vendas totais do varejo no mesmo ano foi de US\$ 32,5 bilhões, enquanto em termos *per capita* esse valor foi de US\$ 4.599 dólares. As vendas do setor em termos *per capita* é um dos mais altos da região. Segundo o Planet Retail, o segmento de varejo em Hong Kong recuperou-se da crise enfrentada entre o final da década de 1990 e 2000, e a presença na região de turistas com preferência por bens de luxo elevou as vendas.

Hipermercados enfrentam forte concorrência de grandes lojas (*superstores*) devido aos custos dos terrenos, e expansão futura parece improvável. Há apenas uma grande cadeia de hipermercados em Hong Kong – Jusco, da AEON - que tem se concentrado na tentativa de diferenciação de suas lojas e no investimento na China continental.

As grandes lojas, por sua vez, têm buscado aumentar a proporção de alimentos frescos para aumentar sua participação de mercado, já que os chineses possuem o hábito de comprar esses produtos diariamente. Supermercados também têm enfrentado forte concorrência nesse segmento, embora tenham ainda o formato de rede de distribuição dominante.

As empresas Dairy Farm e AS Watson dominam o varejo de produtos de mercearia, respondendo por cerca de um quarto do setor. Os demais *players* encontram-se fragmentados, dentre lojas familiares e *wet markets*,<sup>71</sup> populares. As principais empresas varejistas em Hong Kong são: Dairy Farm, AS Watson, China Resources Enterprise, Convenience Retail Asia e AEON.

Os principais *players* nos diferentes canais de distribuição em Hong Kong são:

- Hipermercados e grandes lojas: AS Watson seguida de AEON. A primeira confere um valor de vendas superior ao dobro da segunda.

---

<sup>71</sup> *Wet markets* são mercados de frutas e legumes, onde igualmente são encontrados peixes e frutos do mar frescos a preços mais baixos do que os praticados pelos supermercados.

- Supermercados e lojas de vizinhança: Dairy Farm, AS Watson, China Resources Enterprise, Dah Chong Hong e Uny. A primeira lidera com uma diferença significativa, e as duas primeiras juntas - por meio da Dairy Farm's Wellcome e AS Watson's PARKnSHOP - detêm mais de 440 lojas, ou seja, mais da metade do total de supermercados em Hong Kong.

- Lojas de conveniência: Dairy farm, por meio de sua cadeia de lojas 7-Eleven lidera, e, em seguida, vem Convenience Retail Asia, Chevron, ExxonMobil e Shell. Esse tipo de loja tem crescido, mas ainda enfrentam dificuldades em competir com diversos serviços e facilidades oferecidos pelos concorrentes.

A Figura 2 apresenta algumas fotos de produtos chineses em supermercado visitado em Hong Kong.

**Figura 2 - Produtos chineses em um supermercado de Hong Kong**



Mel

Sucos

Snacks

Café

Fonte: UICC - Apex-Brasil.

## Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Alimentos, Bebidas e Agronegócios” na China

### Produtos brasileiros com presença “a consolidar” na China

A Tabela 12 apresenta os principais subgrupos de produtos selecionados como “a consolidar”. É interessante notar que se expõem esses indicadores estabelecendo como base o período 2004-2009, porém com duas configurações distintas: (a) ano a ano; e (b) a tendência.<sup>72</sup> Com isso, são assinalados os valores das importações do mercado-alvo, em dólares estadunidenses, e sua tendência, no ano de 2009. Ao mesmo tempo, é importante distinguir entre as taxas médias de crescimento das importações no período 2004-2009 e o atingido pela tendência ao considerar o mesmo período. A avaliação do movimento da tendência é fundamental, haja vista os efeitos da crise econômica internacional em 2009, ano estabelecido como base de comparação no período delimitado. Assim, a tendência garante uma melhor análise do desempenho das exportações brasileiras. Dessa forma, cabe destacar, essencialmente, os grupos de produtos classificados como “a consolidar”: café, carne bovina, carne de aves, massas alimentícias e sucos.

---

<sup>72</sup> A maneira de computar do valor da tendência já foi definida na seção que trata dos aspectos metodológicos do trabalho aqui desenvolvido. A tendência é computada a partir da média móvel de três anos.

**Tabela 12 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “a consolidar”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações da China em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para a China em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Açúcar e álcool	Açúcar em bruto	1	306.854.632	65.545.212	1,44	383,57	343,93	21,36	Cuba	53,42
Café	Demais produtos de café	2	18.071.740	2.363.519	33,50	55,80	80,52	13,08	Malásia	24,94
Carne bovina	Carne de boi <i>in natura</i>	1	35.652.162	2.304.222	38,87	32,81	19,40	6,46	Austrália	39,02
Carne de aves	Carne de frango <i>in natura</i>	1	946.964.968	42.857.464	56,08	-3,98	31,84	4,53	EUA	83,66
Cereais em grão e esmagados	Cereais em grão e esmagados	2	5.702.936	596.262	7,92	92,50	134,52	10,46	EUA	61,96
Chá, mate e especiarias	Chá, mate e especiarias	1	53.159	411	13,02	11,08	208,65	0,77	Argentina	91,23
Farinhas para animais	Farinhas para animais	3	330.216.002	2.492.566	22,26	0,31	37,73	0,75	EUA	59,59
Gorduras e óleos animais e vegetais	Gorduras e óleos animais e vegetais	2	56.288.452	16.347.685	40,90	76,65	68,44	29,04	Argentina	21,78
Massas alimentícias e preparações alimentícias	Massas alimentícias e preparações alimentícias	2	401.053.319	19.573.191	4,30	14,61	39,45	4,88	EUA	36,42
Outros produtos de origem animal	Outros produtos de origem animal	2	18.253.964	109.547	16,42	-10,01	32,13	0,60	EUA	17,84
Produtos hortícolas e plantas vivas	Produtos hortícolas e plantas vivas	3	3.379.540	11.640	10,97	-28,82	35,65	0,34	EUA	28,60
Sementes oleaginosas(exceto soja), plantas ind. e med., gomas e sucos e extratos vegetais; mat.	Sementes oleaginosas(exceto soja), plantas ind. emed., gomas e sucos e extratos vegetais; mat.	2	76.938.221	10.237.928	6,22	16,90	13,13	13,31	EUA	25,01
Sucos	Demais sucos	1	20.183.586	0	238,44	-100,00	280,60	0,00	Israel	65,05

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

O subgrupo “demais produtos de café” atingiu um valor pequeno em relação a outros subgrupos, aproximadamente, US\$ 18 milhões em 2009. Porém, ao se comparar as taxas médias de crescimento ano a ano da tendência, respectivamente, 55,80% e 80,52%, é possível perceber que ocorre um aumento no valor exportado desse subgrupo de produto no período 2005-2009, mesmo com a crise da economia mundial nesse último ano. Cabe ressaltar que, em 2009, a Malásia foi o principal fornecedor, com 24,94% do mercado, e a participação do Brasil foi de 13,08%. Os principais produtos do subgrupo importados foram extratos, essências e concentrados de café (20,8%) e preparações à base de extratos, essências e concentrados de café (79,2%).

Em relação às importações de carne bovina a consolidar, existem oportunidades para o subgrupo “carne de boi *in natura*”, já que os chineses estão consumindo mais carne devido ao aumento na renda. As importações desse subgrupo somaram US\$ 35 milhões, e esse subgrupo apresentou um único produto, “carnes de bovino, desossadas, congeladas”. O principal concorrente do Brasil nesse setor, em 2009, foi a Austrália, que obteve 39% do mercado. A participação brasileira, no mesmo ano, atingiu somente 6%, ou US\$ 2,3 milhões, já que existem poucas plantas habilitadas para exportar carne bovina para a China. Ao analisar as taxas médias de crescimento ano a ano e da tendência, nessa ordem, 32,81% e 19,40%, verifica-se que o crescimento médio das exportações brasileiras foi relativamente menor do que o dos

concorrentes, que apresentaram crescimento médio de 38,87%. Para aumentar as exportações de carne bovina, o governo precisa trabalhar no aumento de plantas habilitadas no Brasil a exportar para a China. Em 2010, as exportações desse produto estavam concentradas em poucas empresas de grande porte.

As importações chinesas de carne de frango, em 2009, apresentaram um valor considerável: US\$ 946 milhões. Do total importado pela China de “pedaços e miudezas comestíveis de galos e galinhas da espécie doméstica, congelados”, o Brasil participou com 4,53% ou US\$ 42,8 milhões. A taxa de crescimento médio do Brasil, calculada ano a ano, foi negativa, -3,98%, devido à crise mundial. Já a taxa média de crescimento da tendência com base no período 2004-2009 foi de 31,84%, sinalizando um aumento nas exportações brasileiras no decorrer do período analisado. Os Estados Unidos se destacaram como principal fornecedor, apresentando uma participação expressiva de 83,66%.

Quanto às “massas alimentícias”, as importações chinesas somaram US\$ 401 milhões em 2009, segundo grupo de produtos mais importados, composto por dois produtos - “cítricos preparados ou conservados” e “outras preparações alimentícias” -, cujas importações representaram 81% e 19%, respectivamente. Nesse subgrupo, a participação do Brasil ainda é pequena, 4,8% do mercado, e as exportações estão concentradas em poucas empresas de grande porte. A taxa de crescimento médio das exportações brasileiras, ano a ano, foi de 14,61%, e a taxa de crescimento de tendência no período 2004-2009 apresentou um valor de 39,45%. Além disso, de acordo com a Tabela 12, a taxa de crescimento do concorrente foi de 36,42%, o que mostra oportunidades para crescimento. Ou seja, com esses dados é possível concluir que o Brasil está ganhando mercado e suas exportações estão crescendo. Todavia, os Estados Unidos continuam sendo o principal fornecedor para esse mercado, com 36,42% de participação.

Já as importações do subgrupo “demais sucos” somaram US\$ 20 milhões. Esse subgrupo apresentou um único produto “outros sucos cítricos, não fermentados”. O Brasil praticamente não exporta outro tipo de suco para a China, a não ser o suco de laranja congelado, e as exportações são concentradas. Em 2009, o Brasil não exportou esse produto, porém as exportações brasileiras em 2008 foram de US\$ 468 mil. O principal fornecedor foi Israel, com 65% de participação do mercado.

#### Produtos brasileiros com presença “consolidada” e “em declínio” na China

A Tabela 13 apresenta os principais subgrupos de produtos com exportações expressivas, selecionados como “consolidados” e “em declínio”. Nos subgrupos definidos como “consolidados”, o Brasil apresenta mais de 30% de participação de mercado. Nessa tabela, os seguintes subgrupos foram classificados como consolidados: “frutas”, “fumo e cigarros”, “soja” e “sucos (suco de laranja congelado)”. Em relação aos produtos em declínio, o Brasil está perdendo participação de mercado, e as empresas

precisarão de um maior esforço para aumentar suas exportações. Assim, cabe analisar, essencialmente, os subgrupos “café”, “carne bovina” e “leite e laticínios”.

**Tabela 13 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “CONSOLIDADOS” e “EM DECLÍNIO”.**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)	Classificação
Frutas	Castanhas do Pará (castanhas do Brasil)	1	1.721.479	1.721.479	-100,00	286,34	107,39	100,00	.	.	consolidado
Soja (grãos, óleos e farelo)	Soja mesmo triturada	1	18.787.277.338	7.350.346.982	18,46	28,76	31,76	39,12	EUA	49,68	consolidado
Sucos	Suco de laranja congelado	1	72.322.232	62.850.406	9,11	12,19	15,37	86,90	EUA	6,15	consolidado
Café	Café cru	1	33.688.605	2.184.785	25,62	19,91	13,55	6,49	Vietnã	81,66	em declínio
	Café torrado	1	4.999.505	96.378	6,97	-28,22	3,47	1,93	Itália	40,35	em declínio
Carne bovina	Demais carnes bovinas	2	8.568.506	96.910	-22,09	-44,00	-39,54	1,13	Austrália	65,94	em declínio
Chocolates, balas e confeitados	Chocolate e suas preparações	1	2.843.227	90	-4,66	-78,30	-34,57	0,00	Cingapura	39,51	em declínio
Leite e laticínios	Leite e derivados	1	12.435.334	512.745	115,49	-22,14	-12,54	4,12	Malásia	46,70	em declínio
Soja (grãos, óleos e farelo)	Farelo de soja	1	47.185.052	0	26,44	-100,00	-80,96	0,00	Índia	96,07	em declínio
	Óleo de soja em	1	1.842.106.309	391.689.505	7,63	-3,85	14,35	21,26	Argentina	76,38	em declínio

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

No que concerne às exportações de frutas, “castanhas do Pará” foi o único produto que o Brasil exportou para a China. A taxa de crescimento médio do Brasil entre 2004 e 2009 foi de 286,34%, e o Brasil forneceu 100% do total importado. Vale ressaltar que o Brasil não possui certificado fitossanitário para exportar frutas frescas para a China. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) está terminando a análise de risco de praga para exportação de frutas cítricas para a China. No caso de frutas processadas ou secas, as exportações são liberadas, já que essas apresentam risco zero de contaminação.

