



OS INTERESSES EMPRESARIAIS BRASILEIROS NA AMÉRICA DO SUL

SUMÁRIO EXECUTIVO

Brasília, 2007



**OS INTERESSES EMPRESARIAIS
BRASILEIROS NA AMÉRICA DO SUL**

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI

Presidente: Armando de Queiroz Monteiro Neto

1º Vice-presidente: Paulo Antonio Skaf

VICE-PRESIDENTES

Robson Braga de Andrade
Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira
Paulo Gilberto Fernandes Tigre
José de Freitas Mascarenhas
Rodrigo Costa da Rocha Loures
Alcantaro Correa
José Nasser
Jorge Parente Frota Júnior
Francisco de Assis Benevides Gadelha
Flavio José Cavalcanti de Azevedo
Antonio José de Moraes Souza

1º SECRETÁRIO

Paulo Afonso Ferreira

2º SECRETÁRIO

José Carlos Lyra de Andrade

1º TESOUREIRO

Alexandre Herculano Coelho de Souza Furlan

2º TESOUREIRO

Alfredo Fernandes

DIRETORES

Lucas Izoton Vieira
Fernando de Souza Flexa Ribeiro
Jorge Lins Freire
Jorge Machado Mendes
Jorge Wicks Côte Real
Eduardo Prado de Oliveira
Eduardo Machado Silva
João Francisco Salomão
Antônio Rocha da Silva
José Conrado Azevedo Santos
Euzebio André Guareschi
Rivaldo Fernandes Neves
Francisco Renan Oronoz Proença
José Fernando Xavier Faraco
Olavo Machado Júnior
Carlos Antonio de Borges Garcia
Manuel Cesario Filho

CONSELHO FISCAL

TITULARES

Sergio Rogério de Castro
Julio Augusto Miranda Filho
João Oliveira de Albuquerque

SUPLENTE

Carlos Salustiano de Sousa Coelho
Telma Lúcia de Azevedo Gurgel
Charles Alberto Elias



Confederação Nacional da Indústria

OS INTERESSES EMPRESARIAIS BRASILEIROS NA AMÉRICA DO SUL

SUMÁRIO EXECUTIVO



Brasília, 2007

© 2007. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

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

CNI

Unidade de Negociações Internacionais – NEGINT

FICHA CATALOGRÁFICA

C748i

Confederação Nacional da Indústria.

Os interesses empresariais brasileiros na América do Sul: sumário executivo / CNI. – Brasília : CNI, 2007.

26 p.

1. Interesse empresarial 2. Indústria 2. Exportação I.Título

CDU 658

CNI

Confederação Nacional da Indústria

Setor Bancário Norte

Quadra 1 – Bloco C

Edifício Roberto Simonsen

70040-903 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3317- 9001

Fax: (61) 3317- 9994

<http://www.cni.org.br>

Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC

Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992

sac@cni.org.br

Agradecimento

A Confederação Nacional da Indústria agradece aos empresários que possibilitaram a realização destes estudos ao distinguir-nos gentilmente com seu tempo, respondendo os questionários e participando das entrevistas.

1 OS INTERESSES EMPRESARIAIS BRASILEIROS ASSOCIADOS AO COMÉRCIO DE BENS	10
1.1 O perfil das exportações do Brasil para os países da América do Sul	10
1.2 Os principais interesses comerciais do Brasil	12
1.3 Tarifas e preferências	14
1.4 Interesses comerciais dos estados da federação	15
1.5 A visão dos empresários	16
1.6 Recomendações	17
2 OS INTERESSES EMPRESARIAIS BRASILEIROS ASSOCIADOS AOS INVESTIMENTOS BRASILEIROS NA AMÉRICA DO SUL.....	19
2.1 Tendências do investimento brasileiro na América do Sul	19
2.2 As motivações, características e problemas do investimento brasileiro no exterior.....	20
2.3 Recomendações.....	21
3 OS INTERESSES EMPRESARIAIS BRASILEIROS NA AMÉRICA DO SUL: O SETOR DE SERVIÇOS.....	23
3.1 O perfil do comércio de serviços.....	24
3.2 A visão empresarial	24
4 CONCLUSÃO	26

Os interesses empresariais brasileiros na América do Sul

Sumário Executivo

A América do Sul é uma região que tem valor estratégico para o setor industrial brasileiro: a vizinhança e os acordos preferenciais da Aladi proporcionam vantagens de acesso para os exportadores brasileiros, a pauta de exportação brasileira para a região é essencialmente composta de manufaturados e, nos últimos anos, os investimentos de empresas brasileiras na região vêm crescendo de forma expressiva.

Por outro lado, alguns países sul-americanos assinaram e estão negociando acordos comerciais ambiciosos com terceiros países, como os Estados Unidos. Estes acordos, que conferem acesso privilegiado a mercados sul-americanos a produtores de extrazona, constituem ameaças potenciais para a posição ocupada pelas empresas brasileiras nos mercados sul-americanos e para suas perspectivas de expansão de negócios nessa região.

Na agenda governamental, o tema das relações do Brasil com seus vizinhos sul-americanos vem ganhando espaço: acordos comerciais, iniciativas na área de infra-estrutura e de energia e o projeto de constituição de uma comunidade sul-americana de nações concretizam esta prioridade.

Neste contexto é importante que o setor empresarial identifique seus interesses, defina suas prioridades na América do Sul e procure exercer sua influência nas estratégias adotadas pelo Brasil em relação à região. **Para avançar na formulação de uma agenda do setor industrial brasileiro para a América do Sul, a Confederação Nacional da Indústria contratou a elaboração de três estudos que procuram mapear os interesses empresariais brasileiros gerados pelos fluxos de comércio e de investimento e pelas exportações de serviços nos últimos anos. Estes estudos procuram capturar:**

1. Perspectivas de expansão do relacionamento entre o Brasil e seus vizinhos sul-americanos;
2. Obstáculos ao desenvolvimento de negócios do interesse das empresas brasileiras na região; e
3. Instrumentos de negociação e/ou de promoção requeridos para viabilizar os interesses empresariais brasileiros na região.

Os estudos sobre os interesses relacionados ao comércio de bens e aos investimentos de empresas brasileiras na América do Sul foram elaborados pela **Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior – FUNCEX**. O mapeamento dos temas na área de exportações de serviços foi realizado pela empresa **Prospectiva Consultoria Brasileira em Assuntos Internacionais**.

