

Perfil-País

PERU

2010

Apex-Brasil

Alessandro G. Teixeira

PRESIDENTE

Maurício Borges

DIRETOR DE NEGÓCIOS

Ricardo Schaefer

DIRETOR DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

Marcos Tadeu Caputi Lélis

COORDENADOR DA UNIDADE DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL E COMPETITIVA

Clara do Carmo Rios dos Santos

Carla Ramos de Carvalho

Camila Torres Meyer

AUTORAS DO ESTUDO

Simonny Valéria Soares

REVISORA

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: ic@apexbrasil.com.br

© 2010 Apex-Brasil

Este estudo traça um perfil do Peru através da apresentação dos panoramas econômico, político e comercial daquele país. A ênfase maior é dada às relações comerciais peruanas, mais detalhadamente, àquelas estabelecidas com o Brasil.

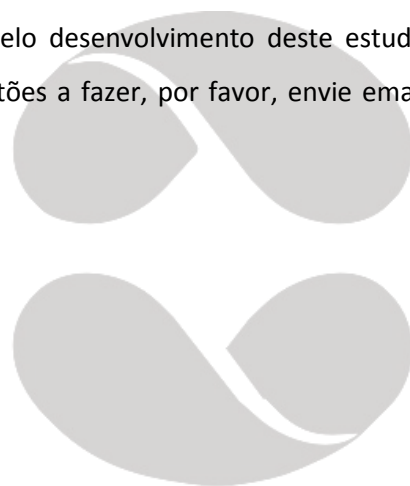
Além de analisar os principais dados do comércio entre Brasil e Peru, o trabalho também traz indicadores que estão envolvidos nas trocas comerciais entre esses dois países e as oportunidades de negócio para os exportadores brasileiros que desejam atuar no mercado peruano.

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

Parte 1	Introdução	Localização	Pag. 9
		População	Pag. 9
		Principais Cidades	Pag. 10
Parte 2	Panorama Econômico	Desempenho Econômico	Pag. 13
Parte 3	Panorama Político	Política Interna	Pag. 19
		Política Externa	Pag. 19
		Relações Bilaterais Brasil-Peru	Pag. 20
Parte 4	Panorama Comercial	Política Comercial	
		Acordos Comerciais	Pag. 22
		Características do Mercado	
		Ambiente de Negócios	Pag. 23
Capacidade de Pagamento	Pag. 26		
Infraestrutura e Logística	Pag. 28		
	Intercâmbio Comercial		
	Evolução do Comércio Exterior do Peru	Pag. 32	
	Destino das Exportações Peruanas	Pag. 33	
	Principais Produtos da Pauta de Exportações do Peru	Pag. 34	

		Origem das Importações Peruanas	Pag. 35
		Principais Produtos da Pauta de Importações do Peru	Pag. 36
		Intercâmbio Comercial Brasil-Peru	
		Corrente de Comércio	Pag. 37
		Saldo Comercial	Pag. 38
		Principais produtos exportados pelo Brasil para o Peru	Pag. 40
		Principais produtos importados pelo Brasil do Peru	Pag. 41
		Indicadores de Comércio Brasil-Peru	Pag. 42
		Índice de Complementaridade de Comércio (ICC)	Pag. 45
		Índice de Intensidade de Comércio (IIC)	Pag. 46
		Índice de Diversificação/Concentração das Exportações (HHI)	Pag. 48
		Índice de Comércio Intrassetor Industrial	Pag. 49
		Índice de Especialização Exportadora (IEE)	Pag. 51
		Índice de Preços e Índice de Quantum	Pag. 54
Parte 5	Oportunidades Comerciais para o Brasil no Peru	Apresentação da Metodologia de Identificação das Oportunidades Comerciais	Pag. 58
		Agronegócios, alimentos e bebidas	Pag. 59
		Casa e Construção	Pag. 67
		Máquinas e Equipamentos	Pag. 74
		Moda	Pag. 84
		Tecnologia e Saúde	Pag. 91
		Multissetorial	Pag. 94
Parte 6	Anexos	Anexo 1: Descrição da Metodologia de Identificação das Oportunidades Comerciais	Pag. 99
		Anexo 2: SH6 referentes às exportações expressivas	Pag. 104

A Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva responsável pelo desenvolvimento deste estudo gostaria de saber sua opinião sobre ele. Se você tem comentários ou sugestões a fazer, por favor, envie email para: apex@apexbrasil.com.br



ApexBrasil

O Peru é um mercado atraente devido ao ótimo desempenho da sua economia nos últimos anos e, em especial, no que concerne à estabilidade macroeconômica. A adoção de uma forte política de atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) é um dos fatores que contribuiu para esse cenário positivo do mercado peruano.

O país trabalha com o objetivo de criar um clima econômico e político que incentive a participação da iniciativa privada na economia. Nesse sentido, as melhoras foram notáveis principalmente em relação ao clima favorável para a realização de negócios no país. Segundo a mais recente edição do *Doing Business* – publicação anual do Banco Mundial, que fornece uma avaliação quantitativa das regulamentações relacionadas à atividade empresarial – o Peru é o segundo país da América Latina mais bem colocado. Seus resultados mais expressivos relacionam-se à facilidade em fazer negócios, o que demonstra como o país tem buscado maior agilidade e simplificação de formalidades nos processos.

O ano de 2007 registrou uma entrada recorde de IED no Peru, com um valor de US\$ 5,3 bilhões. A análise da participação dos estoques de capitais estrangeiros no Produto Interno Bruto (PIB) peruano revela que, na média entre os anos de 1990 e 2000, esse valor era de apenas 4,5%. Em 2007, entretanto, o estoque de capital estrangeiro correspondeu a 25% do PIB. Alguns dos setores que mais receberam investimentos externos no Peru foram telecomunicações, mineração, indústria manufatureira, finanças e energia.

Em 2008, o Peru contava com uma população de 28,6 milhões de habitantes, o que coloca o país como o 39º mais populoso do mundo e o quinto da América Latina. Estima-se que a população peruana alcance 29,4 milhões de habitantes no ano de 2010 e 31,1 milhões até 2015.

O PIB do Peru em valores correntes convertidos em dólares estadunidenses somou US\$ 127 bilhões em 2008, posicionando-o como a 56ª maior economia mundial naquele ano. Em contrapartida, medindo-se o PIB em termos de paridade do poder de compra (PPC), chega-se a I\$ 245 bilhões para o período, o que leva o país à 43ª colocação no *ranking* mundial. No âmbito da América Latina, o Peru encontra-se na sexta colocação, atrás do Brasil, México, Argentina, Colômbia e Venezuela, respectivamente.

O desempenho econômico do Peru se caracterizou por um forte dinamismo na primeira década do novo milênio, com taxas de crescimento crescentes entre 2003 e 2008. Em 2009, mesmo no contexto da crise econômica que afetou o mundo, a economia peruana cresceu 0,9%, segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI), acima da queda estimada em 1,7% para a região da América Latina.

Cumprir destacar o bom desempenho do setor de construção civil. Impulsionado pelos programas governamentais de facilitação de aquisição de moradias para o segmento de baixa renda, além de inúmeras obras de infraestrutura, o setor cresceu 6,1% no ano de 2009 em relação a 2008.

O Peru teve sua democracia restaurada no início dos anos 80, após 12 anos de ditadura militar (1968-1980). O país passou por um período politicamente conturbado no fim do governo de Alberto Fujimori, que dirigiu o país entre 1990 e 2000, mas suas instituições democráticas se consolidaram desde então. O atual presidente, Alan García, foi eleito em 2006.

A orientação geral da política externa peruana é bastante pragmática, manifestando um viés predominantemente comercial. Durante a década de 1980 e, principalmente, na década seguinte, sob o governo de Fujimori, a política externa voltou-se quase que inteiramente para os Estados Unidos. Já no período mais recente, o país tem buscado desenvolver suas relações com países asiáticos, notadamente a China.

O comércio externo peruano elevou-se substancialmente na primeira década do novo milênio, sendo que em 2002 a balança comercial se tornou superavitária pela primeira vez desde 1990. Entre 2003 e 2007, as exportações cresceram a uma taxa média anual de 32,3%. Em 2006, o superávit comercial peruano atingiu seu recorde histórico, com um valor de US\$ 9 bilhões. A partir daí, as importações deram um salto, com expansão de quase 45% em 2008, em relação ao ano anterior.

As exportações que mais cresceram entre 2003 e 2008 foram de produtos do setor de extração de minerais metálicos. Esse é o segundo principal setor para as exportações peruanas em valor, atrás apenas de produtos de metalurgia básica. Já as importações mais significativas para o país são de petróleo e produtos derivados. Merecem destaque também as importações de máquinas e equipamentos, que cresceram, em média, 33% entre 2003 e 2008.

Apesar de dividir uma vasta área fronteiriça, Brasil e Peru possuíam relações um tanto quanto distantes. Mais recentemente, o relacionamento entre dois países passa por um período bastante próspero. Um dos pontos focais da agenda bilateral é a integração física entre Brasil e Peru, a ser proporcionada pela Rodovia Inter-Oceânica. Com ela, espera-se que a relação comercial se intensifique ainda mais, principalmente entre o norte do Brasil e o sul do Peru. A intensificação das relações entre os dois países também ocorre por meio do aumento dos fluxos comercial e de investimentos.

O aumento das importações mundiais peruanas, suas baixas barreiras tarifárias e uma indústria interna pouco desenvolvida são algumas das razões do crescente interesse do Brasil por esse país. Acrescente-se a isso que as relações bilaterais entre Brasil e Peru também vêm se incrementando ao longo dos anos. Em 2008, a corrente comercial brasileira com o Peru totalizou US\$ 3,25 bilhões, batendo, assim, seu recorde histórico. Essa quantia, no entanto, representou apenas 1% da corrente comercial do Brasil com o mundo nesse ano. O Brasil direcionou 1,2% de suas exportações para o Peru, enquanto apenas 0,6% de suas importações tiveram como origem o país andino. Nota-se que as trocas comerciais entre os dois países têm favorecido o Brasil, o que se

acentuou nos últimos três anos, com o aumento do saldo comercial relativo em favor do Brasil, de 25%, em 2007, para 51%, em 2009.

No que diz respeito às exportações em que o Brasil já se posiciona de forma mais contundente no mercado peruano, esse estudo atribuiu oportunidades a 74 subgrupos de produtos¹ que, por sua vez, estão contidos em trinta e três grupos, a saber: “açúcar e álcool”; “adubos e fertilizantes”; “borracha e suas obras”; “calçados e suas partes”; “colas e enzimas”; “ferramentas; talheres e outras obras de metais”; “gorduras e óleos animais e vegetais” “higiene pessoal e cosméticos”; “instrumentos de precisão”; “leite e laticínios”; “madeiras; cortiças e obras de trançaria”; “máquinas e motores”; “massas alimentícias e preparações alimentícias”; “materiais elétricos e eletro-eletrônicos”; “material esportivo”; “metais não-ferrosos”; “móveis”; “obras diversas”; “papel e celulose”; “peles; peleteria e couros e seus artefatos (exceto calçados e suas partes)”; “petróleo e derivados de petróleo”; “plásticos e suas obras”; “produtos cerâmicos”; “produtos de limpeza”; “produtos farmacêuticos”; “produtos metalúrgicos”; “produtos químicos”; “sementes oleaginosas (exceto soja), plantas ind. e med., gomas e sucos e extratos vegetais; mat”; “soja (grãos, óleos e farelo)”; “têxteis”; “tintas”; “veículos automotores e suas partes” e “vidro e suas obras”.

Por fim, para aquelas exportações brasileiras em estágio inicial ou inexistente no Peru, foram encontrados dezesseis subgrupos com potencial a ser aproveitado pelo Brasil: “adubos e fertilizantes”; “cereais em grão e esmagados”; “chocolates, balas e confeitos”; “frutas”; “madeiras, cortiças e obras de trançaria”; “máquinas e motores”; “metais não-ferrosos”; “obras de pedra e semelhantes”; “papel e celulose”; “produtos metalúrgicos”; “produtos minerais”; “produtos químicos”; “pólvora”; “obras de pedra e semelhantes”; “veículos automotores e suas partes”; “soja (grãos, óleos e farelo)”.

¹ Segundo classificação da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

PARTE 1

INTRODUÇÃO

O Peru está localizado na costa do Oceano Pacífico da América do Sul, e conta com uma área de 1,28 milhão de km². O país tem fronteiras com o Brasil, além do Equador, Colômbia, Bolívia e Chile (Figura1);

Figura 1 – Mapa Geográfico do Peru

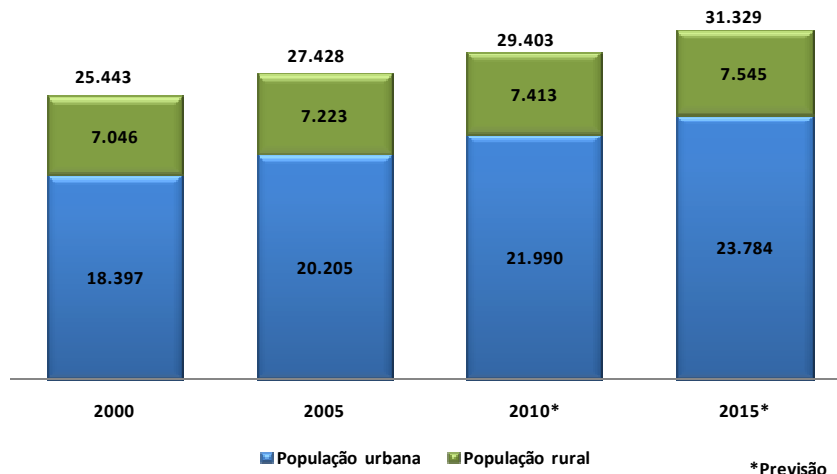


Fonte: CIA, "The World Factbook".

A população do Peru era de 28,6 milhões de habitantes em 2008, o que coloca o país como o 39º mais populoso do mundo e quinto mais populoso da América Latina; atrás do Brasil, México, Colômbia e Argentina, respectivamente. Projeções do Euromonitor² estimam que a população deva alcançar 29,4 milhões de habitantes em 2010, e 31,3 milhões de habitantes até o ano de 2015 (Gráfico 1). A participação da população rural no total da população do país tende a cair: enquanto em 2000, 27,7% da população residia no campo, em 2015 esse percentual deverá ser reduzido a 24,1%.

² O Euromonitor Internacional é uma referência em inteligência de mercado, com informações detalhadas sobre indústrias, países e perfil de consumidores. Possui mais de 30 anos de experiência na produção de relatórios de mercado, na publicação de livros especializados em negócios, informações *on-line* e projetos de consultoria.

Gráfico 1- População do Peru (em milhares de pessoas)

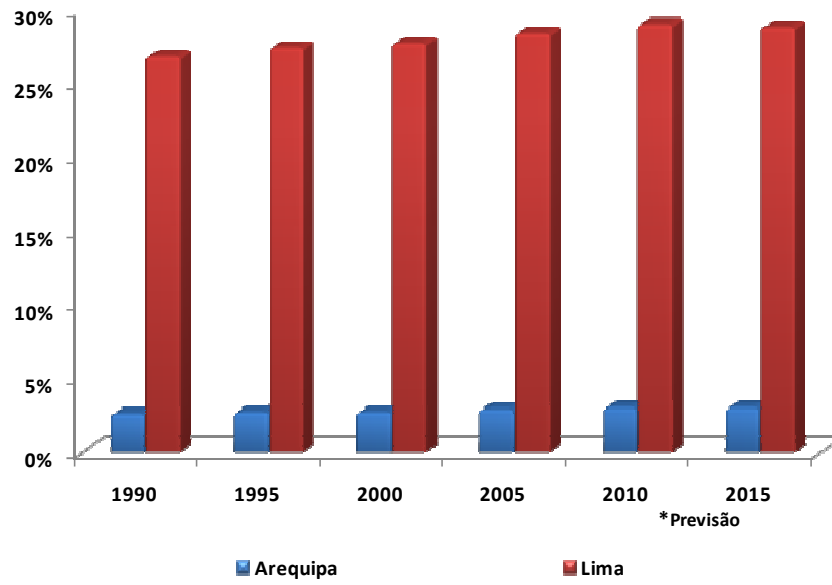


Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Mesmo com a queda de participação, a população rural continua a crescer, embora a taxas inferiores às do crescimento médio da população urbana. As taxas de crescimento de ambos os conjuntos populacionais tendem a ser cada vez menores; mas, ainda assim, a previsão de crescimento médio da população peruana entre 2010 e 2015, de 1,3%, é superior à média dos países da América do Sul.

Segundo pode ser observado no Gráfico 2, a capital Lima concentra grande parte da população peruana. A cidade reunia oito milhões de habitantes em 2007, o que representou cerca de 40% da população total. A segunda maior cidade peruana, Arequipa, contava, no mesmo ano, com apenas 815 mil habitantes, ou cerca de um décimo da população de Lima. Essas duas cidades concentravam 45% da população do Peru em 2007, o que deve permanecer constante até, pelo menos, 2015, quando Lima e Arequipa deverão atingir, em conjunto, quase 10 milhões de habitantes, segundo previsão das Nações Unidas.

Gráfico 2: Percentagem da população total residente nas duas aglomerações urbanas com mais de 750.000 habitantes em 2007 (1990-2015)



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

PARTE 2

PANORAMA ECONÔMICO

O Produto Interno Bruto (PIB) do Peru em valores correntes convertidos em dólares estadunidenses somou US\$ 127 bilhões em 2008, posicionando-o como a 56ª maior economia mundial naquele ano. Em contrapartida, medindo-se o PIB em termos de paridade do poder de compra (PPC), chega-se a I\$ 245 bilhões para o período, o que leva o país à 43ª colocação do *ranking* mundial (Tabela 1). Em relação aos países da América Latina, o Peru classificou-se como a sexta maior economia, atrás do Brasil, México, Argentina, Colômbia e Venezuela, nessa ordem. Destaque para o fato de, também em 2008, o país haver superado a economia chilena pela primeira vez desde 1992.

Tabela 1- Indicadores socioeconômicos do Peru

Indicadores selecionados da Peru		
Descrição	2008	Ranking
1. Economia		
Crescimento do PIB	9,8%	-
PIB 2008 PPP (I\$ bilhões) ¹	245,3	43º
PIB per capita - PPP ¹ (valores correntes I\$)	7.980	106º
PIB PPP share	0,35%	-
Taxa de Inflação	5,8%	-
FBCF/PIB	25,9%	-
IDE/PIB	3,8%	-
IDE - Estoque de entrada de investimento direto, 2008 (US\$ bilhões) ²	30,23	60º
2. População		
IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) ³	0,806	78º
População em 2008 (milhões de habitantes)	28,8	-
População economicamente ativa (milhões de habitantes)	14,8	-
Taxa de desemprego	7%	-
3. Tecnologia, Competitividade e Instituições		
Network Readiness Index (Tecnologia de Informação), 2008-2009 ⁴	3,47	89º
Gastos em Pesquisa e Desenvolvimento, média 2000-2005 (% do PIB)	0,10	99º
Exportações de Bens de Alta Tecnologia, 2005 (%do total exportado)	2,6%	103º
Índice de Competitividade Global 2009-2010 ⁵	4,0	78º

Fontes: World Development Indicators 2009; World Economic Forum Competitiveness Report 2009; Human Development Report 2008 e 2009; International Trade Statistics, 2008; World Investment Report , 2008; Global Information Technology Report, 2008; Euromonitor;

(1) O Banco Mundial considera 209 países na elaboração do *ranking* de cada indicador.

(2) Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, em inglês).

(3) Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). A ONU considera 179 países em seu *ranking*.

(4) Indicador que procura capturar várias dimensões do processo de inovação tecnológica. O *ranking* inclui 134 países.

(5) Índice que captura múltiplas dimensões da capacidade competitiva das nações. O *ranking* considera 133 países.

Por outro lado, o PIB *per capita* do Peru, em termos de PPC, encontrava-se apenas na 106ª posição em 2008, com I\$ 7.980. Essa característica é típica de economias em desenvolvimento, especialmente na América Latina. O Índice de Gini³ (52,0) coloca o Peru como o 19º país mais desigual do mundo⁴, mas apenas o 11º mais

³ Índice que mede o grau de desigualdade de renda de uma população. Seu valor varia de 0, quando não há desigualdade (a renda de todos os indivíduos tem o mesmo valor), a 1, quando a desigualdade é máxima (apenas um indivíduo detém toda a renda da sociedade e a renda de todos os outros indivíduos é nula).

⁴ Fonte: CIA World Factbook. O *ranking* dessa base para o Índice de Gini considera 134 países, em anos variados.

desigual da região. Em termos do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)⁵, o Peru está classificado no grupo dos países de alto desenvolvimento, ocupando a 78ª posição no *ranking* mundial.

Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística e Informática (INEI) do Peru, a estrutura produtiva da economia do país em 2008 era assim constituída: a participação do setor extrativo⁶ no PIB foi de 17,0%, enquanto a do setor de transformação⁷ foi de 20,9% e a do setor de serviços⁸ foi de 53,3%. O restante (8,8%) correspondia a impostos e direitos de importação. Houve uma queda de participação de serviços no PIB, que era de 58,6% em 2003, em favor de atividades extrativas, que naquele ano correspondiam a 13,0% do PIB peruano. Tal aumento está relacionado principalmente ao desenvolvimento da mineração, que quase dobrou sua participação no PIB - de 5,5% em 2003 para 10,4% em 2008. Já a contribuição do setor de transformação no PIB aumentou 1,3 ponto percentual no período.

Pela ótica da oferta agregada, o comércio exterior de bens e serviços representou 53,4% do PIB em 2008, sendo 26,2% referentes a importações e 27,2% a exportações. Em comparação, o fluxo comercial do Peru com o mundo em 2003 representou apenas 35,3% do PIB. Em relação à demanda agregada, o consumo final correspondeu a 71,7% do PIB de 2008, enquanto o investimento total, medido a partir da Formação Bruta de Capital Fixo (FBKF), representou 27,2%. Esse resultado é cerca de nove pontos percentuais superior àquele de 2003, enquanto o consumo perdeu 11 pontos percentuais de representatividade no PIB⁹.

O desempenho econômico peruano na década de 1990 se caracterizou pela instabilidade das taxas de crescimento do PIB. Assim como a maior parte dos países latino-americanos, o Peru implementou uma série de políticas de disciplina fiscal e abertura econômica, com resultados positivos, mas sua economia foi severamente impactada pelas crises de 1994, originada no México, e de 1998, originada em países asiáticos. A partir de 2002, o país passa a exibir dinamismo, com a aceleração das taxas de crescimento entre 2003 e 2008 (Gráfico 3), que figuram entre as maiores alcançadas na América Latina. Em 2009, com o efeito da crise econômica que afetou o mundo, a economia peruana cresceu 0,9%, acima da queda de renda de 1,7% na América Latina, segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI).

A dívida pública cresceu até 2003, quando chegou a 47,1% do PIB, mas reduziu-se continuamente, até representar 24,7% do PIB em 2008. O resultado fiscal também melhorou gradualmente e, a partir de um déficit de 3,2% do PIB em 1999, a economia peruana chegou a um superávit de 2,1% em 2008. A inflação no país foi

⁵ O IDH é elaborado anualmente pela ONU e leva em conta três componentes: PIB per capita PPC, longevidade e educação.

⁶ Corresponde aos produtos primários das atividades agropecuária, pesqueira e de mineração.

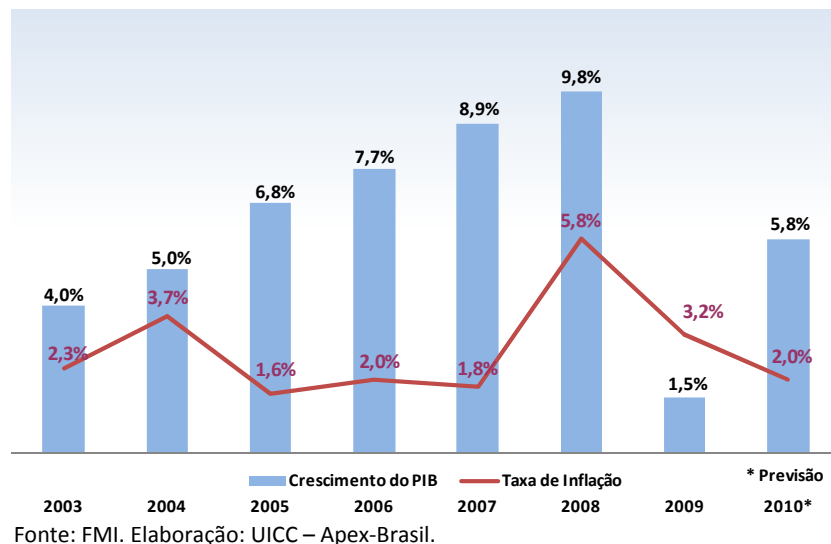
⁷ Corresponde às atividades de manufatura e construção.

⁸ Compreende os serviços de eletricidade e água; comércio; transportes e comunicações; restaurantes e hotéis; serviços governamentais; financeiros, seguros, aluguéis e outros serviços.

⁹ *World Development Indicators*, Banco Mundial

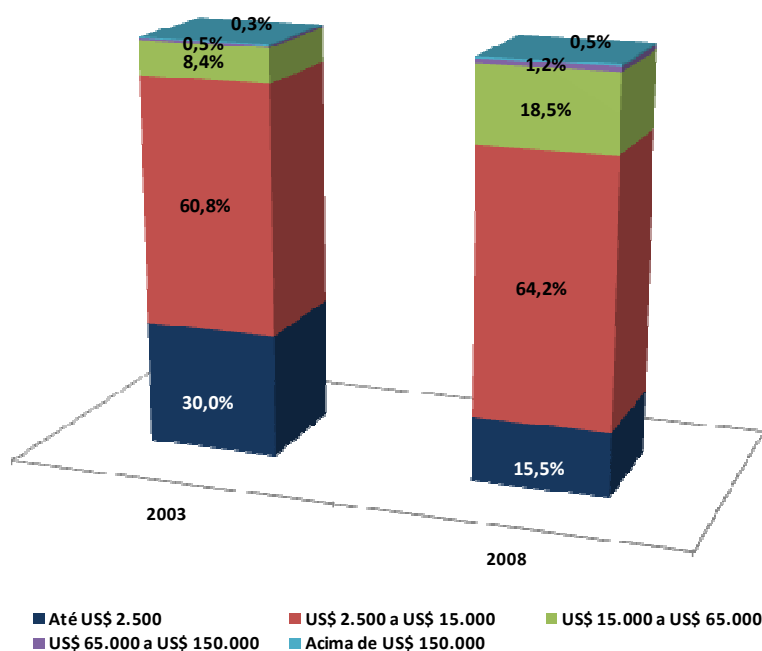
controlada no início da década de 1990, e desde 1997 mantêm-se no patamar de um dígito (Gráfico 3). Entre 2002 e 2007, a taxa anual média de inflação foi de 2,2%, mas houve uma aceleração em 2008 e esse percentual subiu para 5,8%.

Gráfico 3 - Crescimento do PIB e Taxa de Inflação do Peru



Em relação à distribuição da renda no Peru, o Gráfico 4, apresentado a seguir, especifica a participação dos lares por faixa de renda anual entre 2003 e 2008. A maioria dos lares peruanos (81,2%) recebeu até US\$ 15 mil anuais em 2008, resultando numa renda mensal média de até US\$ 1.250 por família. Esse padrão de distribuição de renda por lares é similar ao da Colômbia, onde 80,6% dos lares receberam até US\$ 15 mil no mesmo período. No entanto, em comparação a outras economias importantes da América Latina, como Brasil, México, Argentina e Venezuela, a renda das famílias no Peru é relativamente baixa. Em 2008, a renda de 68,5% dos lares brasileiros situou-se dentro do patamar de até US\$ 15 mil anuais; esse percentual caiu para 55,4% na Argentina; 38,1% no México e apenas 24,2% na Venezuela.

Gráfico 4 – Participação dos lares por faixa de renda anual em 2003 e 2008



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

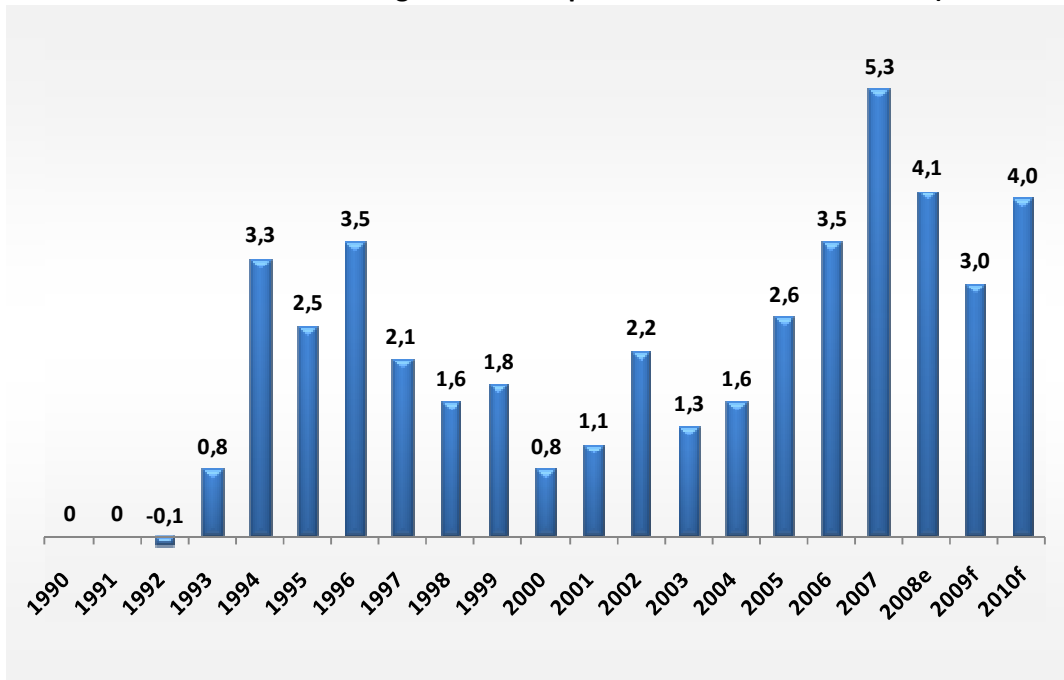
É possível notar também, a partir do Gráfico 4, uma tendência de alteração na composição percentual das faixas de renda por lares. Entre 2003 e 2008, houve uma diminuição do número de lares que ganhavam até US\$ 2.500 e um aumento em todos os demais patamares de renda fixados, especialmente na faixa entre US\$ 15.000 e US\$ 65.000. Essa dinâmica de melhora da distribuição de renda das famílias pode estar associada, por um lado, ao desempenho econômico do Peru. Outro componente que pode ter ajudado na melhora do padrão de renda, porém de forma artificial, é a evolução da taxa de câmbio nominal do *nuevo sol* (PEN)¹⁰ frente ao dólar estadunidense, uma vez que as faixas de rendas são fixadas nessa moeda. Essa taxa se alterou pouco, partindo de 3,5 PEN/US\$ em 2003 para 2,9 PEN/US\$ já em 2008, considerada a média anual desse indicador.

Os fluxos líquidos dos movimentos de capitais no Peru estão apresentados no Gráfico 5. Em média, os investimentos estrangeiros diretos (IED) representaram 15,2% da FBKF na economia peruana entre 1990 e 2000. Esse percentual chegou a 24,0% em 2007, ano em que houve recorde de entrada de IED. Já em 2008, o fluxo de IED caiu 12,5%, enquanto a economia peruana cresceu 9,8%. Como resultado, a participação de capitais estrangeiros na FBKF do país caiu quase dez pontos percentuais. Segundo a *Ernest & Young*, os setores que mais receberam investimentos externos em 2008 foram telecomunicações (20,9% do total), mineração (19,6%), indústria manufatureira (15,7%), finanças (15,2%) e energia (13,2%)¹¹.

¹⁰ Moeda peruana

¹¹ Guia para negócios e investimento Brasil-Peru 2009-2010.

Gráfico 5 – Investimento estrangeiro direto líquido no Peru em US\$ bilhões (1990-2010)



Fonte: Deutsche Bank Research - <http://www.dbresearch.com> (Dados capturados em fevereiro de 2010)

A participação média dos estoques de capitais estrangeiros no PIB peruano entre 1990 e 2000 era de apenas 4,5%. Já em 2007, esse percentual chegava a 25% do PIB, enquanto em 2008 passou a equivaler a 23,4% do PIB. Apesar dessa evolução, o valor desse indicador no Peru é menor que as médias da América Latina e dos países em desenvolvimento em todos os períodos mencionados.