Em relação ao suco de laranja congelado, o Brasil é o principal fornecedor, com 86,9% do mercado, e os Estados Unidos ficaram em segunda posição, com 6,15%. A taxa de crescimento médio anual e a taxa de tendência de crescimento do Brasil foram de 12,19% e 15,37% respectivamente, o que indica um contínuo crescimento nas importações desse produto.

Já o grupo “café” apresentou dois subgrupos em declínio, “café cru” e “café torrado”, cujas importações somaram US\$ 38,6 milhões em 2009. A respeito do subgrupo “café cru”, as importações alcançaram US\$ 33,6 milhões, e o Vietnã foi o principal fornecedor, com 81,6% de participação de mercado, comparado à brasileira, que foi de somente 6,49%. A taxa de crescimento dos concorrentes foi de 25,6%, superior à taxa brasileira de 19,91% no mesmo período. No que se refere ao “café torrado”, as importações somaram US\$ 4 milhões. A Itália foi o principal fornecedor desse subgrupo com participação de mercado de 40,35%. A participação brasileira foi somente de 1,93% do mercado, ou US\$ 96,9 mil. No período em análise, tanto a taxa de crescimento médio dos concorrentes quanto a do Brasil apresentaram baixo desempenho. Apesar disso, a taxa de tendência das exportações brasileiras foi positiva, 3,47%, o que demonstra um leve crescimento.

Apesar de o grupo “carne bovina” ter sido analisado na tabela de expressivos “a consolidar”, o subgrupo “demais carnes bovina” foi classificado como “em declínio”. Esse subgrupo é composto por “línguas de bovino, congeladas” e “outras miudezas comestíveis de bovino, congeladas”. As importações desses produtos somaram US\$ 8 milhões, sendo a Austrália o principal fornecedor. A taxa de crescimento médio ano a ano e a taxa de tendência para o período foram negativas. Além disso, a taxa de crescimento médio dos concorrentes também foi negativa, o que indica que os chineses estão importando menos produtos desse subgrupo e importando mais “carne bovina *in natura*”.

As importações do grupo “leite e laticínios” atingiram US\$ 12,4 milhões em 2009, e “outros produtos comestíveis de origem animal” foi o único produto importado. A taxa de crescimento médio dos concorrentes foi de 115,49%, e a Malásia foi o principal fornecedor, com 46,70% do mercado. A taxa de crescimento médio do Brasil ano a ano e a taxa de tendência foram negativas, -22,14% e -12,54%, respectivamente. Com essa análise, conclui-se que o Brasil está perdendo mercado. Segundo dados do Ministério da Agricultura, o Brasil pode exportar lácteos para a China sem restrições, porém os técnicos avaliam que o preço do produto brasileiro é pouco competitivo.

#### Produtos brasileiros com “desvio de comércio” na China

A Tabela 14 apresenta um único subgrupo, “óleo de soja refinado”, identificado como desvio de comércio, fornecido principalmente pela Coreia do Sul, que contribuiu com 41,16% do total importado pela China em 2009.

**Tabela 14 – Subgrupo de produto de exportações expressivas “desvio de comércio”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
SOJA (grãos, óleos e farelo)	Óleo de soja refinado	1	352.679	0	-34,76	-100,00	0,00	Coreia do Sul	41,16

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

O subgrupo atendeu a dois critérios para ser classificado como “desvio de comércio”: (1) apresentou um taxa de VCR>1, no caso, o VCR do Brasil foi de 10,82, comparado ao do concorrente, que foi de 0,22; e (2) a taxa de crescimento médio brasileiro (-100%) foi inferior à taxa dos concorrentes (-34,76%). Conclui-se que o Brasil apresenta vantagem nas exportações brasileiras em relação à Coreia do Sul, porém, em 2009, perdeu mercado para o concorrente. Em 2005, o Brasil chegou a exportar US\$ 65 milhões de óleo de soja refinado para a China.

## MODA

Ir às compras nos fins de semana tornou-se parte integrante do lazer dos chineses, principalmente para a ascendente classe média. Essa tendência é forte, sobretudo entre os consumidores de moda nos grandes centros urbanos. Os habitantes das cidades menores ainda não seguem esse padrão de consumo, mas a previsão é que, nos próximos anos, com a melhoria nas condições de infraestrutura e renda, o comércio de artigos de moda nessas áreas também aumente significativamente.

O excelente desempenho da economia chinesa tem impulsionado o aumento da renda dos cidadãos nos últimos anos, viabilizando o crescimento do consumo com itens de moda. Os gastos dos consumidores chineses em roupas e acessórios somaram US\$ 152 bilhões em 2010, representando 6,1% do total de seus gastos, e apresentaram um expressivo crescimento de 125,4% em relação ao valor de 2005. O segmento de calçados seguiu a mesma tendência, quando o consumo desses artigos totalizou US\$ 29,8 bilhões em 2010, espelhando um aumento de 126,2% em relação aos gastos da população em 2005.

Segundo pesquisa desenvolvida pela At. Kearney, o gasto médio anual por pessoa com produtos do segmento moda na cidade de Xangai, por exemplo, é de aproximadamente US\$ 3 mil, sendo que, em média, anualmente, US\$ 1.500 são gastos somente com vestuário e US\$ 335 com calçados. O consumo é maior entre pessoas de classe alta e mulheres mais maduras.

A frequência média de compra de roupas casuais usadas no dia a dia é de uma vez por mês, já que o gasto médio por peça é de aproximadamente US\$ 30. Esse valor sobe significativamente entre os jovens consumidores de classe alta. Em relação às roupas de gala, a frequência de compra é de uma vez a cada nove meses, em média, e os consumidores gastam aproximadamente US\$ 300 por peça. No tocante às roupas de praia, as compras são sazonais, ocorrem uma vez ao ano, normalmente no verão, quando os consumidores gastam US\$ 55,00, em média, por peça.

Vestir-se de forma casual é uma tendência atual na China, as roupas informais são as mais populares e frequentemente compradas pelos chineses de todas as idades, principalmente devido ao fato de que as empresas chinesas, em sua grande maioria, não exigem um vestuário formal no ambiente de trabalho. Sendo assim, no caso do Brasil, a exportação de roupas para o dia a dia e de moda praia têm maior potencial no mercado, mas é imprescindível que tenham alta qualidade e estilo, e que a estratégia de promoção esteja focada em nicho de mercado. Trajes formais, moda esportiva e roupas de gala têm menos oportunidades, já que esses são mercados pequenos e há uma tendência a favor das grandes marcas, que frequentemente são consideradas símbolo de *status*.

À medida que o mercado chinês vislumbrou um estágio maior de maturidade no desenvolvimento de alguns produtos de confecção, a preferência de compra dos consumidores mais sensíveis à moda passou a se focar mais nas marcas *premium*. Para alguns consumidores, principalmente os de maior poder aquisitivo, o estilo e a marca se tornaram os fatores mais importantes em uma decisão de compra, por projetarem uma imagem de prestígio.

Atualmente os consumidores do mercado de luxo na China ocupam o terceiro lugar no mundo, ficando atrás dos americanos e japoneses, gastando uma média de US\$ 6,5 bilhões no ano. Estima-se que, até 2020, a China se tornará o maior mercado mundial para artigos de luxo. Esse mercado ainda é fortemente liderado por empresas de renome internacional, porém várias empresas domésticas estão construindo marcas fortes com presença massiva no mercado global. A maioria das marcas nacionais é originária de Hong Kong ou de cidades costeiras da China. Para o vestuário do dia a dia, a preferência é por marcas *mid-end*, sendo as marcas estrangeiras as preferidas pelo público mais jovem. Já as marcas *high-end* estrangeiras são mais usadas pelo consumidor mais maduro, como demonstra o Quadro 2.

**Quadro 2 - Principais marcas domésticas e estrangeiras na China**

Marcas	Tipo	Marcas mais populares	Perfil do Consumidor
Doméstica	Mid End	bossini GIORDANO	Pessoas de todas as Idades
		Veeko	Profissionais de 30-40 anos
	High End	IT inspired: I.P.ZONE <a href="http://www.izzue.com">http://www.izzue.com</a> b+ab	Jovens 20-30 anos
		VIOLA	Acima de 30 anos
Estrangeira	Mid End	H&M PUMA	Estudantes, pessoas 20-30 anos, jovens profissionais
		UNIQLO ZARA MANGO	20 a 40 anos, jovens profissionais
		M&S	Acima de 40 anos, donas de casa
	High End	R&XY adidas agnès b.	30-40, profissionais maduros
		BURBERRY ESTABLISHED 1856 NIKE RALPH LAUREN	30 a 50 anos, profissionais maduros e donas de casa

Fonte: At Kearney.

O consumo de artigos de higiene pessoal e cosméticos aumentou em mais de 11% entre 2008 e 2009; mesmo com a crise econômica, o mercado apresentou um bom desempenho. As estimativas para 2011 são de que o valor da indústria chegue a US\$ 22,3 bilhões, com crescimento ainda maior, de 18% em relação a 2009.

O caráter das compras de artigos de cosméticos e perfumaria tem mudado ao longo dos anos, quando esses produtos deixaram de ser percebidos como artigos de luxo e passaram a ser utensílios necessários no cotidiano dos chineses. Tanto homens como mulheres estão consumindo cada vez mais

esses itens, considerando que a aparência física e o bom aspecto pessoal podem trazer vantagens sociais e profissionais.

Os produtos para cuidado do cabelo e rosto (xampus, tinturas, protetores solar, branqueadores) constituem aproximadamente 78% do mercado de cosméticos. Já os produtos para cuidado do corpo (hidratantes, esfoliantes, sabonetes, sais de banho) representam 11%, seguido das fragrâncias e *sprays* para o corpo, com 6% de participação; dos produtos para bebês, com 5% de participação; e dos esmaltes de unha, com 0,5% de participação. A concorrência em todos esses segmentos é bastante acirrada, porém não existe uma marca dominante, apesar de haver, por parte da população de maior poder aquisitivo, forte interesse nas marcas europeias de prestígio internacional. Vale observar, que as linhas de cosméticos voltadas para o público masculino vêm se destacando e conquistando mais espaço no mercado, anteriormente dominado pelo público feminino.

A maioria dos consumidores prefere comprar cosméticos em supermercados e farmácias, que possuem seções especializadas em higiene pessoal e beleza. Nesses estabelecimentos, os produtos naturais e orgânicos estão ganhando cada vez mais espaço nas prateleiras, uma vez que os chineses estão dispostos a pagar até 20% a mais para possuir um produto com características naturais. Nesse sentido, existem oportunidades para as exportações de produtos brasileiros, com foco em produtos de cuidados com o cabelo e a pele, que enfatizem os benefícios dos ingredientes orgânicos advindos do país.

A Figura 3 apresenta algumas fotos: um shopping em Xangai e vitrines com calçados, roupas e cosméticos.

**Figura 3 – Um shopping em Xangai e suas vitrines**



Calçados

Shopping



Roupas



Cosméticos

Fonte: UICC - Apex-Brasil.

## Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Moda” na China

### Produtos brasileiros com presença “a consolidar” na China

As importações chinesas de produtos de moda dos subgrupos “a consolidar” somaram US\$ 2,8 bilhões em 2009. Desse valor, a importações provenientes do Brasil totalizaram US\$ 385,4 milhões.

Merece destaque, na relação apresentada na Tabela 15, o valor importado pela China do subgrupo “couro”, que corresponde a mais de 75% do total importado dos subgrupos classificados como “a consolidar”. Verifica-se que, em 2009, a China importou aproximadamente US\$ 2,6 bilhões desse subgrupo, apresentando um crescimento médio anual de 2,23% entre 2004 e 2009. O Brasil, terceiro maior exportador mundial desse produto, em 2008, apresentou uma participação de 14% no mercado chinês, com crescimento médio anual de 4,15%. Ademais, ao se comparar as taxas médias de crescimento ano a ano e de crescimento da tendência, respectivamente, 4,15% e 20,85%, é possível perceber que não ocorre uma queda acentuada no valor importado pelo mercado desse subgrupo de produto entre os anos 2004 e 2009, mesmo com a significativa refração da economia mundial nesse último ano. A exportação brasileira de couro é pouco concentrada, e 123 empresas exportaram em 2009, sendo que 55,2% eram empresas de grande porte. Vale observar ainda que a China é um grande importador de couros do Brasil, pois utiliza esse insumo para abastecer sua indústria, principalmente a calçadista.

**Tabela 15 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “a consolidar”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações da China em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para a China em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Calçados e suas partes	Calçados	1	33.937.546	616.054	69,94	144,70	112,49	1,82	China	58,24
Higiene pessoal e cosméticos	Higiene pessoal e cosméticos	2	23.358.790	3.248.125	11,72	5,69	12,63	13,91	EUA	36,71
Peles, peleteria e couros e seus artefatos	Couro	14	2.641.205.390	371.489.561	-2,74	4,15	20,85	14,07	Itália	15,75

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

As importações chinesas provenientes do Brasil do subgrupo “higiene pessoal e cosméticos”, aqui representado pelos SHs “330112 - Óleo essencial de laranja” e “330190 - Soluções concentradas e soluções aquosas de óleos essenciais”, somaram US\$ 3,2 milhões em 2009, apresentando um crescimento médio anual de 5,69% entre 2004 e 2009. Os Estados Unidos são os líderes de mercado, com participação nas importações chinesas de 36,7% em 2009. Já o vice-líder, Índia, detém parcela de 21,7%, enquanto o Brasil aparece em terceiro lugar no *ranking*, com 13,9% de participação. Para que as exportações nacionais mantenham seu espaço no mercado chinês no futuro, será necessário incorporar um ritmo mais acentuado às suas vendas. Em 2009, 25 empresas exportaram para o mercado, o que representou uma concentração média. Ademais, o Brasil não está em desvantagem no que tange às tarifas alfandegárias, pois conta com o percentual tarifário semelhante ao dos seus competidores, de 20%.

#### Produtos brasileiros com presença “consolidada” e “em declínio” na China

A Tabela 16 reúne os dois subgrupos do complexo moda que foram classificados como “consolidados” e “em declínio”, ambos pertencentes ao grupo de produtos “metais e pedras preciosas”.

**Tabela 16 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “CONSOLIDADOS” e “EM DECLÍNIO”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)	Classificação
Metais e pedras preciosas	Demais metais e pedras preciosas	1	3.317.039	2.039.876	-9,35	52,61	66,86	61,50	Hong Kong	5,66	consolidado
Metais e pedras preciosas	Pedras preciosas e semipreciosas	2	186.612.222	14.878.887	22,87	8,11	6,34	7,97	anar Birmâr	38,19	em declínio

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

A análise do período 2004-2009 revela que as exportações brasileiras de “demais metais e pedras preciosas”, representado pelo SH6 “711620 - Outras obras de pedras preciosas ou semipreciosas, ou de pedras sintéticas ou reconstituídas” encontram-se consolidadas no mercado chinês. O Brasil foi o maior fornecedor desse produto no último ano, seguido por Hong Kong, com uma diferença superior a 50 pontos percentuais entre a participação de ambos. Além disso, além de dominar mais da metade do mercado

chinês, as exportações brasileiras crescem em um ritmo muito superior ao dos seus concorrentes, como pode ser observado na Tabela 16.

O subgrupo “pedras preciosas e semipreciosas”, classificado como “em declínio”, por sua vez, representam valores de importação mais robustos do que aqueles dos subgrupos “consolidados”. Nesse subgrupo, representado pelos SHs “710310 - Pedras preciosas ou semipreciosas, em bruto” e “710399 - Outras pedras preciosas ou semipreciosas, trabalhadas de outro modo”, o Brasil perdeu 6,1 pontos percentuais de participação no mercado chinês entre 2004 e 2009, ainda que as exportações brasileiras tenham aumentado, em média, 8,1%. Mianmar, por sua vez, conquistou uma fatia relevante do mercado de 38,1% em 2009, e apresentou uma taxa de crescimento médio anual de 58,3%, bem mais expressiva do que a do Brasil. Além disso, Mianmar goza uma isenção tarifária na exportação desses produtos para o mercado chinês; já, para o Brasil, é aplicada uma tarifa média de 6%.

## CASA E CONSTRUÇÃO

No início da década de 1990, o gasto total do setor de construção chinês era uma fração muito pequena do gasto mundial do setor, representando menos de 1%. Para manter o desenvolvimento industrial e comercial, assim como suprir as novas demandas de infraestrutura urbana a partir do aumento na migração de trabalho, o crescimento dos financiamentos públicos e privados incrementaram os gastos no setor. Em 2007, os gastos chineses em construção chegaram a cerca de 10% dos gastos mundiais. Entre 1998 e 2008, os investimentos da China no setor cresceram a uma taxa real de 16%. Segundo o *IHS Global Insight*, os gastos no setor de construção irão crescer a taxas de 10% ao ano até 2013.

Para se ter uma ideia da potência da China no setor de construção civil, a taxas correntes de construção, seria possível construir uma cidade do tamanho de Roma em apenas duas semanas. Somente em 2010, o espaço construído de novas residências na China correspondeu a aproximadamente todo o estoque de moradias existentes na Espanha.<sup>73</sup> Além disso, a China levou somente 15 anos para construir o equivalente a todo o estoque de casas da Europa.

O *boom* imobiliário na China traz inúmeras oportunidades para investidores estrangeiros, principalmente no setor de materiais de construção. De acordo com relatório do Economist Intelligence Unit (EIU), espera-se que RMB 75 trilhões (cerca US\$ 11,5 trilhões à taxa de câmbio vigente) sejam gastos em bens imobiliários na década atual (2011–2020), o equivalente a aproximadamente cinco vezes o PIB corrente do Reino Unido. Ainda, o governo chinês prevê, em seu plano quinquenal 2011-2015, a construção

<sup>73</sup> Dados extraídos do relatório *The Sustainability of China's Housing Boom* (ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, 2011).

de 36 milhões de residências de baixo custo. Apenas em 2011, a previsão é de que US\$ 196,9 bilhões sejam gastos na construção de 10 milhões de residências de baixo custo.

Na China, cerca de 300 milhões de cidadãos pertencem à classe média, ou seja, 23% da população. A previsão da consultoria McKinsey & Company é de que, daqui a dez anos, 700 milhões de pessoas componham a classe média chinesa. Os fatores de aumento da renda, da ascensão de um grande contingente de pessoas à classe média chinesa, e da crescente urbanização, indicam a manutenção das altas taxas de crescimento da demanda por bens imóveis.

A continuidade e intensificação do fenômeno da urbanização e o crescimento da renda irão sustentar o crescimento na demanda por imóveis. Ainda, com o aumento da renda, há um aumento na compra de veículos, que permite que as cidades vizinhas às grandes metrópoles cresçam também, aumentando o tamanho das residências, conforme o espaço disponível torna-se menos escasso. Assim, de acordo com relatório do EIU, os fatores que irão impulsionar o crescimento da demanda por imóveis na China de 2011 a 2020 são: crescimento da renda urbana *per capita* (estimativa: 9,8% a.a.); aumento da população urbana (estimativa: 2% a.a.); queda do número de habitantes por residência, aumento no número de famílias com um só membro e desequilíbrio de gêneros; e um maior número de pessoas com automóveis, o que levará a um aumento de espaço disponível e restringirá o aumento de preços.

Há, ainda, fatores culturais e econômicos peculiares desse país que também contribuem para o expressivo crescimento desse mercado, são eles: desigualdade de sexos e baixos impostos aplicados aos investimentos imobiliários. Na China há um viés na proporção de gêneros entre jovens do mundo. Isso, para alguns pesquisadores, é a razão por trás da alta taxa de poupança das famílias chinesas. Um alto número de homens para um número consideravelmente menor de mulheres leva os primeiros a poupar para comprar uma casa capaz de impressionar as parceiras. Além disso, esse país começou a experimentar impostos sobre a propriedade há pouco tempo, e essas taxas ainda são muito pequenas, o que torna o setor de construção da China muito atrativo para investimentos.

Visto essa tendência de aumento no consumo de automóveis, outras cidades da China, mais distantes das grandes metrópoles, provavelmente irão se beneficiar desse fato, alcançando altos níveis de crescimento. As cidades chinesas que irão apresentar maior ritmo de crescimento nos próximos anos, conhecidas como *champs*, serão provavelmente os locais com maiores oportunidades no ramo da construção civil, dado que as perspectivas apontam para um aumento populacional de cerca de um terço, e a renda deve triplicar no curto espaço de uma década.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Dados extraídos do relatório: *Champs: China's fastest growing cities* (ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, 2010).

A Figura 4 apresenta fotos de prédios, construções e móveis na China.

**Figura 4 - Prédios, construções e móveis na China**



Prédios



Loja de móveis



Condomínios residenciais



Construção

Fonte: UICC - Apex-Brasil.

As importações chinesas do complexo Casa e Construção atingiram US\$ 34,3 bilhões em 2009, ou seja, 3,4% do total importado pelo país. Esse complexo é composto por 21 subgrupos, e cinco deles correspondem a 57,6% do total importado pela China desses produtos. Ordenando esses principais subgrupos de acordo com sua participação, tem-se: “Torneiras e válvulas”, com 14,79%; “Demais madeiras e manufaturas de madeiras”, com 13,28%; “Extratos tanantes e tintoriais”, com 10,48%; “Tubos de ferro fundido, ferro ou aço”, com 10,26%; e “Vidro e suas obras”, com 8,82%.

## Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Casa e Construção” na China

### Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a China

A Tabela 17 apresenta os subgrupos de produtos brasileiros do complexo de Casa e Construção que têm oportunidade para abertura no mercado chinês. O volume total de importação desses segmentos alcançou US\$ 6,8 bilhões em 2009, sendo que cerca de 50% do valor importado estão concentrados no subgrupo “Extratos tanantes e tintoriais”.

**Tabela 17 – Subgrupos de exportações incipientes “a desenvolver”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do país 2004 - 2009 (%)	Dinamismo	IEE	ICC	Importações - tendência em 2009 (US\$)	Crescimento da tendência das imp. 2004 - 2009 (%)
Madeiras, cortiças e obras de trançaria	Madeira serrada	12	1.400.124.064	26,06	Muito dinâmico	10,81	0,85	1.076.201.202	23,32
Produtos de limpeza	Produtos de limpeza	19	1.994.741.883	15,50	Muito dinâmico	0,78	0,58	1.958.105.041	21,75
Tintas	Extratos tanantes e tintoriais	41	3.374.063.980	3,86	Dinâmico	0,70	0,62	3.568.047.758	8,11

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

Cabe então analisar mais detidamente os subgrupos classificados como “a desenvolver”. A China importou aproximadamente US\$ 3,4 bilhões do subgrupo “Extratos tanantes e tintoriais”. Esse subgrupo apresentou uma taxa de crescimento médio anual das importações de 3,86% no período 2004–2009, enquanto a tendência das importações alcançou taxa de 8,11% no mesmo período. Essa diferença entre a taxa de crescimento observado e a tendência ocorre devido à significativa redução do comércio internacional deflagrada pela crise mundial de 2008-2009. As exportações brasileiras para esse subgrupo possuem uma concentração média, sendo que trinta empresas exportaram para o país em 2009, 43,3 % delas são empresas de médio porte.