Os três estudos reúnem informações sobre a evolução das exportações brasileiras de bens e serviços e dos investimentos do Brasil nos países sul-americanos; apresentam os setores/ produtos mais relevantes para o setor industrial brasileiro nas relações com os vizinhos; identificam as principais normativas que regem essas relações (acordos preferenciais, tarifas, etc.) e descrevem os resultados de pesquisas de campo realizadas junto a empresas brasileiras, com o intuito de identificar as principais motivações e os obstáculos enfrentados pelos empresários brasileiros no desenvolvimento dos negócios na região.

Neste sumário estão resumidos os principais resultados e conclusões dos estudos. Estas conclusões e as recomendações apresentadas pelos autores dos estudos serão submetidas ao debate com o setor empresarial em um processo de construção de uma **Agenda da Indústria Brasileira para a América do Sul**.

1 Os interesses empresariais brasileiros associados ao comércio de bens

A América do Sul sempre foi um destino muito importante para as exportações brasileiras, e sua importância vem crescendo nos últimos anos. No caso específico do setor industrial, a região tem valor estratégico, tendo em vista que as vendas para a região são fortemente concentradas em produtos manufaturados. Com efeito, a proximidade geográfica e os acordos preferenciais no âmbito da Aladi proporcionam vantagens de acesso das empresas brasileiras a estes mercados.

1.1 O perfil das exportações do Brasil para os países da América do Sul

O desempenho das exportações brasileiras para os países sul-americanos vem sendo extremamente favorável nos últimos anos, com um ritmo de crescimento superior ao verificado nas exportações totais. Como resultado, esses países vêm retomando seu espaço na pauta de exportações brasileiras, após o forte retrocesso verificado nos anos de 1998 a 2002. Atualmente, os sul-americanos respondem por 19,4% da pauta, e as vendas continuam crescendo mais rapidamente do que as destinadas a outros países e regiões, indicando que, caso essa tendência persista, elas deverão superar a participação recorde de 24,1% registrada em 1997.

A **Argentina** continua sendo, de longe, o principal parceiro do Brasil na região, respondendo por mais de 40% do total no período recente (embora o país já tenha representado mais de 50% em 1997-1998). A seguir destacam-se Chile, Venezuela e Colômbia. Esta estrutura reproduz o tamanho relativo das economias da região.

As vendas brasileiras para a região são dominadas pelos produtos manufaturados, que representam mais de $\frac{3}{4}$ das vendas – participação bem superior à que estes produtos têm na pauta total brasileira. Neste grupo, **o maior destaque são os bens intensivos em economias de escala, que responderam por quase 40% das exportações totais** em 2005-2006. Mas há participação expressiva também de bens intensivos em P&D e de bens de capital (ambas em torno de 15%). As *commodities* básicas e semimanufaturadas têm peso reduzido, ao contrário do que ocorre na pauta total do país.

Em termos setoriais, **71% das vendas brasileiras para a região estão representadas por seis setores: Indústria automotiva (26,1%), Químicos e petroquímicos (14%), Siderurgia e metalurgia (10,2%), Equipamentos eletrônicos (9,4%, dominado pelos telefones celulares), Máquinas e equipamentos (7,3%) e Material elétrico (4,3%)**. Têm razoável importância também os óleos brutos de petróleo (4,5%) e os setores Têxtil (3%) e de Celulose, papel e gráfica (2,9%).

O perfil das exportações não se altera muito quando se analisam as vendas para cada um dos países da região, mas há singularidades importantes. Pode-se destacar a grande importância das vendas de têxteis para a Bolívia; de petróleo para o Chile; de aviões e de produtos de farmacêutica e perfumaria para a Colômbia; de aviões e de produtos de papel e cartão para o Equador; de calçados e de cimentos hidráulicos para a Guiana; de têxteis para o Paraguai; de petróleo para o Peru; de carne de frango, de calçados e de produtos da extrativa mineral para o Suriname; de têxteis, de produtos de madeira e de móveis para o Uruguai; e de carnes para a Venezuela.

Embora responda por menos de 20% das vendas totais do país, a **participação da América do Sul nas vendas de manufaturados alcança 31,5%**. A importância é especialmente elevada no caso dos bens intensivos em P&D – os países da região adquirem 36,6% de tudo o que o Brasil exporta nessa categoria de produtos. Além disso, a região responde por 28,5% das vendas externas brasileiras de bens de capital, com o percentual chegando a 31,7% em Máquinas e equipamentos e a 31,5% em Material elétrico (ainda que apenas uma parte destes produtos possa ser classificada como bens de capital). Nos bens intensivos em trabalho, a participação dos países da região nas exportações totais é bem menor, de 21,8%, mas ainda assim superior à média. Isto se deve basicamente ao setor têxtil, que direciona 38% de suas vendas externas para a América do Sul.

Quando se analisa a distribuição das exportações para a América do Sul segundo estados de origem, observa-se que estas são um pouco mais concentradas do que as exportações para o mundo. Há um predomínio absoluto dos estados das regiões Sudeste e Sul, sendo que somente São Paulo foi responsável por 45,9% de tudo o que o país exportou para a região. Juntamente com os outros estados do Sudeste, este percentual sobe para 63,8%. Já a região Sul foi origem de 22% das vendas para a América do Sul. Se a esses sete estados forem somadas as exportações da Bahia (4,9% do total para a região) e Amazonas (3,4%), encontra-se que **apenas nove estados são responsáveis por 94% de tudo o que o país exporta para a América do Sul**.

1.2 Os principais interesses comerciais do Brasil

A identificação dos principais produtos em que se concentram os “interesses comerciais” do Brasil foi realizada a partir da definição de quatro tipos distintos de interesses que foram denominados de “consolidados”, “ameaçados”, “potenciais” e “emergentes”. Buscou-se identificar, para cada um dos 11 países sul-americanos, que produtos exportados pelo Brasil se enquadrariam em cada um desses tipos de interesses.

Os produtos em que as vendas brasileiras são relativamente elevadas e para os quais o Brasil possui participação significativa nas importações dos países vizinhos foram classificados como **interesses consolidados**. Trata-se de casos de sucesso do País nas exportações para a região, cuja evolução poderia ser tomada como exemplo e eventualmente replicada para outros produtos.

Em todos os 11 países, os produtos classificados como interesses consolidados têm também uma participação elevada na pauta de exportações brasileiras, como seria de se esperar. Foi possível identificar com clareza três grupos de países com características distintas em termos dos interesses consolidados. Os países cujas exportações brasileiras possuem maior nível de consolidação são Argentina, Paraguai, Bolívia e Uruguai, sendo que o Brasil é o maior fornecedor do país na maior parte dos produtos identificados como interesses consolidados. Em um segundo plano estão três países com nível intermediário de consolidação: Venezuela, Equador e Chile, nos quais o Brasil é o maior fornecedor em cerca de 40% dos produtos. E o terceiro grupo inclui países onde as exportações brasileiras possuem um nível mais baixo de consolidação: Peru, Colômbia, Suriname e Guiana.