PARTE 3

PANORAMA POLÍTICO

POLÍTICA INTERNA

O Peru teve sua democracia restaurada no início dos anos 80, após 12 anos de ditadura militar (1968-1980), mas ainda passou por um período politicamente conturbado até o fim do governo de Alberto Fujimori, que dirigiu o país entre 1990 e 2000. As instituições democráticas peruanas se consolidaram desde então, culminando com a recente condenação do ex-presidente, em abril de 2009, por violações dos direitos humanos ocorridas sob sua anuência. O atual presidente Alan García, do partido Aliança Popular Revolucionária Americana (APRA), foi eleito em 2006 e já havia governado o país entre 1985 e 1990.

O país atingiu a estabilidade econômica no governo anterior, de Alejandro Toledo, e sua manutenção tem sido um dos pontos fortes do governo de García. Os movimentos guerrilheiros, o grande problema do país nas décadas de 80 e 90, hoje não representam uma ameaça ao Estado. De fato, o maior sustentáculo da alta popularidade desfrutada por Fujimori em grande parte de seu governo foi a desarticulação quase completa do *Sendero Luminoso*, principal grupo guerrilheiro do Peru.

Por outro lado, o Peru enfrenta um importante desafio com a questão do narcotráfico. O governo peruano tem tomado várias medidas para reverter o problema e também para impedir novas ações de grupos guerrilheiros. Em 2003, foi aprovada uma lei antiterrorismo que garante ao presidente alguns poderes especiais para tomar atitudes contra o *Sendero Luminoso* de forma rápida. A partir de 2007, bases militares foram reabertas e forças especiais antiterroristas foram restabelecidas. Por fim, um programa semelhante ao Plano Colômbia está sendo implementado no Peru para coibir o cultivo e tráfico de drogas. Outra vulnerabilidade que o país enfrenta é a questão social, já que, apesar de desfrutar de altos índices de crescimento econômico, cerca de 45% da população peruana ainda vive abaixo da linha da pobreza.

POLÍTICA EXTERNA

Durante o período do regime militar, entre 1969 e 1980, a política externa peruana foi pautada pela orientação geral do Movimento dos Países Não-Alinhados e por uma maior aproximação com a União Soviética. Durante as décadas de 1980 e, principalmente, 1990, sob o governo de Fujimori, a política externa foi radicalmente modificada, voltando-se para os Estados Unidos. A postura atual, entretanto, é mais pragmática, com um viés predominantemente comercial.

Destaque, também, para a crescente afinidade diplomático-comercial com os países do Pacífico, com prioridade dada às relações com China. O país é membro do Fórum de Cooperação Econômica da Ásia-Pacífico (APEC, em inglês), bloco que engloba Estados da Ásia, América e Oceania. No campo econômico, as relações com a China crescem de forma acelerada desde a administração de Toledo, principalmente em razão da alta demanda chinesa por recursos minerais, abundantes no Peru. As importações de produtos chineses, principalmente têxteis

e vestuário, também cresceram muito, e preocupam produtores peruanos. Além disso, os investimentos chineses, anteriormente muito limitados, se intensificaram rapidamente, principalmente em setores de mineração e infraestrutura. Outro país asiático relevante na política externa peruana é o Japão. Isso se deve aos laços culturais entre os dois países, uma vez que, assim como o Brasil, o Peru absorveu grandes levas de imigrantes japoneses.

RELAÇÕES BILATERAIS BRASIL-PERU

O relacionamento bilateral entre Brasil e Peru – tradicionalmente distante, apesar da vasta fronteira compartilhada – passa por um período bastante próspero. A integração física entre os dois países é um dos pontos focais da agenda bilateral, já que, até recentemente, as ligações rodoviárias entre ambos eram inexistentes. A construção da Rodovia Interoceânica entre o Acre e a localidade de Madre-Díos, no Peru, propiciará uma interação mais expressiva entre as economias brasileira e peruana, além de criar uma importante via para o escoamento da produção brasileira até o Oceano Pacífico. Esse projeto faz parte da Iniciativa de Integração da Infraestrutura Sul Americana (IIRSA), que visa integrar as principais vias de transporte, energia e comunicação do continente.

A intensificação das relações bilaterais também ocorre por meio do aumento dos fluxos comercial e de investimentos. As corporações brasileiras têm uma participação relevante na economia peruana, atraídas tanto pelos anos de contínuo crescimento econômico desse país como por seu arcabouço legal para investimentos. Estão instaladas no país empresas como: Gerdau, Gol, Petrobrás, Vale, Ambev, Votorantim, Veja, Odebrecht, Andrade Gutierrez, Queiroz Galvão e OAS.

PARTE 4

PANORAMA COMERCIAL

ACORDOS COMERCIAIS

O Peru tem manifestado uma preferência por acordos bilaterais em anos recentes. A par disso, o país atua nas principais iniciativas integracionistas do continente, sendo membro da Associação Latino-Americana de Integração (ALADI), da Comunidade Andina de Nações (CAN) e membro associado do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL). Ademais, como mencionado, o Peru é membro do Fórum de Cooperação Econômica Ásia-Pacífico (APEC).

Em 2005, entrou em vigência o Acordo de Complementação Econômica nº 58 (ACE 58), firmado entre o Peru e os países membros do MERCOSUL para a formação de uma Zona de Livre Comércio entre as partes. Conforme o programa de desgravação tarifária, 12% dos 6.970 itens incluídos no acordo chegariam à tarifa zero até 2010; 74%, até 2014; e 13%, até 2019. O prazo é estendido apenas para 40 produtos. Ainda em 2005, com a entrada em vigor do Acordo de Complementação Econômica nº 59 (ACE 59), todos os países da CAN – Bolívia, Colômbia, Equador e Peru – tornaram-se Estados Associados ao MERCOSUL, o mesmo se aplicando aos países do MERCOSUL em relação à CAN.

Já em 1º de fevereiro de 2009 entrou em vigor o Acordo de Livre Comércio assinado com os Estados Unidos, que contempla também temas como serviços, investimentos, política de competição e propriedade intelectual. Já contam com isenção tarifária imediata 78% dos 6.970 produtos incluídos no acordo. O restante terá suas tarifas eliminadas em até 17 anos. A diferença nos cronogramas de desgravação tarifária entre os acordos com o MERCOSUL e com os EUA é favorável a estes e pode levar à erosão das preferências tarifárias do Brasil nos primeiros anos do acordo entre Peru e EUA, inclusive com risco de desvio de comércio em detrimento do Brasil.

O Acordo de Livre Comércio com a China foi assinado ao final de 2008, e entrou em vigor em março de 2010. O acordo deve impulsionar não só o comércio entre os dois países, mas também a entrada de investimento chineses no Peru em setores como mineração, energia elétrica, energia eólica, petróleo e gás, e pesca.

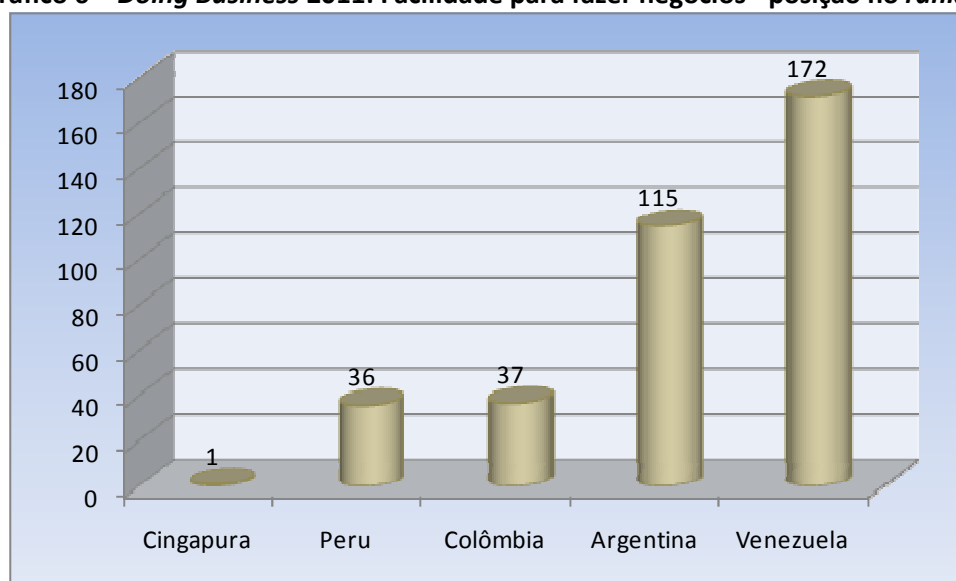
O Peru também assinou Acordos de Livre Comércio com Canadá, Chile e Cingapura. Há mais um acordo assinado com a Tailândia, aguardando entrada em vigor. Além disso, encontram-se em fase de negociação acordos com Japão, União Europeia, Coreia do Sul e Associação Europeia de Livre Comércio (Suíça, Noruega, Islândia e Liechtenstein).

AMBIENTE DE NEGÓCIOS

De acordo com a publicação o *Doing Business 2011*¹², do Banco Mundial, o Peru ocupa a 36ª posição em um *ranking* de 183 países avaliados por sua facilidade para fazer negócios. Essa classificação leva em conta os seguintes aspectos: abertura de empresas, obtenção de alvarás, registro de propriedades, obtenção de crédito, proteção de investidores, pagamento de impostos, comércio exterior, cumprimento de contratos e fechamento de empresas.

Em tal listagem, 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. Na América Latina e no Caribe, o Peru é o segundo país mais bem colocado, atrás do México apenas, em um total de 32 países. Para efeito de comparação com outras economias da região, pode-se citar a Colômbia e a Argentina, que aparecem bem mais distantes, nas 37ª e 115ª posições gerais, nessa ordem. Já o Brasil e a Venezuela aparecem quase ao fim da lista, na 129ª e 172ª colocações, respectivamente.

Gráfico 6 – *Doing Business 2011*: Facilidade para fazer negócios - posição no ranking



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

Com auxílio da Tabela 2 percebe-se que, de modo geral, o desempenho do Peru em relação à facilidade para fazer negócios melhorou entre 2009 e 2010, quando o país passou da 46ª para a 36ª colocação. O critério que contribuiu mais significativamente para essa melhora foi a abertura de empresas¹³, em que o país subiu 49

¹² O *Doing Business* é uma publicação anual do Banco Mundial, que proporciona uma medida objetiva dos regulamentos para fazer negócios e a sua implementação em 183 países.

¹³ O passo-a-passo para a abertura de uma empresa pode ser encontrado na página da agência governamental peruana de promoção de investimentos *Pro Inversión*, no endereço: <http://www.proinversion.gob.pe/0/0/modulos/JER/PlantillaStandardsinHijos.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=90>.

posições. Tal avanço justifica-se pela centralização num único local dos procedimentos necessários ao estabelecimento do negócio (*one-stop shop*), e simplificação das formalidades pós-registro nos conselhos provinciais, o que levou à redução do número de etapas para abrir um negócio em 33%, do tempo em 34% e do custo em 18%¹⁴. Houve quedas nos critérios de obtenção de crédito, pagamento de impostos e cumprimento de contratos, mas foram pouco expressivas, de no máximo duas posições.

**Tabela 2 – Critérios para o índice Facilidade para fazer negócios
Mudanças entre 2009 e 2010**

Item	Ranking de 2010	Ranking de 2009	Mudanças no Ranking
Facilidade de fazer negócios	36	46	10
Abertura de empresas	54	103	49
Obtenção de alvarás	97	103	6
Registro de propriedades	24	28	4
Obtenção de crédito	15	14	-1
Proteção de investidores	20	20	0
Pagamento de impostos	86	85	-1
Comércio exterior	53	80	27
Cumprimento de contratos	110	108	-2
Fechamento de empresas	96	99	3

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

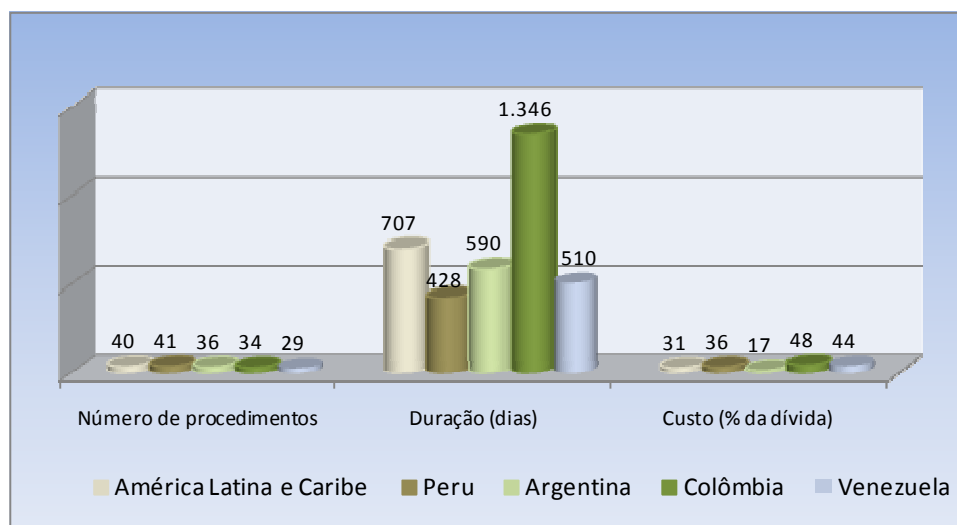
A avaliação de cada um dos critérios que compõem o índice de facilidade para fazer negócios do Peru pode ser obtida no endereço: <http://www.doingbusiness.org>. Aqui são abordados apenas os itens comércio exterior e cumprimento de contratos, que têm maior relevância para o exportador. A análise é feita a partir de uma perspectiva comparada entre Argentina, Colômbia, Peru e Venezuela, além da média dos países da América Latina e Caribe.

O item cumprimento de contratos busca medir a eficiência dos tribunais locais na resolução de disputas relacionadas a operações de venda. São avaliados o tempo (em dias), custo processual (como porcentagem da dívida) e número de processos envolvidos na contenda desde o momento do registro da ação até a efetivação do pagamento requerido por uma das partes. No Peru, tanto o número de procedimentos (41) como os custos processuais¹⁵ (36%) são mais altos do que as médias da América Latina e Caribe e de alguns de seus vizinhos (Gráfico 7). Por outro lado, o processo é mais célere (428 dias) que nos países mencionados e na região como um todo (média de 707 dias).

¹⁴ Relatório Fazendo negócios 2011 – Fazendo a diferença para empresários, disponível em: <http://www.doingbusiness.org/reports/doing-business/doing-business-2011>

¹⁵ “O custo é registrado como porcentagem do valor reivindicado, assumido como sendo equivalente a 200% da renda per capita. Somente são registrados os custos oficiais exigidos por lei, inclusive os custos judiciais e de se fazer cumprir a decisão do juiz, e os honorários advocatícios médios nos países em que o uso de advogados é obrigatório ou comum.” Disponível em: <<http://portugues.doingbusiness.org/methodology/enforcing-contracts>>.

Gráfico 7 – *Doing Business* 2011 – Cumprimento de contratos



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

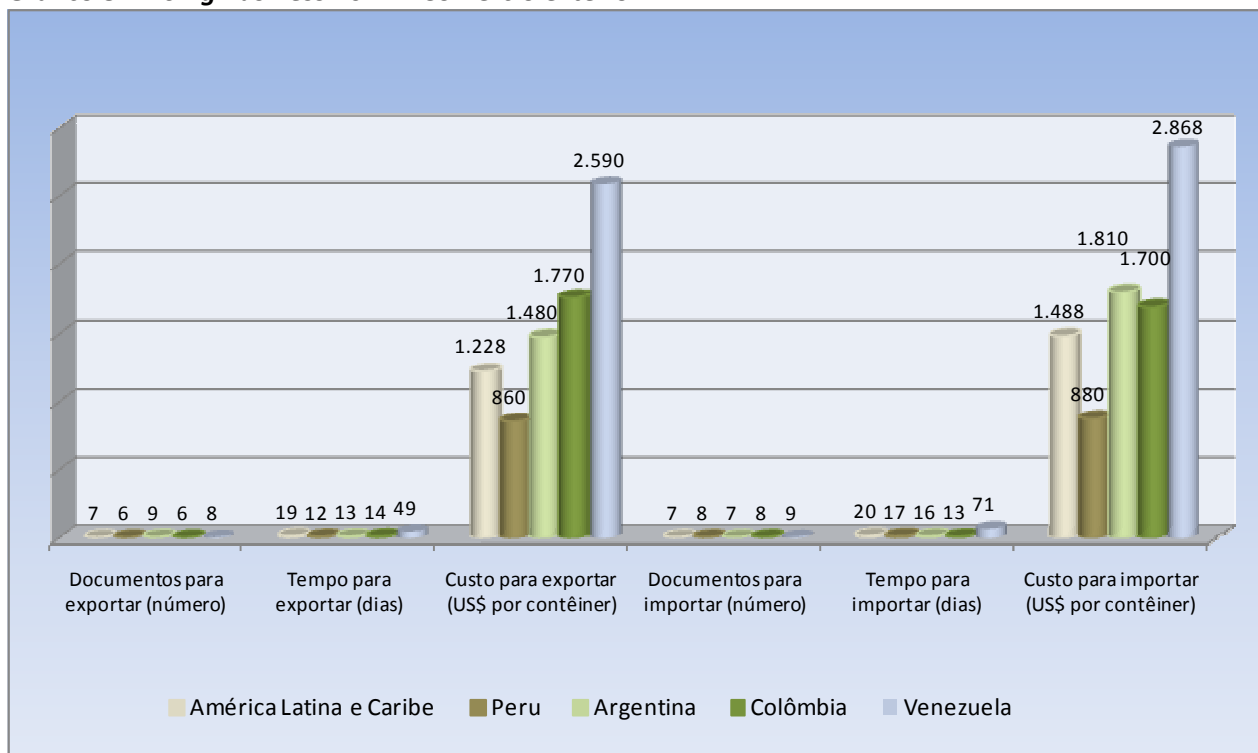
Na composição do item comércio exterior, o Banco Mundial analisa os procedimentos, o custo e o tempo implicados na importação e exportação de um contêiner padrão¹⁶, desde a assinatura do contrato final entre as partes até a efetiva entrega dos bens. Nesse indicador, o Peru destacou-se como o país que mais subiu posições no *ranking*: saltou do 80º para o 53º lugar.

Essa evolução foi motivada, entre outros fatores, por um novo sistema de troca eletrônica de dados baseado na internet, que ajuda a acelerar a emissão de documentos e o tempo de desembaraço. A implementação de inspeções com base no risco, que levou à diminuição das inspeções físicas de cargas nas aduanas, também contribuiu para tal avanço. Por fim, a introdução de prazos mais longos para o pagamento de impostos e taxas de importação reduziu o tempo de importação, uma vez que a carga não precisa mais ficar no porto até a quitação das obrigações.

Em conjunto, tais fatos possibilitaram a redução dos tempos de exportação e de importação de 21 para 12 dias e 24 para 17 dias, nessa ordem, na comparação entre 2010 e 2009. Outra grande redução ocorreu nos custos de exportação e importação, de US\$ 1.770 e US\$ 1.750 para US\$ 860 e US\$ 880, respectivamente. Conforme pode ser observado no Gráfico 8, o Peru sai-se melhor do que a média regional em todos os quesitos, à exceção do número de documentos para importar. Os custos do comércio também são bem mais baixos do que aqueles dos países contidos no gráfico citado.

¹⁶ Contêiner de 20' cheio.

Gráfico 8 – Doing Business 2011 – Comércio exterior



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

CAPACIDADE DE PAGAMENTO

A fim de avaliar a capacidade e a disposição de os importadores peruanos honrarem pontualmente suas obrigações financeiras feitas em moeda estrangeira, este estudo utiliza a classificação da agência de avaliação de risco *Standard's and Poors*¹⁷. A análise é realizada para três momentos: longo prazo, tendência (*outlook*), com horizonte de seis meses a dois anos, e curto prazo.

Tanto no curto quanto no longo prazo, o Peru é visto como detentor de “parâmetros de proteção adequados”, embora seja esperada uma redução da capacidade de pagamento caso haja adversidades econômicas ou mudanças conjunturais¹⁸. A tendência (*outlook*) é positiva, o que indica que o *ranking* pode ser elevado.

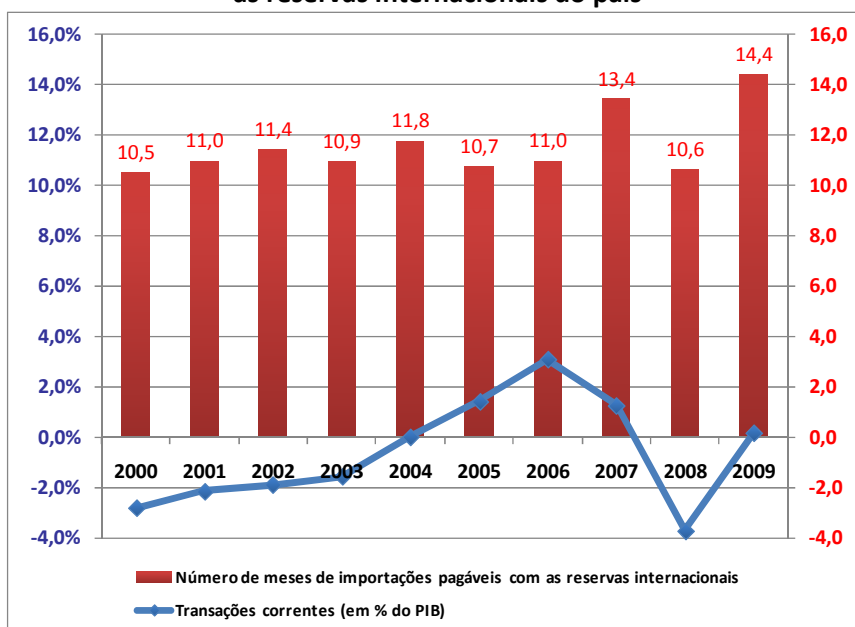
¹⁷ *Rating* de crédito soberano em moeda estrangeira. Vale pontuar que, não raro, a probabilidade de um governo soberano honrar suas dívidas coincide com a capacidade e disposição dos empresários de conseguirem pagar pelos bens que importam. Quando um país encontra-se em situação de crise, o governo pode restringir o acesso dos nacionais a divisas estrangeiras para preservar suas reservas, de modo a evitar completa insolvência ou renegociar dívidas com maior margem de manobra.

¹⁸ No curto prazo, o Peru recebeu a qualificação A-3, dentro das seguintes possibilidades: A-1, A-2, A-3, B, B-1, B-2, B-3, C, R, SD e D. Já para o longo prazo, a nota foi BBB-, com referência à escala: AAA, AA, A, BBB, BB, B, CCC, CC, C e D. O sinal de “-” aponta para uma posição relativa dentro da categoria BBB. As descrições de cada nota podem ser encontradas em: <http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/ps/la/page.article/2,1,3,0,1204839002074.html>. As notas foram publicadas na página da *Standard's and Poors* em 24/08/2010.

Além da classificação das agências de risco, existem alguns indicadores que podem ajudar na análise da capacidade de pagamento de um país. Um deles é a avaliação do montante das importações¹⁹ de um país frente a suas reservas internacionais. Pode-se, inclusive, estimar quantos meses de importações o país tem condições de bancar apenas com seus estoques de moeda estrangeira. Conforme mostra o Gráfico 9, no caso peruano, a proporção entre o número de importações e as reservas internacionais manteve-se próxima dos dez meses ao longo do período entre 2000 e 2009, com picos em 2007 e 2009.

Tal patamar é muito mais confortável que o da maioria dos países latino-americanos atualmente, e que o do próprio Peru em anos anteriores. Para se ter alguns parâmetros de comparação, enquanto em 2009 as reservas cambiais peruanas cobriam 14,4 meses de importação; na Colômbia este mesmo valor era de 5,6 meses; no México, 4,5; na Venezuela, 3,9; na Argentina, 10,4; e no Brasil, 15,3. Por outro lado, em 1989, em meio aos severos impactos da crise da dívida externa, as reservas do Peru cobriam apenas 2,2 meses de importação.

Gráfico 9 - Número de meses de importações do Peru pagáveis com as reservas internacionais do país



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

Outra maneira de se aferir a capacidade de pagamento de um país é a comparação do seu PIB com o superávit ou déficit de sua balança de transações correntes²⁰. Déficits sucessivos e significativos, como proporção do PIB, podem levar a perdas de reservas e crises cambiais, o que dificulta o acesso do importador à moeda conversível. O Gráfico 9 mostra que, entre 2000 e 2009, a economia peruana saiu de uma situação de déficits de

¹⁹ Média mensal

²⁰ Nas transações correntes contabilizam-se receitas e despesas com exportações e importações de mercadorias, viagens, fretes, seguros, salários, juros, lucros e dividendos, entre outras. Quando as despesas superam as receitas, têm-se um déficit em conta corrente.

transações correntes no início da série, para um patamar mais confortável a partir de 2004²¹. Em 2008, em meio à crise internacional, o déficit intensificou-se. Logo em seguida, contudo, transformou-se em um pequeno superávit de 0,2%. Em comparação com outros países da América do Sul, a partir de 2004, o desempenho do Peru foi melhor que o da Argentina e pior que o da Colômbia.

INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

A Iniciativa de Integração Infra-Estrutura Regional Sul-Americana (IIRSA) tem como objetivo estimular a integração física dos países da América do Sul, por meio de diversas ações e dez eixos de integração. Existem três projetos que vem sendo realizados para promover a integração física do Peru com os países sul-americanos: o Eixo Andino, que promove a conexão Peru, Colômbia e Equador; o Eixo do Amazonas, que permite o acesso à Hidrovia de Huallaga-Marañón; e o Eixo Peru-Brasil-Bolívia .

A Rodovia Transoceânica é um dos projetos do Eixo Peru-Brasil-Bolívia e consiste na construção e reabilitação de um total de 2.603 quilômetros terrestres que ligam o estado do Acre, no Brasil, às cidades portuárias de Ilo, Matarani e San Juan de Marcona, no Peru. A rodovia facilitará o escoamento de bens brasileiros para a costa do Pacífico (e os mercados da Ásia) e, da mesma forma, o transporte de bens da Ásia até a costa do Atlântico (e os mercados dos Estados Unidos, Europa e Brasil)²². A conclusão das obras está prevista para 2011²³.

²¹ Vale ponderar que alguns economistas consideram sustentáveis déficits de até 3% do PIB. No caso peruano e no período analisado, o déficit não ultrapassou esse teto.

²² Guia "Como Exportar Para Peru 2009", da Embaixada Brasileira no Peru

²³ Para maiores informações consultar: <http://www.bicusa.org/en/Project.10312.aspx> e <http://www.iirsa.org>.

Figura 2: Mapa da Rodovia Transoceânica



Fonte: Bank Information Center - BIC.

Além da IIRSA, o país vem realizando diversos investimentos em infraestrutura, sendo que alguns já foram licitados e outros estão em processo de licitação. O Peru tem interesse na participação da iniciativa privada nesses projetos e, por isso, criou um regime de concessões para atrair os investimentos privados. O Decreto Legislativo nº 839/2006²⁴, que aprovou a lei de promoção do investimento privado em infraestrutura e serviços públicos, é o balizador normativo dessa iniciativa.

Nesse sentido, visando à atração de investimentos, a Agência de Promoção do Investimento Privado do Peru (*ProInversión*, na sigla em espanhol) divulga todos os projetos em seu sítio na Internet, oferecendo aos investidores as modalidades de concessão, parceria público-privada, privatização, contrato de gestão ou usufruto, entre outros. Na Tabela 3, são apresentados os principais empreendimentos relacionados ao setor de transporte, como ferrovias, portos, aeroportos e rodovias, disponibilizados no sítio da Agência.

²⁴ Disponível em: [http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/MARCOLEGAL TRIBUTARIO/02-D L 839.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/MARCOLEGAL%20TRIBUTARIO/02-D_L_839.pdf)

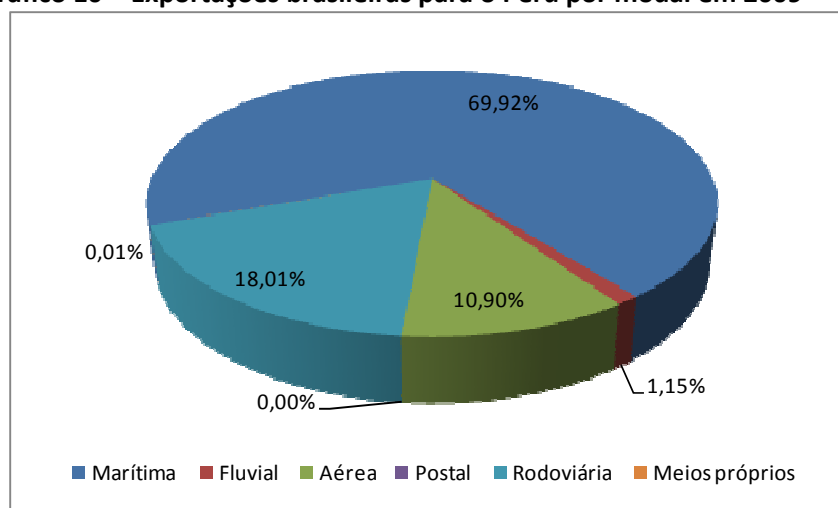
Tabela 3: Projetos de investimentos na área de transportes previstos ou em execução

Setor/Projeto	Investimento (US\$) milhões	Data de adjudicação prevista ¹
Portos		
Terminal Portuário de Yurimaguas	38,9	dez/10
Terminal Portuário de Pucallpa	16,7	jul/11
Terminal Portuário San Juan de Marcona	149	jun/11
Terminal Norte Multipropósito de Callao	884	dez/10
Navegabilidade de Rotas Fluviais: Yurimaguas-Iquitos	a definir	set/11
Terminal Portuário Geral San Martín-Pisco	a definir	mai/11
Terminal Portuário de Salaverry	129,4	Em análise
Terminal Portuário de Iquitos	22,1	Em análise
Terminal Portuario Ilo	a definir	Em análise
Aeroportos		
Aeropuerto Internacional de Chinchero-Cusco	379	IV TRIM 2011
Aeropuertos Regionais 2º Grupo	257	Adjudicada (07.09.2010)
Transporte Terrestre		
Eixo Multimodal Amazonas Centro da IIRSA	126	Adjudicada (27.07.2010)
Autopista do Sol: Sullana -Fronteira com Ecuador	Por definir	jul/11
Panamericana Sul: Ica –Fronteira com Chile.	21,5	III TRIM 2011
Projeto Especial Sistema Elétrico de Transporte Massivo de Lima e Callao	Por definir	dez/10
Trem Huancayo -Huancavelica	11,6	Em análise
Ferrovía Cajamarca –Bayóvar	Por definir	Em análise
Ferrovía Transcontinental "Brasil-Peru" Atlântico Pacífico (FETAB)	Por definir	Em análise

Fonte: *Proinversión*. Elaboração: UICC, Apex-Brasil.

(1) Adjudicação é a concessão, por decisão judicial, da posse de algo a alguém.

O Gráfico 10 mostra a classificação das exportações brasileiras para o Peru de acordo com o modal utilizado. Os produtos brasileiros chegam ao Peru principalmente por navios (69,92%). A via rodoviária é a segunda mais usada, com participação de 18,01% e a via aérea ficou com 10,90% das vendas.

Gráfico 10 – Exportações brasileiras para o Peru por modal em 2009²⁵

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

²⁵ Na categoria “meios próprios” incluem-se, por exemplo, as exportações de aviões, navios, entre outros.

A seguir são listados os principais produtos²⁶ exportados, por via marítima, pelo Brasil para o Peru em 2009, e suas respectivas participações nas exportações totais: “combustíveis minerais e óleos minerais” (capítulo 27) – 21,36%; “reatores nucleares, caldeiras, máquinas, etc., mecânicos” (capítulo 84) – 14,57% e “ferro fundido, ferro e aço” (capítulo 72) – 14,15%. Já pela via aérea, os itens mais vendidos foram: “máquinas, aparelhos e material elétricos, suas partes, etc” (capítulo 85) – 34,52%; “reatores nucleares, caldeiras, máquinas, etc., mecânicos” (capítulo 84) – 17,79% e “produtos farmacêuticos” (capítulo 30) – 14,38%. Por fim, as principais mercadorias exportadas por via rodoviária foram: “veículos automóveis, tratores, etc. suas partes/acessórios” (SH87) – 89,44% e “reatores nucleares, caldeiras, máquinas, etc., mecânicos” (SH84) – 5,69%.