O subgrupo “Produtos de limpeza”, que é composto por 19 SH6, foi o segundo maior em valor das importações no ano de 2009, com cerca de US\$ 2 bilhões. O crescimento médio anual das importações do mercado-alvo no período 2004–2009 atingiu a taxa de 15,5%, enquanto a tendência no mesmo período foi de 21,75%. Nota-se que, nesse setor, apesar de a taxa de crescimento observada ser inferior à tendência, essa continua muito elevada. Ainda, esse setor mostrou-se muito dinâmico.

O IEE apresentou valores superiores à 1 apenas para um dos três subgrupos selecionados, “Madeira serrada”, que atingiu o valor de 10,81. Sendo o IEE maior do que 1, há vantagem de especialização do Brasil na exportação de produtos desse subgrupo para o mercado chinês. Ainda, é importante analisar juntamente com os resultados do IEE o valor do ICC. Quando o ICC é maior do que 0,5, esse índice indica que as pautas de exportação e importação de dois países são complementares. Neste caso, o ICC do subgrupo “Madeira serrada” é de 0,85, o que indica alta complementaridade nas pautas de exportação brasileira e importação chinesa desse subgrupo.

Partindo para uma análise mais desagregada das oportunidades do complexo “Casa e Construção” classificadas como “a desenvolver”, é importante observar os SH6 considerados destaque em cada um dos subgrupos.

No subgrupo “Extratos tanantes e tintoriais” 14 SH6 foram considerados destaque. Aproximadamente 22% das importações chinesas desse subgrupo estavam concentradas em três desses SH6 destaques: “320820 – Tintas, vernizes e soluções à base de polímeros acrílicos ou vinílicos, dispersos ou dissolvidos em meio não aquoso”; “320890 – Tintas, vernizes e soluções de outros polímeros sintéticos, dispersos ou dissolvidos em meio não aquoso”; e “321519 – Outras tintas de impressão”.

Dentro de “Produtos de limpeza” três SH6 foram considerados destaques: “340290 – Outras preparações tensoativas e preparações para lavagem e limpeza”; “340319 – Outras preparações contendo óleos de petróleo ou de minerais betuminosos”; e “340520 – Encáusticas e preparações semelhantes para conservação e limpeza de móveis, soalhos e artigos de madeira”. Juntos esses SH6 totalizaram US\$ 353,8 milhões, aproximadamente 18% do total importado pela China desse subgrupo. Somente 12 empresas brasileiras exportaram esse produto para o país, o que mostra concentração nesse setor.

Por fim, no subgrupo “Madeira serrada”, apenas um SH6 foi classificado como destaque: “440794 – Madeira de cerejeira serrada longa, com folhas maiores que 6mm”, que respondeu por 0,6% do total importado pela China desse subgrupo em 2009. Para o mercado chinês, 167 empresas exportaram madeira serrada, o que mostra uma desconcentração de empresas que exportam.

### **Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a China**

## Produtos brasileiros com presença “a consolidar” na China

Nos 12 subgrupos de produtos “a consolidar”, as importações chinesas atingiram US\$ 1,63 bilhões em 2009. Já as exportações brasileiras desses mesmos subgrupos para o mercado chinês totalizaram US\$ 102 milhões, ou seja, aproximadamente 6,3% do total importado por esse país, como pode ser visualizado na Tabela 18.

**Tabela 18 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “A CONSOLIDAR”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações da China em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para a China em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Ferramentas, talheres e outras obras de metais	Ferramentas e talheres	3	73.396.817	13.166.142	12,19	413,30	189,02	17,94	Japão	31,70
	Obras de metais	2	34.435.386	4.277.763	1,41	62,28	82,64	12,42	Estados Unidos	20,30
	Madeira laminada	3	60.551.922	1.056.613	-9,84	-15,64	17,40	1,74	Estados Unidos	23,03
Madeiras, cortiças e obras de trançaria	Madeira serrada	2	919.146.843	68.072.709	1,31	-14,05	2,30	7,41	Tailândia	31,75
	Painéis de fibras ou de partículas de madeira	1	13.645.714	458.115	-10,88	-76,07	15,97	3,36	Tailândia	38,99
Metais não-ferrosos	Demais produtos de metais não ferrosos	3	215.642.408	717.309	24,74	28,17	70,66	0,33	Irã	49,10
Móveis	Móveis e mobiliário médico-cirúrgico	1	4.076.459	470	-3,91	37,97	161,48	0,01	Japão	48,73
Obras de pedras e semelhantes	Obras de pedras e semelhantes	6	20.438.535	3.795.694	14,66	58,50	32,31	18,57	Suíça	16,79
Obras diversas	Obras diversas	2	7.300.843	76.368	5,31	-4,58	42,56	1,05	China	37,77
Produtos de limpeza	Produtos de limpeza	1	9.796.644	169.819	-2,53	-11,74	8,77	1,73	Itália	18,94
Tintas	Extratos tanantes e tintoriais	5	221.847.504	8.660.301	3,86	5,44	21,10	3,90	Coréia do Sul	15,56
Vidro e suas obras	Vidro e suas obras	4	48.957.380	1.548.120	143,47	66,22	116,66	3,16	Japão	16,28

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

A participação brasileira foi significativa nos seguintes subgrupos: “Obras de pedras e semelhantes”, no qual o Brasil fornece aproximadamente 19% do total importado, e “Ferramentas e talheres”, em que possui 18% de participação.

Os subgrupos de produtos que apresentaram maior crescimento da tendência das exportações brasileiras no período 2004–2009 foram os seguintes (em ordem decrescente): “Ferramentas e talheres”, “Móveis e mobiliário médico-cirúrgico”, “Vidro e suas obras”, “Obras de metais” e “Demais produtos de minerais não ferrosos”. Todos esses subgrupos obtiveram um crescimento da tendência superior a 70% no período.

Ainda é importante chamar a atenção para a diferença metodológica em relação às variáveis “Crescimento médio do Brasil” e “Crescimento da tendência das exportações do Brasil”. A primeira é uma média anual de crescimento observado no período. A segunda é obtida a partir da aplicação de uma metodologia para obtenção da tendência,<sup>75</sup> em que se faz uma comparação das exportações realizadas no

último ano com relação à média dos últimos três anos. A utilização dessa metodologia passa a ser fundamental para retirar da análise a distorção gerada em 2009, que, devido à crise, foi excepcionalmente ruim para o comércio internacional na grande maioria dos setores.

Tendo isso em vista, percebe-se que em 10 dos 12 setores, o crescimento da tendência foi superior ao crescimento médio observado dos setores no Brasil. Isso mostra que nesses dez setores, a crise de 2009 foi prejudicial, pois, segundo indicava a tendência, as exportações deveriam continuar crescendo a um ritmo mais intenso. Há dois setores em que o crescimento observado foi superior ao indicado pela tendência (“Ferramentas e Talheres” e “Obras de pedras e seus semelhantes”), o que pode apontar uma situação extremamente favorável para eles, dado que eles apresentaram crescimento das exportações brasileiras para a China, apesar da crise.

Nos parágrafos seguintes serão analisados alguns subgrupos mais minuciosamente, em um nível de desagregação maior – de produto, por SH6.

No setor de “Obras de pedras e seus semelhantes”, o Brasil foi o principal fornecedor em 2010, participando com 19% do total importado pela China. Seu principal concorrente nesse mercado é a Suíça, que detém aproximadamente 16,8% do total do mercado. Esse setor também apresentou um crescimento médio, no período 2004–2009, superior à tendência, à taxa de 58,5%. O principal produto exportado pelo Brasil à China desse subgrupo foi o SH6 “681410 – Placas, folhas ou tiras, de mica aglomerada ou reconstituída”, que representou 86% do total exportado em 2009. Além disso, nesse produto, o Brasil obteve um crescimento significativo de suas exportações, alcançando 465% no período 2004–2009. Ainda, no subgrupo “Obras de pedras e seus semelhantes”, o crescimento médio anual brasileiro no período, 58,5%, foi muito superior ao crescimento dos concorrentes, 14,7%, o que demonstra ganho de mercado por parte dos produtos brasileiros.

No subgrupo “Ferramentas e talheres”, o principal produto importado pela China foi o SH6 “820900 – Plaquetas, varetas, pontas e objetos semelhantes para ferramentas, não montados, de ceramais (‘cermets’), com 61,6% do total importado pela China. Durante o período 2004-2009, o Brasil obteve um crescimento de sua exportação desse produto de 399,5%, muito superior ao crescimento dos concorrentes, de 14,2%.

O SH6 “830790 – Tubos flexíveis de outros metais comuns” foi o principal produto exportado pelo Brasil à China do subgrupo “Obras de metais”, com 79,7% do total. O crescimento verificado pelo Brasil nas exportações desse SH6 foi de 288,1%, enquanto o dos concorrentes foi de apenas 2,3%.

Em 2009, o Brasil registrou exportações dos quatro SH6 que compõem o subgrupo “Vidros e suas obras”. A maior participação foi de 32%, obtida pelo SH6 “701337 – Outros copos vidro excluindo de vitrocerâmica”. Em segundo lugar, com 29%, figura o SH6 701349 – “Outros objetos serv. mesa/cozinha, exc. cit. anterior”. Em seguida, com 25% apresenta-se o SH6 “701342 – Cafeteiras, chaleiras vidro coef. dil. lin. não superior a 5x10-6k”; nesse produto, o Brasil obteve um crescimento de suas exportações no período de 10,4%, enquanto os concorrentes tiveram uma taxa negativa, de -29,5%. Por fim, o produto que o Brasil menos exportou desse subgrupo, com participação de apenas 15%, foi o SH6 “701310 – Objetos de vitrocerâmica, para serviço de mesa, cozinha, toucador, ornamentação ou usos semelhantes”.

#### Produtos brasileiros com presença “em declínio” na China

Apenas um subgrupo de produtos brasileiros selecionado como oportunidade de exportações expressivas no mercado chinês foi considerado como “em declínio”, este é denominado “Demais produtos minerais”. Como se pode observar na Tabela 19, as importações chinesas desse subgrupo atingiram US\$ 689,4 milhões, enquanto as exportações brasileiras para o país foram de US\$ 128,4 milhões, o que representou 18,63% de participação no mercado.

**Tabela 19 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “EM DECLÍNIO”.**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Produtos minerais	Demais produtos minerais	8	689.385.585	128.444.042	9,51	8,54	18,63	Índia	37,49

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

O principal concorrente do Brasil nesse mercado, em 2009, foi a Índia, que obteve 37,49% de participação. Pela própria definição das oportunidades selecionadas como “em declínio”, percebe-se que nesse subgrupo o Brasil vem perdendo *share*, ou seja, o crescimento médio verificado, no período 2004–2009, de 8,54%, foi inferior ao crescimento médio dos concorrentes no mesmo período, que ficou em 9,51%.

## MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Atualmente, a indústria chinesa representa 46,8% do PIB e dispõe de um parque fabril muito diversificado, ficando em quarto lugar, somente atrás dos Estados Unidos, Japão e Alemanha. A indústria é competitiva nos seguintes setores: construção, petróleo, têxtil, químicos, automóveis, ferrovias e locomotivas, navios, equipamento de telecomunicação, satélites, entre outros. Ademais, a China lidera a produção de produtos de consumo como calçados, brinquedos, vestuário e eletrônicos, além de ser um grande processador de minérios.

Os principais importadores de máquinas e equipamentos no mundo, em 2009, foram os Estados Unidos, a China e a Alemanha. As importações chinesas de máquinas e equipamentos, incluindo transporte representaram 20% do total importado pelo país. A China importou principalmente máquinas e aparelhos de escritório, serviço científico (45,02%), máquina industrial (30,3%) e equipamento móvel de transporte (5,27%).