Esta distribuição reflete, em grande parte, a existência de acordos comerciais do Brasil com seus parceiros sul-americanos. Basta ver que os três sócios do Mercosul estão entre os de maior nível de consolidação, juntamente com a Bolívia, que é membro associado do Mercosul e no qual o Brasil já detém 100% de preferência comercial na grande maioria dos produtos. O Chile, mesmo sendo membro associado e concedendo 100% de margem de preferência ao Brasil na grande maioria dos produtos, está em um nível intermediário de consolidação. Isso se deve, provavelmente, ao fato do Chile possuir acordos de livre-comércio com grande número de países de fora da região, além de praticar uma tarifa uniforme e razoavelmente baixa (6%), o que o torna um mercado competitivo e de fácil acesso mesmo para fornecedores que não se beneficiam de qualquer preferência.

O segundo tipo de interesses comerciais considerados refere-se aos **interesses ameaçados**, que incluem produtos cujas exportações brasileiras possuíam uma posição relativamente sólida nos mercados sul-americanos em um passado recente (em geral, considera-se o biênio 1997-1998), com montantes relativamente elevados de exportação e *market-shares* significativos. Entretanto, essa posição se deteriorou bastante nos últimos anos (até o biênio 2004-2005), com queda expressiva dos valores exportados e, na maioria dos casos, também dos *market-shares*. Tipicamente, são produtos que poderiam ser classificados como interesses consolidados no passado, mas que hoje enfrentam o desafio de recuperar o espaço perdido.

As exportações brasileiras para a América do Sul dos produtos classificados como interesses ameaçados sofreram queda de 56% entre 1997-1998 e 2004-2005 (o que significou uma

redução de exportações de US\$ 2,17 bilhões) e seu *market-share* reduziu-se de 38,5% para 25,3%. O País perdeu *market-share* em todos os países, com exceção da Argentina. **As perdas de exportações brasileiras nesses produtos são explicadas por dois fatores: (i) queda das importações do país, implicando, provavelmente, substituição do produto brasileiro por oferta local; e (ii) perda de *market-share* brasileiro em favor de terceiros países.**

Os dados analisados permitem inferir que o primeiro efeito foi predominante nos casos de Argentina, Uruguai e Bolívia, onde foi registrada forte queda das importações na maioria dos produtos classificados nessa categoria e perdas menos relevantes de *market-share*. Já nos demais oito países, predominou o efeito de perda de mercado para terceiros países.

Há certa regularidade na disputa setorial pelos mercados sul-americanos. No caso de Máquinas e equipamentos, os principais concorrentes do Brasil são os Estados Unidos e, em menor medida, a China e alguns países europeus. Na Indústria automotiva há grande penetração do Japão e de alguns países europeus, como Alemanha, Espanha e Itália. No setor de Siderurgia e metalurgia, diversos países ganharam espaço dependendo do tipo de produto, mas há certa predominância dos países europeus e, em muitos casos, também dos sul-americanos (Argentina, Venezuela, Chile). No caso de Químicos e petroquímicos destacam-se China, Índia, Argentina e, em menor medida, os Estados Unidos e os europeus. E em Equipamentos eletrônicos, os grandes concorrentes são Estados Unidos e México.

É importante destacar que, a despeito da redução das exportações, **o Brasil continua sendo um dos três principais fornecedores dos países sul-americanos em grande parte dos produtos classificados como interesses ameaçados, o que indica que o País ainda preserva alguma margem de competitividade, necessitando reforçá-la para recuperar, ao menos em parte, o espaço perdido.**

O terceiro tipo de interesses comerciais diz respeito a produtos nos quais o Brasil possui uma sólida experiência exportadora para o mundo, com elevados montantes exportados, mas cujas vendas para os vizinhos sul-americanos são pouco significativas, embora estes países sejam grandes importadores destes bens. Estes foram classificados como **interesses potenciais**, representando oportunidades de exportação ainda não devidamente exploradas pelos produtores brasileiros.

Pôde-se fazer, mais uma vez, uma clara distinção entre os mercados sul-americanos. Enquanto nos países do Mercosul e na Bolívia os interesses potenciais são pouco significativos, os andinos (exceto a Bolívia) apresentam o maior número de produtos classificados como interesses potenciais. O fato mais relevante, contudo, é que suas importações destes produtos são muito expressivas, indicando um elevado potencial de ganho para o Brasil em termos de valores exportados. O país de maior destaque é a Colômbia, onde estas importações foram de mais de US\$ 4 bilhões na média do biênio 2004-2005, mas o Brasil forneceu apenas 3,7% desse montante. **Os principais obstáculos à efetiva concretização das oportunidades classificadas como interesses potenciais parecem ser de duas ordens: (i) a forte concorrência de terceiros países, especialmente nos mercados de Chile, Colômbia e Peru; e (ii) a vigência de acordos comerciais pouco profundos entre o Brasil e alguns desses países, limitando não apenas a margem de preferência, mas também a identificação e remoção de barreiras não-tarifárias de diversos tipos.**

Por fim, foram identificados produtos que tinham peso insignificante nas exportações brasileiras para os países sul-americanos há alguns anos (adotou-se como referência o biênio 1997-

1998), mas cujas vendas cresceram de forma bastante rápida desde então, alcançando valores significativos em 2005-2006. Estes produtos foram classificados como **interesses emergentes**.

Os países que apresentam maior número de produtos classificados como interesses emergentes e também maiores montantes de importação desses produtos (acima de US\$ 1 bilhão) são Venezuela, Colômbia e Chile. Para estes, as exportações brasileiras desses produtos cresceram a taxas anuais médias acima de 100% a.a. Argentina, Equador e Peru estão em um segundo degrau de importância, com número relativamente elevado de itens identificados, forte crescimento das exportações do Brasil e montantes expressivos de importações totais dos produtos (US\$ 400 milhões a US\$ 500 milhões em 2004-2005).

1.3 Tarifas e preferências

Foi realizado o **levantamento das tarifas aplicadas pelos países nas importações dos produtos identificados como interesses comerciais do Brasil**. Tendo em vista que o Brasil possui acordos comerciais com quase todos os países da região, foram levantadas também as preferências existentes atualmente e as que serão concedidas no futuro de acordo com os cronogramas de desgravação previstos nos acordos. **Foi possível identificar diferentes prioridades para as negociações comerciais com cada um dos países da região**.