O porto Callao, em Lima, é o mais importante para o Peru, pois além da movimentação de mercadorias peruanas, há também movimentação de mercadorias bolivianas devido a acordo firmado com aquele país. Segundo o Ministério de Transportes e Comunicações do Peru, em 2009, o porto respondeu por 79% das importações e exportações totais por via marítima. Outro importante tipo de transporte para o país é o fluvial, dada a extensão superior a 8,6 mil km de vias navegáveis. Entre as vias fluviais mais importantes, destacam-se o rio Amazonas e também o lago Titicaca.

Ainda segundo o Ministério de Transportes e Comunicação, a atividade de transporte de cargas ferroviárias registrou crescimento médio de 3,0% entre 2000 e 2009. Segundo o mesmo órgão, o total da malha ferroviária é de aproximadamente dois mil quilômetros, sendo o trecho Callao – Huancayo o de maior extensão, com aproximadamente 500 quilômetros.

Há vinte e um aeroportos no país, sendo seis internacionais. Essa modalidade é uma forma eficiente e rápida para o transporte de passageiros e cargas, especialmente para o transporte de produtos perecíveis e máquinas não tradicionais. O volume de passageiros no Peru atingiu mais de 13,3 milhões em 2009, com crescimento médio entre 2002 e 2009 de 10,34%. Já o movimento total de cargas ultrapassou 254 milhões de quilos, com crescimento médio (2002-2009) de 8%.

O principal aeroporto internacional do país é o Jorge Chavez, em Callao, localizado a 16 quilômetros do centro da capital. Passaram, por suas instalações, 80% de todo movimento de cargas por meio do transporte aéreo no país em 2009, com um total de 203,9 milhões de quilos. Ali, o crescimento médio do movimento de cargas entre 2002 e 2009 (9,47%) foi maior que a média. Outros aeroportos importantes são os de Cuzco, Tacna e Arequipa.

²⁶ Por classificação SH2, que correspondente ao Capítulo, no Sistema Harmonizado

Atualmente, há 27 companhias aéreas operando regularmente no país, como por exemplo: Air Canada, TAM, Aerolíneas Argentinas, Lan Airlines, Iberia, American Airlines, Copa e outras. As principais companhias que operam voos domésticos são: Aerocondor, Lan Perú, Taca Perú, Peruvian Airlines e LC Busre.

Em relação à distribuição, cumpre ressaltar que a alta concentração da população peruana em Lima acaba por definir o modelo de inserção e distribuição de produtos naquele país por meio da capital. No entanto, outras cidades como Arequipa, Chiclayo e Trujillo também se caracterizam pelo elevado contingente de habitantes. Outros fatores importantes a serem considerados pelas empresas atuantes naquele país, no que tange à definição dos meios de distribuição dos seus produtos, são a cultura e os hábitos de compras da população local.

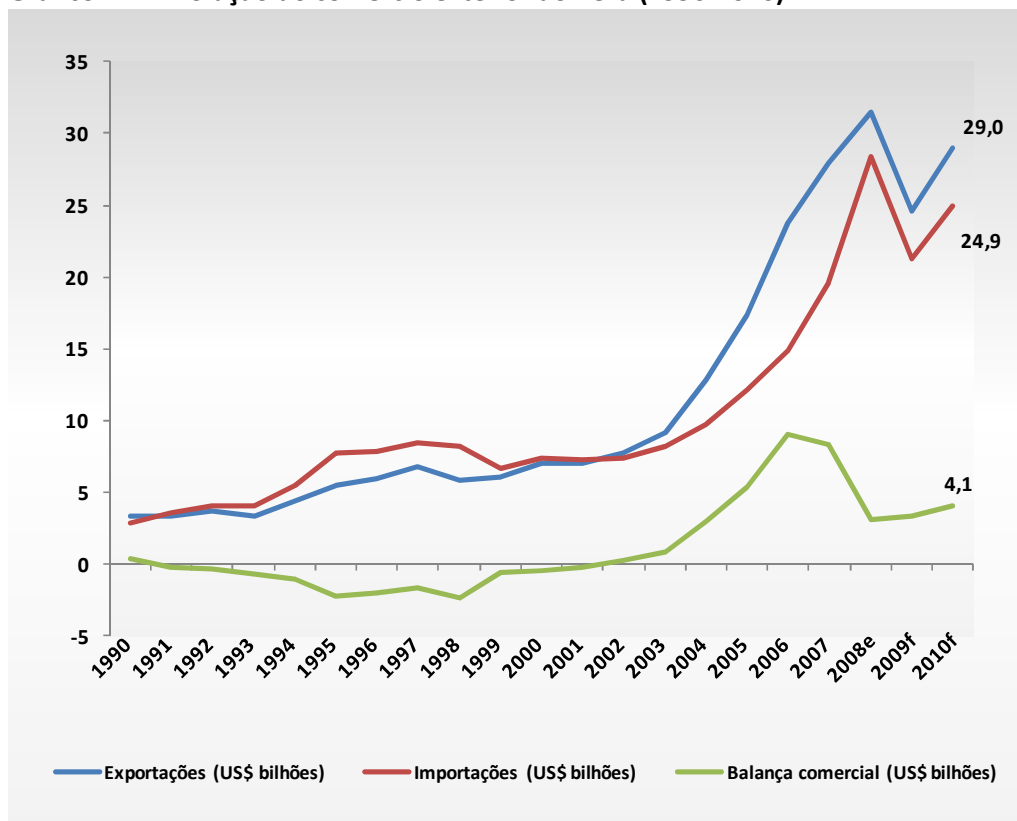
O método mais comum para realizar a distribuição é a contratação de um agente comercial qualificado e com experiência na venda de produtos no Peru. Segundo o *Commercial Guide* dos Estados Unidos, é aconselhável que as empresas possuam uma representação ou até mesmo uma filial na capital, sem deixar de atuar em outras cidades estratégicas. Há uma grande quantidade de empresas distribuidoras no país, porém o comércio varejista é centralizado em poucas, conforme menciona estudo do ICEX.

INTERCÂMBIO COMERCIAL

EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DO PERU

O comércio externo peruano elevou-se substancialmente na primeira década do novo milênio, sendo que em 2002 a balança comercial se tornou superavitária pela primeira vez desde 1990 (Gráfico 11). Exportações e importações cresceram a taxas médias similares entre 2003 e 2008, de 29,1% e 28,9%, respectivamente. As exportações cresceram mais intensamente entre 2003 e 2007, a uma taxa média anual de 32,3%. Em 2006, o superávit comercial atingiu seu recorde histórico, com um valor de US\$ 9 bilhões. As exportações seguiram crescendo desde então, porém a um ritmo menor, e o valor importado aumentou mais rapidamente. Em 2008, as importações cresceram quase 45%, o que resultou na queda do saldo comercial para US\$ 3,1 bilhões.

Gráfico 11 – Evolução do comércio exterior do Peru (1990-2010)



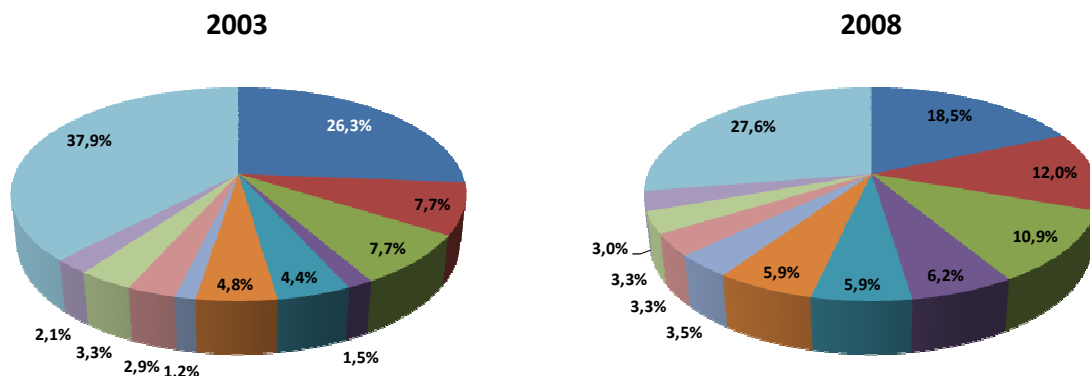
Fonte: *Deutsche Bank Research* - <http://www.dbresearch.com> (Dados de fev/2010)

Ambos os fluxos comerciais caíram de forma acentuada em 2009, em função da crise internacional: as exportações registraram queda de 22%, e as importações, de 25%. O comércio exterior peruano deve se recuperar em 2010, embora ainda não o suficiente para retornar ao patamar de 2008.

DESTINOS DAS EXPORTAÇÕES PERUANAS

O Gráfico 12 mostra os principais destinos das exportações peruanas em 2003 e 2008. Os Estados Unidos e a Espanha perderam espaço para os demais países nesse período, principalmente Canadá e China, os quais aumentaram sua participação na pauta peruana em 4,7 e 4,2 pontos percentuais, nessa ordem. Vale destacar que, nos anos analisados, os acordos de livre comércio com Estados Unidos, China e Canadá ainda não haviam entrado em vigor.

Gráfico 12 – Principais destinos das exportações do Peru (2003 e 2008)



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

O Brasil, por sua vez, era o oitavo maior destino das exportações peruanas em 2003, com participação de 2,7%. Em 2008, esse percentual aumentou ligeiramente, para 2,9%; mas mesmo assim o Brasil passou a ser o 11º maior importador do Peru, uma vez que as exportações daquele país em 2008 estavam mais concentradas nos seus dez principais destinos que em 2003.

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO PERU

O crescimento das exportações peruanas entre 2003 e 2008 (29,1%, em média) foi favorecido pelo significativo aumento dos preços das *commodities* minerais no mercado internacional durante a década de 2000, produtos nos quais as exportações do Peru se concentram muito (com destaque para cobre, ouro, zinco, chumbo e prata).

Conforme pode ser observado na Tabela 4, a concentração em setores (definidos a partir da classificação CNAE 3 dígitos²⁷) relacionados à mineração (“metalurgia de metais não-ferrosos”, “extração de minerais metálicos não-ferrosos” e “extração de minério de ferro”) aumentou em anos recentes. Em 2003, os três representavam 52,3% do valor exportado pelo Peru; percentual que se elevou para 60,7% em 2008. Ainda em relação a esses produtos, vale ressaltar que, na realidade, a participação de “metalurgia de metais não-ferrosos” nas exportações peruanas caiu 5,3 pontos percentuais, enquanto a participação do setor de “extração de minerais metálicos”, de menor valor agregado, aumentou em 13,6 pontos percentuais.

²⁷ Na elaboração desse estudo, foi utilizada a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), na versão 1.0, com detalhamento em 3 dígitos. A CNAE foi elaborada nos anos 90 pelo IBGE em conjunto com os órgãos de registro administrativo, com o objetivo de alcançar uma padronização das informações econômicas do Brasil. A construção da CNAE tomou como referência a classificação padrão elaborada pela Divisão de Estatísticas das Nações Unidas, a *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities* (ISIC). Essa classificação associa produtos (NCMs) aos setores da economia, com enfoque na cadeia produtiva a que pertencem. Para maiores informações, consultar <http://www.ibge.gov.br/concla/default.php>.

Tabela 4 – Dez principais setores das exportações peruanas por CNAE três dígitos (2003 e 2008)

Setor CNAE	Descrição	Exportações peruanas em 2003	Participação do setor em 2003	Setor CNAE	Setor CNAE	Exportações peruanas em 2008	Participação do setor em 2008
274	Metalurgia de metais não-ferrosos	3.362.872.098	38,6%	274	Metalurgia de metais não-ferrosos	10.379.417.081	33,3%
132	Extração de minerais metálicos não-ferrosos	1.100.991.810	12,6%	132	Extração de minerais metálicos não-ferrosos	8.193.298.685	26,3%
151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	943.894.319	10,8%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	2.272.120.469	7,3%
181	Confeção de artigos do vestuário	578.207.619	6,6%	151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	2.033.010.839	6,5%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	400.327.252	4,6%	181	Confeção de artigos do vestuário	1.466.018.184	4,7%
111	Extração de petróleo e gás natural	266.223.656	3,1%	013	Produção de lavouras permanentes	898.089.703	2,9%
013	Produção de lavouras permanentes	257.065.128	3,0%	111	Extração de petróleo e gás natural	587.458.971	1,9%
152	Processamento, preservação e produção de conservas de frutas, legumes e outros vegetais	198.652.539	2,3%	152	Processamento, preservação e produção de conservas de frutas, legumes e outros vegetais	576.220.767	1,8%
012	Horticultura e produtos de viveiro	136.345.711	1,6%	153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	386.966.413	1,2%
131	Extração de minério de ferro	94.050.569	1,1%	131	Extração de minério de ferro	380.707.152	1,2%
	<i>Outros</i>	<i>1.371.673.636</i>	<i>15,7%</i>		<i>Outros</i>	<i>4.034.328.104</i>	<i>12,9%</i>
	Total	8.710.304.337	100%		Total	31.207.636.368	100%

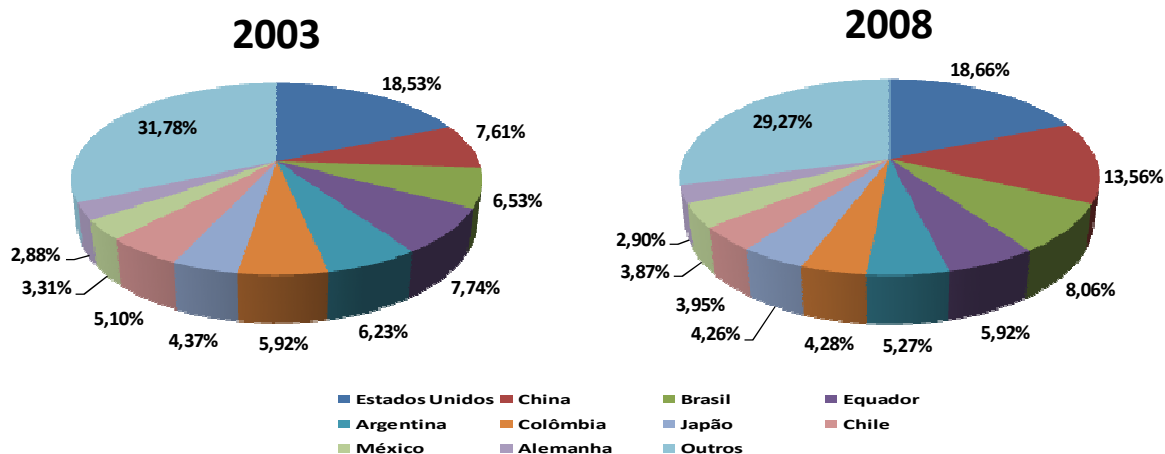
Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

Os dez principais setores de exportações peruanas em 2003 e 2008 permaneceram praticamente os mesmos, apesar de terem ocorrido algumas alterações em suas posições relativas. Apenas o setor de “produção de óleos e gorduras vegetais e animais” está entre os mais exportados em 2008, mas não em 2003, em substituição ao setor “horticultura e produtos de viveiro”. Ainda assim, todos os principais setores da pauta perderam ou mantiveram sua participação nos dois anos analisados, em decorrência principalmente do crescimento de “extração de minerais metálicos não-ferrosos”. A principal exceção foi o setor de “refino e produção de petróleo”, que variou de 4,6% de participação em 2003 para 7,3%, em 2008.

ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES PERUANAS

Segundo pode ser observado no Gráfico 13, os Estados Unidos são o principal fornecedor do Peru, e sua participação nas importações do país manteve-se praticamente inalterada no período. Por outro lado, a presença chinesa cresceu consideravelmente. Entre 2003 e 2008, o país passou de terceiro para segundo maior fornecedor, com um aumento de participação de seis pontos percentuais. O principal setor a impulsionar esse crescimento da China nas importações peruanas foi “siderurgia”, cujo valor importado cresceu em média 145,8% entre 2003 e 2008. Com isso, o setor, que era quase irrelevante nas importações totais advindas da China em 2003, tornou-se o segundo mais significativo em 2008.

Gráfico 13 – Principais fornecedores do Peru (2003 e 2008)



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

O desempenho brasileiro no mercado peruano também foi positivo. O Brasil foi passou de quarto para terceiro principal fornecedor no período analisado, com um aumento de 1,5 ponto percentual de participação. Por outro lado, os demais parceiros sul-americanos, como Equador, Argentina, Colômbia e Chile, perderam espaço no mercado peruano. O Equador, por exemplo, perdeu 1,8 ponto percentual de participação, caindo duas posições no *ranking* dos maiores fornecedores entre 2003 e 2008. Isso ocorreu porque as importações provenientes daquele país cresceram a uma média anual de 22,2% entre 2003 e 2008, ritmo inferior ao crescimento das importações totais do Peru (28,9%).

PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS PELO PERU

A Tabela 5 apresenta os dez principais setores das importações peruanas por CNAE 3 dígitos em 2003 e 2008. Comparando-se essa tabela com a anterior, é possível notar que as importações são muito mais diversificadas que as exportações. Em 2008, os dez principais setores de exportação do país (classificação CNAE 3 dígitos) somaram 87,1% do valor total, enquanto os dez setores mais importados representaram 48,7% das importações totais. Conforme mencionado anteriormente, as importações totais do Peru cresceram em média 28,9% entre 2003 e 2008.

Tabela 5 – Dez principais setores das importações peruanas por CNAE três dígitos (2003 e 2008)

Setor CNAE	Setor CNAE	Importações peruanas em 2003	Participação do setor em 2003	Setor CNAE	Setor CNAE	Importações peruanas em 2008	Participação do setor em 2008
111	Extração de petróleo e gás natural	867.229.834	10,3%	111	Extração de petróleo e gás natural	3.405.278.573	11,4%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	533.083.278	6,3%	232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	1.856.326.737	6,2%
011	Produção de lavouras temporárias	385.014.851	4,6%	272	Siderurgia	1.687.945.817	5,6%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	314.354.627	3,7%	342	Fabricação de caminhões e ônibus	1.476.370.614	4,9%
153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	295.083.381	3,5%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	1.160.635.715	3,9%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	247.471.642	2,9%	011	Produção de lavouras temporárias	1.128.658.177	3,8%
272	Siderurgia	245.175.177	2,9%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	1.104.484.654	3,7%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	242.937.979	2,9%	291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	994.794.293	3,3%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	238.383.817	2,8%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	941.349.329	3,1%
296	Fabricação de outras máquinas e equipamentos de uso específico	237.243.328	2,8%	295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	857.959.598	2,9%
	<i>Outros</i>	<i>4.810.685.150</i>	<i>57,2%</i>		<i>Outros</i>	<i>15.368.415.126</i>	<i>51,3%</i>
	Total	8.416.663.064	100%		Total	29.982.218.633	100%

Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

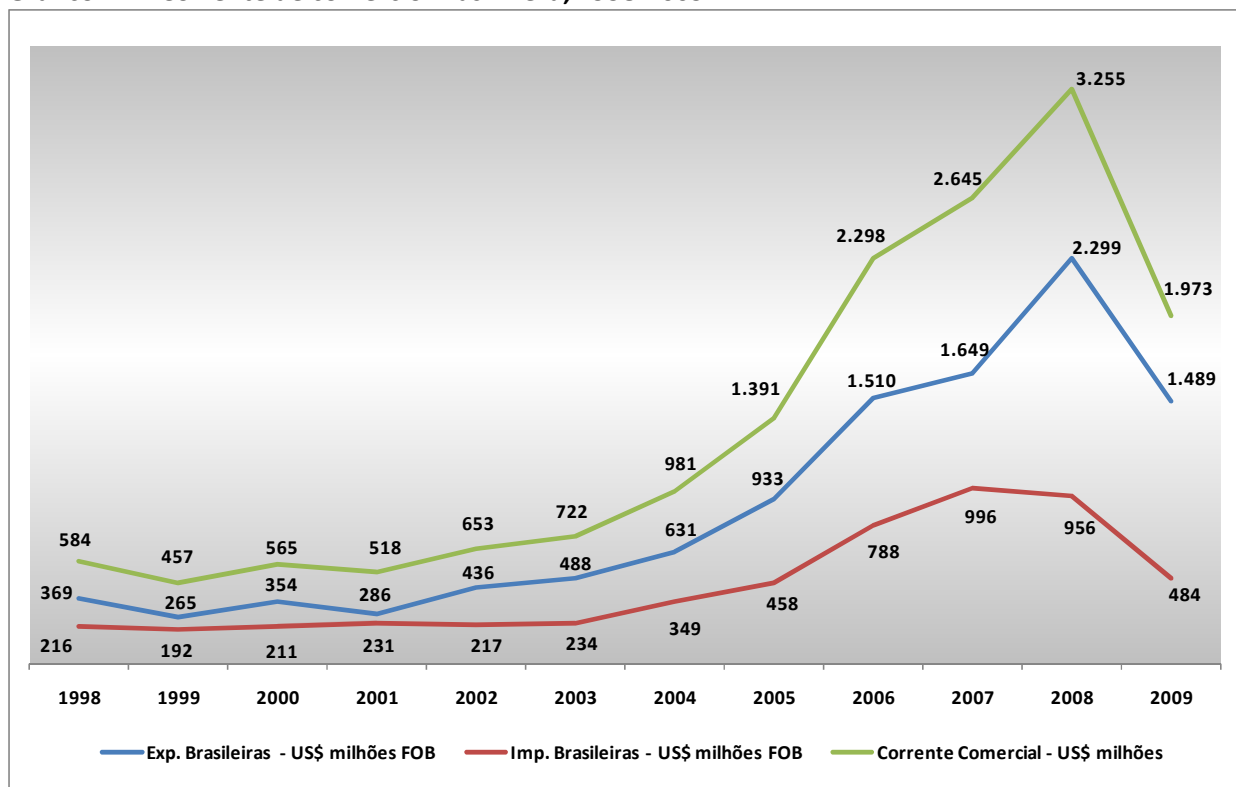
A listagem dos dez principais setores das importações peruanas também se diferencia daquela das exportações pelo maior número de alterações entre 2003 e 2008. Dois setores relacionados a transportes não constavam na lista dos mais importados pelo país em 2003 e estão presentes em 2008: “fabricação de caminhões e ônibus” (cujo valor importado cresceu, em média, 69,7% no período) e “fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários” (crescimento médio de 34,0%). As outras duas novidades evidenciadas no período foram o setor de “fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção” (crescimento médio de 44,9%), impulsionado em grande parte pelo aquecimento da indústria de mineração peruana; e “fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão” (crescimento médio de 33,5%).

INTERCÂMBIO COMERCIAL BRASIL - PERU

CORRENTE DE COMÉRCIO

Em 2008, a corrente comercial brasileira com o Peru totalizou US\$ 3,25 bilhões, o que representou seu recorde histórico (Gráfico 14). Essa quantia, no entanto, correspondeu a apenas 0,9% da corrente comercial do Brasil com o mundo nesse ano. O Brasil direcionou 1,2% de suas exportações para o Peru em 2008, o que foi o dobro da participação que o país andino alcançava na pauta brasileira dez anos antes. Pela ótica das importações brasileiras no período analisado, o Peru tem uma representatividade menor: apenas 0,6%. O percentual de importações provenientes desse parceiro sul-americano não se alterou muito entre 1998 e 2008, já que totalizavam 0,4% no início da série. Infere-se, portanto, que o Peru ainda assume um papel discreto no que diz respeito a sua participação tanto nas exportações quanto nas importações brasileiras.

Gráfico 14 – Corrente de comércio Brasil-Peru, 1998-2009



Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

O valor total comercializado entre Brasil e Peru aumentou 457% entre 1998 e 2008, variando de US\$ 584 milhões, no primeiro ano da série, para US\$ 3,2 bilhões ao fim do período. Considerada a taxa de variação média anual, o incremento foi de 18,7%. Essa guinada na corrente comercial bilateral foi impulsionada, em grande parte, pelas exportações brasileiras, que se aceleraram principalmente a partir de 2002. De fato, após registrarem queda de 8,1% ao ano entre 1998 e 2001, as exportações brasileiras cresceram, em média, 34,7% entre 2002 e 2008. No último ano desse período, o valor exportado chegou a US\$ 2,3 bilhões. Em 2009, no entanto, a crise internacional impactou as exportações brasileiras, que caíram 35,2%.

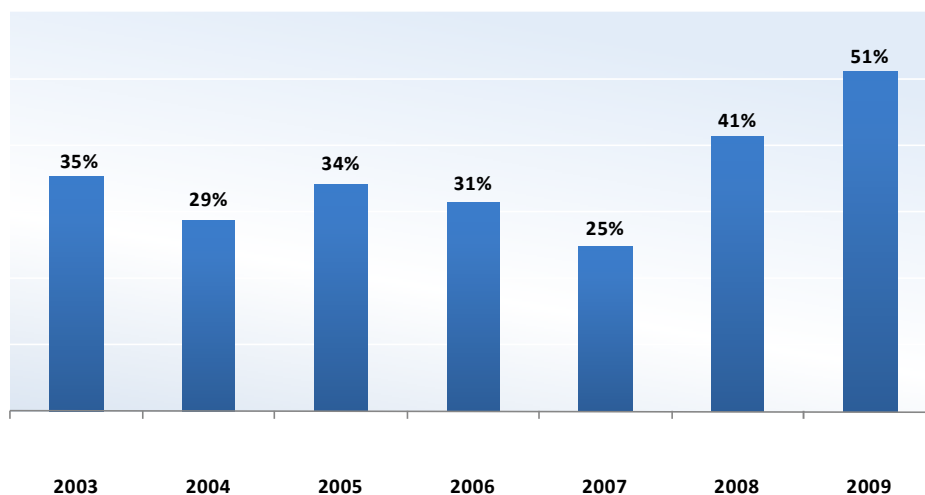
As importações brasileiras de produtos peruanos permaneceram quase estagnadas entre 1998 e 2003, com crescimento médio anual de apenas 1,6%. No período subsequente, de 2003 a 2008, essa mesma taxa aumentou para 32,5%, acompanhando, portanto, a tendência das exportações brasileiras para aquele país. Por outro lado, em 2009, o efeito da crise sobre as importações brasileiras provenientes do Peru foi mais forte, e elas se reduziram a praticamente à metade do valor importado em 2008.

SALDO COMERCIAL

O saldo comercial relativo do Brasil frente ao Peru, apresentado no Gráfico 15, cresceu consideravelmente entre 2007 e 2009. O crescimento das exportações brasileiras em 2007 (9,2%) foi o menor desde 2001, enquanto as importações cresceram 26,4%, o que resultou no menor saldo comercial relativo do

período retratado (25%). Isso significa que, naquele ano, 25% da corrente comercial resultou em superávit comercial brasileiro. O saldo voltou a aumentar em 2008, uma vez que as exportações cresceram a quase 40%, contra uma ligeira queda de 4% das importações brasileiras; e em 2009, quando as importações caíram muito mais que as exportações. Nesse último ano, o saldo comercial relativo atingiu seu pico - 51% da corrente de comércio entre Brasil e Peru resultou em superávit comercial brasileiro.

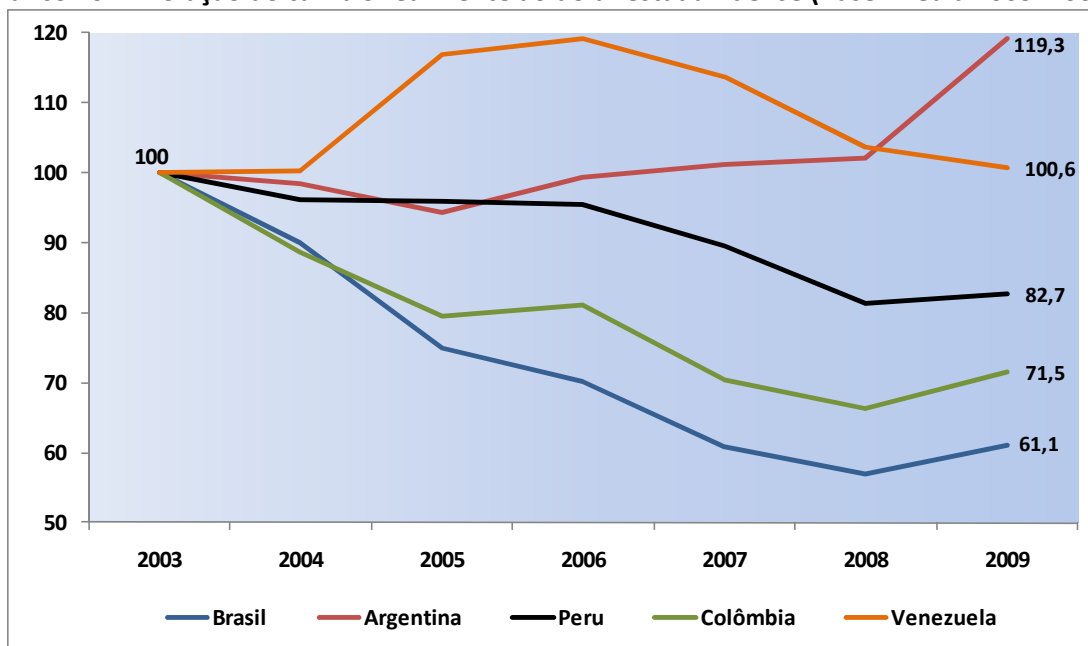
Gráfico 15 – Saldo comercial relativo Brasil-Peru



Fonte: MDIC. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

A evolução do saldo comercial relativo de um país frente a outro pode ser influenciada pela dinâmica do câmbio real entre eles. Busca-se, portanto, investigar se esse seria um dos motivos do aumento do saldo relativo do Brasil frente ao Peru a partir de 2007. O Gráfico 16 ilustra a evolução do câmbio real das moedas do Peru, Brasil, China, Argentina, Colômbia e Venezuela frente ao dólar estadunidense, considerando um número índice com valor igual a 100 em 2003. O câmbio real do *nuevo sol* valorizou-se em 17,3% em relação ao dólar estadunidense entre 2003 e 2008, movimento que se intensificou a partir de 2007. No caso da moeda brasileira, a valorização foi de 39,9% em termos reais no mesmo período, a maior entre os países considerados no gráfico. Além disso, o real foi a moeda mais valorizada em todos os anos do período analisado, exceto em 2004.

Gráfico 16 – Evolução do câmbio real frente ao dólar estadunidense (Base: média 2003=100)



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

A valorização mais intensa do real em comparação ao *nuevo sol* favorece as importações de produtos peruanos pelo Brasil, já que eles se tornam relativamente mais baratos em real. Resta claro, portanto, que o aumento do saldo comercial relativo do Brasil em suas relações com o Peru ocorreu a despeito das variações do câmbio entre esses dois países.

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS DO BRASIL PARA O PERU

Os setores nacionais que mais exportaram para o Peru (classificação CNAE 3 dígitos) em 2003 e 2008 estão listados na Tabela 6. A maior parte dos setores apresentados aumentou sua importância relativa nas exportações brasileiras para o país, com expressivas variações de participação. De fato, houve um movimento de concentração setorial das exportações brasileiras para o Peru: em 2003, os dez setores mais exportados representavam 43,3% do total exportado; já em 2008, eles respondiam por 65,9% desse valor.

Tabela 6 – Dez principais setores exportados pelo Brasil para o Peru por CNAE três dígitos – 2003 e 2008

Setor CNAE	Setor CNAE	Valor exportado em 2003	Participação do setor em 2003	Setor CNAE	Setor CNAE	Valor exportado em 2008	Participação do setor em 2008
272	Siderurgia	33.019.447	6,8%	111	Extração de petróleo e gás natural	360.976.482	15,7%
212	Fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão	29.199.622	6,0%	342	Fabricação de caminhões e ônibus	314.938.530	13,7%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	27.491.337	5,6%	272	Siderurgia	240.016.041	10,4%
111	Extração de petróleo e gás natural	22.689.655	4,7%	295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	154.826.878	6,7%
249	Fabricação de produtos e preparados químicos diversos	18.587.385	3,8%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	134.614.838	5,9%
273	Fabricação de tubos - exceto em siderúrgicas	18.582.530	3,8%	343	Fabricação de cabines, carrocerias e reboques	80.321.999	3,5%
323	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	17.416.766	3,6%	212	Fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão	60.476.687	2,6%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	16.305.278	3,3%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	58.471.207	2,5%
295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	15.062.057	3,1%	292	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	55.803.283	2,4%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	12.947.863	2,7%	311	Fabricação de geradores, transformadores e motores elétricos	53.838.388	2,3%
	<i>Outros</i>	276.534.274	56,7%		<i>Outros</i>	784.369.516	34,1%
	Total	487.836.214	100%		Total	2.298.653.849	100%

nte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

Os dois setores mais exportados em 2008, “extração de petróleo e gás natural” e “fabricação de caminhões e ônibus”, apresentaram os mais expressivos ganhos de participação: 11,0 e 8,1 pontos percentuais, respectivamente. Embora “siderurgia” tenha perdido duas posições no *ranking* dos setores mais exportados no período considerado, também aumentou sua participação no total, em 3,7 pontos percentuais.

PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS PELO BRASIL DO PERU

A Tabela 7 apresenta os principais setores de importações brasileiras provenientes do Peru em 2003 e 2008. A concentração setorial das importações de produtos peruanos é muito maior que as exportações destinadas àquele país nos dois anos considerados. De fato, tanto em 2003 como em 2008, os dez setores mais importados representaram quase todo o valor importado (95,1% em 2003 e 96,2% em 2008).

Tabela 7 – Dez principais setores importados pelo Brasil do Peru por CNAE três dígitos – 2003 e 2008

Setor CNAE	Setor CNAE	Valor exportado em 2003	Participação do setor em 2003	Setor CNAE	Setor CNAE	Valor exportado em 2008	Participação do setor em 2008
342	Fabricação de caminhões e ônibus	75.064.254	32,1%	111	Extração de petróleo e gás natural	339.755.730	35,5%
111	Extração de petróleo e gás natural	57.427.517	24,6%	342	Fabricação de caminhões e ônibus	249.545.765	26,1%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefoneia e de transmissores de televisão e rádio	52.847.458	22,6%	322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefoneia e de transmissores de televisão e rádio	158.064.928	16,5%
272	Siderurgia	15.073.015	6,4%	272	Siderurgia	97.063.494	10,1%
212	Fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão	5.003.814	2,1%	295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	24.738.174	2,6%
311	Fabricação de geradores, transformadores e motores elétricos	4.290.904	1,8%	343	Fabricação de cabines, carrocerias e reboques	17.779.220	1,9%
295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	4.189.164	1,8%	212	Fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão	11.981.765	1,3%
232	Fabricação de produtos derivados do petróleo	4.015.204	1,7%	341	Fabricação de automóveis, caminhonetes e utilitários	10.430.902	1,1%
223	Reprodução de materiais gravados	2.247.618	1,0%	243	Fabricação de resinas e elastômeros	6.916.816	0,7%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	2.093.778	0,9%	311	Fabricação de geradores, transformadores e motores elétricos	4.136.008	0,4%
	<i>Outros</i>	<i>11.567.372</i>	<i>4,9%</i>		<i>Outros</i>	<i>35.956.373</i>	<i>3,8%</i>
	Total	233.820.098	100%		Total	956.369.175	100%

nte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

“Extração de petróleo e gás” foi o setor com maior destaque nas trocas comerciais entre o Brasil e o Peru em 2008, posicionando-se no topo das listas de importações e exportações entre os dois países. Foi, também, o segmento que mais ganhou participação no total importado pelo Brasil entre 2003 e 2008 – 11 pontos percentuais. Setores como “fabricação de caminhões e ônibus”, “siderurgia”, e “fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefoneia e de transmissores de televisão e rádio” constam, igualmente, entre os mais importados e exportados entre o Brasil e sua contraparte andina.

INDICADORES DE COMÉRCIO BRASIL - PERU

Esta seção apresenta um conjunto de indicadores que estão envolvidos nas trocas comerciais internacionais e que também afetam o comércio existente entre Brasil e Peru. Sua análise é importante para que melhor se compreenda a estrutura das relações comerciais entre esses dois países.

Na abordagem dos indicadores, frequentemente é utilizado o conceito de “Medida de Intensidade Tecnológica”, empregado para classificar os setores econômicos envolvidos nas trocas comerciais entre dois países. Esse estudo adota a seguinte classificação para mensurar a intensidade tecnológica dos produtos comercializados entre Brasil e Peru:

Quadro 1 – Taxonomia da intensidade tecnológica e respectivos setores da economia

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 ou Tradicional	Bens industriais de consumo não-duráveis mais tradicionais: Têxteis, Confeções, Couro e Calçado, Cerâmico, Produtos Básicos de Metais, entre outros.
Indústria Intensiva em Escala	Indústria Automobilística, Indústria Siderúrgica e os Bens Eletrônicos de Consumo ²⁸
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.

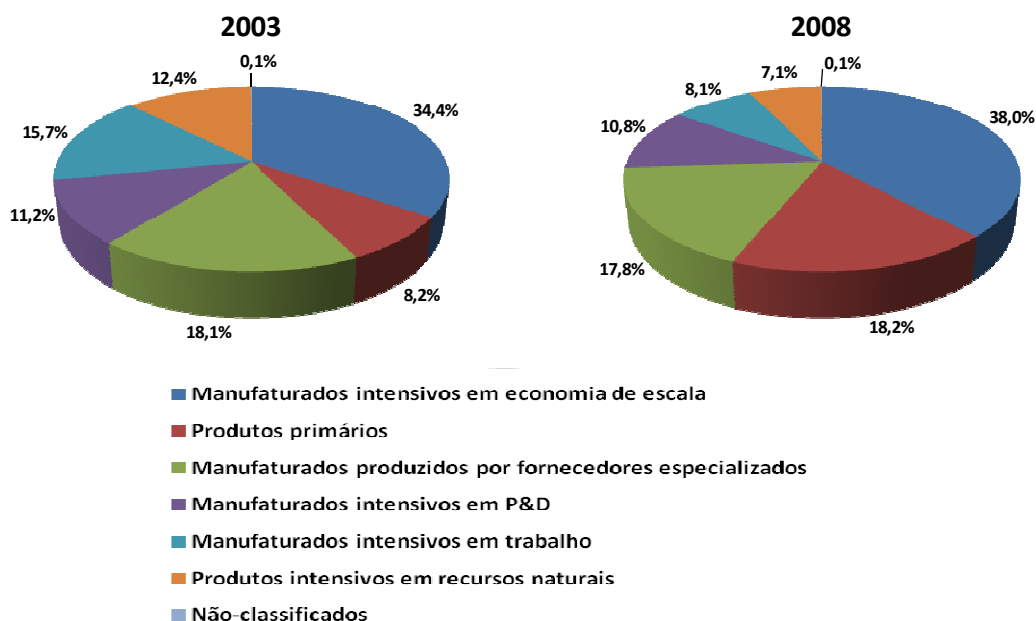
Fonte: Holland e Xavier (2004)²⁹

A análise das exportações brasileiras para o Peru, considerando-se a intensidade tecnológica dos produtos vendidos, mostra uma participação expressiva de bens manufaturados intensivos em escala, conforme pode ser observado no Gráfico 17. Tal desempenho está relacionado, principalmente, às exportações de produtos dos setores de “siderurgia” e setores associados à indústria automobilística, especialmente “fabricação de caminhões e ônibus”, que, somados, representaram 30,6% das exportações brasileiras em 2008.

²⁸ 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 microondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

²⁹ Dinâmica e competitividade setorial das exportações brasileiras: uma análise de painel para o período recente, Anais do XXXII encontro nacional de economia.

Gráfico 17 – Exportações brasileiras para o Peru por intensidade tecnológica – 2003 e 2008



Fonte: MDIC. Elaboração: UICC – Apex-Brasil

Produtos primários, por outro lado, constituem-se na categoria que mais ganhou espaço na pauta brasileira de exportações para o Peru, tendo aumentado sua participação em dez pontos percentuais entre 2003 e 2008. Praticamente todas as exportações de produtos primários correspondem às vendas de petróleo. O crescimento desse produto nas exportações do Brasil ao Peru pode estar relacionado ao considerável aumento de seu preço entre os anos analisados.

Mesmo com o aumento da participação de produtos primários, a maior parte das exportações brasileiras para o Peru é composta de produtos manufaturados de média e alta intensidade tecnológica. Assim, a soma das exportações de produtos intensivos em economia de escala, manufaturados produzidos por fornecedores especializados e manufaturados intensivos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) representaram 66,6% do total em 2008.

As participações de produtos manufaturados intensivos em trabalho e de produtos intensivos em recursos naturais nas exportações brasileiras sofreram as quedas mais significativas entre 2003 e 2008. Essa queda foi mais relevante, no caso de produtos intensivos em trabalho, em setores da indústria têxtil (queda de 4,2 pontos percentuais) e, no caso de produtos intensivos em recursos naturais, no setor de “fabricação de papel, papelão liso, cartolina e cartão” (queda de 3,3 pontos percentuais).

ÍNDICE DE COMPLEMENTARIDADE DE COMÉRCIO (ICC)

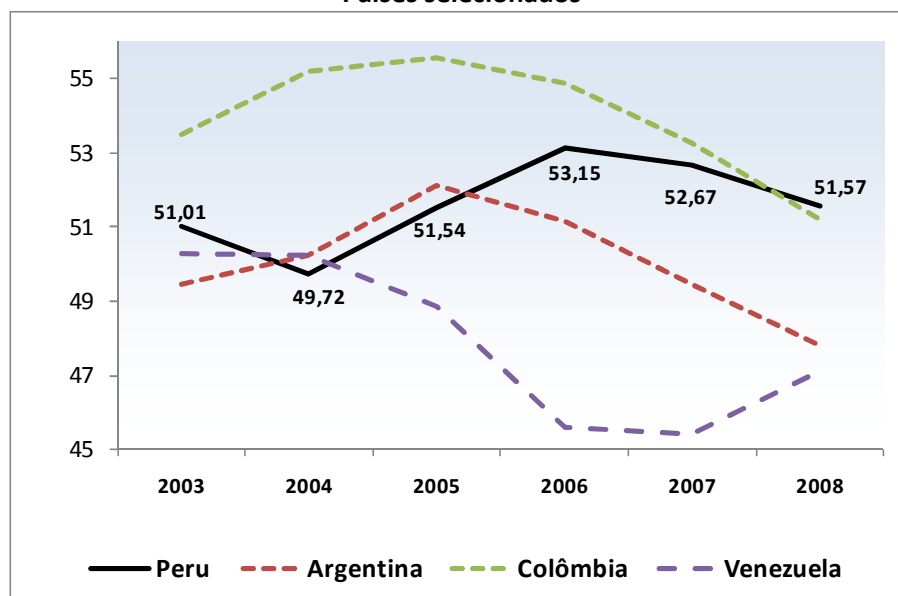
O Índice de Complementaridade de Comércio (ICC) ³⁰ fornece informações sobre as perspectivas de integração comercial entre dois países. O ICC entre o Brasil e o Peru é obtido comparando-se a pauta de exportações brasileira com a pauta de importações peruana. Através dessa comparação é possível verificar em que medida os produtos exportados pelo Brasil coincidem com os produtos importados pelo Peru.

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, então as pautas são perfeitamente complementares, ou seja, um país exporta exatamente o que o outro deseja importar. Isso não significa, entretanto, que essas trocas comerciais irão ocorrer exclusivamente entre ambos. O índice indica uma possibilidade de integração comercial. Um índice superior a 50 aponta para uma alta complementaridade relativa.

Conforme se observa no Gráfico 18, o índice de complementaridade do Brasil com o Peru oscilou entre 2003 e 2008, sendo que seu valor médio ficou em torno de 51. O maior valor do período (53,2) foi alcançado em 2006, com ligeira tendência de queda nos anos seguintes. Em 2008, entretanto, pela primeira vez no período a complementaridade entre esses dois países foi maior que a registrada entre o Brasil e as três maiores economias da América do Sul (Argentina, Colômbia e Venezuela). Nos dois últimos anos do período, também ocorreu queda do ICC entre Brasil e Argentina, e Brasil e Colômbia, inclusive de forma mais acentuada que no caso peruano.

³⁰ Neste estudo, o índice é calculado em nível setorial, de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), versão 1.0, detalhada em três dígitos.

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



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

Houve algumas alterações significativas na complementaridade de comércio entre Brasil e Peru, medida setorialmente³¹. Os maiores destaques são setores relacionados aos transportes. O ICC do setor “fabricação de peças e acessórios para veículos automotores” aumentou 5,4 pontos percentuais entre 2003 e 2008, atingindo o valor de 81,4 no último ano. Já em “fabricação de caminhões e ônibus”, o ICC cresceu 12,1 pontos percentuais no período, e alcançou o valor de 75,4 em 2008. Mas o aumento mais expressivo coube ao setor “fabricação automóveis, caminhonetas e utilitários” - 22,9 pontos percentuais nos anos considerados, e ICC de 73,1 em 2008.

Apesar da maior complementaridade, o desempenho das exportações brasileiras dos três setores citados no mercado peruano foi diverso. No caso de “fabricação de caminhões e ônibus”, as exportações aumentaram, em média, 62,9% entre 2003 e 2008. Mesmo assim, como as importações peruanas cresceram mais rapidamente no período (69,7%), a participação brasileira diminuiu de 26,2%, em 2003, para 21,3%, em 2008. Já a participação das exportações brasileiras no setor de “fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários”, de 4,6% em 2008, manteve-se estável no mesmo período. Por outro lado, no caso do setor “fabricação de peças e acessórios para veículos automotores” houve aumento de participação de 3,6 pontos percentuais entre 2003 e 2008, sendo que neste último ano o Brasil detinha uma fatia de 11,1% do mercado peruano.

ÍNDICE DE INTENSIDADE DE COMÉRCIO (IIC)

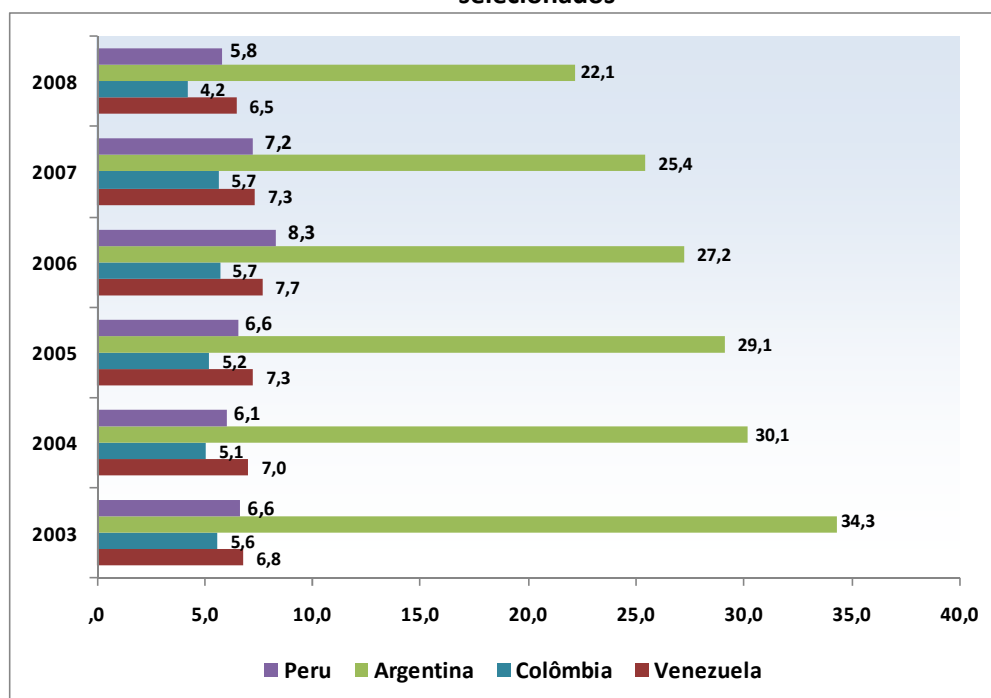
O Índice de Intensidade de Comércio (IIC) determina em que medida o valor das exportações de um país para outro é maior ou menor que o esperado. O cálculo do IIC entre Brasil e Peru é obtido pela razão entre a

³¹ Setores da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), em nível de detalhamento de 3 dígitos.

participação das exportações brasileiras no mercado peruano e a participação das exportações brasileiras no mundo. Um valor superior a 1 indica que as exportações do Brasil para o mercado peruano são maiores do que o esperado, partindo-se da importância das exportações do Brasil no mundo.

Conforme pode ser observado no Gráfico 19, que mostra a evolução do IIC do Brasil com o Peru, entre 2003 e 2008, encontram-se valores superiores a cinco em todos os anos. Em outras palavras, isso equivale a dizer que a participação brasileira no mercado peruano foi, no mínimo, cinco vezes maior que a participação do Brasil no mundo, ao longo do período analisado.

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



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

A intensidade de comércio do Brasil com as principais economias da América do Sul, inclusive com o Peru, é grande, mas é especialmente alta em relação à Argentina. O nível de comércio alcançado com esse país deve-se, principalmente, ao MERCOSUL. Já a intensidade de comércio com o Peru situa-se em um patamar próximo ao da Colômbia e da Venezuela. Nos três casos, os altos valores alcançados por esse indicador são explicados, em sua maior parte, pela proximidade geográfica com o Brasil.

Por outro lado, a intensidade de comércio do Brasil com todos os países mencionados caiu em 2008, na comparação com 2003. No caso peruano, a queda foi pequena, e pode ser considerada positiva. Isso porque o Brasil aumentou em 1,5 ponto percentual a sua participação nas importações do país entre 2003 e 2008. Já que não houve perda de participação no mercado peruano, a queda do IIC se deve ao aumento da participação das exportações brasileiras no mundo, o que pode estar relacionado à diversificação dos destinos.

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

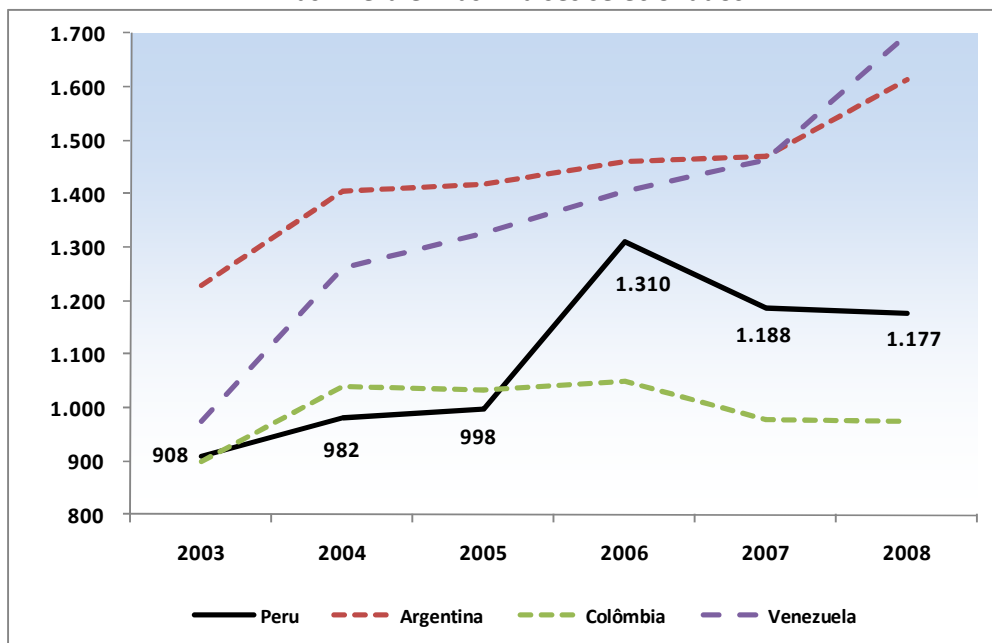
O Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) indica em que medida as exportações de um país para outro (ou para o mundo) estão concentradas em um número pequeno de produtos ou se distribuem em uma variedade maior de mercadorias³². Países com HHI menor do que 1.000 são considerados mercados com baixa concentração, ou seja, o valor de suas exportações não está concentrado em alguns setores. Países com HHI entre 1.000 e 1.800 são considerados de concentração moderada; e países com HHI superior a 1.800 são considerados concentrados.

Os países em desenvolvimento possuem, frequentemente, um índice de concentração de exportações bastante elevado. Ainda que suas pautas exportadoras possam apresentar alguma diversificação, o valor de suas exportações está concentrado em poucos produtos primários – em geral, *commodities* cujos preços tendem a oscilar, deixando a economia desses países muito exposta às mudanças do cenário externo. Quanto maior é o valor do índice de concentração das exportações de um país, maior também é sua dependência em relação aos diferentes contextos mundiais.

Nota-se, a partir do Gráfico 20, que o índice HHI evoluiu para uma maior concentração da pauta de exportações brasileiras direcionadas à economia peruana entre 2003 e 2008. No início do período, entre 2003 e 2005, o indicador de concentração se manteve abaixo de 1.000, apontando que as exportações brasileiras eram pouco concentradas. No período subsequente, a pauta de exportações brasileiras passou a ser moderadamente concentrada, com um pico de concentração em 2006. Ainda assim, as exportações brasileiras para o Peru mantiveram-se menos concentradas que as exportações para Argentina e Venezuela. Além disso, nesses dois países, a concentração cresceu de forma mais acentuada e contínua.

³² Este índice é calculado de acordo com os setores definidos na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), versão 1.0, detalhada em dois dígitos.

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



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

O substancial aumento das exportações do setor de “extração de petróleo e gás natural” foi o principal motivo desse movimento de concentração da pauta brasileira de exportações para o Peru. A participação desse setor no total das exportações do Brasil para o mercado era de 4,6% em 2003, e subiu para 15,7%, em 2008. Em 2006, a participação desse setor chegou a 23,9%, o que coincide com o pico de concentração observado no Gráfico 20. Outros setores que também contribuíram para o aumento da concentração da pauta entre 2003 e 2008, foram: “fabricação de caminhões e ônibus”, que registrou um aumento de 8,1 pontos percentuais; “fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio”, cuja participação cresceu 4,3 pontos percentuais; e os setores de “siderurgia” e “fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção”, com crescimento de 3,7 pontos percentuais de participação na pauta.

Vale destacar que as exportações brasileiras para o Peru estão se concentrando nos setores em que as importações totais peruanas também têm se concentrado mais, como “extração de petróleo e gás”, “fabricação de caminhões e ônibus” e “siderurgia”. Além disso, as exportações brasileiras e as importações peruanas também são complementares nesses setores. Isso parece indicar que o Brasil está aproveitando oportunidades em setores de crescente importância na pauta peruana de importações.

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 8 foram selecionados os setores, por classificação CNAE dois dígitos, cujo indicador ficou acima de 0,5 em 2008. Em seguida, buscaram-se os setores, por classificação CNAE três dígitos, que obedeceram a esse mesmo critério.

Tabela 8 - Comércio Intrasetorial Industrial – Brasil-Peru

CNAE	Descrição	2003	2004	2005	2006	2007	2008
14	Extração de minerais não-metálicos	0,98	0,96	0,29	0,60	0,69	0,94
141	Extração de Pedra, areia e argila	0,14	0,30	-	0,00	0,41	0,90
142	Extração de outros mineiras não-metálicos	0,99	0,97	0,30	0,64	0,70	0,94
17	Fabricação de produtos têxteis	0,41	0,31	0,42	0,57	0,63	0,91
173	Tecelagem - inclusive fiação e tecelagem	0,03	0,06	0,15	0,24	0,27	0,69
177	Fabricação de Tecidos e artigos de malha	0,00	0,04	0,11	0,12	0,09	0,85
15	Fabricação de produtos alimentícios e bebidas	0,76	0,74	0,61	0,73	0,79	0,71
151	Abate e preparação de produtos de carne e de pescado	0,93	0,75	0,73	0,99	0,74	0,46
27	Metalurgia básica	0,59	0,49	0,44	0,59	0,42	0,57
275	Fundição	-	-	-	-	0,65	0,66

Fonte: MDIC. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

O primeiro aspecto que deve ser notado é que o comércio intrasetorial não é significativo na corrente de comércio entre Brasil e Peru. Em 2008, os subsetores apresentados na Tabela 8 somaram trocas de US\$ 64,8 milhões, representando apenas 2% do comércio entre os dois países. Com isso, infere-se que as relações comerciais entre Brasil e Peru são impulsionadas por outros fatores, como a proximidade geográfica e a diferenciação da estrutura produtiva de cada país. De fato, a economia brasileira é muito mais diversificada que a peruana, contando com a presença de um número maior de setores produtivos.

Assim, a configuração do comércio intrasetor entre o Brasil e o Peru é coerente com a estrutura econômica peruana, concentrada em setores intensivos em recursos naturais ou intensivos em mão-de-obra. Dentre os setores apresentados na Tabela 8, vale destacar que o setor de “fabricação de alimentos e bebidas” é o mais importante da indústria manufatureira do Peru, sendo responsável por quase um terço da produção total. A indústria têxtil, por sua vez, concentra 15% da produção industrial do país, e tem sua tradição calcada na qualidade de suas matérias-primas, como algodão, lã de vicunha e lã de alpaca.

A comercialização de produtos do setor de “fabricação de produtos alimentícios e bebidas” somou US\$ 77,7 milhões, mas não apresentou um nível relevante de comércio intrassetorial em nenhum subsetor em 2008. Isso ocorre porque os produtos fornecidos pertencem a subsetores diferentes. Enquanto o Peru exporta principalmente conservas (como azeitonas e aspargos), o Brasil vende produtos como gorduras (especialmente óleo de soja), açúcar, rações para animais e laticínios.

Há uma coincidência nos altos valores das trocas comerciais de produtos do setor CNAE 3 dígitos “abate e preparação de carnes e pescado”, o qual, de fato, teve um alto índice de comércio intrassetorial em todos os anos analisados, exceto o último. Ao longo do período em foco, o Brasil forneceu carne bovina e de frango ao Peru, enquanto este país exportou carnes de pescados variados e farinhas de peixe. Porém, no último ano, enquanto as exportações brasileiras do subsetor cresceram 19,2%, as exportações do seu parceiro andino caíram 3,4%, o que distanciou os valores das trocas comerciais entre os dois países e descaracterizou o comércio intrassetorial.

No setor “fabricação de produtos têxteis”, o índice de comércio intrassetor foi próximo a 1 no último ano analisado, indicando que quase 100% do comércio entre Brasil e Peru foi intrassetorial. No subsetor de “tecelagem e fiação”, praticamente todo esse resultado relaciona-se ao comércio de tecidos de algodão, com algumas características diferentes entre os tecidos fornecidos por cada país. O Peru também exporta tecidos de lã para o Brasil, que, por seu turno, fornece-lhe alguns tecidos sintéticos. Já no subsetor de “fabricação de tecidos e artigos de malha”, o Brasil importa suéteres e pulôveres de materiais diversos (algodão, fibras sintéticas, lã), e exporta principalmente tecidos de malha de fibra sintética. O comércio intrassetorial desses dois subsetores movimentou US\$ 13,3 milhões em 2008, o que representou 27,6% do comércio do setor.

A princípio, os setores de “extração de minerais não-metálicos” e “metalurgia básica” chamam a atenção por estarem relacionados à atividade extrativa mineral, que é relevante tanto para a economia peruana como para a brasileira. No entanto, em ambos os casos, os subsetores nos quais se identificou a presença de comércio intrassetor são pouco expressivos para as pautas de exportação desses países, tendo representado 0,2% das exportações peruanas e 0,4% das exportações brasileiras. Como resultado, os subsetores de “extração de pedra, areia e argila”, “extração de outros minerais não-metálicos” e “fundição” também foram pouco significativos no comércio entre Brasil e Peru, alcançando apenas US\$ 5,2 milhões em 2008, ou 0,16% do comércio entre os dois países.

ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO EXPORTADORA (IEE)

Na relação comercial entre dois países, este indicador aponta se o país A é mais especialista na exportação de determinado produto que o país B. A idéia 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. Entretanto, esse indicador só faz

sentido se analisado junto ao índice de complementaridade entre os dois países. Isto porque a especialização exportadora aumenta o potencial de venda do país A para o país B, mas é necessário, sobretudo, que o país B necessite adquirir o produto exportado pelo país A.

Neste estudo, o índice de especialização exportadora (IEE) compara a participação das exportações de determinados setores brasileiros para o mundo com a participação das exportações peruanas 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 ao Peru.

A Tabela 9 mostra os 23 setores em que o Brasil é mais especialista que o Peru. Em todos eles existe também complementaridade entre a pauta de exportação brasileira e a de importação peruana. Juntos, esses setores representaram 46,2% das exportações brasileiras para o Peru em 2008, e 41,9% das importações totais peruanas no mesmo ano.

Tabela 9 – Índice de Especialização Exportadora – Peru

Setor/CNAE	Descrição	IEE 2008	ICC 2008	Participação do setor nas importações do Peru	Participação do Brasil nas importações peruanas do setor 2008	Principal Fornecedor	Participação do principal fornecedor nas importações peruanas do setor
153	Produção de óleos e gorduras vegetais e animais	2,9	72,4	2,6%	1,1%	Argentina	51,4%
155	Moagem, fabricação de produtos amiláceos e de rações balanceadas para animais	1,0	64,3	0,7%	2,8%	Uruguai	30,0%
243	Fabricação de resinas e elastômeros	7,3	57,5	3,9%	5,6%	Estados Unidos	44,2%
245	Fabricação de produtos farmacêuticos	9,2	65,8	1,7%	5,3%	Estados Unidos	12,1%
247	Fabricação de sabões, detergentes, produtos de limpeza e artigos de perfumaria	1,0	65,0	1,1%	12,7%	Colômbia	25,6%
251	Fabricação de artigos de borracha	5,6	59,3	1,2%	9,8%	China	14,8%
273	Fabricação de tubos - exceto em siderúrgicas	27,5	60,4	1,3%	0,5%	Índia	33,8%
284	Fabricação de artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais	7,0	51,7	0,6%	11,3%	China	24,7%
289	Fabricação de produtos diversos de metal	3,5	61,9	1,0%	4,6%	China	21,0%
291	Fabricação de motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	23,6	57,6	3,3%	5,0%	Estados Unidos	31,1%
292	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral	7,7	62,2	2,5%	7,1%	Estados Unidos	27,2%
294	Fabricação de máquinas-ferramenta	18,3	52,3	0,6%	7,9%	Alemanha	17,4%
295	Fabricação de máquinas e equipamentos de uso na extração mineral e construção	9,9	54,9	2,9%	18,7%	Estados Unidos	33,6%
298	Fabricação de eletrodomésticos	3,2	72,0	0,8%	5,3%	China	35,7%
302	Fabricação de máquinas e equipamentos de sistemas eletrônicos para processamento de dados	7,3	71,6	2,4%	0,6%	China	57,3%
312	Fabricação de equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	33,1	83,9	0,5%	8,2%	Estados Unidos	22,4%
322	Fabricação de aparelhos e equipamentos de telefonia e radiotelefonia e de transmissores de televisão e rádio	51,2	74,3	3,7%	15,4%	China	37,3%
331	Fabricação de aparelhos e instrumentos para usos médicos-hospitalares, odontológicos e de laboratórios e aparelhos ortopédicos	34,1	55,9	0,8%	6,9%	Estados Unidos	31,2%
332	Fabricação de aparelhos e instrumentos de medida, teste e controle - exceto equipamentos para controle de processos industriais	7,1	56,6	0,7%	3,6%	Estados Unidos	32,9%
341	Fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários	846,4	73,1	3,1%	6,2%	Japão	50,5%
342	Fabricação de caminhões e ônibus	296,6	75,4	4,9%	26,4%	Japão	18,3%
344	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	155,1	81,5	0,9%	10,2%	Estados Unidos	22,7%
359	Fabricação de outros equipamentos de transporte	35,6	85,5	0,6%	5,5%	China	66,9%

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

Há diversos setores em que o Brasil parece tirar proveito da sua vantagem competitiva e complementaridade no mercado peruano. O principal exemplo é o setor “fabricação de caminhões e ônibus”, já que é o mais importado pelo Peru dentre os setores apresentados na Tabela 9, e o único para o qual o Brasil é o principal fornecedor do país andino. Outro setor importante é “fabricação de máquinas e equipamentos para uso na extração mineral e construção”, que representou 6,7% das exportações brasileiras para o país. Nesse caso, a participação brasileira no mercado passou de 11,2% para 18,7% entre 2003 e 2008.

