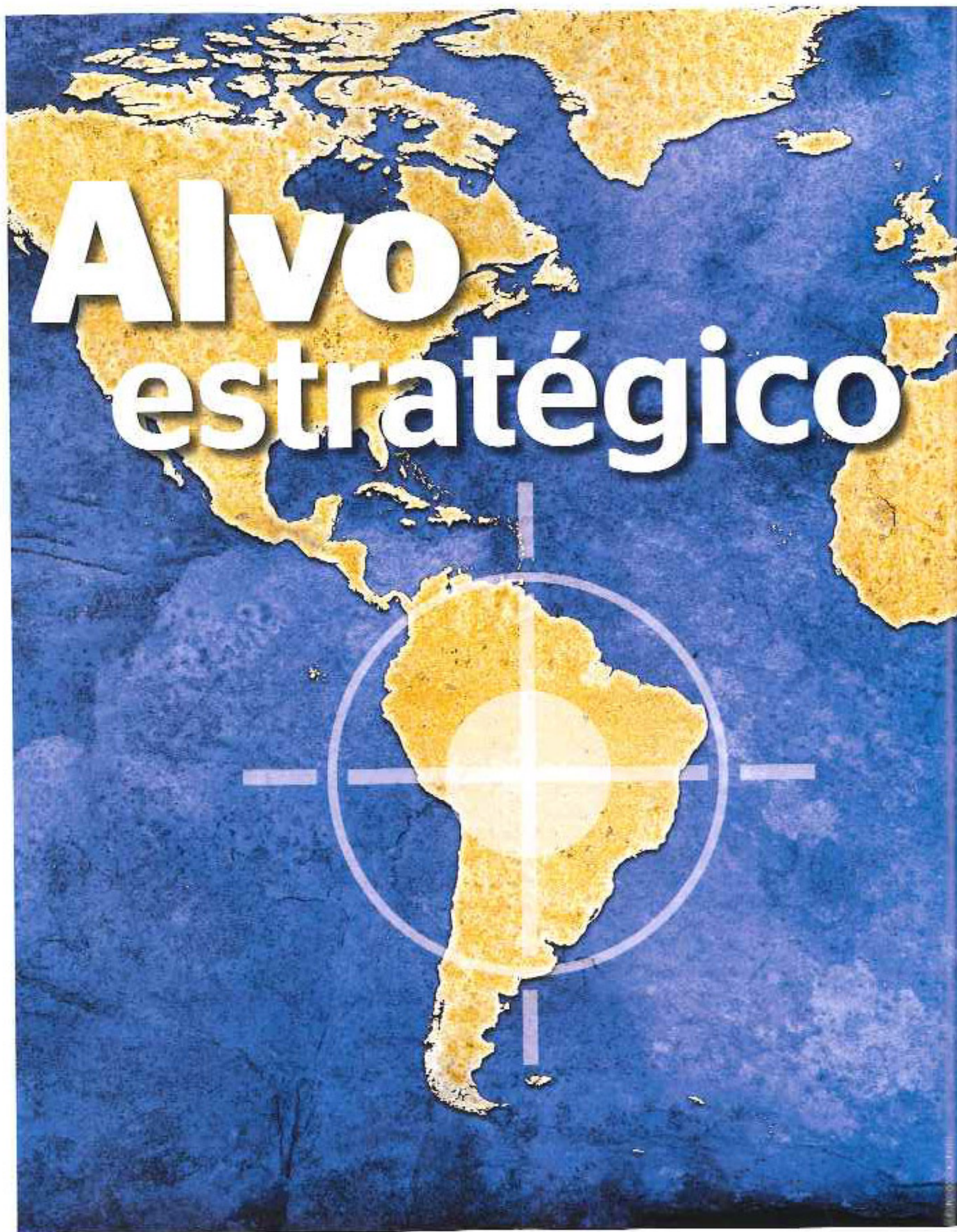


# Alvo estratégico





## EM MEIO À CONCORRÊNCIA DOS PRODUTOS ASIÁTICOS E À CRISE NOS EUA E NA EUROPA, OS PAÍSES SUL-AMERICANOS DESPONTAM COMO BOA ALTERNATIVA PARA AS EXPORTAÇÕES DE MANUFATURADOS BRASILEIROS

PATRÍCIA MENDES, DO RIO DE JANEIRO

**A** América do Sul seria a salvação da lavoura para os exportadores de manufaturados brasileiros, cada vez mais pressionados pela concorrência nos principais mercados mundiais com os produtos fabricados na China?