No caso dos países do Mercosul, a única grande exceção ao livre-comércio dentro do bloco, em termos de aplicação de tarifas, é a Indústria automotiva. Em junho de 2008, encerra-se o prazo do atual regime, e os últimos protocolos firmados entre Brasil e Argentina e Brasil e Uruguai não estabeleceram nenhuma data futura a partir da qual vigoraria o livre-comércio no setor. A grande importância da Indústria automotiva entre os interesses comerciais brasileiros no Mercosul, não somente entre os consolidados, mas também entre os ameaçados, potenciais e emergentes, chama atenção para a **necessidade do estabelecimento de uma Política Automotiva definitiva para o Mercosul, que contemple a eliminação de todas as restrições ao comércio intrabloco no setor**.

No caso da **Bolívia**, a grande maioria dos produtos identificados como interesses comerciais do Brasil já se beneficiam de tarifa zero nas vendas para o país, e ainda haverá uma nova rodada de desgravações em 2011. Restaria, assim, um grupo bastante restrito de produtos (12 entre os interesses ameaçados, 11 entre os potenciais e nove entre os emergentes) nos quais haveria interesse efetivo em **negociar melhores preferências tarifárias no âmbito do ACE-36, levando-se em conta que os interesses consolidados não deveriam ter prioridade nas demandas por melhoria das condições de acesso a mercados**.

Quadro similar é verificado no caso do **Chile**, havendo pouquíssimos itens que não têm margem de preferência de 100% e que também não alcançarão tal margem no final do período de desgravação (2011). Tendo em vista ainda o fato de que as tarifas de importação aplicadas pelo Chile são reduzidas (com alíquota linear de 6%), o Brasil teria muito pouco a ganhar com a renegociação do ACE-35. Seria interessante, apenas, **renegociar as condições de acesso de diversos produtos relacionados à indústria automotiva, os quais já gozam de 100%**

de preferência, mas apenas dentro de uma quota. Além das quotas, a margem atual é de apenas 33%, e tais quotas estão previstas para serem eliminadas apenas em 2011. Novas negociações deveriam buscar a antecipação desse prazo.

No caso da **Colômbia**, os termos do ACE-59 não são tão favoráveis ao Brasil. Pouco mais de 20% dos produtos classificados como interesses comerciais do Brasil no país já gozam de margem de preferência de 100%, e o cronograma de desgravações futuras é excessivamente longo, chegando até 2018 em alguns produtos. Ainda assim, **restará um grande número de produtos de interesse comercial do Brasil cujas margens de preferência não chegarão a 100%, os quais referem-se basicamente a três setores: Indústria automotiva, Têxtil e de Siderurgia e metalurgia**. Além disso, as tarifas aplicadas pelo país são relativamente elevadas, em média de 12%, mas podendo alcançar até 35%.

O caso da **Venezuela** é similar ao da Colômbia. A **Venezuela** também participa do ACE-59 e **as condições de acesso ao mercado venezuelano para os produtos identificados como interesses comerciais brasileiros não são muito favoráveis**. Destaca-se a importância de melhorar as condições finais de acesso para os produtos da Indústria automotiva.

Quanto a **Peru e Equador**, as condições de acesso no âmbito do ACE-58 e do ACE-59 são mais favoráveis ao Brasil do que as existentes nos acordos com Colômbia e Venezuela. Contudo, os **cronogramas de desgravação negociados com esses dois países são excessivamente longos**. O principal item de negociação do Brasil com esses países deveria ser a redução dos prazos-limite para desgravação dos produtos que constam das listas de interesses comerciais brasileiros.

1.4 Interesses comerciais dos estados da federação

A **identificação dos interesses comerciais do setor industrial em cada uma das unidades da federação mostrou**, como era de se esperar, que entre os produtos incluídos entre os interesses comerciais brasileiros **há um maior número deles (e valores mais elevados de exportação) nas pautas exportadoras dos estados das regiões Sudeste e Sul e da Bahia e do Amazonas, os mesmos nove que têm maior participação nas vendas totais brasileiras para a região**. Os setores com maior número de produtos classificados como de interesse são também aqueles nacionalmente mais relevantes: Indústria automotiva, Equipamentos eletrônicos, Químicos e petroquímicos, Máquinas e equipamentos, Siderurgia e metalurgia e Material elétrico. Os países de destino mais importantes também são os mesmos: Argentina, Chile, Venezuela e Colômbia.

No caso de **São Paulo**, observa-se que a **distribuição dos interesses comerciais segundo países e setores reproduz, grosso modo, o perfil dos interesses comerciais do país**. Nos estados da região Sul, os interesses concentram-se nos países do Mercosul e no Chile (em grande parte devido à proximidade geográfica), mas o perfil setorial não é muito diferente daquele referente ao país como um todo, embora surjam com grande importância setores como os de Calçados, Têxteis e Celulose, papel e gráfica. Em Minas Gerais, há destaque absoluto

para a Indústria automotiva e para a Siderurgia e metalurgia, e a Colômbia é um mercado de especial interesse.

No Rio de Janeiro, há especial destaque para os produtos de Farmacêutica e perfumaria, e no Espírito Santo há grande importância da indústria de alimentos (chocolate e produtos de confeitaria) e bebidas (café). No caso do Amazonas, os interesses são fortemente concentrados no setor de Equipamentos eletrônicos (especialmente celulares e televisores), devendo-se destacar também as motocicletas. Já na Bahia os interesses referem-se basicamente à Indústria automotiva e ao setor de Químicos e petroquímicos.

Deve-se considerar com muita atenção, contudo, os estados onde há menor número de produtos classificados como interesses comerciais na América do Sul – e onde, naturalmente, os interesses são bem mais concentrados em termos de produtos e países. Observa-se, primeiramente, que os setores de maior relevância são, com frequência, diferentes dos seis acima destacados, incluindo-se, por exemplo, Têxteis, Calçados, Minerais não-metálicos, Produtos alimentícios, Madeira e mobiliário e Abate de animais. Um segundo ponto é que os principais países de destino também não são sempre aqueles acima mencionados, embora, de forma geral, a Argentina, a Venezuela e o Chile continuem tendo papel destacado. **A promoção dos interesses comerciais dos estados pode envolver prioridades bem diferentes daquelas estabelecidas para o país como um todo.**

1.5 A visão dos empresários

Foram entrevistadas 99 empresas industriais exportadoras com o objetivo de identificar as principais dificuldades e obstáculos enfrentados nas exportações para a América do Sul. **Dois obstáculos são apontados com grande destaque: a forte concorrência de países de fora do continente e os problemas de transporte e logística.** Estes resultados confirmam duas hipóteses frequentemente relacionadas ao comércio do Brasil com os vizinhos: (i) o Brasil corre permanentemente risco de perda de mercado nesses países porque as exportações para a região não são de produtos onde o país detém vantagens comparativas naturais, mas se concentram em produtos com maior conteúdo tecnológico, nos quais a dinâmica do mercado internacional é altamente concorrencial; e (ii) a integração física é, sem dúvida, um problema que dificulta o comércio na região. Em um patamar secundário de importância, foram citadas ainda as barreiras tarifárias e não-tarifárias existentes nos países sul-americanos, as dificuldades de financiamento interno e o custo mais alto do seguro de crédito nas vendas para os países da região.