Embora o desempenho brasileiro no mercado peruano tenha sido positivo em anos recentes, alguns setores contrariaram essa tendência, mesmo com nítida vantagem exportadora brasileira. O Brasil dominava cerca de um terço (31,5%) das importações peruanas do setor “fabricação de tubos – exceto em siderúrgicas” em

2003 , percentual que despencou para apenas 0,5% em 2008. Nesse caso, houve irregularidade das exportações brasileiras, com valores altos e baixos se alternando – em 2009, a participação brasileira já havia saltado para 29,1%. Mas em outros setores o Brasil perdeu espaço no mercado peruano de modo constante. No setor “fabricação de eletrodomésticos”, as exportações brasileiras permaneceram praticamente estagnadas entre 2003 e 2008, variando em média -0,9%, enquanto as importações do Peru cresceram 19,0%. Como resultado, a perda de participação foi de 7,1 pontos percentuais no período, chegando a 4,7% em 2008.

ÍNDICE DE PREÇOS E ÍNDICE DE QUANTUM

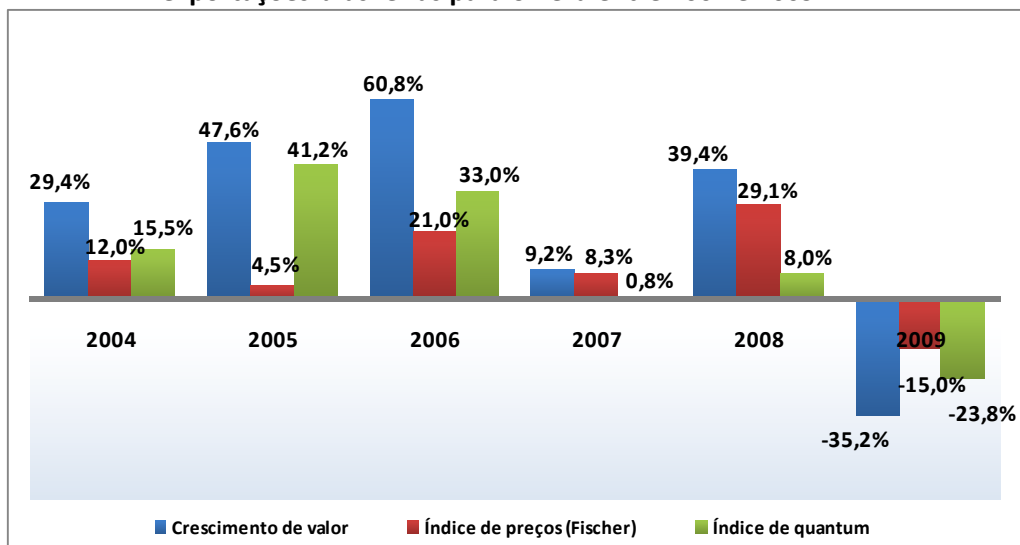
Neste estudo, os cálculos dos Índices de Preços (Fisher) e *Quantum*³³ (quantidade) medem, respectivamente, quanto o preço e a quantidade dos produtos exportados influenciam no aumento ou diminuição do valor das exportações brasileiras para o mercado peruano.

Analisando o Gráfico 21 é possível observar que, entre 2003 e 2006, o crescimento do *quantum* exportado foi o elemento que mais pesou na taxa de crescimento das exportações brasileiras para o Peru. Já em 2007 e 2008, a variação de preços foi mais relevante para o valor desse indicador. Isso pode ser resultado do crescimento expressivo, nesses dois anos, das exportações brasileiras de produtos do setor de máquinas e equipamentos, os quais possuem maior valor agregado. Por outro lado, em consequência da crise internacional, em 2009 houve uma queda significativa do valor exportado, de 35,2%, com quedas tanto nos preços como no *quantum* exportado.

³³ 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. Seu valor é calculado pela média geométrica dos índices de Laspeyres e de Paasche. 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. 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 *Quantum* 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. Nesta análise, a medida de quantidade utilizada é o peso (em quilogramas) dos produtos, disponível nos dados de exportação divulgados pelo MDIC/Aliceweb.

Gráfico 21 – Crescimento de valor, Índice de Preços e Índice de *Quantum* das exportações brasileiras para o Peru entre 2004 e 2009



Fonte: MDIC. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

PARTE 5

**OPORTUNIDADES COMERCIAIS
PARA O BRASIL NO PERU**

As oportunidades para os exportadores brasileiros no mercado peruano foram identificadas por meio de uma metodologia desenvolvida pela Apex-Brasil que pode ser encontrada no Anexo 1.

Em termos gerais, a metodologia faz o cruzamento das importações peruanas com as exportações brasileiras para o Peru, apontando as melhores chances para subgrupos de produtos³⁴ brasileiros.

O trabalho se inicia com o levantamento dos 5.278 produtos que o Peru importou de todo o mundo entre 2003 e 2008. Esses produtos foram separados da seguinte maneira³⁵:

- **Produtos com Exportações Incipientes** – são aqueles cuja participação brasileira nas importações peruanas é muito baixa (inferior a 1%), ou seja, o Brasil vende pouco para o Peru. Também são considerados como exportações incipientes aqueles produtos cuja exportação brasileira para o Peru não é contínua³⁶.

Os subgrupos de produtos com oportunidades para exportações incipientes têm em comum o fato de o Brasil ser especialista na exportação de seus produtos³⁷. Além disso, o mercado peruano tem bom nível de dinamismo³⁸, ou seja, cresce a um ritmo superior ao da média mundial. A conjunção desses dois fatores indica que há chances para as exportações brasileiras, mas elas precisam ser trabalhadas, numa estratégia de abertura do mercado peruano. Daí porque esses subgrupos de produtos são denominados “*a desenvolver*”.

- **Produtos com Exportações Expressivas** – são aqueles cuja participação brasileira nas importações peruanas é maior que 1%, ou seja, o Brasil tem um volume significativo de vendas para o Peru. Além disso, a exportação brasileira desses produtos para o Peru é contínua. Os subgrupos de produtos com exportações expressivas são classificados em quatro categorias:

³⁴ Os produtos analisados no estudo são reunidos em grupos e subgrupos de acordo com critérios definidos pela Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. Os grupos, que são amplos, dividem-se em subgrupos. Normalmente, a denominação dos grupos é abrangente e genérica enquanto a dos subgrupos é mais específica, permitindo que se identifiquem com maior clareza os produtos neles incluídos.

³⁵ Os critérios utilizados para classificar as exportações como incipientes e expressivas são apresentados na metodologia, no Anexo 1.

³⁶ Exportações contínuas são aquelas que, a partir da primeira venda efetuada, não são interrompidas em nenhum ano posterior. Em um período de quatro anos, se determinado produto foi vendido apenas nos dois primeiros anos, suas exportações são ditas descontínuas. Se, no entanto, as vendas do produto se iniciaram no terceiro ano e se repetiram no quarto, as exportações são consideradas contínuas.

³⁷ O Brasil é especialista na exportação de um produto quando, na pauta de exportações brasileiras, esse produto é mais importante que na pauta de exportações do mundo. A especialização de um país na exportação de determinado produto é medida através do cálculo da vantagem comparativa revelada (VCR). Explicações mais detalhadas sobre esse assunto são fornecidas na metodologia encontrada no anexo 1.

³⁸ Constata-se que alguns subgrupos de produtos peruanos são mais dinâmicos que outros, ou seja, suas importações crescem em um ritmo mais acelerado que as importações mundiais. Efetivamente, quanto mais dinâmico é um subgrupo de produtos, maior é o crescimento de suas importações e mais atraente ele se torna para os exportadores brasileiros. Foram então selecionados os subgrupos de produtos peruanos considerados muito dinâmicos, dinâmicos e de dinamismo intermediário. As faixas de dinamismo utilizadas no estudo estão descritas na metodologia, no anexo 1.

– **Consolidados**³⁹ – é o caso dos subgrupos de produtos brasileiros que já estão bem posicionados no mercado peruano (sua participação é igual ou superior a 30%) e gozam de 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**⁴⁰ – é o caso dos subgrupos de produtos brasileiros que já estiveram consolidados no mercado peruano 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 rapidez com que o Brasil perde participação para seus concorrentes;

– **Em declínio**⁴¹ – é o caso dos subgrupos de produtos brasileiros que nunca estiveram consolidados no Peru e que vêm perdendo participação naquele mercado. Aqui as oportunidades para os exportadores brasileiros são menos interessantes;

– **A consolidar**⁴² – é o caso dos subgrupos de produtos brasileiros que ainda não são consolidados no Peru, mas que estão crescendo naquele mercado em um ritmo próximo ou superior ao dos concorrentes. Aqui estão as melhores oportunidades para os exportadores brasileiros.

A partir da Tabela 10 é possível notar que, embora os produtos com exportações expressivas representem 94,1% do valor exportado pelo Brasil para o Peru, eles corresponderam a apenas 50,0% do valor total das importações daquele mercado em 2008. A presença brasileira ainda é pouco significativa no que diz respeito a 77,7% dos produtos importados pelo Peru, os quais representaram 50,0% do valor total de suas importações e correspondem, dessa forma, ao conjunto de exportações incipientes.

³⁹ O Brasil tem uma participação mínima de 30% nas importações peruanas e o crescimento médio das exportações brasileiras para o Peru é superior ao do concorrente, ou inferior em até 25% do crescimento das exportações do concorrente no período analisado.

⁴⁰ A participação brasileira nas importações peruanas é igual ou superior a 30%, mas o crescimento médio das exportações dos concorrentes supera em mais de 25% o do Brasil no período analisado.

⁴¹ A participação brasileira nas importações peruanas é inferior a 30% e o crescimento médio das exportações brasileiras é negativo, ou inferior a 15%, desde que o crescimento médio das exportações dos concorrentes seja superior a 25% do crescimento das exportações do Brasil.

⁴² A participação brasileira nas importações peruanas é inferior a 30%, mas o crescimento médio das exportações brasileiras é superior a 15% ao ano e, caso seja inferior a 15%, é superior a três quartos do valor do crescimento dos concorrentes no período analisado.

Tabela 10 - Classificação de produtos importados pelo Peru

Classificação de Produtos Importados	Nº de SH6	Nº de SH6 (%)	Importações totais do Peru – 2008 (US\$)	Importações totais do Peru – 2008 (%)	Importações Peruanas provenientes do Brasil – 2008 (US\$)	Importações Peruanas provenientes do Brasil – 2008 (%)
Expressivo	1.150	22,27	14.996.719.783	50,02	2.273.489.516	94,09
Incipiente	4.015	77,73	14.985.498.850	49,98	142.811.166	5,91
Total	5.165	100,00	29.982.218.633	100,00	2.416.300.682	100,00

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

Para apresentar as oportunidades de exportação para o mercado peruano, os subgrupos de produtos brasileiros foram organizados em cinco grandes complexos: AGRONEGÓCIO, ALIMENTOS E BEBIDAS; 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 E OUTROS. Em cada complexo são apresentados os subgrupos com exportações incipientes e expressivas.

AGRONEGÓCIO, ALIMENTOS E BEBIDAS

O setor agropecuário respondeu por 6,6% da formação do Produto Interno Bruto (PIB) peruano em 2008, segundo dados do Banco Mundial. Apesar da pequena contribuição em comparação com os setores de indústria e serviços, a agropecuária é um importante empregador no país. Segundo dados do Ministério de Agricultura peruano (MINAG), em 2006, quando o setor havia sido responsável por 8,3% do valor adicionado ao PIB, 31,6% da população estava empregada na atividade agropecuária.

O Peru é favorecido pela sua biodiversidade diversificada. O MINAG estipula que o país possua 84 dos 104 biomas presentes no planeta. No total, o país dispõe de 4,9 milhões de hectares para culturas intensivas e 2,7 milhões de hectares para culturas permanentes. Na Tabela 11 pode ser consultada a produção agropecuária peruana de 2009, em participação por cultivo.

Tabela 11 - Composição da produção agropecuária em 2009, segundo Valor Bruto da Produção

Agricultura	Participação %	Pecuária	Participação %
Alfafa	5,3	Aves	18,5
Arroz casca	5,6	Bovinos	7,5
Aspargos	1,9	Leite	4,4
Banana	2,8	Ovos	2,9
Batata	7,9	Suínos	2,7
Café	4,2		
Cana-de-açúcar	3,6		
Milho amiláceo	1,1		
Milho duro	2,7		
Uva	1,3		
Mandioca	2,2		
Total agricultura	59,3	Total pecuária	40,7

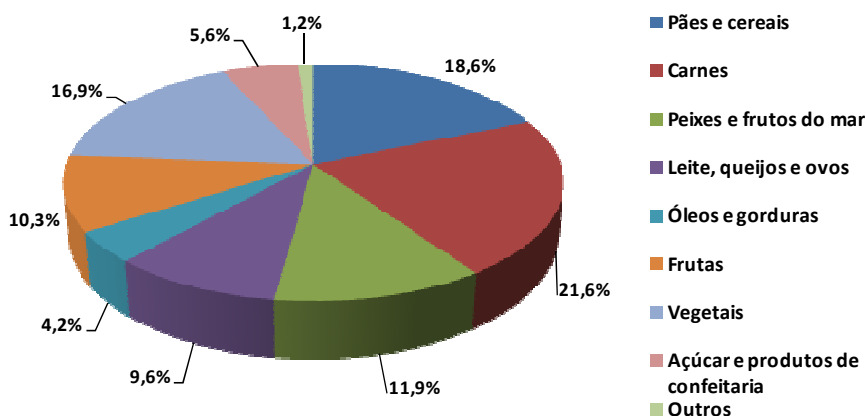
Fonte: Ministério da Agricultura do Peru. Elaboração: UICC, Apex-Brasil.

A pauta de exportações de produtos agrícolas, que era tradicionalmente concentrada em algodão, cana-de-açúcar e soja, passou a se diversificar nos últimos 15 anos e atualmente inclui quase 400 produtos. Atualmente, o Peru se destaca nas exportações mundiais de aspargos. Outros itens importantes na pauta do país são café, manga, uva, abacate, cebola, banana, azeitona, tangerina, páprica, pimentão, alcachofra, e, também, peixes e óleos de peixe.

O Euromonitor⁴³ estima que os gastos totais do consumidor peruano foram de US\$ 82,0 bilhões em 2009, dos quais US\$ 22,5 bilhões foram destinados ao consumo de alimentos. Entre 2004 e 2009, o dispêndio em alimentação cresceu, em média, 5,6% ao ano. A distribuição dos gastos do consumidor nos diferentes itens está apresentada no Gráfico 22:

⁴³ O Euromonitor Internacional é uma referência em inteligência de mercado, com informações detalhadas sobre indústrias, países e perfil de consumidores. Possui mais de 30 anos de experiência na produção de relatórios de mercado, na publicação de livros especializados em negócios, informações *on-line* e projetos de consultoria.

Gráfico 22 – Distribuição dos gastos em alimentação – 2009



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

No que diz respeito aos hábitos alimentares dos peruanos, os produtos mais comuns no café da manhã são, segundo o Euromonitor, leite, pão, margarina, aveia, frutas e ovos. Já para o preparo de almoço e jantar, os principais ingredientes são arroz, óleos (em geral, óleos vegetais), condimentos, macarrão, carne de frango, ovos, frutas, feijões e vegetais - especialmente batata, batata doce, cebola, tomate e mandioca. Esse padrão de consumo é comum aos diversos níveis de renda da população, fator que impacta de forma mais relevante a quantidade de alimento consumida que o tipo de alimento. Ainda assim, algumas diferenças podem ser identificadas de acordo com a região do país (litoral, região andina, região amazônica).

O governo tem promovido campanhas focadas na importância de uma alimentação saudável. De fato, é crescente a demanda por produtos identificados com essa tendência, como iogurtes, pães integrais, leites fortificados e desnatados, e óleos vegetais sem gordura *trans*. Por outro lado, o consumo de alimentos orgânicos ainda é pequeno, e sua venda ainda é restrita a estabelecimentos em bairros de alta renda na capital, Lima.

Ainda de acordo com o Euromonitor, a venda de alimentos no país é feita majoritariamente na informalidade, em pequenos estabelecimentos independentes conhecidos como *bodegas*, ou mercados locais e de rua, cujos atrativos são sua conveniência e proximidade dos consumidores. No caso de alimentos processados, esses distribuidores representaram 46,5% do valor comercializado em 2008. Já supermercados e hipermercados têm aumentado sua participação no comércio de alimentos, e contaram com 30,8% de participação no varejo de alimentos processados. Tais estabelecimentos normalmente estão localizados em shoppings estabelecidos em distritos populosos, disponibilizam uma maior variedade de itens e se beneficiam da sua capacidade de oferecer descontos mais atraentes aos consumidores. Supermercados e hipermercados se destacam especialmente na venda de alimentos resfriados e congelados, já que dispõem de equipamentos mais adequados à sua conservação. As maiores cadeias de supermercados são a E. Wong, adquirida pela rede Cencosud do Chile em 2007, Metro e Santa Isabel.

A empresa peruana Grupo Gloria S.A é líder no mercado de alimentos processados, com 11,7% das vendas de varejo em 2008, seguida do braço local da multinacional Nestlé, com 10,1% de participação, e de outras duas companhias nacionais, Alicorp SAA e Laive S.A, que respondem por 7,0% e 6,2% das vendas, respectivamente. As principais marcas das empresas Grupo Gloria S.A e Laive S.A são Gloria e Laive, respectivamente, embora ambas tenham outras marcas. Já as principais marcas da Nestlé no Peru são D’Onofrio e Ideal, e da Alicorp SAA são Paisana e Don Vittorio.

EXPORTAÇÕES INCIPIENTES

A Tabela 12 apresenta os subgrupos relacionados a agronegócios, alimentos e bebidas com melhores perspectivas de abertura de mercado para produtos brasileiros no Peru. O subgrupo mais representativo, em relação ao valor das importações peruanas, é “cereais em grãos e esmagados”, que representou 49,9% das importações “a desenvolver” do complexo em 2008.

Tabela 12 – Subgrupos de produtos de exportações incipientes “A DESENVOLVER”

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do Peru 2003 - 2008 (%)	Dinamismo	VCR do Brasil	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)
Aubos e fertilizantes	Aubos e fertilizantes	21	550.885.705	32,41	Intermediário	0,87	Rússia	31,44
Cereais em grão e	Cereais em grão e	40	1.224.684.818	26,25	Muito dinâmico	1,38	Argentina	49,85
Chocolates, balas e confeitos	Produtos de confeitaria, sem cacau	1	16.860.621	16,83	Muito dinâmico	3,27	Colômbia	55,55
Frutas	Maças frescas	1	20.941.504	11,24	Muito dinâmico	1,02	Chile	97,96
Soja (grãos, óleos e farelo)	Farelo de soja	1	314.717.769	20,69	Intermediário	20,17	Paraguai	51,87
	Óleo de soja em bruto	1	324.141.861	25,11	Muito dinâmico	19,41	Argentina	96,44

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Embora haja 40 SH6 no subgrupo, quatro representam quase a totalidade das importações peruanas (89,0%): 1001.90, “trigo (exceto trigo duro) e mistura de trigo com centeio”; 1005.90, “milho, exceto para semeadura”; 1001.10, “trigo duro”; e 1006.30, “arroz semibraneado ou branqueado, mesmo polido ou brunido (glaceado)”. Destes, o SH6 1005.90 (milho) se destaca por ser o único dos listados para o qual o Brasil apresenta relevante Vantagem Comparativa Revelada (VCR)⁴⁴ nas exportações mundiais do produto.

As importações peruanas de milho produto somaram US\$ 401,1 milhões em 2008, dos quais 77,9% foram fornecidos pela Argentina. Os Estados Unidos, cuja participação foi de 14,3% no último ano da série, é outro relevante concorrente. Suas exportações cresceram, em média, 79,0% entre 2003 e 2008, taxa muito superior ao crescimento do mercado como um todo (27,2%). Em 2009, as exportações estadunidenses do

⁴⁴ 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.

produto avançaram ainda mais, registrando crescimento de 103,9%, em oposição a uma queda de 21,8% das importações totais peruanas.

As exportações incipientes do subgrupo “produtos de confeitaria, sem cacau” correspondem a um único SH6, 1704.10, “gomos de mascar, mesmo revestidas de açúcar”. Os principais fornecedores do produto para o Peru foram Colômbia e Equador. A participação do primeiro país variou de 55,% para 67,1%, entre 2008 e 2009, enquanto a do segundo caiu de 38,4% para 27,8% no mesmo período. Há uma tarifa preferencial de 4,5% aplicada ao produto brasileiro, no âmbito do Acordo de Complementação Econômica nº 58 (ACE 58)⁴⁵. Ainda assim, tanto para Colômbia como Equador não se aplica qualquer tarifa, já que ambos são membros da Comunidade Andina de Nações (CAN), juntamente com o Peru.

O subgrupo “maçãs frescas” também consiste em apenas um SH6, 0808.10, de mesma descrição do subgrupo. Nesse caso, apesar do Brasil ser especialista nas exportações do produto, a possibilidade de entrada no mercado peruano parece menor. Isso porque o Chile - forte concorrente mundial em frutas de um modo geral, e maçãs em particular - dominava 98,0% das importações do Peru em 2008.

EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

- **Subgrupos A CONSOLIDAR**

Os subgrupos “a consolidar” do complexo agronegócios, alimentos e bebidas, apresentados na Tabela 13, somaram US\$ 166,7 milhões em compras internacionais do mercado peruano e US\$ 23,2 milhões de exportações brasileiras em 2008. Desses totais, parcelas de 65,1% e 58,4%, respectivamente, concentraram-se em dois SH6: 1701.99, “outros açúcares de cana, de beterraba e sacarose quimicamente pura, no estado sólido” (do subgrupo “açúcar refinado”); e 1507.90, “óleo de soja e respectivas frações, mesmo refinados, mas não quimicamente modificados” (do subgrupo “óleo de soja refinado”).

Tabela 13 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “A CONSOLIDAR”

⁴⁵ Celebrado entre países do MERCOSUL e Peru.

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Açúcar e álcool	Açúcar refinado	1	78.468.550	5.683.314	89,69	22,21	7,24	Colômbia	50,07	A consolidar
Aubos e fertilizantes	Aubos e fertilizantes	1	3.158.316	58.367	44,73	86,44	1,85	Espanha	38,16	A consolidar
Gorduras e óleos animais e vegetais	Gorduras e óleos animais e vegetais	6	21.521.753	2.632.208	5,07	18,12	12,23	Malásia	27,82	A consolidar
Leite e laticínios	Leite e derivados	5	10.893.143	2.926.561	13,91	54,78	26,87	Chile	59,43	A consolidar
Massas alimentícias e preparações alimentícias	Massas alimentícias e preparações alimentícias	5	8.768.548	2.132.394	11,20	14,92	24,32	EUA	33,86	A consolidar
Sementes oleaginosas (exceto soja), plantas ind. e med., gomas e sucos e extratos vegetais; mat.	Sementes oleaginosas (exceto soja), plantas ind. e med., gomas e sucos e extratos vegetais; mat.	6	13.788.182	1.877.944	35,73	31,23	13,62	Bolívia	54,83	A consolidar
Soja (grãos, óleos e farelo)	Óleo de soja refinado	1	30.063.985	7.854.667	9,34	8,44	26,13	Bolívia	73,73	A consolidar

Font

e: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

O subgrupo “leite e derivados” foi um dos mais dinâmicos para as exportações brasileiras. Nesse caso, o SH6 0402.99 (“outros leites, cremes de leite, concentrados, adoçados”), que constituiu 66% das importações peruanas do subgrupo, representou um destaque positivo para as exportações brasileiras, que cresceram a uma taxa média de 113,3% entre 2003 e 2008. Com isso, a participação brasileira passou de 1,1% para 14,5% ao longo desse período. O restante do mercado foi dominado pelo Chile, cuja participação foi de 84,5% em 2008. Quando examinadas de forma mais detalhada, tanto as importações peruanas como as exportações brasileiras do SH6 correspondem quase totalmente ao código 0402.99.10 (leite condensado) da classificação nacional de mercadorias, a NANDINA⁴⁶, cuja tarifa de importação cobrada tanto do Brasil como do Chile é nula.

No caso do subgrupo “massas e preparações alimentícias”, o produto mais relevante em termos de valor importado pelo país (US\$ 3,4 milhões) é o SH6 1905.90 (“outros produtos de padaria, pastelaria ou da indústria de biscoitos, mesmo com adição de cacau”). Nesse caso, o Brasil saiu da posição de principal fornecedor em 2003, com 35,4% de participação, para sexto em 2008, com apenas 5% do mercado. O Brasil perdeu espaço para Estados Unidos, Colômbia e, principalmente, Equador. Esse último país não exportava o SH6 para o Peru até 2005, mas em 2009 se tornou seu maior fornecedor. Apesar do quadro negativo, há uma recuperação gradual das vendas brasileiras em anos recentes. Em 2009, elas cresceram 92,3%, contra 38,1% de crescimento total do mercado. A tarifa é nula para qualquer país. Por outro lado, o produto mais exportado pelo Brasil em 2008, com US\$ 1,4 milhão, foi o SH6 2008.11 (“amendoins preparados ou conservados”).

O Brasil também exporta um valor significativo de amendoins em outro código SH6: 1202.20 (“amendoins descascados, mesmo não triturados, não torrados nem de outro modo cozidos”), do subgrupo

⁴⁶ Nomenclatura Comum dos Países Membros da Comunidade Andina

“sementes oleaginosas”. Essa diferenciação decorre do menor nível de processamento do SH6 1202.20. As vendas brasileiras desse produto (US\$ 1,1 milhão) são similares às alcançadas com o SH6 2008.11, mas o mercado é maior, com importações de US\$ 9,2 milhões, contra US\$ 1,9 milhão do produto de “massas e preparações alimentícias”. Existe uma diferença tarifária entre a Bolívia, que detinha 81,8% das importações do SH6 em 2008, e o Brasil: para o Brasil é aplicada uma tarifa de 4,05%, enquanto a Bolívia é isenta dessa cobrança.

- **Subgrupos CONSOLIDADOS, EM DECLÍNIO e EM RISCO**

A Tabela 14 apresenta os subgrupos do complexo agronegócios, alimentos e bebidas que foram considerados “consolidados”, “em declínio”, ou “em risco”. Os subgrupos “em declínio” são justamente os que somaram o maior valor de importações peruanas em 2008, US\$ 100,5 milhões. Destes, o subgrupo mais significativo, tanto em termos de valor importado pelo mercado, como valor exportado pelo Brasil, é “farinha para animais”.

Por outro lado, as importações peruanas dos subgrupos “consolidados” somaram apenas US\$ 32,4 milhões em 2008, com um valor de US\$ 15,4 milhões oriundo do Brasil. Quase metade das exportações brasileiras estava concentrada no SH6 0206.29 (“outras miudezas comestíveis de bovino, congeladas”), do subgrupo “demais carnes bovinas”, as quais somaram US\$ 7,3 milhões. Há dois subgrupos em que o Brasil figura como praticamente o único fornecedor e que consistem em apenas um SH6, com valores pequenos de importação: “chá, mate e especiarias”, com o SH6 0907.00, “cravo-da-índia (frutos, flores e pedúnculos)”; e “carne de boi industrializada”, com o SH6 1603.00, “extratos e sucos de carnes, de peixes ou de crustáceos ou de outros invertebrados aquáticos”.

Tabela 14 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “CONSOLIDADOS”, “EM DECLÍNIO” e “EM RISCO”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Crescimento médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Crescimento médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Cacau e prod. de confeitaria (com e sem cacau)	Manteiga de cacau	1	1.641.387	784.822	100,51	114,93	47,81	Equador	46,38	Consolidado
Carne bovina	Carne de boi "in natura"	1	6.233.802	2.766.997	-1,98	56,79	44,39	Argentina	16,76	Consolidado
	Demais carnes bovinas	2	14.026.304	7.493.551	16,46	12,46	53,42	Argentina	27,67	Consolidado
Carne de aves	Carne de frango "in natura"	2	6.918.890	2.248.262	30,33	29,95	32,49	Chile	43,97	Consolidado
Cerveja	Cerveja	1	2.823.831	1.341.838	3,69	139,92	47,52	Equador	12,94	Consolidado
Chá, mate e especiarias	Chá, mate e especiarias	1	444.937	443.544	-64,22	21,73	99,69	EUA	,31	Consolidado
Preparações de carnes, peixes e crustáceos	Carne de boi industrializada	1	323.480	317.466	13,86	25,24	98,14	Noruega	,89	Consolidado
Sucos	Demais sucos	1	47.542	34.311	27,79	208,72	72,17	Colômbia	16,08	Consolidado
Animais vivos	Animais vivos	1	6.355.035	1.283.338	25,86	-15,57	20,19	EUA	68,94	Em declínio
Cacau e prod. De confeitaria (com e sem cacau)	Cacau em pó	1	2.890.611	62.746	10,42	-7,99	2,17	Países Baixos	44,08	Em declínio
Cereais em grão e esmagados	Cereais em grão e esmagados	2	9.453.487	2.130.262	50,32	12,17	22,53	Colômbia	34,50	Em declínio
Chocolates, balas e confeitos	Chocolate e suas preparações	4	9.284.515	689.337	6,26	,18	7,42	EUA	29,24	Em declínio
	Produtos de confeitaria, sem cacau	1	14.692.306	685.369	10,01	4,37	4,66	Colômbia	64,79	Em declínio
Farinhas para animais	Farinhas para animais	2	44.619.879	5.185.417	27,62	12,25	11,62	EUA	36,94	Em declínio
Outros produtos de origem animal	Outros produtos de origem animal	1	13.182.533	3.437.725	29,25	1,33	26,08	Paraguai	38,06	Em declínio
Carne de aves	Carne de peru "in natura"	1	4.624.669	2.684.979	41,13	7,75	58,06	Chile	41,94	Em risco
Sucos	Suco de laranja congelado	1	468.733	395.942	14,93	11,18	84,47	México	7,93	Em risco

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

O subgrupo “farinha para animais” inclui dois SH6: 2309.90, “outras preparações para alimentação de animais”, que correspondeu a três quartos do valor importado pelo Peru em 2008; e 2309.10, “alimentos para cães e gatos, acondicionados para venda a retalho”. Ambos têm tarifa nula de importação no Peru.

No que diz respeito ao primeiro SH6 mencionado, o produto mais relevante, segundo detalhamento da nomenclatura NALADI, corresponde ao código 2309.90.20.00, “misturas concentradas de antibióticos, vitaminas ou outros produtos para a fabricação de alimentos para animais”⁴⁷, que representou 70,4% das importações peruanas e 96,9% das exportações brasileiras em 2008. O desempenho brasileiro para esse produto foi muito positivo, com crescimento médio anual de 114,3% entre 2003 e 2008, o que resultou em um ganho de mercado de 18,9 pontos percentuais no período.

⁴⁷ No original em espanhol: “mezclas concentradas de antibióticos, vitaminas u otros productos para la fabricación de alimentos para animales”.

O declínio das exportações brasileiras para o subgrupo foi ocasionado pelas vendas do SH6 2309.10, que caíram em média 38,5% de 2003 a 2008, enquanto o mercado cresceu a uma taxa de 14,5%. O Brasil saiu da posição de principal fornecedor do produto, com 48,5% de participação em 2003, para quinto, com apenas 1,6%. Além disso, o produto representava, em 2003, 95% das exportações brasileiras do subgrupo, enquanto que, em 2008, sua participação foi de apenas 5%. Em conjunto, Colômbia, Argentina e Estados Unidos dominavam 94,2% desse mercado no último ano analisado.

CASA E CONSTRUÇÃO

O setor de construção é um dos mais dinâmicos da economia peruana, tendo apresentado um crescimento de 6,1% no ano de 2009 em relação a 2008⁴⁸. Para 2010, o Instituto Espanhol de Comércio Exterior (ICEX, em espanhol)⁴⁹ estima um crescimento de 10% a 12%. Essa alta taxa será motivada pelos seguintes fatores: alto nível de investimento público, recuperação dos investimentos privados e uma maior dinâmica da atividade imobiliária, mediante a construção de centros comerciais e novas moradias.

Ainda segundo o ICEX, existe um déficit nacional de moradias de aproximadamente dois milhões de unidades. Para conseguir cobrir esse déficit habitacional seria necessário construir entre 120.000 e 150.000 moradias por ano.

O setor também está sendo impulsionado pelos investimentos em grandes projetos de infraestrutura e transporte, saneamento, telecomunicações, energia, entre outros⁵⁰. Além disso, as obras de centros comerciais, escritórios corporativos e moradias se multiplicaram no país. A expansão da construção de moradias contou com o apoio dos programas “*Mi Vivienda*”, “*Techo Próprio*” e “*Mi Barrio*”, realizados pelo Ministério de Habitação, Construção e Saneamento do Peru, que consistem basicamente no apoio, subsídio e fundos hipotecários para compra de imóveis.