O setor de máquinas e equipamentos é uma das principais atividades para a indústria manufatureira e um dos pilares da exportação chinesa. A desigualdade na competição faz com que o comércio bilateral de máquinas e equipamentos entre Brasil e China seja deficitário. Atualmente, a China representa o segundo maior fornecedor de máquinas e equipamentos para o Brasil, perdendo somente para os Estados Unidos. Segundo dados da Abimaq, em 2004, a China fornecia 2,1% das máquinas e equipamentos importados pela indústria brasileira e, em 2010, sua participação aumentou para 12,9%. No primeiro trimestre de 2011, o Brasil importou do país asiático US\$ 965,9 milhões, 53,5% a mais do negociado no mesmo período do ano passado.

### **Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Máquinas e Equipamentos” na China**

#### **Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a China**

**Tabela 20– Subgrupos de produtos de exportações incipientes “a desenvolver”**

Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do país 2004 - 2009 (%)	Dinamismo	IEE	ICC	Importações tendência 2004 -2009 (US\$)	Crescimento da tendência das imp. 2004 - 2009 (%)
Aviões	3	9.099.728.869	16,74	Dinâmico	159,59	0,82	8.931.813.617	20,88
Aparelhos para filtrar ou depurar	11	2.622.556.083	8,36	Dinâmico	0,72	0,81	2.585.798.880	14,11
Compressores e bombas	20	7.423.438.547	8,91	Muito dinâmico	1,07	0,56	7.055.211.872	14,97
Máquinas e apars. p/encher,fechar recipientes	6	948.343.789	7,52	Dinâmico	0,84	0,80	943.225.102	8,59
Máquinas e apars. p/fabr.pasta celulósica e papel	9	1.111.934.929	-2,58	Dinâmico	1,10	0,79	1.173.199.575	5,24
Motores e turbinas para aviação	10	2.276.652.902	23,97	Muito dinâmico	1,65	0,52	1.940.540.250	28,70
Outros motores de pistão	2	1.430.960.851	16,52	Muito dinâmico	0,73	0,88	1.465.053.050	25,82
Partes de motores para veículos	1	1.618.708.124	3,42	Muito dinâmico	3,94	1,00	1.613.015.973	9,75
Rolamentos e engrenagens	14	5.767.205.684	20,52	Muito dinâmico	0,80	0,66	5.390.183.314	25,68
Catodos de cobre	1	15.580.922.233	36,09	Muito dinâmico	6,08	1,00	11.892.261.387	36,02
Plásticos e suas obras	126	45.776.680.406	11,16	Muito dinâmico	0,78	0,52	45.058.056.994	15,91
Autopeças	14	10.305.074.171	14,52	Muito dinâmico	1,56	0,65	9.017.866.725	19,75

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

A Tabela 20 apresenta os principais subgrupos de produtos classificados como “a desenvolver”. Ao mesmo tempo, é particularizado um conjunto de indicadores empregados na demarcação desses subgrupos de produtos como “a desenvolver”. Destacam-se três subgrupos de produtos com essa classificação: (1) “compressores e bombas”; (2) “autopeças”; e (3) “motores e turbinas para aviação”. O subgrupo de produto “compressores e bombas” foi identificado como muito dinâmico, e o valor importado pelo mercado-alvo, em 2009, atingiu um valor considerável de aproximadamente US\$ 7,5 bilhões. Ademais, ao se comparar as taxas médias de crescimento da tendência e ano a ano, respectivamente, 14,97% e 8,91%, é possível perceber que não ocorre uma queda acentuada no valor importado pelo mercado desse subgrupo de produto no período 2005-2009, mesmo com a significativa refração da economia mundial nesse último ano. Ainda analisando o desempenho do subgrupo de produto “compressores e bombas” em 2009, é perceptível um valor das importações ligeiramente superior nesse ano, vis-à-vis a tendência das importações do mesmo ano. Ou seja, é possível concluir que existe um suave movimento de crescimento da tendência do subgrupo de produto analisado, mesmo no ano de forte contração do comércio internacional.

Em relação ao IEE, o qual indica se o Brasil possui alguma vantagem de especialização no comércio internacional frente ao mercado-alvo, esse indicador atingiu um valor de 1,07. Como esse indicador é superior a unidade,<sup>76</sup> é factível afirmar que em “compressores e bombas” a economia brasileira possui um maior grau de especialização do que a economia sul-coreana. Não obstante a especialização brasileira, é

<sup>76</sup> Lembra-se que o IEE foi especificado mais detalhadamente na seção que aborda os aspectos metodológicos.

fundamental identificar se o mercado-alvo importa os mesmos tipos de “compressores e bombas” – ao nível do SH6 - que o Brasil é especialista. A referência utilizada para essa medida é o ICC, sendo que um valor acima de 0,5 estabelece um significativo indicador de complementaridade entre o que o Brasil exporta para o mundo e o que o mercado analisado importa do mundo, considerando o subgrupo caracterizado. É evidenciado, portanto, a existência de complementaridade no subgrupo de produto “compressores e bombas” entre o Brasil e a Coreia do Sul. Por consequência, a economia brasileira é especialista e complementar no subgrupo de produto “compressores e bombas” frente à economia da Coreia do Sul; as importações desse subgrupo por esse último país foram assinaladas como muito dinâmicas e apresentaram um valor expressivo em 2009, tornando-se oportunidades a serem desenvolvidas pelas empresas brasileiras no mercado-alvo.

### **Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a China**

#### **Produtos brasileiros com presença “a consolidar” na China**

Na Tabela 21 encontram-se os principais subgrupos de produtos selecionados como “a consolidar”. As importações chinesas desses subgrupos somaram US\$ 4,9 bilhões e os principais subgrupos de destaque foram: partes e peças de aviões e helicópteros; laminadoras de metais, plástico e suas obras; turbinas e rodas hidráulicas; e máquinas e aparelhos de terraplanagem e perfuração.

**Tabela 21 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “a consolidar”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações da China em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para a China em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Aviões	Partes e peças de aviões e helicópteros	1	989.590.509	425.409	11,01	-54,52	20,54	0,04	Alemanha	43,27
Borracha e suas obras	Pneumáticos e câmaras de ar	1	84.241.838	791.696	11,66	-16,87	24,73	0,94	Japão	38,62
Máquinas e motores	Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas	1	5.646.099	1.535.044	21,34	28,66	47,88	27,19	Japão	26,68
	Laminadores de metais	1	443.604.351	14.316.568	26,32	30,73	60,05	3,23	Japão	21,92
	Máquinas e aparelhos de terraplanagem, perfuração	1	80.076.848	8.053.908	16,22	18,33	30,04	10,06	Japão	71,82
	Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator	2	55.223.408	295.083	50,92	12,69	25,59	0,53	Itália	51,79
	Máquinas e aparelhos para trabalhar pedra e minério	2	473.632.083	2.233.796	4,58	-18,01	18,60	0,47	Alemanha	31,85
	Turbinas hidráulicas e rodas hidráulicas	1	61.801.635	15.089.648	-0,15	12,69	40,76	24,42	França	19,28
Plástico e suas obras	Plásticos e suas obras	1	2.737.238.814	62.500.124	19,87	59,38	53,51	2,28	EUA	18,11
Veículos automotores e suas partes	Reboques, semirreboques e suas partes	1	24.664.230	2.280	-12,67	-28,38	148,77	0,01	Alemanha	27,65

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

As importações do subgrupo “parte e peças de aviões e helicópteros” somaram US\$ 989,5 milhões em 2009. Apesar do crescimento da tendência ser de 20,54%, nota-se que o Brasil está perdendo mercado. O Crescimento médio dos concorrentes no período 2004-2009 foi de 11,01%, enquanto o Brasil teve um

decréscimo de -54,52%. As exportações desse subgrupo são concentradas e, em 2009, cinco empresas exportaram para o país. O principal concorrente do Brasil nesse subgrupo é a Alemanha, que fornece 43,57% do total importado.

Dentre as oportunidades selecionadas, o subgrupo “laminadores de metais” apresenta a melhor taxa de crescimento das tendências do Brasil no período 2004-2009, ou seja, 60,05%. Já o crescimento médio dos concorrentes nesse mesmo período foi de 26,32%, e o crescimento médio do Brasil foi de 30,73%, bem acima do concorrente. Somente uma empresa exportou para o país em 2009. As importações desse subgrupo somaram US\$ 443,6 bilhões, e, apesar de a participação brasileira ser somente 3,23%, ainda há espaço para crescer.

O subgrupo “plástico e suas obras” apresentou o maior valor importado pela China, US\$ 2,7 bilhões composto por único SH6, outros polímeros de etileno, em formas primárias. Esse subgrupo demonstrou taxas de crescimento expressivas, já que a taxa de crescimento médio do Brasil no período 2004-2009 foi de 59,38%, e a taxa do concorrente no mesmo período foi de 19,87%. As exportações brasileiras desse subgrupo são desconcentradas; de fato, 141 empresas exportaram, sendo todas de grande porte. O crescimento da taxa da tendência também foi alto, ou seja, 59,38%. Nesse subgrupo, os Estados Unidos é o principal fornecedor, com participação de 18,11% do mercado, enquanto a participação brasileira é de 2,28%.

Em relação ao subgrupo “turbinas e rodas hidráulicas”, o Brasil foi o principal fornecedor para a China. As importações do único SH6, outros polímeros de etileno, em formas primárias somaram US\$ 61,8 milhões, e as exportações brasileiras foram de US\$ 15 milhões. Além de o Brasil ser o principal fornecedor, a previsão de crescimento das exportações brasileiras para esse produto é favorável. Somente três empresas exportaram em 2009, mostrando alto índice de concentração das exportações. A taxa de crescimento médio dos concorrentes no período 2004-2009 foi negativa, ou seja, -0,15%, enquanto a taxa de crescimento médio do Brasil foi de 12,69% no mesmo período. Já a taxa de crescimento da tendência foi de 40,76%, o que indica oportunidades para expansão no mercado.

#### Produtos brasileiros com presença “em declínio” na China

Vários subgrupos no complexo máquinas e equipamentos foram classificados em declínio, ou seja, que vem perdendo participação naquele mercado. As importações desses subgrupos somaram US\$ 6,6 bilhões. Desse valor, as importações provenientes do Brasil totalizaram somente US\$ 38,9 milhões ou 0,58% do total.

**Tabela 22 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas, “em declínio”.**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 2009 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)	Classificação
Máquinas e motores	Maquinas e apars.de elevação de carga e descarga	1	481.754	0	7,26	-100,00	37,43	0,00	EUA	71,83	consolidada
	Aquecedor e secador	1	63.902.523	2.157.629	6,55	-32,69	6,95	3,38	Finlândia	26,80	em declínio
	Compressores e bombas	1	394.336.385	1.582.650	13,67	-44,79	-13,59	0,40	Japão	40,84	em declínio
	Demais maquinas,aparelhos e instrumentos mecânicos	5	422.138.981	679.961	3,48	4,27	5,57	0,16	Japão	24,53	em declínio
	Maquinas e apars.p/ fabr. pasta celulósica e papel	2	85.082.926	62.428	-5,98	-60,91	-28,26	0,07	Alemanha	23,17	em declínio
	Motores para veículos automóveis	1	1.494.254.938	35.785	13,41	-69,56	-11,65	0,00	Japão	42,18	em declínio
	Partes de motores para veículos automóveis	1	675.499.073	12.496.817	18,31	-6,17	,45	1,85	Japão	26,68	em declínio
	Rolamentos e engrenagens	1	851.938.932	12.996.175	20,34	-8,38	3,53	1,53	Japão	35,07	em declínio
Materiais elétricos e eletro-eletrônicos	Aparelhos transmissores e receptores	1	40.825.917	45.248	-42,26	-68,05	-65,58	0,11	Malásia	38,27	em declínio
	Condensadores eletr.fixos, variáveis ou ajustáveis	1	328.450.762	2.338.636	-5,18	-26,78	-12,48	0,71	Japão	30,53	em declínio
Veículos automotores e suas partes	Autopeças	3	2.089.113.456	5.760.208	0,87	-40,84	-39,79	0,28	Japão	48,22	em declínio
	Chassis e carroçarias para veículos automóveis	1	46.482.116	478.554	26,19	-20,16	7,07	1,03	Japão	35,59	em declínio
	Tratores	2	148.211.646	310.253	9,65	-60,42	-18,31	0,21	EUA	32,98	em declínio

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

O Brasil exportou poucas “máquinas e equipamentos” para a China, e as participações das exportações brasileiras no total importado tiveram uma variação entre 3,38% e 0,07%. Entre os subgrupos selecionados, merece destaque o subgrupo “aquecedor e secador”, cujas importações chinesas somaram US\$ 63,9 milhões. Esse SH6 é composto por um único SH6: “secadores para madeiras, pastas de papel, papéis ou cartões e secador”. A participação do Brasil no total importado foi de 3,38% ou US\$ 2,1 milhões. Apesar de a taxa de crescimento médio brasileira ser negativa no período 2004-2009, a taxa de crescimento brasileira da tendência, em 2009, foi de 6,95%, ou seja, apresentou um valor positivo. Já a taxa de crescimento médio dos concorrentes foi de 6,55%. O principal concorrente do Brasil nesse subgrupo foi a Finlândia, com participação de 26,80%.