Os resultados reforçam também a ideia de que as **dificuldades para exportar para a América do Sul são diferentes daquelas enfrentadas para vender para outras regiões do mundo**, onde os grandes problemas relacionam-se normalmente a três itens: disponibilidade de informações sobre os mercados externos, problemas de acesso a mercados (tarifas e barreiras não-tarifárias) e dificuldade de cumprimento dos requisitos técnicos exigidos pelos países com relação aos produtos e aos processos produtivos.

Entre os problemas existentes nos países de destino que dificultam as exportações para a América do Sul, o item citado pelas empresas com mais frequência foi o **excesso de burocracia**. Em um grau menor, mas ainda bastante relevante, foram mencionados três problemas: a instabilidade de regras para importação nos países, a falta de informação sobre os procedimentos alfandegários e as tarifas de importação elevadas.

As tarifas são ainda consideradas uma barreira relevante por grande parte das empresas da amostra (cerca de 70%), seja por elas ainda serem consideradas elevadas, seja pelo fato de que as reduções de tarifas outorgadas para os produtos brasileiros são consideradas insuficientes, ou ainda porque os países concedem preferências tarifárias para terceiros países que concorrem com o Brasil. Estas informações apontam para o fato de que, embora o Brasil já tenha acordos comerciais abrangentes com quase todos os países sul-americanos, ainda há necessidade de aprofundar esses acordos.

A existência de barreiras não-tarifárias foi um item muito relevante, dado que mais de 80% das empresas da amostra assinalaram a existência de tais barreiras em algum dos países da região. O item mais comumente citado foi “regras de origem muito rigorosas”, assinalado por mais da metade das empresas. Em um patamar inferior, mas também com razoável relevância, foram citadas “inspeção sanitária”, “requisitos técnicos” e “requisitos de etiquetagem”.

Como medidas sugeridas ao governo brasileiro no sentido de estimular as exportações para a América do Sul, **as empresas colocaram em primeiro lugar os investimentos em infra-estrutura de transportes, em segundo lugar as negociações comerciais** (aprofundamento dos acordos existentes e redução das barreiras não-tarifárias) e em terceiro lugar questões relacionadas à promoção de exportações, seja através da realização de feiras para divulgar os produtos brasileiros nos países sul-americanos, seja por meio da elaboração de um catálogo de empresas importadoras da região.

1.6 Recomendações

O estudo recomenda algumas iniciativas que poderiam contribuir para alavancar as exportações brasileiras para a América do Sul. São elas:

- **Aprofundar as negociações comerciais**, visando não apenas à melhoria das condições dos acordos já existentes (ou à celebração de novo acordo, no caso do Suriname), mas também à identificação e eliminação de barreiras não-tarifárias.

As estratégias de negociação devem incorporar duas dimensões fundamentais, como forma de aumentar a sua eficiência em termos de aumento das exportações. A primeira refere-se à **priorização de setores e produtos**. O estudo identificou com clareza os setores que têm maior peso no conjunto de produtos caracterizados como interesses consolidados, ameaçados, potenciais e emergentes. Dadas as características de cada um destes tipos de interesse, as negociações deveriam priorizar os produtos e setores

que têm maiores interesses ameaçados, potenciais e emergentes, pois é nestes que se encontram as maiores perspectivas de ganhos de comércio, e nos quais há, provavelmente, maiores dificuldades de acesso das empresas brasileiras aos mercados sul-americanos.

A segunda dimensão refere-se ao **enfoque predominante nas negociações com cada um dos países**, tendo em vista que a composição dos interesses comerciais é distinta entre eles. É importante levar em consideração que o estudo mostra que os interesses comerciais do Brasil com os países do Mercosul e com a Bolívia já atingiram um elevado grau de consolidação, enquanto com os países andinos ainda há muitas oportunidades a serem exploradas. Portanto, **a melhoria das preferências negociadas com os países andinos deve merecer atenção prioritária na agenda brasileira de negociações comerciais**. Mas há uma questão comum às negociações com todos os países referente à **eliminação de barreiras não-tarifárias e adoção de diversas medidas de facilitação de comércio**.

- **Investir em inovação, aumento de produtividade e aumento da escala de produção**, de forma a preservar uma posição competitiva forte nos setores prioritários, os quais não são baseados em vantagens comparativas naturais e nos quais o mercado internacional é muito dinâmico e a concorrência é baseada em diferenciação de produto, tecnologia e qualidade. Deve-se destacar também que há, entre os setores prioritários, grande número de empresas transnacionais, várias delas com atuação em diversos países sul-americanos. Nestes casos, o mais importante é garantir as condições para que estas empresas concentrem no Brasil a maior parte de suas atividades na região, contribuindo para que o país se constitua, cada vez mais, em base de exportação para todo o continente.
- **Investir em infra-estrutura** para reduzir os custos de transporte e permitir uma logística mais eficiente. Muitas vezes, o custo de transporte entre o Brasil e os mercados vizinhos é maior do que o registrado por empresas localizadas em outros continentes. Isto se deve às limitações do transporte terrestre na região (especialmente nas rotas para os países andinos), associadas ao custo relativamente elevado do transporte marítimo, em virtude da extensão das rotas, envolvendo, muitas vezes, a necessidade de contornar todo o continente. Neste sentido, a solução mais eficiente parece ser investir no transporte rodoviário e ferroviário.
- **Apoiar as indústrias dos estados menores** (Nordeste, Norte e Centro-Oeste), levando em conta que seus interesses comerciais na América do Sul podem ser razoavelmente diferentes daqueles predominantes nos estados mais desenvolvidos, tanto em termos de produtos quanto de países de destino. Além disso, é necessário apoiar os esforços de diversificação da pauta de exportações industriais destes estados, sendo que a América do Sul pode ser uma ótima porta de entrada dessas indústrias na atividade exportadora, permitindo que elas ganhem experiência e competitividade

para, em um segundo momento, conseguir exportar para o resto do mundo. No caso específico dos estados do Norte e do Centro-Oeste, estas iniciativas devem estar acopladas a investimentos em infra-estrutura de estradas e rodovias que permitam a esses estados aproveitar sua proximidade geográfica em relação, principalmente, aos países andinos.