A indústria de cimento tem um peso importante no setor de construção no Peru, além de ser um bom termômetro para se avaliar a evolução do setor no país. O Gráfico 23 mostra o valor total, em dólares, de cimento vendido no país anualmente entre 2000 a 2008. Sua análise permite observar como a demanda interna vem se intensificando, principalmente depois de 2004.

⁴⁸ CEPAL, Estudio económico de América Latina y el Caribe , 2009-2010

⁴⁹ Instituto Español de Comercio Exterior

⁵⁰ O investimento no setor de transportes já foi apresentado no capítulo sobre Logística.

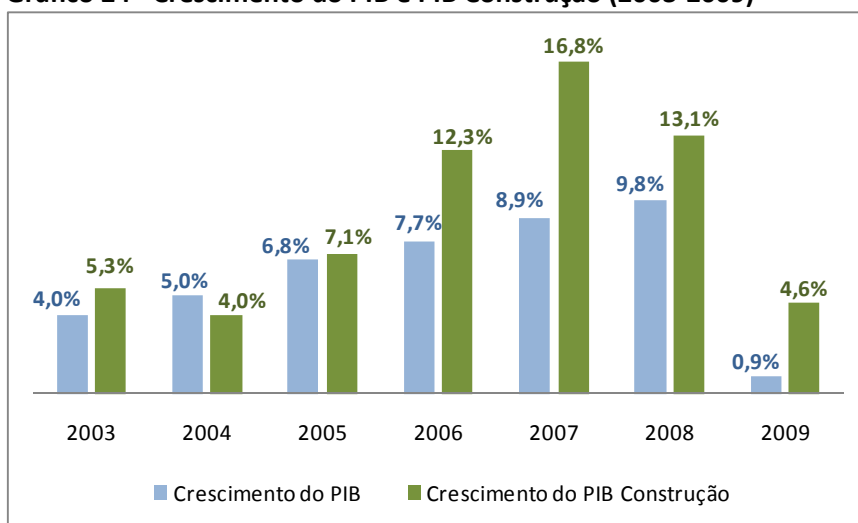
Gráfico 23 – Venda interna de cimento entre 2000 e 2008, em US\$ milhões



Fonte: *Camara Peruana de la Construcción (CAPECO)*. Elaboração: UICC, Apex-Brasil

O Gráfico 24 apresenta uma relação entre o crescimento do PIB total e do PIB da construção civil no período de 2003 a 2009. Nota-se que a partir de 2005, a diferença entre o crescimento do PIB da construção civil para o PIB total aumenta significativamente, sinalizando o dinamismo do setor.

Gráfico 24 - Crescimento do PIB e PIB Construção (2003-2009)



Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC, Apex-Brasil

No mercado de louças, cerâmicas e porcelanas, as empresas “Grupo Celima” e “Cerámica San Lorenzo” são as principais competidoras. O “Grupo Celima” é formado pela corporação “Trébol” e pelo “Grupo Roca” (empresa espanhola). A “Cerámica San Lorenzo” é formada pela belga “Eles”, pela chilena “Pizarreño” e outros sócios. Essas empresas utilizam o gás natural em seu processo produtivo, buscando redução de custos.

Os principais demandantes de materiais de construção são: as famílias, o Estado, o setor de mineração e o comércio. Uma característica do setor é que, devido ao risco sísmico no país, existem normas que proíbem a construção de edifícios muito altos. Também por questões de segurança, emprega-se uma grande quantidade de ferro nas construções. Conseqüentemente, o mercado siderúrgico passa a assumir relevância, sendo abastecido por empresas locais, como a “Siderperú” e “Corporación Aceros Arequipa”.

Existem oportunidades tanto para materiais de alta qualidade e valor elevado, destinados aos projetos de construção para a população mais abastada, quanto para itens de qualidade inferior e preços mais baixos que, por sua vez, são mais acessíveis ao segmento de baixa renda.

EXPORTAÇÕES INCIPIENTES

Os subgrupos do complexo de casa e construção em que há maiores perspectivas de abertura de mercado para produtos brasileiros, tendo-se em conta o dinamismo do mercado e a especialização exportadora brasileira, estão listados na Tabela 15. Em conjunto, os seis subgrupos somaram US\$ 637,9 milhões em importações peruanas, sendo que 65,6% desse valor referem-se apenas ao subgrupo “tubos de ferro fundido, ferro ou aço”.

Por sua vez, dentro do subgrupo as importações estão concentradas no SH6 7305.11, “outros tubos (por exemplo, soldados ou rebitados), de seção circular, de diâmetro exterior superior a 406,4mm, de ferro ou aço, dos tipos utilizados em oleodutos ou gasodutos, soldados longitudinalmente por arco imerso”, com US\$ 230,0 milhões. Apesar de estar incluído na categoria de exportações incipientes, o Brasil foi praticamente o único fornecedor desse produto em 2003 e 2005. Porém, em 2008 não houve valor exportado, e Índia e Itália responderam pela maior parte das importações peruanas.

Tabela 15 – Subgrupos de produtos de exportações incipientes “A DESENVOLVER”

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do Peru 2003 - 2008 (%)	Dinamismo	VCR do Brasil	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)
Madeiras, cortiças e obras de trançaria	Demais madeiras e manufaturas de	24	18.186.291	17,19	Muito dinâmico	1,69	Chile	59,39
	Madeira serrada	6	16.648.310	35,72	Muito dinâmico	2,11	Chile	90,76
	Painéis de fibras ou de partículas de madeira	21	56.141.889	23,64	Muito dinâmico	0,70	Chile	42,25
Obras de pedra e semelhantes	Obras de pedras e semelhantes	40	24.421.077	17,26	Muito dinâmico	0,86	Chile	30,35
Produtos metalúrgicos	Tubos de ferro fundido, ferro ou aço	36	418.671.115	44,16	Intermediário	0,89	Índia	30,24
Produtos minerais	Demais produtos minerais	60	103.821.166	48,23	Muito dinâmico	1,96	Marrocos	40,62

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Outro subgrupo relevante em termos de valor importado e que também figura como um daqueles em que o Brasil apresenta maior vantagem comparativa é “demais produtos minerais”. O SH6 2510.10 (“fosfatos de

cálcio naturais, fosfatos aluminocálcicos naturais, cré-fosfatado, não moídos”) respondeu por 40,6% das importações peruanas do subgrupo, mas praticamente não é exportado pelo Brasil. Além disso, o Marrocos foi o único fornecedor do produto. Outros 24,3% das importações se concentraram no SH6 2523.29 (“outros tipos de cimento ‘portland’”), cujo valor exportado pelo Brasil para o mundo alcançou US\$ 38,1 milhões em 2008. A República Dominicana foi o principal concorrente do Brasil no Peru para esse produto, respondendo por 52,2% das importações totais. Não é cobrada tarifa de importação desse SH6 para nenhum dos dois países.

EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

• Subgrupos A CONSOLIDAR

Os subgrupos “a consolidar”, apresentados na Tabela 16, somaram US\$ 697,2 milhões de importações peruanas em 2008. Desse total, um valor de US\$ 93,7 milhões proveio de empresas brasileiras. O subgrupo “ferramentas e talheres” se destaca como aquele de maior valor importado pelo Peru (US\$ 136,9 milhões) e exportado pelo Brasil (US\$ 19,7 milhões) em 2008. Por outro lado, o subgrupo “móveis” se caracteriza pelo bom desempenho das exportações brasileiras, tanto em termos de valor (US\$ 17,4 milhões, em 2008), como crescimento no período analisado (39,1%, entre 2003 e 2008).

Tabela 16 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “A CONSOLIDAR”

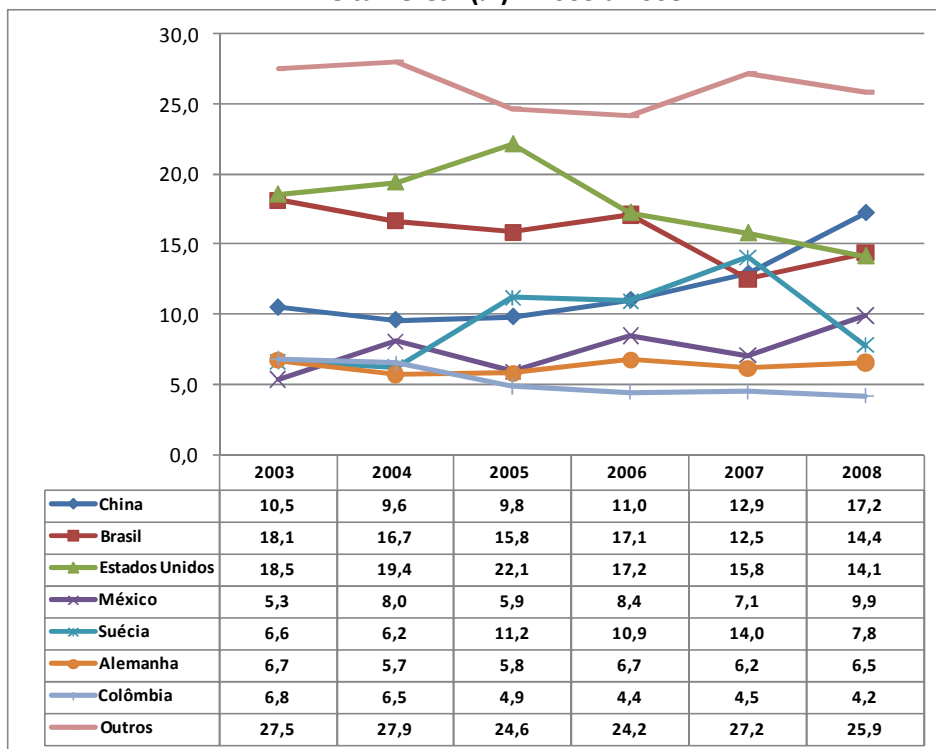
Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Ferramentas, talheres e outras obras de metais	Ferramentas e talheres	45	136.890.728	19.688.275	29,22	22,31	14,38	China	17,20	A consolidar
	Obras de metais	19	61.047.622	4.636.687	28,84	26,42	7,60	China	17,16	A consolidar
Madeiras, cortiças e obras de trançaria	Demais madeiras e manufaturas de madeiras	4	803.802	65.665	36,08	76,29	8,17	China	50,26	A consolidar
	Madeira compensada ou contraplacada	1	4.461.972	326.486	184,18	1632,66	7,32	Chile	81,56	A consolidar
Máquinas e motores	Torneiras e válvulas	3	37.711.788	1.733.808	44,10	42,45	4,60	EUA	37,09	A consolidar
Móveis	Móveis e mobiliário médico-cirúrgico	20	76.089.588	17.450.225	31,27	39,08	22,93	China	24,47	A consolidar
Obras diversas	Obras diversas	17	37.701.880	8.343.708	17,79	14,93	22,13	China	32,26	A consolidar
Produtos cerâmicos	Produtos cerâmicos	8	64.987.259	8.488.072	34,12	24,32	13,06	China	36,77	A consolidar
Produtos de limpeza	Produtos de limpeza	7	39.229.908	1.820.913	18,38	25,07	4,64	EUA	29,65	A consolidar
Tintas	Extratos tanantes e tintoriais	25	122.751.191	18.851.049	16,08	21,95	15,36	EUA	15,69	A consolidar
Vidro e suas obras	Vidro e suas obras	23	115.542.162	12.298.091	23,29	21,87	10,64	China	38,27	A consolidar

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

As importações do subgrupo “ferramentas e talheres” são bastante diversificadas no que se refere à distribuição de valores importados por SH6, às aplicações desses produtos, e aos seus fornecedores. Conforme se observa no Gráfico 25, os Estados Unidos foram o principal fornecedor do subgrupo até 2007. O país foi

suplantado pela China, que atingiu 17,2% de participação em 2008, e também pelo Brasil, com 14,4%, no mesmo ano. Apesar disso, a participação brasileira diminuiu em relação a 2003, enquanto a da China aumentou em quase sete pontos percentuais.

Gráfico 25 – Participação dos Principais Fornecedores do Subgrupo “ferramentas e talheres” (%) – 2003 a 2008



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

O SH6 8207.19, “outras ferramentas intercambiáveis de perfuração ou de sondagem, incluídas as partes, de metais comuns”, foi o mais importado pelo Peru em 2008, com US\$ 39,6 milhões (28,9% do total do subgrupo). Nesse caso específico, os maiores fornecedores foram Estados Unidos, Suécia e Brasil, que exportou US\$ 4,5 milhões do produto. O Peru não cobra tarifa de importação de nenhum país para esse SH6.

Outro SH6 do subgrupo relevante para o Brasil foi 8201.10, “pás, de metais comuns”, com US\$ 2,3 milhões de exportações em 2008, o que corresponde a mais de 50% do valor importado pelo Peru do produto. Já o SH6 8212.10, “navalhas e aparelhos, de barbear, de metais comuns”, foi o segundo mais importado pelo Peru no mesmo ano, sendo responsável por 14,0% do valor do subgrupo (US\$ 19,2 milhões). O principal fornecedor desse produto foi o México, que paga tarifa de 3,6%, enquanto a tarifa de importação cobrada do Brasil é 2,25%.

As exportações brasileiras do subgrupo “móveis” estão mais concentradas. As vendas dos dois principais SH6, 9403.50, “móveis de madeira, para dormir”, e 9403.60, “outros móveis de madeira”, somaram US\$ 11,4 milhões em 2008, valor que representa quase 60% das importações peruanas desses produtos. Por outro lado, o SH6 9403.20, “outros móveis de metal”, foi o mais importado pelo Peru, com 23,2% de participação no valor total

do subgrupo (US\$ 17,6 milhões). Nesse caso, o principal fornecedor foi a Argentina, com 37% do mercado, enquanto o Brasil respondeu por cerca de 9% das compras peruanas. Mas o principal concorrente do Brasil para o subgrupo como um todo foi a China, com 24,5% de participação, logo à frente do Brasil. Para os três produtos mencionados, incide uma tarifa de 4,5% sobre produtos brasileiros e de 4,05% sobre os de procedência argentina, enquanto os produtos chineses estão sujeitos à tarifa de Nação Mais Favorecida (9,0%).

A diferença entre o crescimento do mercado e o crescimento das exportações brasileiras no subgrupo “produtos cerâmicos” foi desfavorável para o Brasil em dez pontos percentuais. Isso pode ser atribuído à expansão chinesa, cujas exportações cresceram, em média, 104,9% ao ano entre 2003 e 2008, contribuindo para que a participação do país passasse de 4,2% para 36,8% no período. A Espanha, que era o principal fornecedor do subgrupo em 2003, com 45,1% do mercado, perdeu 28 pontos percentuais de participação, e foi o segundo fornecedor em 2008. Em comparação, as exportações brasileiras mantiveram, em 2008, praticamente a mesma fatia das importações peruanas que detinham em 2003.

Em 2008, os SH6 mais importados pelo Peru foram: 6908.90 (“outros ladrilhos e artigos semelhantes, de cerâmica, vidrados ou esmaltados”), com US\$ 31,7 milhões; e 6907.90 (“outros ladrilhos e artigos semelhantes, de cerâmica, não vidrados nem esmaltados”), com US\$ 17,4 milhões. Quanto às exportações brasileiras, 54,5% de seu valor (US\$ 5,6 milhões) se concentrou no SH6 6908.90, cujo conjunto de fornecedores coincide com aquele encontrado para o subgrupo como um todo. O preço médio do produto brasileiro foi 5,79 US\$/m², enquanto o preço médio cobrado pela China foi 4,60 US\$/m². Já a Espanha, segundo maior fornecedor, vendeu esse SH6 a um preço médio de 10,17 US\$/m².

- **Subgrupos CONSOLIDADOS, EM DECLÍNIO e EM RISCO**

A Tabela 17 lista os subgrupos em que as exportações brasileiras são expressivas e que se encontram “consolidados”, “em risco” ou “em declínio”. Interessante notar que há três subgrupos que também se encontravam presentes entre os subgrupos de exportações brasileiras incipientes com oportunidades de abertura de mercado (“a desenvolver”). São eles: “obras de pedra e semelhantes” (consolidado); “painéis de fibras ou de partículas de madeira” e “tubos de ferro fundido, ferro ou aço” (em declínio). Isso ocorre porque as exportações brasileiras de produtos incipientes, apresentadas na Tabela 15, ou ainda são pouco significativas ou são intermitentes ao longo dos anos, ao contrário dos SH6 de exportações expressivas, que compõem os subgrupos analisados a seguir.

Tabela 17 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “CONSOLIDADOS”, “EM DECLÍNIO” e “EM RISCO”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Obras de pedra e semelhantes	Obras de pedras e semelhantes	21	23.304.399	7.513.462	31,74	62,46	32,24	China	10,39	Consolidado
Produtos minerais	Demais produtos minerais	10	8.170.948	2.623.496	34,52	30,89	32,11	Espanha	25,80	Consolidado
Madeiras, cortiças e obras de trançaria	Painéis de fibras ou de partículas de madeira	2	22.683.260	2.289.284	138,59	8,30	10,09	Chile	69,17	Em declínio
Produtos metalúrgicos	Tubos de ferro fundido, ferro ou aço	10	110.016.264	7.914.128	52,14	13,80	7,19	China	42,60	Em declínio
Madeiras, cortiças e obras de trançaria	Cortiça e suas obras	1	3.287	1.979	141,27	-57,37	60,21	EUA	31,97	Em risco
	Obras de marcenaria ou de carpintaria	1	1.597.318	1.308.026	200797,22	675,83	81,89	China	8,89	Em risco
Têxteis	Sisal em fibras, cordas e cabos	2	302.043	212.856	30,87	14,65	70,47	China	19,63	Em risco

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

A análise do período entre 2003 e 2008 revela que as exportações brasileiras de “obras de pedra e semelhantes” encontram-se consolidadas. O Brasil foi o maior fornecedor do subgrupo no último ano, seguido pela China, com uma diferença de aproximadamente 12 pontos percentuais entre a participação de ambos os países. No entanto, em 2009, essa relação se alterou de modo desfavorável para o Brasil. Embora siga como principal fornecedor, sua participação caiu para 20,4%, e a dianteira perante os produtos chineses no mercado peruano reduziu-se a 2,5 pontos percentuais.

As exportações brasileiras desse subgrupo caíram 51,7% em 2009, queda maior que aquela das importações do mercado peruano como um todo (-23,9%). Isso ocorreu principalmente porque o produto mais significativo para as exportações brasileiras em 2008, o SH6 6815.91 (“outras obras contendo magnesita, dolomita ou cromita”), e do qual o Brasil era praticamente o único fornecedor, teve suas importações reduzidas de US\$ 3,6 milhões para cerca de US\$ 100 mil em 2009.

Outro produto relevante para o Brasil foi o SH6 6802.23, “granito, talhado ou serrado, de superfície plana ou lisa”, com US\$ 1,0 milhão de exportações, o que representou 37,6% do total importado pelo Peru em 2008. Para esse caso particular, a participação chinesa (36,1%) também é bem próxima à brasileira. Nos últimos três anos (2007 a 2009), o preço médio dos produtos adquiridos do Brasil aumentou gradualmente, de 29,4 US\$/m² para 43,2 US\$/m². Já o preço médio do produto chinês, que em 2007 era superior ao do Brasil (33,4 US\$/m²), caiu ligeiramente e chegou a 30,7 US\$/m² em 2009.

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística e Informática do Peru (INEI), a taxa de investimentos da economia peruana, medida pela participação da Formação Bruta de Capital Fixo (FBKF) no PIB, atingiu um valor recorde de 27,2% em 2008, mas retornou a um valor mais próximo do patamar da década de 2000 no ano seguinte (22,5%). A maior parte da FBKF em 2009 (65,1%) foi composta por gastos em construção, e o restante (34,9%), gastos em máquinas e equipamentos. No que se refere especificamente às máquinas e equipamentos importados, estes responderam por 26,5% da FBKF total desse ano, ou 75,9% dos gastos da FBKF no setor. O país incentiva o investimento em bens de capital, por isso não estabelece barreiras comerciais à importação desses produtos.

A mineração é uma das atividades que mais demanda máquinas e equipamentos no Peru. O país é o maior produtor mundial de prata e telúrio, o segundo produtor de zinco, e o terceiro de cobre. Além disso, é o maior produtor latino-americano de ouro, chumbo e estanho. Os projetos de investimentos relacionados ao setor são estimados em US\$ 30 bilhões pelo *U.S. Commercial Service*⁵¹, mas avançaram pouco em 2009, dada a crise econômica internacional e a redução de preços das *commodities* minerais. Já ao final desse ano, no entanto, as perspectivas do setor se mostravam positivas, e diversos investidores decidiram adiantar para 2011 projetos cujo início estava originalmente previsto para 2012 ou 2013.

Grande parte dos investimentos a serem realizados nos próximos cinco anos está destinada a projetos privados, alguns com início de operações ou produção entre 2011 e 2015. Destacam-se os seguintes empreendimentos: Galeno (exploração de cobre, ouro e molibdênio), conduzido pelas empresas chinesas Lumina Copper SAC, Minmetals e Jiangxi Copper; Toromocho (cobre), da chinesa Chinalco-Aluminum Corp. of China e sua subsidiária Minera Chinalco Perú S.A; Quellaveco (cobre e molibdênio), pela Anglo American; Río Blanco (cobre), da chinesa Zijin Mining Group e sua subsidiária Río Blanco Copper S.A.; Marcona (ferro), conduzida pela empresa Shougang Hierro Perú, subsidiária da chinesa Shougang; La Granja (cobre), da Río Tinto Minera Perú Limitada SAC, subsidiária da anglo-australiana Rio Tinto; Tía Maria (cobre), da estadunidense Southern Copper; Antapaccay (cobre), conduzido pela anglo-suíça Xstrata Copper; e Michiquillay (cobre), pela Anglo American. Além desses, a *ProInversión* anunciou concessões que totalizam investimentos de US\$ 15 bilhões para o período entre 2009 e 2011.

A exploração e produção de hidrocarbonos tem se desenvolvido rapidamente, e também representa um grande potencial para demanda por máquinas e equipamentos importados. A produção de petróleo alcançou

⁵¹ O *U.S. Commercial Service* é organismo do Departamento de Comércio dos Estados Unidos, responsável pela promoção das relações comerciais desse país, das exportações de bens e serviços e da captação de investimento direto estrangeiro. Os dados mencionados estão presentes no relatório *Doing Business in Peru: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*, disponível em: http://www.buyusainfo.net/docs/x_5301049.pdf.

uma média de 145 mil barris por dia boe/d⁵² em 2009, contra 120 mil boe/d no ano anterior. Já a produção de gás natural alcançou 112,5 milhões de pés cúbicos em 2009.

Mesmo com a crise, o setor de petróleo e gás atraiu investimentos de US\$ 1,6 bilhão em atividades de exploração e produção em 2009. Os investimentos foram executados pelas empresas Pluspetrol, BPZ, Talisman, Perenco, Savia, Maple Gas e Petrobras. As atividades de refino e comercialização atraíram US\$ 860 milhões de investimentos no mesmo ano, dos quais se destacam os projetos de Perú LNG e Transportadora de Gás Del Perú (TGP). Os investimentos no setor devem alcançar US\$ 3,5 bilhões em 2010 e US\$ 5,5 bilhões em 2011, segundo dados do *U.S. Commercial Service*.

A matriz energética peruana, historicamente dependente das importações de petróleo, está sendo alterada com a inclusão do gás e energias renováveis (etanol, biodiesel, energia solar, eólica e hidrelétrica), estimulando investimentos em compras de maquinários e de equipamentos elétricos e eletroeletrônicos para esses segmentos. De fato, o plano do governo peruano é que, até 2021, a geração de energia no país se divida nesses três pilares, em proporções iguais.

No caso do gás natural, o seu uso para a geração de energia elétrica iniciou-se em agosto de 2004, com o gás advindo do campo de Camisea, e cresceu 60% ao ano até 2008. Nesse ano, o insumo já era responsável por 22% da energia consumida no país. As reservas de gás natural do Peru são estimadas em 16 trilhões de pés cúbicos, das quais apenas 0,14% já foram consumidos. Entre as empresas presentes no Peru, vale mencionar que a Petrobrás é operadora do bloco Lote X, localizado na bacia de Talara, atualmente responsável pela quarta maior produção do Peru.

O governo peruano também deve direcionar investimentos à produção de etanol e cultivo de cana-de-açúcar, da qual país é um tradicional produtor, sendo inclusive o mais produtivo no mundo em seu cultivo. Em 2010, começou a vigorar o Decreto Supremo N° 013-2005-EM, que estabelece a mistura obrigatória de 7,8% de álcool na gasolina. Já em 2011 será obrigatória a mistura de 5% de biodiesel no diesel, segundo o Decreto Supremo No. 021-2007-EM.

O grande potencial hidrelétrico do Peru ainda não é plenamente aproveitado, o que gera oportunidade para investimentos. Nesse segmento, podem surgir oportunidades para empresas brasileiras a partir do acordo de interconexão energética firmado entre a Eletrobrás e a Electroperú, em abril de 2009, o qual viabilizará um projeto elétrico de aproximadamente 7.000 megawatts, composto por seis centrais hidrelétricas, permitindo a

⁵² Sigla para a expressão inglesa *barrels of oil equivalent per day*, em português, barris de óleo equivalente por dia.

união dos sistemas conectados de ambas as nações. O custo é estimado de US\$ 15 bilhões, valor a ser investido integralmente pela empresa brasileira por meio de um sistema de concessão de 30 anos⁵³.

Outro setor relevante para a demanda por máquinas e equipamentos no Peru é o de construção, que seguiu em crescimento (6,1%) mesmo com a crise de 2009. O governo peruano aumentou seus gastos no setor, especialmente na execução de projetos de desenvolvimento urbano, como parte de um pacote de estímulo econômico. Além disso, a construção de habitações foi auxiliada pela concessão de financiamentos mais favoráveis. Os investimentos privados foram sustentados pela construção de hotéis e shoppings.

Para os próximos anos, há oportunidades para máquinas e equipamentos para construção em projetos privados, em obras de habitação ou industriais, como aqueles relacionados à expansão ou início de operações em minas. Também existe um grande potencial de compras de maquinários para obras de infraestrutura, uma vez que o déficit do Peru nessa área é calculado em US\$ 14 bilhões, segundo relatório do *U.S. Commercial Service*. Em 2010, a carteira de projetos da *ProInversión*, agência pública do Peru dedicada à promoção de investimentos, incluía construção de portos, aeroportos, rodovias, e obras de saneamento e irrigação⁵⁴.

Algumas grandes empresas realizam compras sem intermediários; mas em outros casos é necessário atentar para a escolha de um distribuidor para máquinas e equipamentos, que é de extrema importância para o êxito das operações no país e cuja reputação é tão importante quanto a marca. Isso porque o consumidor peruano precisa ter segurança de que o serviço de pós-venda será bem prestado. O maior importador e distribuidor de máquinas para os segmentos de construção, obras públicas e mineração é o grupo Ferreyros. Possui diversas subsidiárias, sendo as principais: Orvisa S.A., Unimaq S.A., Fiansa S.A. e Mega Caucho y Representaciones S.A.C.

EXPORTAÇÕES INCIPIENTES

Conforme foi apresentado anteriormente neste estudo⁵⁵, a maior parte das exportações brasileiras para aquele país são de produtos manufaturados com conteúdo tecnológico médio ou alto – produtos intensivos em economia de escala, produzidos por fornecedores especializados e intensivos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) somaram 66,6% do total em 2008. Isso é um indicativo do peso dos produtos do complexo Máquinas e Equipamentos nas vendas brasileiras para a nação andina. Sendo assim, é natural que a maior parte das oportunidades para produtos brasileiros desse complexo no Peru se concentre em exportações expressivas.

⁵³ *The Golden Book of Investments*, Proinversión – 2008/2009

⁵⁴ Obras que estão detalhadas na seção referente ao Complexo de Casa e Construção.

⁵⁵ No início da seção 3.5 – Indicadores de Comércio Brasil-Peru.

Essa expectativa se confirma na Tabela 18, que lista apenas dois subgrupos com oportunidades de abertura de mercado em Máquinas e Equipamentos. Na realidade, ambos figuram também entre as exportações expressivas do Brasil para o Peru, sendo que incluem produtos (SH6) diferentes em cada caso. Nos dois subgrupos, os valores importados de produtos incipientes pelo Peru correspondem a, aproximadamente, metade das importações em produtos expressivos.

Tabela 18 – Subgrupos de produtos de exportações incipientes “A DESENVOLVER”

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do Peru 2003 - 2008 (%)	Dinamismo	VCR do Brasil	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)
Máquinas e motores	Motores para veículos automóveis	4	15.477.611	30,48	Muito dinâmico	1,35	China	66,38
Veículos automotores e suas partes	Veículos de carga	4	345.793.914	46,40	Muito dinâmico	1,15	Tailândia	49,29

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Os dois principais SH6 do subgrupo “veículos de carga”, que reúnem quase a totalidade dos US\$ 345,8 milhões importados pelo Peru em 2008, são: 8704.21 (“outros veículos automóveis para transporte de mercadorias, com motor de pistão, de ignição por compressão (diesel ou semidiesel), de peso em carga máxima não superior a 5 toneladas”) e 8704.10 (“‘dumpers’ concebidos para serem utilizados fora de rodovias”). Os principais países fornecedores de tais produtos foram Tailândia, Japão e Coreia do Sul (SH6 8704.21) e Estados Unidos (8704.10). O Peru não cobra tarifa para a importação desses produtos.

EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

- **Subgrupos A CONSOLIDAR**

A Tabela 19 mostra os 34 subgrupos de exportações expressivas do complexo Máquinas e Equipamentos, que foram classificados como “a consolidar”, ou seja, que apresentam um relevante potencial para expansão das exportações brasileiras. Os subgrupos “a consolidar” desse complexo são os mais representativos em termos de valor: US\$ 6,2 bilhões em importações peruanas e US\$ 954,0 milhões em exportações brasileiras em 2008.