A questão divide opiniões, mas a verdade é que industriais brasileiros perceberam o enfraquecimento dos Estados Unidos e da União Europeia após a crise global e passaram a direcionar seus esforços para os países vizinhos. “São mercados vitais”, diz Filipe Guerra, gerente de Negócios Internacionais da Hebron Farmacêutica, grupo cujo pilar de crescimento é a atuação no exterior, sobretudo na América Latina.

“O dinamismo do negócio é muito parecido, as economias de praticamente todos os países sul-americanos crescem consideravelmente e as relações diplomáticas e comerciais com o Brasil são boas e tendem a melhorar ainda mais nos próximos dois anos”, complementa o executivo da Hebron.

No ano passado, o comércio exterior teve déficit histórico de US\$ 71 bilhões em manufaturas, praticamente o dobro do saldo negativo de US\$ 36,5 bilhões observado em 2009. A tendência de “primarização” da pauta de exportações na balança comercial brasileira está em grande parte relacionada à crise global de 2009, quando a participação dos produtos básicos do país superou a de manufaturados, o que não ocorria desde 1978. Além dos graves problemas que estão afetando os principais mercados compradores (EUA e UE) desde 2008, com a prolongada recessão norte-americana e os problemas de diversos países europeus, o Brasil vem sendo obrigado a enfrentar a concorrência da China neste segmento, reduzindo ainda mais o espaço para o manufaturado nacional.



SETOR AUTOMOBILÍSTICO FOI DESTAQUE NAS EXPORTAÇÕES DO BRASIL PARA A ARGENTINA

Com esse cenário em perspectiva, a aposta de vendas dos produtos brasileiros tenderia mesmo a ser, cada vez mais, para os países vizinhos. Assim, a América do Sul vai se tornando grande importador do manufaturado brasileiro, tendência que deve se aprofundar em 2011.

Enquanto o saldo comercial do Brasil em relação à América do Sul apresentou crescimento nos últimos dois anos – US\$ 9,6 bilhões em 2010, ante US\$ 6,2 bilhões em 2009 (de janeiro a novembro) –, o resultado negativo das trocas com Estados Unidos continuou em alta (menos US\$ 7,8 bilhões e menos US\$ 4,1 bilhões na mesma comparação). Também diminuiu com a União Europeia – US\$ 4,8 bilhões em 2009 e US\$ 2,9 bilhões nos 11 primeiros meses de 2010.

Alguns analistas, no entanto, são cautelosos ao examinar esse processo e lembram que a China também está avançando no mercado sul-americano, o que pode trazer mais dor de cabeça ao exportador brasileiro. “As exportações brasileiras sofrem com a concorrência dos produtos chineses. Fizemos alguns estudos e observamos que, embora o valor total não seja elevado, as manufaturas chinesas desbancam importantes itens brasileiros. No passado, eram calçados, têxteis e vestuário. Agora, são produtos de maior valor agregado, como automóveis, aparelhos de ar condicionado e equipamentos eletrônicos, além de segmentos em que o Brasil detinha grande vantagem, como o siderúrgico”, explica a professora Lia Valls Pereira, pesquisadora do Centro de Estudos do Setor Exter-

no do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas.

Ela ressalva que o crescimento da economia sul-americana representa uma boa janela de oportunidade aos exportadores de manufaturados do Brasil, mas prevê um crescimento menos acentuado em 2011 na comparação com 2010. “Os países sul-americanos cresceram significativamente no ano passado. Segundo estimativas do Banco Mundial, as taxas foram altas: Argentina (8%), Uruguai (7,9%), Peru (8%), Paraguai (8,5%) e Chile (5,5%), o que não deve se repetir este ano”, diz Lia.