As exportações brasileiras de “motores e veículos para automóveis” também estão diminuindo. O subgrupo apresentou um único SH6, “motores de pistão alternativo, de ignição por centelha, para propulsão de veículos do capítulo 87, de cilindrada > 1.000cm<sup>3</sup>”, cujas importações somaram US\$ 1,4 bilhão. O Japão foi o principal fornecedor para a China, com 42,18% de participação de mercado, enquanto a participação brasileira não chegou a atingir 0,5% em 2009. Em 2006, as exportações brasileiras somaram US\$ 41,9 milhões; já, em 2008 e 2009, as exportações foram de US\$ 27,1 mil e US\$ 35,7 mil, respectivamente. Houve um decréscimo nas exportações brasileiras, no período 2004-2009, de 60,91%; no mesmo período, a taxa de crescimento médio dos concorrentes diminuiu 5,98%, o que indica que houve uma retração nas importações do mercado.

Em relação ao subgrupo “autopeças”, as importações somaram US\$ 2,08 bilhões em 2009, e as exportações brasileiras de “autopeças” foram de US\$ 5,7 milhões. As exportações brasileiras nesse subgrupo perderam mercado, já que a taxa de crescimento médio das exportações brasileiras, no período 2004-2009, foi de -40,84%, e a taxa de crescimento da tendência também foi negativa, ou seja, de -39,79%. Já a taxa de crescimento médio dos concorrentes foi positiva, ou seja, de 0,87%. O Japão também é o principal fornecedor desse subgrupo.

#### Produtos brasileiros com “desvio de comércio” na China

Somente um subgrupo foi classificado como desvio de comércio. As importações do subgrupo “geradores e transformadores elétricos” somaram US\$ 35,6 milhões em 2009, e o Japão foi o principal fornecedor.

**Tabela 23 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas classificadas como “desvio de comércio”**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Crescimento da tendência ds exp do Brasil entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Materiais elétricos e eletro-eletrônicos	Geradores e transformadores, elétricos	2	35.602.623	0	3,70	-100,00	-10,72	0,00	Japão	18,38

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

No que tange à classificação de desvio de comércio, o subgrupo atendeu a dois critérios para ser classificado: (1) apresentou um taxa de VCR > 1; no caso, o VCR do Brasil foi de 1,66, comparado ao do concorrente, que foi de 0,25%; (2) a taxa de crescimento médio brasileiro foi inferior a taxa dos concorrentes, ou seja, -100% e 3,70%, respectivamente. Conclui-se que o Brasil apresenta vantagem nas exportações brasileiras em relação à Coreia do Sul; porém, em 2009, perdeu mercado para o concorrente.

## MULTISETORIAL E OUTROS

Nesta seção são apresentadas as oportunidades identificadas nos complexos “Tecnologia e Saúde” e “Multissetorial e Outros”. Neste último, figuram os subgrupos que não se enquadram em nenhum dos complexos já analisados ou que pertencem a mais de um complexo.

As importações chinesas do complexo “Tecnologia e Saúde” totalizaram US\$ 124,5 bilhões em 2009, ou seja, 12,4% do total importado pelo país nesse ano. Já as importações do complexo “Multissetorial e Outros” somaram US\$ 300,9 bilhões, cerca de 30% do total importado pela China em 2009. Os principais subgrupos importados desse complexo são “Petróleo e derivados de petróleo” e

“Minérios de Ferro”, que possuem participação de 41,2% e 16,7% respectivamente, ou seja, representam aproximadamente 58% das importações chinesas desse complexo.

## Oportunidades para os produtos brasileiros do complexo “Multissetorial e Outros” na China

### Produtos brasileiros com exportações “incipientes” para a China

Apenas um subgrupo do complexo “Tecnologia e Saúde” foi selecionado como oportunidade de exportação a desenvolver para a China. O país importou US\$ 5,5 bilhões do subgrupo “Produtos farmacêuticos” em 2009, como pode ser observado na Tabela 24.

**Tabela 24– Subgrupos de exportações incipientes “a desenvolver” do complexo Tecnologia e Saúde**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do país 2004 - 2009 (%)	Dinamismo	IEE	ICC	Importações - tendência 2009 (US\$)	Crescimento da tendência das imp. 2004 - 2009 (%)
Produtos farmacêuticos	Produtos farmacêuticos	30	5.507.989.147	31,51	Muito dinâmico	2,47	0,75	4.363.073.330	28,94

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

Esse subgrupo é considerado “muito dinâmico”. O Brasil possui um alto IEE, sendo que, por definição, considera-se o país especialista na exportação de um bem se esse indicador for superior a 1. Além disso, é importante observar juntamente com essa medida o ICC, que mostra se dois países são complementares ou não em suas exportações e importações. Um ICC maior do que 0,5 aponta para uma significativa complementaridade entre as pautas de comércio de dois países. Assim, percebe-se que, além de o Brasil ser especialista na exportação de “Produtos farmacêuticos”, há também uma complementaridade entre as exportações brasileiras desses produtos e as importações chinesas desse subgrupo, pois o ICC é de 0,75.

Dos 30 SH6 selecionados nesse subgrupo, o que conta com a maior participação nas importações chinesas de 2009 é “Outros medicamentos contendo produtos misturados, para fins terapêuticos ou profiláticos, em doses, para venda a retalho”, com 52,9%. Desse subgrupo, apenas um SH6 foi classificado como destaque: “Medicamento contendo outros antibióticos, mas não para venda a retalho”, que correspondeu a 0,2% das importações chinesas de “Produtos farmacêuticos”.

As importações chinesas do complexo “Multissetorial e Outros” selecionadas como oportunidades de exportações “a desenvolver” totalizaram US\$ 141,2 bilhões em 2009. O subgrupo “Petróleo e derivados de petróleo”, com seus 42 SH6, respondeu por aproximadamente 88% desse valor importado. O segundo

subgrupo mais relevante em relação à participação foi “Minérios de cobre”, com cerca de US\$ 8,5 bilhões, conforme a Tabela 25.

**Tabela 25 – Subgrupos de exportações incipientes “a desenvolver” do complexo Multissetorial e Outros**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do país 2004 - 2009 (%)	Dinamismo	IEE	ICC	Importações - tendência 2009 (US\$)	Crescimento da tendência das imp. 2004 - 2009 (%)
Metais não-ferrosos	Alumínio em bruto	1	2.335.078.205	16,91	Muito dinâmico	36,89	1,00	934.370.060	4,92
	Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	13	2.440.802.452	5,66	Muito dinâmico	0,79	0,58	2.815.038.335	13,54
Petróleo e derivados de petróleo	Petróleo e derivados de petróleo	42	123.970.040.518	20,88	Dinâmico	4,71	0,87	132.799.072.895	32,76
Produtos metalúrgicos	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço	8	1.930.741.610	6,96	Muito dinâmico	15,37	0,69	942.953.871	-4,61
Produtos minerais	Minérios de alumínio	1	704.981.077	93,80	Muito dinâmico	24847076,30	1,00	1.124.771.465	130,47
	Minérios de cobre	1	8.478.683.710	30,64	Muito dinâmico	2821,43	1,00	9.080.633.204	44,47
	Minérios de cromo	1	1.310.703.753	28,01	Dinâmico	109,78	1,00	1.855.946.470	55,57

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

Percebe-se que cinco entre os sete subgrupos apresentados na Tabela 25 são considerados “muito dinâmicos”. Além disso, quatro subgrupos apresentam vantagens interessantes para o Brasil: “Alumínio em bruto”, “Minérios de alumínio”, “Minérios de cobre” e “Minérios de cromo”. Nesses subgrupos, o Brasil possui um IEE significativamente superior à unidade, o que demonstra a especialização do Brasil na exportação desses produtos. Ainda, o ICC é igual à unidade em todos esses subgrupos, o que significa que as pautas exportadoras do Brasil e importadoras da China são totalmente complementares no que tange a esses produtos.

Além disso, é importante observar a robustez do crescimento médio anual das importações do país observado no período 2004-2009, principalmente nos subgrupos pertencentes ao grupo “Produtos minerais”, que foram todos superiores a 28%. É preciso frisar, ainda, que esse crescimento observado foi inferior ao crescimento da tendência no mesmo período, caso que pode ser explicado devido à crise de 2009, que foi especialmente danosa ao comércio internacional.

Passando para uma análise mais desagregada, tem-se como objetivo apresentar os SH6 considerados destaques em cada um dos subgrupos “a desenvolver”, selecionados do complexo “Multissetorial e outros”.

No subgrupo “Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio”, foram três SH6 destaques: “760612 - Chapas e tiras, de ligas alumínio, de espessura > 0,2mm, de forma quadrada ou retangular”, “760711 - Folhas e tiras, de alumínio, de espessura = < 0,2mm, sem suporte, simplesmente laminadas” e “760720 - Folhas e tiras, de alumínio, de espessura => 0,2mm, com suporte”. Juntos esses três SH6 respondem por 50% das importações chinesas desse subgrupo.

No subgrupo “Petróleo e derivados de petróleo”, oito SH6 foram classificados como destaque. Desses, destaques cabe salientar a expressividade de dois: “270900 – Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos”, que participou com 72% das importações chinesas desse subgrupo em 2009; e “271019 – Outros óleos de petróleo ou de minerais betuminosos e preparações, exceto desperdícios” que obteve 12% de participação.

Ainda, os subgrupos “Minérios de Alumínio”, “Minérios de Cobre” e “Minérios de Cromo”, possuem um SH6 em cada, e todos foram considerados destaques. Por fim, dentro do subgrupo “Produtos semimanufaturados de ferro ou de aço”, dois SH6 foram considerados destaques: “721899 – Outros produtos semimanufaturados, de aços inoxidáveis” e “722490 – Produtos semimanufaturados, de outras ligas de aços”, que participaram, respectivamente, com 5% e 4% do total importado pela China desse subgrupo em 2009.

### **Produtos brasileiros com exportações “expressivas” para a China**

#### Produtos brasileiros com presença “a consolidar” na China

Na Tabela 26, estão dispostas as oportunidades de exportações expressivas “a consolidar” para a China do complexo “Tecnologia e Saúde”. As importações chinesas desses subgrupos totalizaram US\$ 1,94 bilhão em 2009, enquanto a parcela dessas importações que foi fornecida pelo Brasil somou US\$ 79,5 milhões no mesmo período.

**Tabela 26 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “a consolidar” do complexo Tecnologia e Saúde**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações da China em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para a China em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Instrumentos de precisão	Instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes, peças	4	149.707.657	36.165.705	19,35	95,94	98,33	24,16	Japão	11,33
Produtos químicos	Demais produtos químicos	2	142.075.847	3.155.474	-1,66	2,08	9,94	2,22	Itália	28,17
	Produtos químicos orgânicos	13	1.651.774.157	40.129.297	4,29	6,25	30,55	2,43	Rússia	14,67

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

No subgrupo “Instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes e peças”, o Brasil é o principal fornecedor da China em 2009, com 24,16% do mercado, uma boa margem ante o seu principal concorrente, o Japão, que forneceu 11,33% das importações chinesas desses produtos. Cerca de noventa empresas exportaram esse subgrupo de produtos, sendo 50% empresas de grande porte e 23,40% empresas de médio porte. Além disso, o crescimento médio do Brasil no período 2004-2009 desse

subgrupo (95,94%) foi o maior entre todos os subgrupos selecionados como oportunidades de exportações “a consolidar”.