Tabela 19 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “A CONSOLIDAR”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Borracha e suas obras	Pneumáticos e câmaras de ar	10	230.415.607	30.315.491	29,84	26,10	13,16	Japão	18,28	A consolidar
Instrumentos de precisão	Relógios e suas partes	7	1.119.966	49.838	20,93	42,54	4,45	Taiwan	26,96	A consolidar
	Aparelhos de ar condicionado	4	15.888.506	2.386.691	29,46	62,57	15,02	EUA	37,11	A consolidar
	Aparelhos mecan. p/ projetar/pulverizar líquidos/pós	5	44.777.693	6.605.091	34,87	38,55	14,75	EUA	21,73	A consolidar
	Aparelhos para filtrar ou depurar	6	148.185.330	13.049.512	35,41	42,45	8,81	EUA	31,62	A consolidar
	Aquecedor e secador	9	118.196.064	9.223.323	22,63	47,86	7,80	EUA	22,96	A consolidar
	Compressores e bombas	13	382.738.562	24.639.940	35,23	35,69	6,44	Itália	44,79	A consolidar
Máquinas e motores	Demais máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	67	198.940.770	20.837.069	30,71	33,89	10,47	EUA	22,49	A consolidar
	Máquinas e aparelhos de terraplanagem, perfuração	7	469.658.788	119.487.294	45,14	60,52	25,44	EUA	31,01	A consolidar
	Máquinas e aparelhos p/ fabr. ind. alimentos/ bebidas	7	35.530.570	3.481.099	28,01	21,82	9,80	Alemanha	43,61	A consolidar
	Máquinas e aparelhos p/trabalhar pedra e minério	7	128.306.415	21.551.381	47,06	77,87	16,80	EUA	25,89	A consolidar
	Maquinas e apars. de elevação de carga, descarga, etc.	8	77.357.320	10.747.329	53,77	25,68	13,89	França	21,14	A consolidar
	Outros motores de pistão	1	32.066.745	1.071.374	41,73	57,58	3,34	EUA	36,91	A consolidar
	Partes de motores para veículos automóveis	2	104.011.672	8.827.450	16,58	28,69	8,49	EUA	22,32	A consolidar
	Rolamentos e engrenagens	9	126.324.408	9.917.344	21,37	54,29	7,85	EUA	41,19	A consolidar
	Aparelhos e dispositivos eletr. de ignição/ arranque	7	20.916.400	3.028.469	18,73	24,70	14,48	EUA	24,77	A consolidar
	Aparelhos p/ interrup., prot. de energia, suas partes	17	188.653.012	14.680.177	30,78	29,02	7,78	EUA	22,37	A consolidar
Materiais elétricos e eletro-eletrônicos	Aparelhos transmissores e receptores	3	714.288.355	166.555.130	174,28	205,56	23,32	China	39,62	A consolidar
	Apars. eletr. de iluminação/sinalização p/ automóveis	3	16.699.513	1.728.467	31,30	37,80	10,35	China	28,46	A consolidar
	Circuitos integrados e microconjuntos eletrônicos	1	30.025.909	6.122.161	30,22	122,70	20,39	México	48,03	A consolidar
	Condensadores eletr. fixos, variáveis ou ajustáveis	5	4.097.733	767.256	22,27	35,30	18,72	EUA	15,88	A consolidar
	Demais materiais elétricos e Ferramentas eletromecânicas c/motor, de uso manual	25	54.367.998	6.835.855	25,08	31,41	12,57	EUA	25,00	A consolidar
	Ferramentas eletromecânicas c/motor, de uso manual	3	19.927.255	3.508.752	39,70	31,30	17,61	China	37,21	A consolidar
	Fios, cabos e condutores para uso elétrico	8	122.335.704	12.184.107	65,22	48,88	9,96	EUA	33,12	A consolidar
	Geradores e transformadores, elétricos	18	164.274.324	34.633.205	47,59	38,71	21,08	Finlândia	21,92	A consolidar
	Lâmpadas, tubos elétricos e faróis	3	28.045.718	2.798.790	16,84	24,62	9,98	China	53,32	A consolidar
	Plásticos e suas obras	Plásticos e suas obras	49	1.013.720.466	85.982.048	29,95	28,30	8,48	EUA	36,45
Automóveis		1	476.103.446	56.571.778	42,05	45,58	11,88	Japão	45,52	A consolidar
Veículos automotores e suas partes	Autopeças	14	148.458.016	18.018.823	27,93	34,39	12,14	EUA	20,57	A consolidar
	Demais veículos automotores e suas partes	4	49.920.857	11.342.332	41,08	42,54	22,72	China	35,36	A consolidar
	Motocicletas	1	138.696.810	7.658.517	49,96	15,17	5,52	China	67,75	A consolidar
	Reboques, semi-reboques e suas partes	3	27.314.376	6.427.969	87,17	177,35	23,53	China	50,66	A consolidar
	Tratores	3	382.592.663	114.589.737	144,35	55,55	29,95	México	45,85	A consolidar
	Veículos de carga	3	477.319.389	118.375.796	99,97	79,30	24,80	Japão	37,33	A consolidar

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

O subgrupo “aparelhos transmissores e receptores” se destaca tanto pelo seu crescimento no período considerado (2003 a 2008), como pelos altos valores de importações do mercado e de exportações brasileiras. Tais valores se concentraram quase totalmente no SH6 8517.12 (“telefones para redes celulares e para outras redes sem fio”), o que está relacionado à grande evolução do setor de telecomunicações no Peru em anos

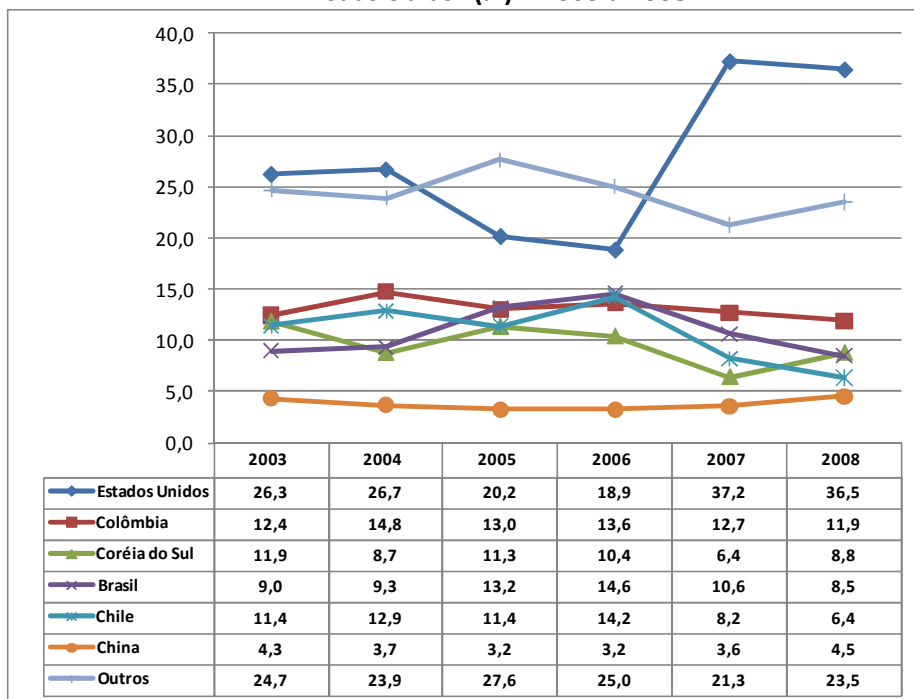
recentes. Segundo dados do Ministério de Transportes e Comunicações peruano (MTC), o número de linhas de telefonia móvel em atividade no país cresceu, em média, 53,2% entre 2003 e 2008, e o número de celulares a cada 100 habitantes passou de 10,7 para 84,3.

O subgrupo com maior valor de importações peruanas em 2008, com mais de US\$ 1,0 bilhão, foi “plástico e suas obras”. A maior parte desse valor (72,6%) corresponde a resinas e materiais plásticos em formas primárias. De fato, a indústria local de transformados plásticos é altamente dependente de importações⁵⁶. Materiais plásticos em formas primárias também predominam nas exportações brasileiras ao mercado peruano (77,1% de participação em 2008). Para se ter uma idéia, o consumo total do produto mais importado do subgrupo, polipropileno, foi de 46,6 milhões de quilos em 2008. Produtos finais de plástico, por sua vez, têm como importantes consumidores as indústrias de mineração, construção, pesca e de bebidas, além do mercado de varejo.

Os principais concorrentes do Brasil em 2008 foram Estados Unidos, Colômbia e Coreia do Sul, nessa ordem. A Colômbia passou por algumas oscilações no mercado peruano entre 2003 e 2008, mas está em situação privilegiada em relação aos demais concorrentes apresentados no Gráfico 26 por ser o único país do qual não é cobrada tarifa de importação para quaisquer produtos plásticos. Mesmo assim, o principal destaque é a evolução da presença estadunidense, uma vez que o país ganhou dez pontos percentuais de participação no mesmo período. Já o Brasil perdeu posições entre 2006 e 2008, mas foi um dos poucos países a aumentar suas exportações para o Peru em 2009 (em 4,9%), sendo o segundo maior fornecedor nesse ano, com 13,6% de participação.

⁵⁶ *Doing Business in Peru: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies*, disponível em: http://www.buyusainfo.net/docs/x_5301049.pdf.

Gráfico 26 – Participação dos principais fornecedores do subgrupo “plásticos e suas obras” (%) – 2003 a 2008



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

O grupo com maior valor de exportações brasileiras foi “veículos automotores e suas partes”. O subgrupo “tratores” foi o mais dinâmico dentro desse grupo, pela ótica das importações peruanas (crescimento médio de 144,4% entre 2003 e 2008), e também aquele de segundo maior valor de exportações brasileiras. Apesar de seu crescimento (55,6%) não ter sido suficiente para acompanhar o ritmo da expansão do mercado, “tratores” foi o subgrupo em que o Brasil acumulou maior participação de mercado em 2008 (29,9%), entre todos os subgrupos “a consolidar” do complexo. O principal SH6, com 90% das importações peruanas e 85% das exportações brasileiras no último ano do período analisado, relaciona-se ao transporte de mercadorias: 8701.20 (“tratores rodoviários para semi-reboques”).

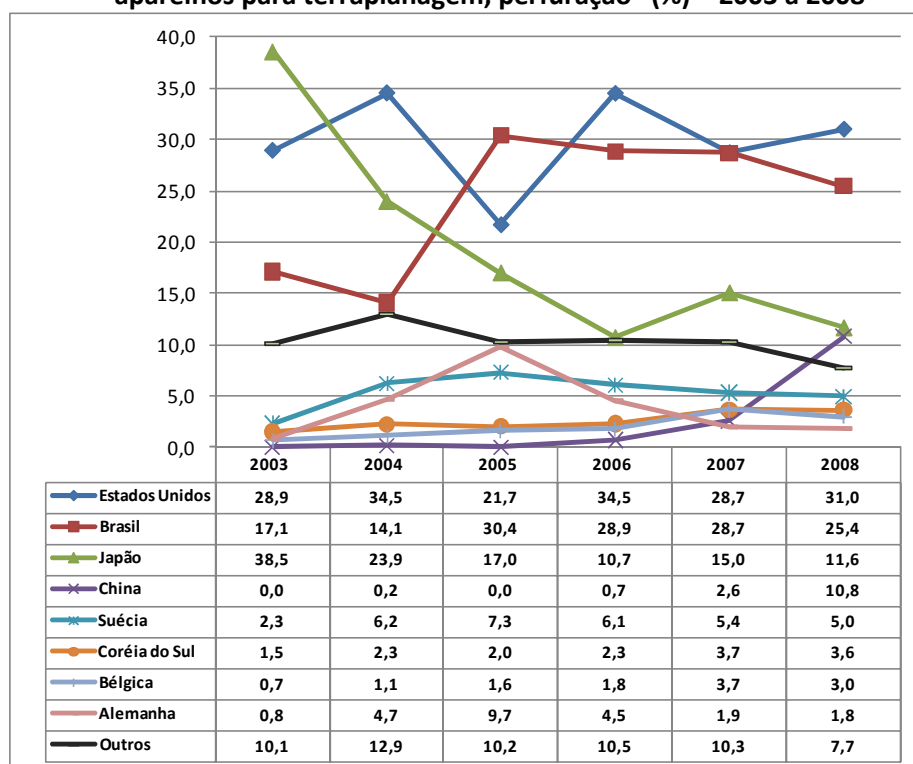
Dentre os subgrupos listados no grupo “máquinas e motores”, “máquinas e aparelhos para terraplanagem, perfuração” foi aquele que atingiu o maior valor de importações peruanas em 2008 (US\$ 469,7 milhões), além da segunda maior taxa de crescimento desse fluxo comercial entre 2003 e 2008 (45,1%). Isso foi provavelmente impulsionado pelas aplicações de produtos do subgrupo em atividades de construção e mineração, as quais figuram entre as que mais se desenvolveram na economia peruana no período, conforme mencionado anteriormente.

O desempenho das exportações brasileiras no subgrupo também foi muito positivo, tanto pelo crescimento (60,5%) superior à média do mercado, como pela participação (25,4%), o que colocava o Brasil como segundo maior fornecedor em 2008. Os SH6 8429.51 (“carregadoras e pás carregadoras, de carregamento frontal, autopropulsores”), 8429.52 (“máquinas escavadoras, com capacidade de efetuar uma rotação de 360 graus,

autopropulsores”) e 8429.11 (“bulldozers’ e ‘angledozers’, de lagartas, autopropulsores) concentraram 75,5% das importações peruanas do subgrupo em 2008, e 76,8% das exportações brasileiras.

Como se observa no Gráfico 27, Japão, Brasil e Estados Unidos ocuparam a posição de principais fornecedores do subgrupo entre 2003 e 2008. Estados Unidos e Brasil mantiveram-se próximos, mas o Japão se distanciou, perdeu 17 pontos percentuais de mercado, e foi alcançado pela China em 2008. Este último país praticamente não exportava os SH6 do subgrupo até 2006, e apenas em dois anos (2007 e 2008) conseguiu alcançar um décimo do mercado peruano.

Gráfico 27 – Participação dos principais fornecedores do subgrupo “máquinas e aparelhos para terraplanagem, perfuração” (%) – 2003 a 2008



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

Em 2009, o Brasil foi mais afetado pela crise que seu principal concorrente, já que as exportações estadunidenses cresceram 22,3%, enquanto as exportações brasileiras caíram 12,4%. Com isso, a diferença de participação de mercado entre os dois países, que em 2008 era de apenas 5,6 pontos percentuais, saltou para 40,3 pontos percentuais. A participação brasileira nesse ano foi de 13,0%.

Em outro subgrupo cujos produtos são relacionados à mineração, o desempenho brasileiro recente foi mais positivo. As exportações do Brasil do subgrupo “máquinas para trabalhar pedra e minério” seguiram crescendo em 2009 (16,2%), ao contrário do principal concorrente, os Estados Unidos (queda de 12,5%). O mercado peruano como um todo também cresceu (12,3%), e com isso a participação brasileira subiu apenas

0,6 ponto percentual. A Alemanha foi o país que mais ganhou espaço nas importações desse subgrupo, cerca de dez pontos percentuais, o que a colocou como terceiro maior fornecedor do Peru, atrás de EUA e Brasil.

Dentre os sete códigos SH6 compreendidos no subgrupo, três concentraram 79,0% das importações do mercado e 73,8% das exportações brasileiras em 2008: 8474.90 (“partes de máquinas e aparelhos da posição 8474”); 8474.20 (“máquinas e aparelhos para esmagar, moer ou pulverizar substâncias minerais sólidas”), e 8474.80 (“outras máquinas e aparelhos para aglomerar ou moldar combustíveis minerais sólidos, pastas cerâmicas, cimento ou gesso, em pó ou em pasta”).

- **Subgrupos CONSOLIDADOS, EM DECLÍNIO e EM RISCO**

Os 19 subgrupos “consolidados”, “em declínio” e “em risco” do complexo Máquinas e Equipamentos, apresentados na Tabela 20, somam US\$ 805,0 milhões em importações peruanas e US\$ 223,3 milhões em exportações brasileiras, valores menos significativos que aqueles dos subgrupos “a consolidar”.

Dentre os subgrupos “consolidados”, “máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator” é o mais diverso, sendo composto por vinte SH6. No entanto, quase metade das importações peruanas (48,3%) se concentra em apenas dois produtos: 8433.51 (“ceifeiras-debulhadoras”) e 8437.10 (“máquinas para limpeza, seleção ou peneiração de grãos ou de produtos hortícolas secos”). Já 58,5% das exportações brasileiras envolvem somente o primeiro SH6 mencionado.

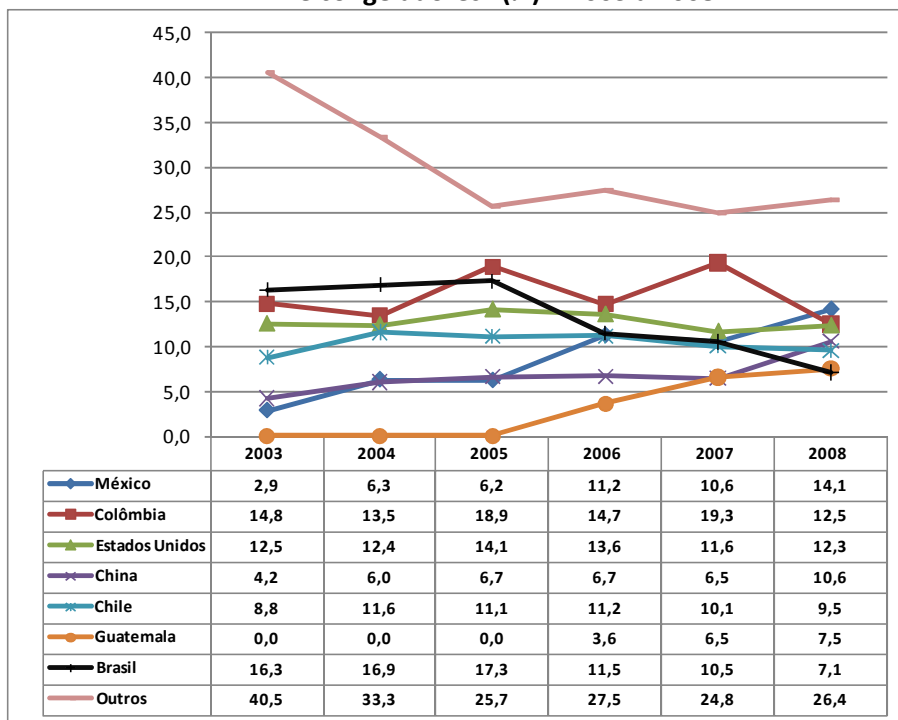
Tabela 20 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “CONSOLIDADOS”, “EM DECLÍNIO” e “EM RISCO”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação	
Aviões	Demais materiais de transporte aéreos	1	17.438	12.377	-11,91	,00	70,98	Chile	15,66	Consolidado	
Máquinas e motores	Ferramentas manuais, pneumáticas ou hidráulicas	3	17.539.150	6.092.165	34,10	63,01	34,73	Suécia	18,59	Consolidado	
	Laminadores de metais	1	4.225.315	1.274.537	18,62	66,27	30,16	China	15,29	Consolidado	
	Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator	20	33.867.078	13.404.797	24,06	42,80	39,58	China	15,71	Consolidado	
	Turbinas hidráulicas e rodas hidráulicas	1	9.246.980	6.340.937	-2,86	168,37	68,57	Suíça	11,53	Consolidado	
	Veículos automotores e suas partes	Ônibus	1	225.321.608	137.571.499	63,99	69,41	61,06	Japão	18,54	Consolidado
Impressos	Impressos	4	7.669.481	641.834	19,00	13,32	8,37	Chile	18,91	Em declínio	
Máquinas e motores	Computadores e acessórios	4	76.376.239	3.359.143	3,38	-25,07	4,40	China	41,74	Em declínio	
	Máquinas de lavar roupas e suas partes	1	312.749	7.533	30,82	13,52	2,41	China	23,25	Em declínio	
	Máquinas e aparelhos p/ moldar borracha/plástico	6	66.413.356	4.094.678	22,24	1,84	6,17	Itália	21,69	Em declínio	
	Máquinas e apars. p/ encher, fechar, etc. recipientes	4	69.328.242	5.166.090	40,04	7,69	7,45	Alemanha	25,36	Em declínio	
	Maquinas e apars. p/ fabr. pasta celulósica e papel	6	18.731.267	895.968	32,44	-18,33	4,78	EUA	32,00	Em declínio	
	Motores e turbinas para aviação	1	92.273	18	10,66	-73,67	,02	Coréia do Sul	37,65	Em declínio	
	Motores para veículos automóveis	1	15.410.515	559.111	54,03	12,27	3,63	Japão	42,78	Em declínio	
	Refrigeradores e congeladores	9	150.100.259	10.648.307	34,41	11,39	7,09	México	14,12	Em declínio	
	Materiais elétricos e eletro-eletrônicos	Aparelhos eletro-mecan. térmicos, de uso doméstico	4	26.088.451	2.017.149	21,92	10,61	7,73	China	51,47	Em declínio
		Pilhas, baterias e acumuladores elétricos	3	34.370.596	1.749.398	23,32	11,02	5,09	Colômbia	41,39	Em declínio
Veículos automotores e suas partes	Chassis e carroçarias para veículos automóveis	2	49.377.278	29.297.672	272,13	53,01	59,33	Chile	13,27	Em risco	
Veículos e materiais para vias férreas	Trens e materiais para vias férreas	1	478.890	195.129	-4,16	-6,67	40,75	Argentina	23,18	Em risco	

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Dentre os subgrupos classificados como “em declínio”, “refrigeradores e congeladores” apresenta o maior valor de importações peruanas (US\$ 150 milhões). Observando-se o Gráfico 28, podem ser notadas significativas alterações entre os maiores fornecedores do subgrupo no mercado peruano entre 2003 e 2008. O México se destaca por sua rápida evolução. Suas exportações para o Peru cresceram, em média, 81,3% entre 2003 e 2008, muito acima da média para o mercado. Com isso, o país saiu de décimo exportador de produtos do subgrupo em 2003, para o posto principal, em 2008. Outro país que merece menção é a Guatemala, que praticamente não exportava produtos do subgrupo em 2003, e em 2008 já era o sexto maior fornecedor.

Gráfico 28 – Participação dos principais fornecedores do subgrupo “refrigeradores e congeladores” (%) – 2003 a 2008



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

Já o Brasil apresentou o pior desempenho entre os países apresentados no Gráfico 28, uma vez que perdeu 9,2 pontos percentuais de participação entre 2003 e 2008. Outro destaque negativo foi a Coreia do Sul, que sequer consta do diagrama acima devido a sua baixa participação em 2008 (2,3%). Em 2003, esse país foi responsável por um quarto das importações peruanas.

Os três produtos mais importados pelo Peru foram os SH6 8418.10 (“combinações de refrigeradores e congeladores (‘freezers’), com portas exteriores separadas”); 8418.99 (“outras partes de refrigeradores, congeladores e bombas de calor”) e 8418.50 (“outros congeladores (‘freezers’) e refrigeradores, vitrinas, balcões e móveis semelhantes, para a produção de frio”). Juntos, eles representaram 72,8% das importações do Peru e 78,9% das exportações brasileiras. A tarifa de importação do segundo produto é nula para qualquer país. Já para os códigos SH6 8418.10 e 8419.50, a tarifa cobrada do Brasil, de 8,5%, é inferior à cobrada de todos os demais fornecedores apresentados no gráfico (17%), exceto da Colômbia (0%).

MODA

O bom desempenho da economia do Peru na década de 2000 impulsionou a renda disponível dos seus cidadãos, o que produziu impactos positivos nos gastos relacionados à moda e imagem pessoal. Os gastos

do consumidor local em roupas e acessórios somaram US\$ 4,2 bilhões em 2009, representando 5,3% do total de seus gastos, e aumentaram 28,2% em relação ao valor de 2004. Já no caso de calçados, os dispêndios dos peruanos cresceram 11,4% entre 2004 e 2009, totalizando US\$ 417,8 milhões no último ano. O setor de cuidados pessoais⁵⁷ foi o mais dinâmico, com crescimento de 39%⁵⁸ no período, e gastos de US\$ 1,6 bilhão em 2009.

A indústria têxtil é importante no Peru pelo número de empresas que abriga e pelo número de pessoas empregadas, concentrando-se principalmente na fabricação de tecidos de fibras naturais, de excelente qualidade no país. Segundo estudo de 2005 do ICEX, 44,4% da produção local destinava-se ao mercado doméstico. O principal mercado das exportações peruanas naquele ano foram os Estados Unidos, que já concediam ao Peru vantagens comerciais para produtos do setor, graças à Ata de Promoção de Comércio Andino e Erradicação de Drogas (ATPDEA, em inglês).

Os produtores peruanos de têxteis e calçados têm sofrido com a concorrência de produtos asiáticos em seu próprio mercado, notadamente da China. O Peru segue cobrando tarifas alfandegárias para a importação de produtos chineses em ambos os setores, que variam entre 4% e 17%, mesmo após a assinatura do tratado de livre comércio entre os dois países.

De acordo com o Euromonitor, as tendências de moda desenvolvidas nos Estados Unidos e Europa têm grande influência no mercado peruano. Embora demorem alguns meses para impactar a cadeia de oferta, a presença de grandes varejistas tem contribuído para acelerar a resposta dos consumidores às mudanças no mundo da moda. Os shoppings localizados na capital e outras grandes cidades oferecem variedade não só em termos de estilo, mas também de preços, tornando-os populares entre consumidores de diversas faixas de renda e idade. Outro tipo de estabelecimento importante são as grandes lojas de departamento como Ripley, Saga/Falabela e El Corte Inglés. Elas também oferecem bens e marcas de luxo, como Dior, Chanel e Burberry, entre outras.

O segmento de roupas esportivas foi particularmente resiliente no período recente de crise econômica, o que se deve ao seu apelo junto a públicos de variadas faixas etárias e à percepção de conforto desses produtos. A seção de roupas masculinas também apresentou crescimento da demanda, com a popularização de marcas internacionais que oferecem variedade e desenhos diferenciados – como Gap e Abercrombie & Fitch.

A sociedade peruana dá cada vez mais atenção à beleza e à aparência pessoal. O Euromonitor relata que há uma valorização crescente das diferenças étnicas da população, motivada, entre outros fatores, pelo desenvolvimento de uma cultura local de celebridades, apelidada *Chollywood*. Isso gera efeitos na publicidade, nas vendas e na demanda por produtos de beleza. Por exemplo, a demanda por maquiagens para

⁵⁷ Inclui não apenas produtos de higiene pessoal e cosméticos, mas também serviços relacionados. Ex: serviços prestados em salões de beleza.

⁵⁸ Crescimento medido em moeda local, a valores constantes de 2009. Fonte: Euromonitor.

tons de pele mais escuros aumentou em anos recentes; enquanto cremes de clareamento para pele têm perdido participação nas vendas do setor, embora continuem populares.

As empresas mais fortes do setor de higiene pessoal e cosméticos no Peru, listadas na Tabela 21, são multinacionais estadunidenses e europeias. Elas contam com marcas amplamente reconhecidas no mercado peruano, percebidas como de excelente qualidade pelos consumidores. Entre as companhias domésticas destaca-se a Cetco SA, dedicada exclusivamente a vendas diretas, que logrou incrementar suas vendas com o desenvolvimento de estratégias de segmentação de mercado adequadas e com a oferta de produtos de boa qualidade a preços acessíveis. A brasileira Natura, por sua vez, vem conquistando espaço no país.

Tabela 21 – Participação de empresas em vendas de varejo de produtos do setor de Higiene Pessoal e Cosméticos (%)

Empresa	2005	2006	2007	2008	2009
Procter & Gamble Perú SRL	16,8	16,7	16,0	15,1	14,8
Unilever Andina Perú SA	11,0	10,5	10,2	9,8	9,8
Cetco SA	9,9	9,6	9,2	8,5	8,3
Productos Avon SA	6,5	6,2	6,8	7,5	7,6
Colgate-Palmolive Perú SA	7,4	7,0	7,1	6,8	6,9
L'Oréal Perú SA	5,8	6,1	6,2	6,3	6,3
Beiersdorf SAC	3,9	4,2	4,4	4,6	4,7
Natura Cosméticos SA	2,0	2,7	3,4	4,6	4,4
<i>Outros</i>	<i>36,7</i>	<i>37,0</i>	<i>36,7</i>	<i>36,8</i>	<i>37,2</i>

Fonte: Euromonitor. Elaboração: UICC – Apex-Brasil

Vendas diretas constituem um canal de distribuição popular no Peru para produtos de higiene pessoal e cosméticos. Estima-se que em 2008 havia 250 mil consultoras no Peru, as quais frequentemente representam mais de uma empresa. Uma vantagem desse canal de vendas é que a interatividade das consultoras com as consumidoras, baseada em referências a experiências pessoais, aumenta a credibilidade dos produtos. Esse fenômeno é observado em todos os níveis de renda, tanto na capital como nas províncias.

EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

- **Subgrupos A CONSOLIDAR**

As oportunidades encontradas para o complexo Moda estão todas relacionadas em subgrupos de exportações expressivas, ou seja, aqueles em que os produtos brasileiros já estão presentes no mercado. Os subgrupos classificados como “a consolidar”, detalhados na Tabela 22, somaram US\$ 382,9 milhões em importações do Peru em 2008, sendo que 63,8% desse valor que está concentrado no subgrupo “higiene pessoal e cosméticos”. O subgrupo também foi o mais relevante das exportações brasileiras em 2008, representando 66,4% do total de US\$ 58,4 milhões.

Tabela 22 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “A CONSOLIDAR”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Calçados e suas partes	Partes de calçados	2	4.006.424	1.046.848	16,49	70,49	26,13	China	44,48	A consolidar
Higiene pessoal e cosméticos	Higiene pessoal e cosméticos	20	244.220.673	38.826.132	15,69	32,98	15,90	Colômbia	25,55	A consolidar
Material esportivo	Material esportivo	1	808.559	74.870	,29	33,53	9,26	China	49,77	A consolidar
Peles, peleteria e couros e seus artefatos (exceto calçados e suas partes)	Couro	3	2.655.348	239.073	47,88	125,44	9,00	Argentina	27,16	A consolidar
Têxteis	Produtos do couro	3	1.375.175	106.404	7,67	25,90	7,74	China	20,25	A consolidar
	Chapéus e semelhantes	1	2.532.932	94.956	45,38	35,04	3,75	EUA	28,05	A consolidar
	Confecções	30	46.545.009	6.615.112	12,39	45,28	14,21	China	28,51	A consolidar
	Demais produtos	24	80.734.674	11.424.131	27,34	55,11	14,15	China	23,39	A consolidar

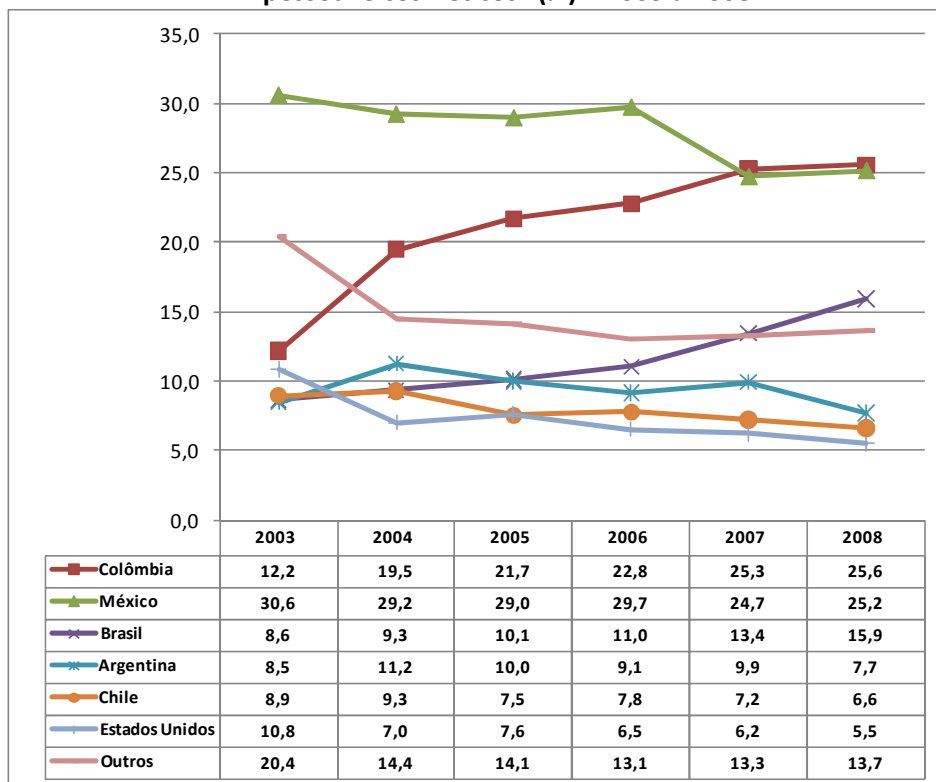
Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Segundo dados do Euromonitor, as vendas de varejo de produtos do setor de higiene pessoal e cosméticos no Peru chegaram a US\$ 1,40 bilhão em 2008, devendo alcançar um valor estimado de US\$ 1,54 bilhão em 2010. Os principais itens consumidos em 2008 foram: produtos capilares, que compuseram aproximadamente 27% das vendas totais; produtos para cuidado da pele, com 11,5%; produtos para higiene bucal e perfumes e fragrâncias, cada um com 11,0%; e maquiagens, com 9,6% das vendas. Já o gasto *per capita* em 2008 foi calculado em US\$ 49,1.

Os valores das importações peruanas desse subgrupo estão distribuídos em 20 SH6. O mais relevante para as importações do mercado foi 2106.10 (“xampus para cabelos”), com US\$ 50,7 milhões, enquanto o SH6 mais exportado pelo Brasil foi 3307.20 (“desodorantes corporais e antiperspirantes”), com US\$ 7,2 milhões. Outros SH6 relevantes foram 3304.99 (“outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados”) e 3305.90 (“outras preparações capilares”), que somaram US\$ 58,4 milhões em importações peruanas. As exportações brasileiras desses dois produtos foram muito dinâmicas, alcançando taxas de crescimento de, respectivamente, 57,7% e 44,3%, entre 2003 e 2008.

Conforme se observa no Gráfico 29, Colômbia e México lideraram as vendas no mercado peruano em 2008, com fatias de mercado muito semelhantes. A Colômbia, no entanto, chama a atenção por ter mais que dobrado sua participação entre 2003 e 2008, enquanto o México perdeu espaço no mercado. Em termos relativos, o desempenho estadunidense foi o pior, já que o país perdeu quase 50% de participação no período. Por sua vez, as exportações brasileiras alcançaram resultado positivo, e a participação nacional aumentou 7,3 pontos percentuais.