- **Desenvolver iniciativas de promoção comercial**, embora estas iniciativas sejam menos importantes nas vendas para a região do que naquelas voltadas aos demais países do mundo.

2 Os interesses empresariais brasileiros associados aos investimentos brasileiros na América do Sul

Este estudo orientou-se por dois objetivos. Em primeiro lugar, entender melhor as características e as motivações da recente onda de investimento brasileiro na América do Sul. Em segundo, identificar a existência de riscos e dificuldades neste processo, que possam motivar uma agenda de propostas ou posicionamentos das entidades empresariais. Em outras palavras, busca-se entender o fenômeno do investimento recente e como ele pode impactar as negociações comerciais do país na América do Sul e a formação de uma agenda de interesses brasileiros na região.

2.1 Tendências do investimento brasileiro na América do Sul

Há duas questões relevantes em relação às evidências numéricas e agregadas do investimento brasileiro no exterior. A primeira delas é que, embora seja crescente nos últimos anos, **o investimento brasileiro no exterior em relação ao produto interno bruto ainda é relativamente pequeno**, quando comparamos essa mesma variável nos países em desenvolvimento da Ásia, ou até em alguns vizinhos da região, como o Chile ou a Argentina.

A segunda questão é que **os dados agregados têm severas limitações**. Embora o Brasil tenha um censo anual do investimento realizado no exterior, a maioria dos fluxos ainda se dirige a paraísos fiscais, para investimentos no setor financeiro ou no setor terciário. O estoque de investimentos no exterior do setor industrial é mínimo. Esta situação é o reflexo de políticas de planejamento tributário e de minimização de custos financeiros das empresas, perfeitamente legais, mas que terminam obscurecendo a análise da destinação e da localização final desses fluxos de

investimento. **Os dados de estoques e fluxos não permitem a identificação do destino geográfico ou setorial final.**

Para contornar as dificuldades com os dados de investimentos brasileiros no exterior, o estudo recorreu também a informações sobre os investimentos estrangeiros em cada país. Estes também não estão livres de limitações, pois muitos países da região publicam informações detalhadas apenas para os grandes países investidores e não desagregam as participações pequenas. E o Brasil foi um investidor pequeno em muitos países da região durante os anos 90 e boa parte da presente década. Desse modo, **foi possível reunir informações para nove países da América do Sul.**

Ainda que os dados mais recentes sejam incompletos e limitados, os investimentos brasileiros no exterior parecem estar recuperando o espaço perdido no final da segunda metade dos anos 90 e primeiros anos desta década. **Em 2004 e 2005, o Brasil liderou os fluxos de investimento sul-americanos no exterior** e as evidências encontradas em alguns países mostram que o Brasil está voltando aos melhores momentos dos anos 90, com indicações de aumento ainda maior dos fluxos de investimento.

Ainda que empresas como Petrobras continuem determinando fortemente os volumes investidos e os direcionamentos dos fluxos de investimento na América do Sul, **nos últimos anos é possível observar a participação de novas empresas nos fluxos de investimentos, assim como a participação mais decisiva e diversificada de empresas que tinham começado a fazer investimentos na década de 90 nos países vizinhos.**

A Argentina e o Chile parecem ser dois importantes mercados de destinação do investimento industrial brasileiro. No caso da Argentina, a forte recuperação econômica do país e a potencialidade do mercado consumidor, com alta porcentagem de consumidores de renda média, parecem ser os principais motivos para a entrada de novas empresas brasileiras no período recente e para a ampliação da capacidade no caso de empresas instaladas na década de 90 ou até antes. No caso de Chile, o investimento das empresas brasileiras está relacionado aos atrativos em termos de regulação, disciplina e estabilidade das regras legais que oferece esse país.

2.2 As motivações, características e problemas do investimento brasileiro no exterior

O estudo incluiu uma pesquisa realizada junto a um pequeno número de empresas com diferentes características. Todas elas são exportadoras, mas algumas têm investimento produtivo na América do Sul, outras somente fora da América do Sul, e um terceiro grupo está constituído por empresas simplesmente exportadoras sem investimentos produtivos no exterior. O objetivo da pesquisa foi entender as motivações, as características e os riscos do investimento na América do Sul.

A onda de investimento direto brasileiro na América do Sul está relacionada às mudanças no entorno econômico e institucional das empresas criado após a abertura comercial, a estabilização e as negociações comerciais regionais. Essas mudanças estimularam

e facilitaram a exportação de produtos industriais para os países vizinhos, contribuindo para modificar as estratégias de internacionalização de grande número de empresas.

Mais recentemente, **o crescimento da relação exportação/vendas de muitas empresas manufatureiras tornou desejável e necessária a realização de projetos de investimento direto em mercados externos atendidos com as exportações do Brasil**. A melhora nas condições de financiamento, especialmente para as empresas exportadoras, possibilitou alavancar a expansão internacional e os projetos de investimento na região.

Adicionalmente, o crescimento das economias vizinhas expandiu as compras de produtos manufaturados brasileiros e criou oportunidades e necessidades de investimento para parte dos exportadores de manufaturas do Brasil.

As empresas manufatureiras que estão investindo na América do Sul o fazem principalmente para continuar crescendo nesses mercados. Da pesquisa junto às empresas fica claro que, uma vez estabelecida, a dinâmica de exportação/investimento parece gerar novas oportunidades de negócios na região que induzem o crescimento da posição nesses mercados. Por isso, **é de se esperar que esta onda de investimentos continue**, com novas empresas se incorporando ao conjunto de empresas investidoras e que haja novos investimentos daquelas que já detêm ativos produtivos na região.

As novas transnacionais que surgem deste processo parecem integrar um conjunto mais diversificado em termos setoriais que as tradicionais transnacionais brasileiras. A maioria são empresas de produtos intermediários, mas há também empresas de equipamentos e bens de consumo final.

A diversificação do risco e o interesse pela demanda externa são fatores importantes nas decisões de investimento dessas empresas, mas também há outros fatores, como a necessidade de evitar os altos custos de logística da exportação, de investir no mercado de destino para ajustar o produto ao cliente, e de construir a marca no mercado.

O *mix* de produção e exportação que surge do investimento direto na América do Sul depende das características da carteira de produtos da empresa e da logística de exportação. Na prática, verificam-se combinações diversas de produção no exterior e exportação. Mas **quando, após o investimento, a produção passa a ser feita no exterior e a exportação do produto a partir do Brasil é interrompida, insumos e bens complementares são exportados** para ajudar na produção e na formação da carteira de produtos oferecidos.