É importante observar as informações constantes nas colunas “Crescimento médio do Brasil” e “Crescimento da tendência das exportações do Brasil”. A primeira trata do crescimento médio real observado das exportações brasileiras para o mercado durante o período em questão, já a segunda traz o crescimento da tendência das exportações brasileiras. O que se pode perceber ao analisar comparativamente essas informações é que a taxa de crescimento da tendência é sempre superior à taxa de crescimento real observada. Isso ocorre devido à crise de 2009, ano excepcionalmente ruim para o comércio internacional e que causou uma distorção no crescimento real, distorção essa que é mitigada ao se analisar a tendência.

As oportunidades de exportações expressivas “a consolidar” do complexo “Multissetorial e Outros” estão dispostas na Tabela 27 a seguir. Foram seis subgrupos selecionados, em que as importações chinesas totalizaram US\$ 53,2 bilhões, e as exportações brasileiras para a China, US\$ 13,2 bilhões.

**Tabela 27 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “a consolidar” do complexo Multissetorial e Outros**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações da China em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para a China em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Cresc. da tendência das exp do Brasil entre 2004 - 09 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Borracha e suas obras	Demais produtos de borracha e suas obras	5	337.757.289	2.607.044	7,44	0,20	48,87	0,77	Coréia do Sul	31,88
Metais não-ferrosos	Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	1	3.487.254	0	7,09	-100,00	34,35	0,00	Holanda	25,85
Papel e celulose	Papel e suas obras	6	907.565.223	27.718.173	-3,27	1,49	2,33	3,05	Suécia	32,57
Produtos Minerai	Demais minérios metalúrgicos	2	82.372.337	19.346.174	-0,52	37,85	38,80	23,49	Ruanda	24,36
	Minérios de ferro	2	50.120.802.063	12.909.861.195	30,50	35,19	49,54	25,76	Austrália	40,07
	Minérios de manganês	1	1.772.831.675	200.266.137	23,84	34,44	52,21	11,30	Austrália	36,63

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

As maiores participações brasileiras concentram-se no grupo “Produtos Minerai”, especificamente nos subgrupos “Minérios de ferro” (25,76%) e “Demais minérios metalúrgicos” (23,49%). Ainda, nesses dois subgrupos percebe-se que o crescimento médio do Brasil, no período 2004-2009, foi superior ao crescimento médio dos concorrentes, o que indica ganho de *share* por parte dos produtos brasileiros nesse mercado. No subgrupo “Demais minérios metalúrgicos”, pode-se observar que o Brasil está muito próximo de alcançar a liderança no fornecimento desses produtos, tendo em vista que ficou a menos de um ponto percentual abaixo de Ruanda, principal fornecedor desses produtos à China em 2009. As exportações desse subgrupo são concentradas, e 80% são empresas de grande porte.

Ao se observar as informações constantes nas colunas “Crescimento médio do Brasil” e “Crescimento da tendência das exportações do Brasil” da Tabela 27, percebe-se que a segunda apresenta uma taxa sempre superior à primeira. A coluna da tendência mostra uma taxa de crescimento construída com vistas a retirar da análise o efeito negativo do ano de 2009, visando apresentar apenas a tendência de crescimento que vinha sendo observada nos períodos anteriores. Assim, pode-se encontrar oportunidades em alguns subgrupos que, devido à crise, obtiveram um crescimento real médio, no período 2004-2009, muito baixo, e assim, não seriam classificados como oportunidade. Porém, devido à tendência de crescimento que vinha sendo observada, provavelmente o ano de 2009 foi apenas um ponto fora da curva, e esse setor deve se recuperar e voltar a obter taxas significativas de crescimento. Esse é o caso, por exemplo, do subgrupo “Demais produtos de borracha e suas obras”, que obteve um crescimento médio, nesse período, de apenas 0,2%, mas sua tendência foi de 48,87%. As exportações desse subgrupo são de média concentração, e 79 empresas exportaram.

Partindo para uma análise com maior nível de desagregação, faz-se agora uma apreciação de alguns SH6 mais relevantes dentro dos subgrupos classificados como oportunidades de exportação “a consolidar” do complexo “Multissetorial e outros”.

Os dois principais SH6 exportados pelo Brasil à China, em 2009, do subgrupo “Demais produtos de borracha e suas obras” foram: “400942 – Tubos de borracha vulcanizada não endurecida, reforçados ou associados apenas com outras matérias, com acessórios”, com 60% do total exportado, e “400259 – Borracha de acrilonitrila-butadieno [nbr], em formas primárias ou em chapas, folhas ou tiras”, que participou com 39,5%. Esse último foi também o principal produto importado pela China desse subgrupo em 2009, com 44,3%, seguido pelo SH6 “400211 – Látex de borracha sintética ou artificial”, com participação de 38,4%.

No subgrupo “Papel e suas obras”, dois SH6 correspondem a 74,5% das importações chinesas do subgrupo e a 88,5% das exportações brasileiras desse segmento para a China. São eles: “481029 – Outros papéis e cartões, para escrita ou impressão, revestidos de caulim, contendo mais de 10% das fibras obtidas por processo mecânico, em rolos ou folhas” e “481032 – Papel e cartão *kraft*, branqueados, de peso > 150g/m<sup>2</sup>, contendo mais de 95% das fibras obtidas por processo químico, em rolos ou folhas”. As exportações desse subgrupo apresentam concentração média, e 38 empresas exportaram.

#### Produtos brasileiros com presença “consolidada” e “em declínio na China

A seguir são apresentadas as oportunidades identificadas no mercado chinês para subgrupos de produtos de exportações expressivas classificados como “Consolidados” e “Em declínio” dos complexos: “Tecnologia e saúde” e “Multissetorial e outros”.

No complexo “Tecnologia e saúde”, somente subgrupos de produtos classificados como “Em declínio” foram selecionados como oportunidades de exportação para o mercado chinês. Por definição, produtos classificados como “Em declínio” são aqueles que o Brasil já exportava um volume considerável para o mercado analisado, porém vêm perdendo espaço para seus concorrentes. Pode-se perceber essa característica na Tabela 28, em que, nos dois subgrupos classificados, o crescimento médio do Brasil, no período 2004-2009, foi significativamente inferior ao observado pelos seus concorrentes. A participação brasileira em 2009, tanto na exportação de “Produtos farmacêuticos” como de “Produtos químicos inorgânicos” foi pouco maior do que um ponto percentual, muito distante de seus principais concorrentes.

**Tabela 28 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “em declínio” do complexo Tecnologia e Saúde**

Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Produtos farmacêuticos	1	507.022.851	7.643.702	24,83	3,00	1,51	Japão	15,52
Produtos químicos inorgânicos	3	1.403.196.426	16.044.469	-6,95	-25,27	1,14	Austrália	80,45

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

Na Tabela 29 estão dispostas as oportunidades de exportações expressivas do complexo “Multissetorial e Outros”. São três subgrupos classificados como “Consolidados” e outros três subgrupos “Em declínio”.

**Tabela 29 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “consolidados” e “em declínio” do complexo Multissetorial e Outros**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)	Classificação
Papel e celulose	Celulose	3	3.386.083.602	1.276.813.169	12,48	26,90	37,71	Indonésia	17,06	Consolidado
Produtos metalúrgicos	Ferro fundido bruto e ferro "spiegel" (ferro gusa)	1	1.111.403.675	340.283.071	44,04	42,62	30,62	Ucrânia	24,41	Consolidado
	Ferro-ligas	1	433.275.107	406.001.327	32,96	74,39	93,71	Canadá	6,15	Consolidado
Produtos metalúrgicos	Demais produtos metalúrgicos	1	22.422.787	50.555	22,96	-46,70	0,23	Alemanha	35,28	Em declínio
	Produtos laminados planos de ferro ou aço	6	3.142.770.694	68.236.144	-1,90	-19,22	2,17	CoréiadoSul	24,80	Em declínio
	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço	1	101.213.277	1.034.992	7,88	-12,64	1,02	Não informado	18,63	Em declínio

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

Nos subgrupos “Celulose”, “Ferro fundido bruto e ferro ‘spiegel’ (ferro gusa)” e “Ferro-ligas”, o Brasil é o principal fornecedor da China. No primeiro, o Brasil obteve 37,71% de participação em 2009, com

uma taxa de crescimento médio, no período 2004-2009, de 26,9%, enquanto seu principal concorrente, a Indonésia, obteve apenas 17,06% de participação e uma taxa de crescimento de 12,48%.

No subgrupo “Ferro-ligas” a posição do Brasil é extremamente favorável e perceptivelmente consolidada, tendo em vista que, em 2009, o Brasil detinha 93,71% do mercado chinês desses produtos. O principal concorrente brasileiro nesse mercado é o Canadá, que forneceu 6,15% das importações chinesas desse subgrupo. Além disso, o crescimento médio brasileiro, no período 2004 e 2009, foi de 74,39%, uma taxa muito superior àquela obtida pelos concorrentes, que foi de 32,96%.

A situação do Brasil no subgrupo “Ferro fundido bruto e ferro ‘spiegel’ (ferro gusa)” é menos confortável, apesar de positiva e consolidada. Em 2009, o Brasil participou com 30,62% das importações chinesas desses produtos, já o seu principal concorrente, a Ucrânia, obteve uma fatia de 24,42%. Além disso, a taxa de crescimento média, no período 2004-2009, alcançada pelo Brasil foi de 42,62%, ligeiramente inferior à dos concorrentes, que foi de 44,04%.

Nos subgrupos classificados como “em declínio”, as importações chinesas em 2009 totalizaram US\$ 3,3 bilhões, e as exportações brasileiras para esse país, US\$ 69,3 milhões. Nesses subgrupos, a participação brasileira fica próxima a 1%, e a taxa de crescimento média verificada no período 2004-2009 foi negativa.

#### Produtos brasileiros com “desvio de comércio” na China

No complexo “Multissetorial e outros” apenas um subgrupo de produtos, “Fio-máquinas e barras de ferro ou aço” foi classificado como “desvio de comércio”.

**Tabela 30 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “desvio de comércio” do complexo Multissetorial e Outros**

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do país em 2009 (US\$)	Exportações brasileiras para o país em 2009 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2004-2009 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2004-2009 (%)	Participação brasileira em 2009 (%)	Principal concorrente em 2009	Participação do principal concorrente em 2009 (%)
Produtos metalúrgicos	Fio-máquinas e barras de ferro ou aço	2	230.407.401	3.039.719	-2,03	-13,20	1,32	Japão	45,96

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

As duas condições para um subgrupo ser classificado como “desvio de comércio” foram preenchidas, quais sejam: (i) ter um VCR>1, nesse subgrupo o VCR do Brasil foi de 2,22, enquanto o VCR do principal concorrente foi de 0,72; e (ii) a taxa de crescimento médio do Brasil durante o período 2004-2009 (-13,2%) ser inferior à dos concorrentes (-2,03).

O VCR é um indicador que demonstra se um país possui ou não Vantagens Comparativas Reveladas na exportação de determinado produto. Quando o VCR é maior do que 1, isso indica que o país analisado é

um potencial exportador desse produto. Assim, para o subgrupo “Fio-máquinas e barras de ferro ou aço”, o Brasil é um potencial exportador, enquanto o Japão, o principal concorrente do Brasil nesse mercado em 2009, não possui vantagem comparativa revelada. Assim, apesar das vantagens que o Brasil possui, percebe-se que ele perdeu mercado, pois as exportações, em 2009, foram de apenas US\$ 3 milhões, sendo que, em 2006, chegaram a US\$ 19,1 milhões.