Ainda de acordo com a pesquisadora, o fato de o Brasil ter acordos de livre comércio com todos esses países é uma facilidade adicional. Por outro lado, o real valorizado não chega a ser um grande empecilho, pelo menos não nesse caso específico. “Se a moeda brasileira está valorizada, a desses países também está. O elevado crescimento de 2010 partiu de uma base muito baixa. Embora em 2011 o crescimento deva ser um pouco menor, o ciclo de expansão associado à alta dos preços das commodities deve se manter”, sintetiza.

**O avanço dos produtos chineses no mercado sul-americano ainda é algo que preocupa**



COM 115 MEDICAMENTOS NO MERCADO,  
A HEBRON EXPORTA PARA CHILE, PERU,  
MOÇAMBIQUE, ÁUSTRIA E CUBA

## NEM TUDO ESTÁ PERDIDO

A concorrência com a China é dado de realidade, mas não desanima a indústria nacional. Com 20 anos de existência e 115 medicamentos no mercado brasileiro, a Hebron já exporta para Chile, Peru e Moçambique, de forma regular, além de Áustria e Cuba. "Já temos acordos com Colômbia, Equador, Venezuela, Guatemala, México, Nigéria e Uganda. Só estamos aguardando que o registro dos produtos seja finalizado nesses países. Independentemente da recessão na Europa e nos EUA, ou da concorrência dos asiáticos nos países desenvolvidos, o mercado sul-americano é relevante por outro fator: a similaridade da legislação sanitária. Nossa entrada nos países latinos é mais rápida, e o investimento necessário, bem menor", explica Filipe Guerra.

Alguns números dão razão ao gerente da Hebron. No ano passado, o superávit brasileiro com a Argentina cresceu 172%. Depois de 2009 ter sido marcado pela introdução de medidas de proteção comercial por parte de Buenos Aires, em 2010, as exportações do Brasil à Argentina voltaram a crescer, e o superávit comercial passou de US\$ 1,5 bilhão para US\$ 4,1 bilhões. Boa parte das exportações brasileiras para o país vizinho foi de manufaturados, com destaque para a indústria automobilística.

Apesar do avanço, os obstáculos para os manufaturados nacionais não devem ser menosprezados. "É bom lembrar que o Brasil tem um perfil exportador desequilibrado. As empresas dos setores de agronegócio e mineração dispõem de condições mais favoráveis: preços das commodities mais elevados, apesar da desvalorização cambial. Por outro lado, a indústria de maior valor agregado está bastante prejudi-



cada com o câmbio valorizado, que, somado à logística insuficiente e ineficiente, resulta em um custo extrafabríca elevado. O resultado dessa equação é maior dificuldade para exportar", afirma Fábio Silveira, sócio-diretor da RC Consultores.

O consultor também concorda com a professora Lia Valls Pereira e teme o avanço chinês na América do Sul. "A proximidade geográfica permite a penetração de produtos brasileiros, até porque vários países não têm uma indústria desenvolvida suficiente. Mas também nesses mercados o Brasil já começará a sentir a concorrência asiática", afirma.

Segundo ele, as Américas Latina e do Sul podem ser parte de uma solução para os manufaturados nacionais, já que as commodities brasileiras não são exportadas para esses mercados e sim, em sua grande maioria, para os asiáticos.

## INJEÇÃO DE ANIMO

Aumentar a competitividade dos manufaturados e semimanufaturados produzidos no Brasil parece ser a chave

para incrementar as exportações brasileiras, tanto para os países vizinhos quanto para os maiores mercados, com os EUA à frente. Só assim será possível fazer frente ao avanço chinês

neste segmento, em qualquer dos mercados considerados. O consultor Fábio Silveira avalia que o aumento da competitividade da indústria nacional terá de ser também objeto de medidas mais profundas

**172%**  
foi o crescimento do  
superávit brasileiro  
com a Argentina

por parte do novo governo, envolvendo questões primordiais como a redução da carga tributária e de custos financeiros, entre outras.

Já a professora Lia Valls Pereira acredita que a opção preferencial pela América do Sul no comércio exterior está em linha exatamente com o "espírito" do novo governo, em consonância com o que foi feito na gestão do presidente Lula. "O interesse brasileiro não é apenas comercial. Existe também o da internacionalização das empresas no mercado sul-americano, que cria novos mercados. Há o projeto de integração física e energética da região, que é de interesse de todos e impulsiona o comércio", analisa a pesquisadora. ■