As empresas entrevistadas realizaram investimentos no exterior sem apoio público e sem utilizar alguns dos instrumentos disponíveis da política pública de promoção de investimentos no exterior (i.e. a linha de financiamento do BNDES).

2.3 Recomendações

Para formar uma agenda de promoção de investimento no exterior, a pesquisa procurou identificar problemas e dificuldades dos investidores atuais na América do Sul. A combinação

das informações sobre a evolução dos investimentos brasileiros na região com as entrevistas com empresas permite identificar uma agenda de interesses dos investidores brasileiros organizada em tornos de três tópicos: negociações comerciais e diplomáticas para facilitar o acesso a mercados da região; discussão e negociação de acordos de proteção de investimento na região; e reforma de aspectos do tratamento tributário dos lucros no exterior como passo necessário para avançar em acordos de bitributação.

- **Avançar nas negociações comerciais para facilitar o acesso aos mercados da região**, uma vez que o investimento no exterior das empresas manufatureiras está diretamente relacionado às pressões competitivas no mercado doméstico e ao acesso aos mercados externos. A existência de investimentos produtivos de empresas brasileiras na região gera fluxos comerciais associados, assim como fluxos de recursos e pessoas entre o Brasil e os países da América do Sul. A existência de fortes investimentos diretos intra-regionais gera necessidades de facilitar a circulação de pessoas e o tratamento tributário

Dificuldades para movimentar recursos financeiros e humanos entre os países da América do Sul podem ser um problema para as empresas que estão iniciando. Seria importante, portanto, incorporar como parte da agenda de facilitação de comércio dois aspectos complementares à própria negociação comercial:

- i) Facilitar e reduzir os processos de vistos de trabalho e residência; assim como todos os procedimentos que tendam a onerar a movimentação de pessoal.
- ii) Identificar os principais custos de movimentação de recursos entre países e preparar uma proposta intergovernamental para reduzir os custos de transações financeiras.

- **Avançar na compreensão do funcionamento dos acordos de proteção de investimento**. As empresas industriais consultadas não percebem nenhum risco ou incerteza jurídica. Parecem relativamente confortáveis nos países onde investiram, entendendo que as intervenções regulatórias podem ser até mais simples que no Brasil (menor burocracia, menor carga tributária). O setor manufatureiro tradicional parece ter escapado dos processos de quebra de contratos nos países vizinhos.

Apesar disso, a experiência recente, tanto da Argentina como da Bolívia, mostra que os setores de infra-estrutura e serviços básicos altamente regulados são os preferidos para as intervenções regulatórias arbitrárias que geram rompimento dos contratos e regras que os tratados protegem. E a própria experiência argentina mostrou que os tratados podem ser instrumentos de negociação quando as partes se sentam para discutir, por exemplo, a recomposição das condições de rentabilidade da atividade.

Para avançar na discussão sobre a oportunidade e a necessidade de acordos de proteção de investimento e para compreender melhor as reais possibilidades de seu funcionamento nas sociedades sul-americanas, seria importante fazer uma revisão das experiências argentina e boliviana e analisar os condicionantes da ruptura e a evolução da negociação posterior.

- **Reformar o regime tributário dos lucros no exterior e avançar na assinatura de acordos de bitributação:** Sugere-se estudar uma reforma da legislação de tributação de lucro no exterior, com o intuito de voltar a uma normativa mais próxima da que vigorou entre 1996 e 2001. A regra atual da disponibilização imediata do lucro não faz sentido econômico nem financeiro. O Brasil deveria voltar para o critério vigente até 2001, segundo o qual os lucros operacionais resultantes das atividades produtivas eram tributados quando distribuídos para a matriz e os lucros financeiros no exterior eram tributados imediatamente.

Por outro lado, a Secretaria da Receita Federal entende que a regra do *Business-profit* que regula a bitributação dos lucros no exterior não se aplica de forma automática e há, portanto, uma discussão interpretativa sobre o tema. O fisco brasileiro não aceita a hipótese de isenção do imposto sobre o lucro no exterior; só aceita a hipótese do crédito fiscal, o que implica que, quando a alíquota no exterior é inferior à brasileira, a matriz deve pagar no Brasil um imposto maior. Há, portanto, indefinição jurídica, tanto no caso dos tratados como no caso da validade da regra da disponibilização imediata dos lucros. Há uma série de outras indefinições jurídicas que precisam ser mais bem direcionadas.

- **Criar um conselho empresarial das empresas transnacionais brasileiras no âmbito da CNI** formado por representantes de empresas transnacionais brasileiras com o objetivo de identificar problemas específicos enfrentados nas iniciativas de investimentos brasileiros no exterior. Este conselho poderia formular propostas para solução dos problemas tributários e regulatórios domésticos que dificultam o investimento no exterior.

3 Os interesses empresariais brasileiros na América do Sul: o setor de serviços

O mapeamento dos interesses empresariais brasileiros na América do Sul para alguns segmentos do setor de serviços partiu de uma seleção inicial de setores que utilizou como critério o potencial impacto positivo da internacionalização desses segmentos na exportação e internacionalização das empresas do setor de bens industriais.

3.1 O perfil do comércio de serviços

Os principais países importadores dos serviços brasileiros, entre janeiro e julho de 2006, segundo os dados do Balanço de Pagamentos produzido pelo Banco Central, foram: Estados Unidos (54,1%), União Européia (23%), Argentina (1,3%), Canadá (0,9%), Japão (0,8%) e Uruguai (0,6)%. Esses números, derivados da balança de pagamentos, apontam a **pequena participação assumida pelo comércio regional nas exportações brasileiras de serviços**.

No entanto, esses números não refletem de maneira acurada as trocas regionais atuais, basicamente por questões de método de coleta das informações pelo Banco Central. Por exemplo, aqueles setores que se internacionalizam via Modo 3, a partir do estabelecimento de presença comercial em outro país, não estão computados nesses dados, mas sim naqueles referentes a investimentos brasileiros no exterior.

Apesar disso, entrevistas com empresas brasileiras de serviços mostraram que vários setores têm como foco o comércio regional e se destacam como líderes regionais em seus setores, sugerindo que a participação da região no total das exportações de serviços é mais significativa do que indicam os dados oficiais.

3.2 A visão empresarial

Apesar das limitações na disponibilidade de estatística para o comércio exterior de serviços e da pequena relevância atribuída ao setor na agenda de negociações comerciais do Brasil para a região, **a América do Sul situa-se como um espaço bastante relevante para as estratégias de exportação e internacionalização das empresas brasileiras de 14 segmentos desse setor analisados entrevistadas pelos autores deste estudo**. As principais exceções a essa tendência identificadas na pesquisa de campo foram os segmentos de distribuição no atacado e no varejo, que não mostraram interesse no mercado regional.