ApexBrasil

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

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

Para identificar quais produtos têm exportações expressivas, são realizados 3 passos, na ordem estabelecida abaixo :

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

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

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

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

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

## **Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações expressivas**

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

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

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

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

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

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

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

- A especialização do Brasil na exportação de produtos daquele grupo em relação à especialização exportadora do principal concorrente, definida a partir do cálculo da Vantagem Comparativa Revelada (VCR) de cada país<sup>77</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>78</sup> e a taxa de crescimento dos concorrentes é o dobro da taxa de crescimento brasileira.

Nos grupos de produtos classificados como “a consolidar”, a participação do Brasil no mercado-alvo é inferior a 30%, mas as exportações brasileiras acompanham o ritmo dos concorrentes ou são mais aceleradas. Esses são os grupos de produtos onde estão as melhores oportunidades para o aumento das

---

<sup>77</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>78</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”.

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

Da mesma forma que os grupos de produtos, os subgrupos “a consolidar” são considerados como as principais oportunidades para as exportações brasileiras. Neste caso, são levantados os produtos, representados por códigos SH6, mais significativos. Para isso, utilizam-se duas variáveis:

1 - Contribuição de cada produto para o crescimento total das exportações brasileiras do subgrupo;

2 - Tendência de crescimento de cada produto. Essa tendência é calculada comparando-se o valor exportado pelo Brasil no último ano do período analisado com a média do valor exportado nos últimos três anos. Produtos que contribuíram para o crescimento de seu subgrupo mais que a média e que foram mais exportados no último ano do que na média dos últimos três anos são considerados mais determinantes para o desempenho positivo do subgrupo.

### **Análise de oportunidades para grupos de produtos com exportações incipientes**

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

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

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

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

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

**ANEXO 2  
CONTATOS ÚTEIS**

**1.1 EMBAIXADA BRASILEIRA EM PEQUIM**

27, Guang Hua Lu, Beijing, 100600

Pequim - República Popular da China

Tel.: + 86 (10) 6532-2881

Fax: + 86 (10) 6532-2751

E-mail: [info@brazil.org.cn](mailto:info@brazil.org.cn)

Homepage: [www.brazil.org.cn](http://www.brazil.org.cn)

Setor de Promoção Comercial (Secom)

E-mail: [secom@brazil.org.cn](mailto:secom@brazil.org.cn)

Homepage: [www.brazil.org.cn/secom/secom\\_pt.htm](http://www.brazil.org.cn/secom/secom_pt.htm)

**1.2 CONSULADOS BRASILEIROS**

**XANGAI**

Setor de Promoção Comercial (Secom)

1375 Huaihai Zhonglu, 10/F, Qihua Tower,

Shanghai 200031 - República Popular da China

Tel.: + 86 (21) 6437-0110

Fax: + 86 (21) 6437-0160

E-mail: [secom.xangai@shiuol.cn](mailto:secom.xangai@shiuol.cn)

[secom@consbrasxangai.com](mailto:secom@consbrasxangai.com)

Zona de jurisdição consular: Xangai, províncias de Zhejiang e Jiangsu

**HONG KONG**

Setor de Promoção Comercial (Secom)

Rooms 2014-21 Sun Hung Kai Center 30, Harbour Road

Wanchai

Hong Kong S. A. R. China

Tel.: + 852 2525-7003 / 2525-7002

Fax: + 852 2877-2813

E-mail: [secomhkg@brazilianconsulate.org.hk](mailto:secomhkg@brazilianconsulate.org.hk)

Zona de jurisdição consular: Hong Kong e Macau

## **TAIPÉ**

Setor de Promoção Comercial (Secom)

5F., Chung Shan N. Rd., Sec. 6, Shihlin, Taipei, Taiwan

Tel.: + 886 (2) 2835-7388

Fax: + 886 (2) 2835-7034

E-mail: [secom@braziltrade.org.tw](mailto:secom@braziltrade.org.tw)



### **1.3 CÂMARAS DE COMÉRCIO**

#### **Na China**

Conselho Chinês para Promoção do Comércio Internacional

Câmara Chinesa de Comércio Internacional

CCPIT Building, 01 Fuxingmenwai St

Pequim - República Popular da China 100860

Tel.: + 86 (10) 6801-3344 (Telefonista), 6803-4830

Fax: + 86 (10) 6803-0747, 6801-1370

E-mail: [ccpitweb@public.bta.net.cn](mailto:ccpitweb@public.bta.net.cn)

Homepage: [www.ccpit.org](http://www.ccpit.org)

#### **No Brasil**

Conselho Empresarial Brasil-China (CEBC)

Rua Santa Luzia, 651 / 30° andar

CEP 20.030-041 Rio de Janeiro - RJ

Tel.: (021) 3212-4350

Fax: (021) 3212-4351

E-mail: [cebc@cebc.org.br](mailto:cebc@cebc.org.br)

Homepage: [www.cebc.org.br](http://www.cebc.org.br)

### **1.4 ENTIDADES DE CLASSES SETORIAIS**

Câmara Chinesa de Comércio para Importação e Exportação  
de Maquinaria (CCCME)

904, 9th Floor, Building 12, Panjiayuan Office Building,

Panjiayuan Nanli, Chaoyang District, Pequim 100021 China

Tel.: + 86 (10) 5828-0861

Fax: + 86 (10) 5828-0860  
E-mail: [international@cccme.org.cn](mailto:international@cccme.org.cn)  
Homepage: [www.cccme.org.cn](http://www.cccme.org.cn)

Câmara Chinesa de Comércio para Importação e Exportação  
de Gêneros Alimentícios, Produtos Nativos e  
Derivados de Animais (CFNA)  
No. 21, Xitangzi Lane, Dongcheng District, Beijing  
100006

Tel.: + 86 (10) 6513-2567, 6513-2390  
Fax: + 86 (10) 6522-7911, 6513-9064  
E-mail: [webmaster@cccfna.org.cn](mailto:webmaster@cccfna.org.cn)  
Homepage: [www.cccfna.org.cn](http://www.cccfna.org.cn)

Câmara Chinesa de Comércio para Importação e Exportação  
de Têxteis (CCCT)  
7/F., Building 12, Panjiayuananli, Beijing 100021  
Tel: + 86 (10) 6773-9291, 6773-9270 (consulting)  
Fax: + 86 (10) 6773-9206  
E-mail: [info@texchamber.org.cn](mailto:info@texchamber.org.cn)  
Homepage: [www.ccct.org.cn/english/default.htm](http://www.ccct.org.cn/english/default.htm)

Câmara Chinesa de Comércio para Importação e Exportação  
de Produtos Industriais Leves, Artes & Ofícios (CCCLA)  
10/F., Building 12, Panjiayuananli, Beijing 100021  
Tel.: + 86 (10) 6773-2686, 6773-5207, 6773-2707  
Fax: + 86 (10) 6773-2698, 6773-2689  
E-mail: [cccla@ciet.cn.net](mailto:cccla@ciet.cn.net)  
Homepage: [www.ccla.org.cn](http://www.ccla.org.cn)

Câmara Chinesa de Comércio de Importação e Exportação  
de Metais, Minerais e Substâncias Químicas (CCCMC)  
17th Floor, Prime Tower, No. 22, Chawai Street, Chaoyang  
District, Beijing 100020 China

Tel.: + 86 (10) 6588-0325, 6588-2823

Fax: + 86 (10) 6588-2825

E-mail: [webmaster@cccmc.org](mailto:webmaster@cccmc.org)

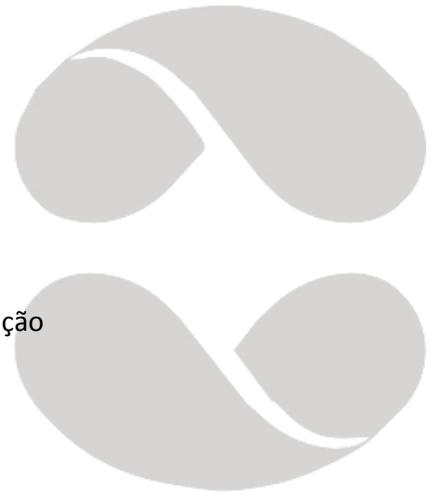
Homepage: [www.cccmc.org.cn](http://www.cccmc.org.cn)

Câmara Chinesa de Comércio para Importação e Exportação  
de Remédios e Produtos de Saúde (CCCMHPIE)

8/F., Building 12, Panjiayuananli, Beijing 100021

Tel.: + 86 (10) 6773-4761

Fax: + 86 (10) 6773-4768



ApexBrasil

**ANEXO 3**  
**SH6 CLASSIFICADOS COMO EXPORTAÇÕES "EXPRESSIVAS"**

020230	210112	290532	410441	530500	760521	850432
020621	210690	290944	410449	640391	811292	853229
020629	220710	290949	410691	680223	820210	854091
020714	230330	291439	410692	680229	820900	870120
041000	230400	291440	410711	680293	821210	870190
051000	230910	291821	410712	680300	830790	870600
051191	230990	291823	410719	681381	830990	870810
060390	240110	292241	410791	681410	840734	870893
060499	240120	293371	410792	701310	840999	870899
071220	250610	300420	410799	701337	841090	871690
080121	250620	320110	411420	701342	841330	880330
090111	250700	320120	411510	701349	841932	900130
090122	251400	320190	440729	710310	842911	900150
090300	251611	320210	440799	710399	843142	901841
110630	251612	320990	440831	711620	843359	902121
110812	251690	330112	440839	720110	843590	940210
120100	252490	330190	440890	720293	844180	960910
130220	260111	340510	441012	720719	844190	960990
140420	260112	380610	470200	720838	844831	
150710	260200	380993	470329	720839	844832	
150790	261590	390190	470429	720917	845230	
152000	261790	400211	480256	721012	845530	
152110	280469	400259	480262	721050	846299	
170111	281820	400610	481029	721391	846694	
180610	282760	400922	481032	721420	846781	
200830	290124	400942	481092	721933	847420	
200911	290219	401120	481159	732599	847490	
200939	290323	410411	500200	740100	848310	
210111	290514	410419	500300	760310	850421	

#### ANEXO 4 FONTES DE CONSULTA

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

- Administração Estatal de Indústria e Comércio da China - <http://www.saic.gov.cn/english/>
- Administração Geral das Aduanas da China - <http://english.customs.gov.cn/>
- Administração Geral de Supervisão de Qualidade, Inspeção e Quarentena  
<http://english.aqsiq.gov.cn/>
- Banco Mundial, *Country Data* - <http://data.worldbank.org/country/mozambique>
- Banco Mundial, *Doing Business* - [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- Câmara de Comércio e Indústria Brasil-China - <http://www.ccibc.com.br>
- Economist Intelligence Unit - [www.eiu.com](http://www.eiu.com)
- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) - [www.embrapa.br](http://www.embrapa.br)
- *Euromonitor International* - [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- Fundo Monetário Internacional (FMI) - [www.imf.org](http://www.imf.org)
- Global Trade Information System – [www.gtis.com](http://www.gtis.com)
- [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tpr\\_e/tp330\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp330_e.htm)
- Índice de Liberação Econômica - [www.heritage.org/index](http://www.heritage.org/index)
- Índice de Percepção de Corrupção -  
[www.transparency.org/policy\\_research/surveys\\_indices/cpi/2010](http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2010)
- Índice Global da Paz - [www.visionofhumanity.org/gpi-data/](http://www.visionofhumanity.org/gpi-data/)
- *International Trade in Services* (UNCTAD) - <http://unctadstat.unctad.org>
- Ministério da Agricultura da China - <http://english.agri.gov.cn/>
- Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE) – <http://www2.mre.gov.br/dai/bichina.htm>
- Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil - [www.mdic.gov.br](http://www.mdic.gov.br)

- Ministério do Comércio da China - <http://english.mofcom.gov.cn/>
- Office of the United States Trade Representative, The National Trade Estimate. <http://www.americanmanufacturing.org/p/9137>.
- Organização das Nações Unidas (ONU) e órgãos afiliados como UNCTAD e PNUD
- Organização Mundial do Comércio (OMC) - [www.wto.org](http://www.wto.org)
- PricewaterhousecooperS. *Doing Business and investing in the China*.
- Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior via Internet, ALICE-Web - <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br>
- United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade) - <http://comtrade.un.org/db>
- Us Comercial Service - <http://trade.gov/cs/>



ApexBrasil