Argentina e Chile são os países que atraem maior interesse das empresas de serviços, seguidos por Uruguai, Colômbia, Venezuela e Peru, considerados como de importância secundária para os negócios desses setores. Embora o foco da pesquisa tenha sido os países da América do Sul, é interessante notar que **inúmeras vezes o México foi citado como mercado de interesse e apareceu fortemente associado às estratégias regionais das empresas entrevistadas**.

Vários são os motivos que tornam a região foco de interesse das empresas, variando de acordo com as particularidades de cada setor. A despeito de haver vários incentivos para a expansão regional das empresas – o que reflete a heterogeneidade do setor de serviços –, foi possível enquadrar tais incentivos em três eixos principais. Note-se que eles não são excludentes e podem ser sobrepostos. São eles:

1. **Internacionalização das empresas-clientes** (empresas de serviços que seguem tendência de seus clientes).
2. **Expertise das empresas brasileiras de serviços** (empresas que por várias razões distintas percebem ter clara vantagem competitiva perante as concorrentes regionais).
3. **Risco político e oportunidades de negócio na região** (empresas que se percebem em condições destacadas para manejar o risco político da região e para aproveitar oportunidades de negócios perante as concorrentes extra-regionais).

Entre os 14 segmentos do setor de serviços analisados, 9 indicaram que as variáveis que mais incentivaram sua internacionalização foram a **internacionalização de empresas-clientes** e **risco político e oportunidade de negócio**. Já a variável **expertise das empresas brasileiras de serviços** foi indicada relevante para 6 dos segmentos analisados.

Dos 14 segmentos analisados, 7 consideraram a região sul-americana como prioritária para suas estratégias de negócios. Para 4 desses segmentos, a sua importância foi indicada como mediana, e para 3 deles, apenas baixa. **Os segmentos que mais intensamente identificaram ser a região uma prioridade na estratégia de internacionalização de seus negócios foram os serviços de infra-estrutura, seguidos por serviços financeiros e TI.**

De maneira geral, as estratégias regionais do governo brasileiro pareceram estar em dissonância com as principais tendências e interesses do setor privado captadas nesta pesquisa. A ausência de uma estratégia estruturada com relação aos segmentos do setor de serviços aqui considerados (com potencial impacto positivo sobre a internacionalização do setor de bens) não está condizente com a prioridade que parte importante desses segmentos atribui ao mercado sul-americano. **A expansão dos negócios das empresas de serviços na região está sendo basicamente conduzida por iniciativas privadas com pouco apoio de políticas e estratégia públicas.**

Dissonância ainda maior é causada pelo fato de os demais países da América do Sul (fora do Mercosul), além de não terem compromissos na área de serviços com o Brasil no âmbito regional, também não o têm, de maneira geral, no GATS, mas estão crescentemente estabelecendo tais compromissos com terceiros países, notadamente os EUA, com base em negociações bilaterais. Esse é o caso do Chile (e México) e provavelmente Colômbia e Peru.

As principais preocupações e entraves ao desenvolvimento de negócios nos países da América do Sul não estão relacionados a acesso a mercado. Os principais problemas se referem aos temas: **(a) de facilitação de comércio (desembarço, relação com burocracia, etc.), (b) padrões regulatórios pouco claros e bastante divergentes entre si, (c) restrições e custos vinculados à gestão financeira das operações (envio/recebimento, dupla tributação, caixa integrado) e (d) problemas com relação ao deslocamento temporário da mão-de-obra.**

4 Conclusão

Os três estudos mostraram que o interesse empresarial brasileiro é crescente na América do Sul. As exportações brasileiras para a região expandiram-se e diversificaram-se nos últimos anos. Produtos intensivos em P&D e bens de capital têm participação relevante nas vendas brasileiras. Além disso, a região é importante para diversos estados brasileiros, com impactos regionais significativos.

Os interesses comerciais são amplificados pelo recente movimento de investimentos diretos que empresas brasileiras vêm empreendendo nos países vizinhos e pela expansão das exportações de serviços brasileiros para países da região. Este movimento potencializa o comércio e adiciona novas variáveis à agenda empresarial brasileira para a América do Sul.

Apesar do crescimento e da diversificação das exportações brasileiras para a região, os estudos mostram que há oportunidades pouco exploradas e interesses consolidados ameaçados por concorrência de terceiros países. Esta constatação é válida não somente para o comércio de bens, mas também de serviços, que vem recebendo pouca atenção nas negociações comerciais do Brasil no âmbito sul-americano. Os investimentos adicionam novos temas, muitas vezes de âmbito doméstico, à agenda da integração regional.

O estudo também chama atenção para a diversidade do grau de consolidação das relações econômicas entre o Brasil e seus vizinhos. Os interesses comerciais do Brasil nos países do Mercosul e na Bolívia já apresentam elevado grau de consolidação, enquanto na relação com os andinos ainda há muitas oportunidades a serem exploradas. Essas diferenças devem ser levadas em consideração na definição das prioridades para a agenda de negociações comerciais do Brasil.

Além do aprofundamento dos acordos de integração regional, os estudos apontam para outros temas de fundamental importância para evitar a perda de oportunidades e potencializar as relações econômicas do Brasil com a região. Estes temas envolvem medidas de facilitação de comércio, investimentos em infra-estrutura, maior facilidade para movimentação de profissionais, maior atenção à diversidade de interesses regionais no Brasil, além de aspectos tributários e financeiros.

Ao patrocinar a realização destes estudos, a Confederação Nacional da Indústria pretende estimular o debate em torno da agenda de interesses brasileiros na região e espera, como resultado desse processo, apresentar ao governo um conjunto de recomendações que contribua para aprofundar a integração do Brasil com seus vizinhos da América do Sul.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI

DIRETORIA EXECUTIVA - DIREX

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Rafael Esmeraldo Lucchesi Ramacciotti

Diretor de Operações

Marco Antonio Reis Guarita

Diretor de Relações Institucionais

Unidade de Negociações Internacionais – NEGINT

Soraya Saavedra Rosar

Gerente-Executiva

Equipe Técnica

Sandra Rios

Consultora

SUPERINTENDÊNCIA CORPORATIVA - SUCORP

Unidade de Comunicação Social - UNICOM

Núcleo de Editoração - CNI

Supervisão Gráfica

Débora Shimoda

Projeto gráfico

Eduardo Grisoni

Editoração

SUPERINTENDÊNCIA DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS – SSC

Área Compartilhada de Informação e Documentação – ACIND

Gabriela Leitão

Normalização

Roberto Azul

Revisão Gramatical