Gráfico 29 – Participação dos principais fornecedores do subgrupo “higiene pessoal e cosméticos” (%) – 2003 a 2008



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

Tanto o crescimento da Colômbia como a queda do México e dos Estados Unidos podem estar relacionados às diferenças entre as tarifas de importação cobradas pelo Peru. Por exemplo, enquanto o primeiro país desfruta de isenção tarifária, relacionada a acordos da CAN, para todos os quatro SH6 do subgrupo mencionados anteriormente; ao México e aos Estados Unidos é aplicada a tarifa de Nação Mais Favorecida, de 9,0%. Já o Brasil desfruta de tarifas reduzidas estabelecidas a partir do ACE 58, de 2,7% para o SH6 2106.10, e de 4,5% para os outros três produtos aos quais se fez referência.

O subgrupo “confecções” é o mais variado em relação aos produtos nele contidos, com 30 diferentes códigos SH6, dentre os quais se destacam aqueles relacionados a aplicações técnicas. O SH6 5902.10 (“telas para pneumáticos com fios de alta tenacidade, de náilon ou de outras poliamidas”) respondeu por 25,1% das importações totais do subgrupo e 46,7% das exportações brasileiras em 2008. Apesar da China ser o principal concorrente do subgrupo, o SH6 mencionado teve como maior fornecedor a Colômbia, que respondeu por 65,3% das importações peruanas em 2008, enquanto a participação brasileira foi de 26,4%. Praticamente todo o valor importado pelo mercado correspondeu ao código NALADI 5902.10.10.00 (“*napas tramadas para pneumáticos de hilados de alta tenacidad de nailon cauchutadas*”), para o qual o Peru não cobra tarifa de importação.

Entre os produtos relacionados a vestuário e a usos domésticos (segmento cama, mesa e banho), os SH6 mais importados pelo Peru em 2008 foram: 6302.60, “roupas de toucador ou de cozinha, de tecidos

atoalhados, de algodão”, com US\$ 4,0 milhões; 6212.90, “espartilhos, suspensórios, ligas, e artefatos semelhantes, e suas partes”, com US\$ 2,4 milhões; e 6112.41, “maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino”, com US\$ 1,9 milhão. As exportações brasileiras do SH6 6212.90 alcançaram US\$ 231 mil em 2008, o que representou quase um décimo das compras peruanas do produto. Já no caso dos outros dois SH6 mencionados, a presença brasileira ainda é muito pequena.

Os SH6 6212.90 e 6112.41 tiveram a Colômbia como maior fornecedor do mercado peruano, enquanto as compras do SH6 6302.60 provieram principalmente da China. Para os três SH6, é cobrada uma tarifa de importação preferencial de 11,9% dos produtos brasileiros, referente ao ACE 58. Já os produtos chineses estão sujeitos à cláusula de Nação Mais Favorecida, que estipula tarifa de 17% para esses três casos. Finalmente, como membro da CAN, os produtos colombianos estão isentos de pagamento de taxa de importação.

- **Subgrupos CONSOLIDADOS, EM DECLÍNIO e EM RISCO**

A Tabela 23 reúne os sete subgrupos do complexo Moda que foram classificados como “consolidados” e “em declínio”. Há dois subgrupos “consolidados”, ambos pertencentes ao grupo de produtos “metais e pedras preciosas”, mas apenas “artigo de joalheria de metais preciosos” apresenta valores relevantes. Por sua vez, os cinco subgrupos “em declínio” somam US\$ 252,7 milhões em importações peruanas e US\$ 27,0 milhões em exportações brasileiras. O subgrupo “calçados” respondeu por 54,2% e 61,1% dos valores citados, respectivamente.

Tabela 23 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “CONSOLIDADOS”, “EM DECLÍNIO” e “EM RISCO”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Metais e pedras preciosas	Artigos de joalheria de metais preciosos	2	5.277.702	4.186.333	19,71	42,51	79,32	EUA	5,85	Consolidado
	Ouro em formas semimanufaturadas	1	52.749	46.363	-8,14	-4,46	87,89	Alemanha	12,10	Consolidado
Calçados e suas partes	Calçados	9	136.975.897	16.511.844	26,33	11,18	12,05	China	65,53	Em declínio
Metais e pedras preciosas	Demais metais e pedras preciosas	3	8.670.526	351.337	35,40	-17,32	4,05	China	48,80	Em declínio
Têxteis	Fios de algodão	6	16.267.829	349.394	204,37	-12,06	2,15	Índia	95,53	Em declínio
	Fios sintéticos ou artificiais	15	50.283.860	4.607.461	40,93	11,78	9,16	EUA	24,66	Em declínio
	Tecidos de algodão	29	40.488.890	5.218.744	37,80	-11,72	12,89	Chile	20,94	Em declínio

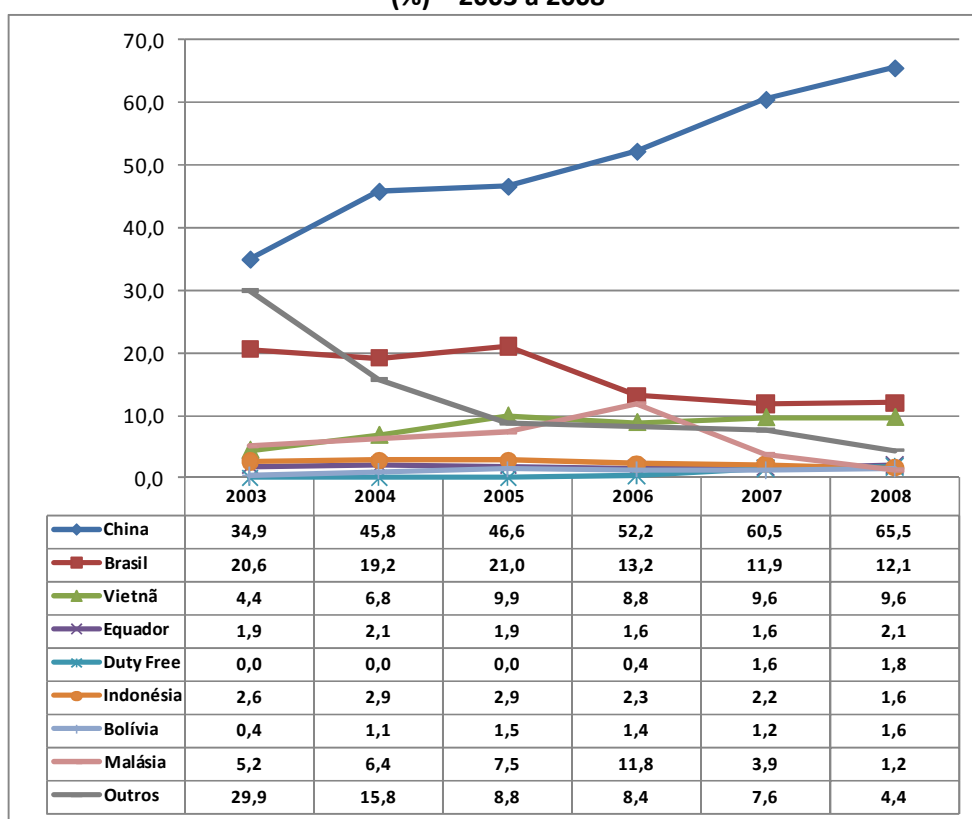
Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Em relação ao subgrupo “artigos de joalheria de metais preciosos”, o Brasil desfruta de uma situação confortável. Além de dominar quatro quintos do mercado peruano, as exportações brasileiras cresceram em um ritmo muito superior ao dos concorrentes entre 2003 e 2008, conforme se observa na Tabela 23. O SH6 7113.19, “artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados

ou chapeados de metais preciosos”, é o mais importado, com US\$ 4,9 milhões de compras peruanas em 2008, dos quais US\$ 4,0 milhões foram fornecidos pelo Brasil.

Os subgrupos “em declínio”, por sua vez, representam valores de importação mais robustos que aqueles dos subgrupos “consolidados”. No caso do subgrupo “calçados”, conforme se observa no Gráfico 30, o Brasil perdeu 8,5 pontos percentuais de participação no mercado peruano entre 2003 e 2008, ainda que as exportações brasileiras tenham aumentado, em média, 11,2%. É oportuno ressaltar que a maior parte do espaço perdido pelo Brasil foi ocupada por produtos chineses. O Vietnã também ganhou uma fatia expressiva de mercado, de 5,2 pontos percentuais, e representa mais uma ameaça à posição brasileira.

Gráfico 30 – Participação dos principais fornecedores do subgrupo “calçados” (%) – 2003 a 2008



Fonte: GTIS. Elaboração: UICC – Apex-Brasil.

Os SH6 mais importados pelo Peru em 2008 foram 6402.99, “outros calçados de borracha ou plástico”, e 6403.99, “outros calçados de couro natural”, com US\$ 64,5 milhões e US\$ 30,6 milhões, nessa ordem. Nos dois casos, os produtos brasileiros pagam tarifa alfandegária de 11,9%. Já os produtos chineses estão sujeitos a uma de tarifa de importação de 17%, e também ao pagamento de direitos *antidumping*. Essas medidas foram implementadas a partir da constatação da entrada de produtos de procedência chinesa subvalorizados ou mesmo contrabandeados. De fato, a indústria local de calçados tem sido duramente atingida pela concorrência com países asiáticos, e particularmente com a China. Dados do Ministério de

Comércio Exterior e Turismo do Peru (MINCETUR)⁵⁹ demonstram que o índice de produção do setor passou de 100, no ano base de 1994, para 27,8 em 2006. O mesmo relatório estima que o consumo de calçados, no último ano mencionado, chegava a 56 milhões de pares, dos quais 36 milhões eram importados.

TECNOLOGIA E SAÚDE

No Peru, o sistema de saúde é de natureza tanto pública quanto privada. De acordo com o Euromonitor⁶⁰, o desempenho da parcela pública é insuficiente e apenas aqueles que não podem arcar com os custos de uma assistência privada a ele recorrem. Em função da escassez de recursos, medicamentos e insumos médicos como seringas não são providos pelo sistema público. O próprio paciente ou seus familiares necessitam pagar por eles, o que muitas vezes faz com que a população não procure tratamento. Para os grupos de renda intermediária, existem outras possibilidades, como os seguros, mas que geralmente demandam um vínculo empregatício. Já os mais ricos contam com clínicas privadas, cujo serviço de alta qualidade é acompanhado por preços elevados.

Entre 2003 e 2008, nota-se que o governo passou a destinar, proporcionalmente, mais recursos para a saúde, uma vez que a parcela pública na despesa total com o item subiu de 50,7% para 60,4%, enquanto a participação privada caiu de 49,3% para 39,6%. Apesar da maior prioridade governamental dada à saúde, a medida ainda não é suficiente para sanar os problemas do sistema público. Em 2008, o gasto do consumidor peruano com saúde e serviços médicos alcançou US\$ 4,7 bilhões. A preços correntes, tal cifra foi 65% mais alta que a de 2003. A maior parte dessa despesa (58,2%) foi dirigida para serviços hospitalares; produtos farmacêuticos, equipamentos e insumos médicos (20,9%) e serviços de ambulatório (20,9%).

A dificuldade de acesso à saúde faz com que os peruanos procurem por remédios alternativos ou adquiram medicação convencional sem receita nas farmácias. É comum também buscarem sugestões com os próprios farmacêuticos. Outra consequência é o crescente consumo de vitaminas e suplementos que, de acordo com a mídia, poderiam prevenir doenças. Esses itens são normalmente comprados em supermercados e farmácias, e a marca não é de grande relevância, uma vez que este tipo de consumidor preocupa-se mais com o preço. Em 2008, os peruanos compraram o equivalente a US\$ 78,7 milhões em vitaminas e suplementos alimentares; US\$ 68,4 milhões em analgésicos; US\$ 59,8 milhões em remédios para tosse, gripe e alergias; e US\$ 16,1 milhões em fitoterápicos.

EXPORTAÇÕES INCIPIENTES

⁵⁹ Relatório disponível em <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/4.pdf>

⁶⁰ *Consumer Lifestyles in Peru*, Eurononitor.

No rol das exportações brasileiras em estágio inicial para o Peru, destaca-se o subgrupo “produtos químicos inorgânicos”, cujo valor importado pelo país foi de US\$ 231,3 milhões em 2008, como indica a Tabela 24. Dos 165 SH6 que o compõem, pode-se enfatizar 2849.10, “carboneto de cálcio, quimicamente definido ou não”. Em 2008, o Peru importou o equivalente a US\$ 3,5 milhões do item. Destes, 67% foram providos pela Argentina, líder de mercado, seguida por China (28,1%) e Brasil (4,8%).

Tabela 24 – Subgrupos de produtos de exportações incipientes “A DESENVOLVER”

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do Peru 2003 - 2008 (%)	Dinamismo	VCR do Brasil	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)
Produtos químicos	Produtos químicos inorgânicos	165	231.273.424	33,49	Dinâmico	0,97	China	30,15

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

Já no conjunto das exportações expressivas, em que o grau de maturidade das vendas brasileiras é maior, é oportuno detalhar os subgrupos “instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes e peças” e “produtos farmacêuticos” tanto por seu tamanho de mercado, quanto pela variedade de SH6 que comportam (Tabela 25).

Subgrupos A CONSOLIDAR

Tabela 25 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “A CONSOLIDAR”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Instrumentos de precisão	Instrumentos, apars. de ótica, precisão, partes, peças	41	200.276.619	16.779.987	26,00	26,89	8,38	EUA	29,62	A consolidar
Produtos farmacêuticos	Produtos farmacêuticos	15	355.506.523	26.224.978	13,62	15,34	7,38	EUA	14,17	A consolidar
	Demais produtos químicos	29	209.531.732	16.924.518	29,03	25,56	8,08	EUA	36,83	A consolidar
Produtos químicos	Produtos químicos inorgânicos	16	42.327.708	11.331.864	30,20	18,12	26,77	China	32,05	A consolidar
	Produtos químicos orgânicos	34	83.908.779	16.371.113	23,94	27,25	19,51	EUA	41,60	A consolidar

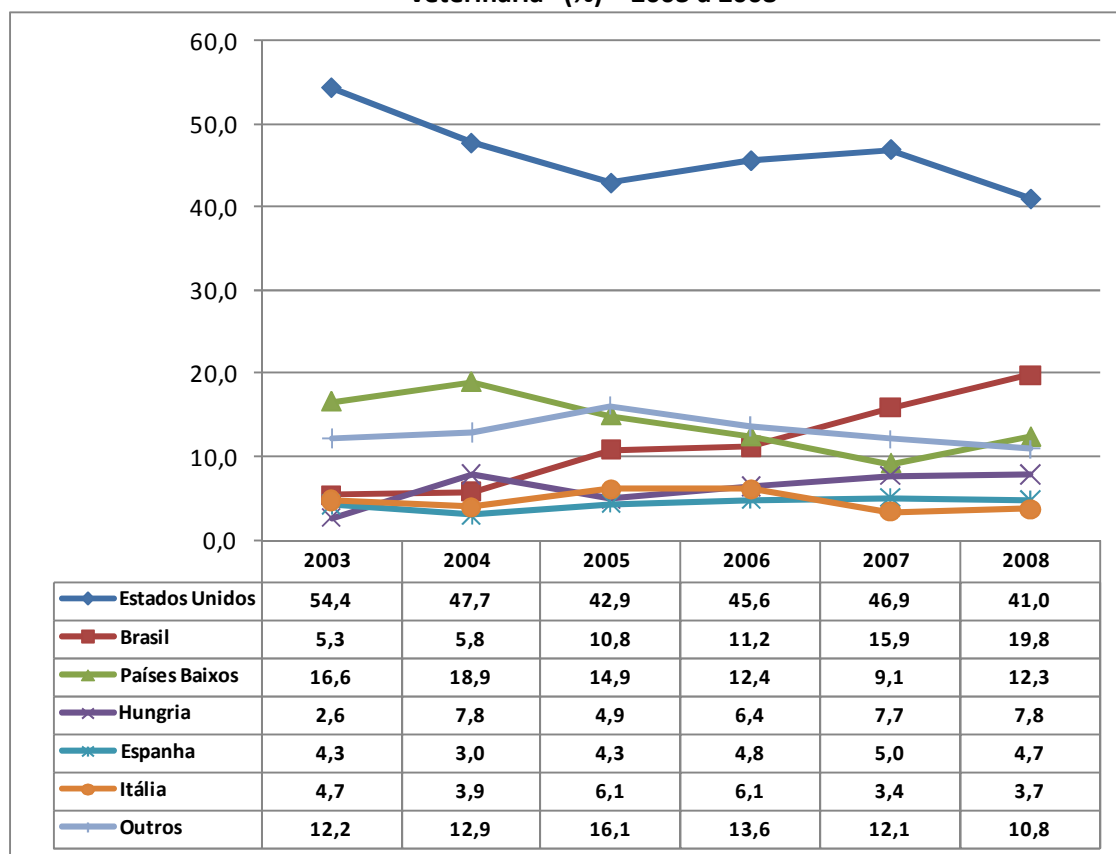
Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Entre os subgrupos relacionados, “produtos farmacêuticos” são o de maior valor importado pelo Peru em 2008 (US\$ 355,6 milhões), e abarcam ampla variedade de produtos: vacinas para uso humano e animal, antibióticos, hormônios, anticoncepcionais, entre outros.

Dentre os produtos do subgrupo, merece ênfase o SH6 3002.30, “vacinas para medicina veterinária”. Há grande potencial de consumo para esse tipo de produto, visto que o rebanho peruano é composto por 26,4 milhões de cabeças, número superior àquele de outros países da região, como Chile ou Venezuela. Compõe-se, principalmente, de ovelhas (53,6%), gado (20,7%) e suínos (12,4%). Embora a população de animais de estimação também seja beneficiária das vacinas, não foi possível dimensioná-la.

As vendas brasileiras cresceram a um ritmo mais forte que as de seus concorrentes entre 2003 e 2008: 45,9% ao ano, em média, contra 8,7%. Desse modo, conquistaram uma fatia de mercado de 19,8% no último ano do período. O Gráfico 31 revela quais foram seus principais competidores em 2008 e a evolução do seu desempenho no Peru a partir de 2003. A queda da parcela de mercado do líder, Estados Unidos, de 54,4% no primeiro ano, para 41% no último, chama a atenção. Em contrapartida, o produto nacional ganhou cada vez mais espaço: sua participação aumentou de 14,5 pontos percentuais nesse ínterim. Em valores, as exportações brasileiras somaram US\$ 2,39 milhões em 2008.

Gráfico 31 – Participação dos principais fornecedores do SH6 “vacinas para medicina veterinária” (%) – 2003 a 2008



Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

As vacinas brasileiras para uso veterinário entram no Peru com imposto de importação mais baixo do que o concorrente estadunidense: 9,0% *versus* 4,05%, o que lhes confere vantagem adicional.

Por fim, importa esclarecer que os SH6 3006.30 (“preparações opacificantes para exames radiográficos; reagentes de diagnóstico para serem administrados a pacientes”) e 3006.60 (“preparações químicas contraceptivas à base de hormônios ou de espermicidas”) também se classificam como destaques entre os SH6 do subgrupo de “produtos farmacêuticos”.

Quanto ao subgrupo “instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes e peças”, as importações peruanas somaram US\$ 200,3 milhões, valor para o qual a contribuição brasileira foi de US\$ 16,8 milhões. A gama de SH6 que constitui esse conjunto é bastante variada e inclui: lentes de contato e para óculos; micrômetros; paquímetros; seringas; agulhas; aparelhos dentários de brocar; próteses articulares e válvulas cardíacas; termômetros; contadores de líquidos; de eletricidade; de voltas ou de produção; taxímetros e podômetros, entre outros.

Entre os destaques, encontra-se o SH6 9021.10, “artigos e aparelhos ortopédicos ou para fraturas, inclusive partes e acessórios”, cujas importações peruanas somaram US\$ 3,8 milhões em 2008, após terem crescido à taxa média anual de 29,7% desde 2003. A Suíça é líder de mercado nesse produto, com participação de 43,4% em 2008. Já o vice-líder, Estados Unidos, detém parcela de 23,7%, enquanto o Brasil aparece em terceiro lugar no *ranking*, com 14% de participação, equivalentes a US\$ 536,5 mil. Para que as exportações nacionais mantenham seu espaço no mercado peruano no futuro, será necessário imprimir um ritmo mais acentuado às suas vendas. Para tanto, o Brasil pode contar com um percentual tarifário menor do que o de seus competidores. Enquanto os aparelhos nacionais estão sujeitos ao percentual de 2,25%, aos Estados Unidos e à Suíça aplica-se a taxa de 9%.

MULTISSETORIAL E OUTROS

Esta seção apresenta aqueles subgrupos que, pela natureza de seus produtos, perpassam complexos diferentes (multissetoriais); e também aqueles que não se enquadram em nenhum dos complexos tratados até aqui (“outros”). Como esses subgrupos são bastante diversos, não é possível apresentar um panorama geral do que representam, devendo-se abordá-los individualmente.

EXPORTAÇÕES INCIPIENTES

A Tabela 25 apresenta os sete subgrupos das categorias “multissetorial” e “outros” para os quais se identificam possíveis oportunidades de abertura de mercado para as exportações brasileiras. Juntos, eles representaram US\$ 517,2 milhões em importações peruanas em 2008, das quais 54,5% referem-se a produtos do subgrupo “produtos laminados planos de ferro ou aço”.

Tabela 25 – Subgrupos de produtos de exportações incipientes “A DESENVOLVER”

Grupos de produtos	Subgrupos de produtos	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Crescimento médio anual das imp. do Peru 2003 - 2008 (%)	Dinamismo	VCR do Brasil	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)
Metais não-ferrosos	Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	7	26.803.284	31,71	Muito dinâmico	0,98	China	52,96
Papel e celulose	Celulose	16	89.621.685	35,09	Muito dinâmico	6,91	Chile	54,41
Pólvora	Pólvora	8	22.887.915	30,97	Muito dinâmico	0,81	Chile	45,78
	Ferro-ligas	10	14.859.953	45,09	Dinâmico	1,43	Venezuela	29,68
Produtos metalúrgicos	Fio-máquinas e barras de ferro ou aço	21	61.389.356	55,93	Muito dinâmico	0,72	China	52,57
	Produtos laminados planos de ferro ou aço	52	282.068.424	39,05	Dinâmico	0,98	China	38,26
	Minérios de ferro	1	19.613.602	4481,16	Muito dinâmico	29,92	Chile	100,00

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Apesar da composição do subgrupo ser diversificada, com 52 SH6 distintos, 27,2% do valor importado (US\$ 76,8 milhões) concentrou-se no código 7208.39 (“produtos laminados planos, de ferro ou aço não ligado, de largura igual ou superior a 600mm, laminados a quente, não folheados ou chapeados, nem revestidos, de espessura inferior a 3mm”). O Brasil é competitivo nas vendas do SH6, já que sua Vantagem Comparativa Revelada (VCR) alcança 2,21. As exportações brasileiras do produto para o Peru eram irregulares no início do período entre 2003 e 2008, mas no último ano analisado já atingiam US\$ 1,7 milhão, valor que garantiu uma participação de 2,2%.

EXPORTAÇÕES EXPRESSIVAS

- **Subgrupos A CONSOLIDAR**

Conforme pode ser observado na Tabela 26, há nove subgrupos para os quais foi identificado potencial para o aumento da participação brasileira no mercado peruano, dentre aqueles enquadrados como “multissetoriais” ou “outros”. Juntos, eles representaram US\$ 4,7 bilhões de importações do Peru e US\$ 536,8 milhões de exportações brasileiras. Mas, apesar dos valores altos, deve-se ressaltar que 72,4% das compras peruanas e 63,7% das vendas brasileiras àquele mercado estão compreendidas em apenas um subgrupo, “petróleo e derivados do petróleo”. Por sua vez, praticamente todo o valor do subgrupo em ambos os fluxos comerciais refere-se a “óleos brutos de petróleo” (SH6 2709.00).

Tabela 26 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “A CONSOLIDAR”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Borracha e suas obras	Demais produtos de borracha e suas obras	31	103.508.533	6.866.390	25,65	22,56	6,63	EUA	27,26	A consolidar
Colas e enzimas	Colas e enzimas	6	50.622.544	7.628.348	19,17	23,78	15,07	EUA	20,71	A consolidar
Metais não-ferrosos	Barras, perfis, fios, chapas e tiras, de alumínio	7	20.394.446	2.453.134	22,86	15,94	12,03	China	25,49	A consolidar
	Demais produtos de metais não-ferrosos	13	27.222.309	4.451.125	24,43	33,30	16,35	EUA	21,26	A consolidar
Papel e celulose	Papel e suas obras	30	277.131.547	69.736.255	16,79	17,16	25,16	Colômbia	20,48	A consolidar
Petróleo e derivados de petróleo	Petróleo e derivados de petróleo	6	3.420.688.601	342.126.595	29,43	71,57	10,00	Equador	43,84	A consolidar
Produtos metalúrgicos	Demais produtos metalúrgicos	45	349.052.129	49.415.393	38,91	33,20	14,16	EUA	19,38	A consolidar
	Ferro-ligas	5	50.212.508	11.292.989	77,44	26,42	22,49	Espanha	23,62	A consolidar
	Produtos laminados planos de ferro ou aço	27	423.174.575	42.829.673	36,77	28,22	10,12	China	35,76	A consolidar

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

O subgrupo “demais produtos metalúrgicos” é diversificado, incluindo 45 códigos SH6 que abrangem diferentes usos. Entre os dez SH6 mais importados, estão produtos como perfis de ferro ou aço (SH6 7216.33, 7216.21, 7216.22); construções e suas partes, de ferro fundido, ferro ou aço (7308.90); e fogões (7321.11). O SH6 mais exportado pelo Brasil foi 7216.21 (“perfis de ferro ou aço não ligado, em L, simplesmente laminados, estirados ou extrudados, a quente, de altura inferior a 80mm”), com US\$ 14,5 milhões; seguido de 7311.00 (“recipientes para gases comprimidos ou liquefeitos, de ferro fundido, ferro ou aço”), com US\$ 11,9 milhões. Esse último produto foi também aquele em que as exportações brasileiras mais cresceram entre 2003 e 2008: 257,7%, na média anual.

- **Subgrupos CONSOLIDADOS, EM DECLÍNIO e EM RISCO**

Os oito subgrupos das categorias “multissetorial” e “outros” que foram classificados como “consolidados”, “em declínio”, ou “em risco”, apresentados na Tabela 27, somaram US\$ 578,0 milhões de importações peruanas e US\$ 211,3 milhões de exportações brasileiras em 2008. Ressalte-se que o subgrupo “fio-máquinas e barras de ferro ou aço” (consolidado) foi responsável por 86,8% e 81,7% de tais valores, respectivamente.

Tabela 27 – Subgrupos de produtos de exportações expressivas “CONSOLIDADOS”, “EM DECLÍNIO” e “EM RISCO”

Grupo	Subgrupo	Nº de SH6	Importações do Peru em 2008 (US\$)	Importações do Peru provenientes do Brasil em 2008 (US\$)	Cresc. médio dos concorrentes entre 2003-2008 (%)	Cresc. médio do Brasil entre 2003-2008 (%)	Participação brasileira em 2008 (%)	Principal concorrente em 2008	Participação do principal concorrente em 2008 (%)	Classificação
Produtos metalúrgicos	Ferro fundido bruto e ferro "spiegel" (ferro gusa)	1	381.506	381.506	-100,00	-14,98	100,00	-	-	- Consolidado
	Fio-máquinas e barras de ferro ou aço	6	501.577.674	172.613.317	61,38	82,66	34,41	Letônia	31,14	Consolidado
	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço	3	19.493.231	19.389.184	20,18	85,67	99,47	Rússia	,53	Consolidado
Papel e celulose	Celulose	1	26.634	5.094	0,00	-16,53	19,13	China	43,01	Em declínio
Produtos minerais	Demais minérios metalúrgicos	1	193.489	8.602	120,26	7,65	4,45	Austrália	38,65	Em declínio
Produtos para fotografia	Produtos para fotografia	8	41.207.792	6.774.200	6,43	-11,51	16,44	EUA	41,18	Em declínio
Metais não-ferrosos	Ligas de alumínio	1	12.156.228	9.218.127	174,97	18,54	75,83	Venezuela	24,14	Em risco
Produtos minerais	Minérios de ferro	1	2.995.067	2.922.614	52,86	-26,90	97,58	Países Baixos	2,38	Em risco

Fonte: UICC - ApexBrasil, a partir de dados do GTIS

Além da concentração de valores em “fio-máquinas e barras de ferro ou aço”, os subgrupos tratados aqui são pouco diversificados em relação aos produtos que abarcam, já que apenas o subgrupo citado e os subgrupos “produtos semimanufaturados de ferro e aço” (consolidado) e “produtos para fotografia” (em declínio) são representados por mais de um código SH6. O SH6 mais relevante do subgrupo “fio-máquinas e barras de ferro ou aço” é 7214.20 (“barras de ferro ou aços não ligadas, laminadas a quente, dentadas, com nervuras, sulcos ou relevos, obtidos durante a laminagem, ou torcidas após a laminagem”), com US\$ 334,6 milhões em importações totais da contraparte andina e US\$ 102,8 milhões em exportações brasileiras.

PARTE 6

ANEXOS

Anexo 1

Metodologia de identificação de oportunidades para as exportações brasileiras em determinado mercado-alvo

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 - Identifica-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 de 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, tenham participado da análise de oportunidade.

Uma vez separados os produtos que têm exportações expressivas dos que têm exportações incipientes, ambos são agregados em grupos. A partir de então, os grupos de produtos com exportações expressivas e incipientes são analisados separadamente através 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 tendem a indicar taxas de crescimentos superiores às 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 as exportações brasileiras destinadas ao mercado-alvo busca avaliar os grupos de produtos tendo em conta tanto a demanda do mercado (importações totais) como a oferta brasileira para o mercado (exportações brasileiras).

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

- O posicionamento do Brasil em relação a seus concorrentes em cada grupo de produtos. Isso é verificado através 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 país⁶¹.

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, o 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 o crescimento médio das exportações brasileiras é negativo. A situação de declínio também acontece quando, ao mesmo tempo, o crescimento das exportações do Brasil é positivo, porém inferior a 15%⁶² 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 exportações

⁶¹ 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.

⁶² 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”.

brasileiras. Por isso, eles são investigados mais profundamente. Para tanto, os grupos de produtos “a consolidar” são abertos em subgrupos. O objetivo é encontrar os segmentos 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 for inferior a 30% e o crescimento das exportações nacionais for menor que o dos concorrentes, o grupo de produtos poderá estar “em declínio” ou “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 mais que a média para o crescimento do seu subgrupo e que foram mais exportados no último ano 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 seja 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

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS									
010511	200949	290531	300640	330790	381121	392043	401110	480591	520939
020230	210610	290532	300660	340111	381210	392049	401120	480593	520942
020621	220300	290543	310100	340119	381230	392062	401140	480640	520943
020629	230910	290619	320120	340120	381400	392069	401161	480820	520952
020712	230990	290729	320190	340130	381590	392112	401162	480830	520959
020714	250200	290819	320210	340213	381600	392190	401163	481092	521029
020727	250410	290944	320290	340219	381900	392210	401192	481151	521031
040130	250490	290949	320411	340290	382000	392220	401193	481159	521039
040299	251400	291412	320417	340399	382410	392290	401194	481160	521041
040630	251741	291413	320419	340490	382440	392329	401290	481190	521049
040700	251810	291429	320420	340530	382450	392340	401490	481310	521051
040819	251990	291531	320490	340700	382490	392350	401610	481840	521059
050400	252010	291539	320619	350300	390110	392390	401693	481930	521139
090700	252330	291590	320649	350400	390120	392490	401695	481940	521151
100510	253090	291614	320710	350510	390130	392590	401699	481950	521159
110814	260111	291712	320740	350691	390210	392610	401700	482110	521225
120220	261790	291735	320810	350699	390230	392630	410419	482290	530500
120929	270799	291811	320820	350790	390319	392690	410799	482340	540110
120999	270900	291815	320890	370110	390390	400130	411510	482390	540120
130190	271210	292211	320910	370130	390422	400211	420221	490110	540219
130219	271290	292213	321000	370243	390720	400219	420330	491000	540220
130220	271490	292241	321100	370244	390750	400259	420600	491110	540231
150790	271500	292320	321290	370254	390799	400270	440929	491191	540232
151319	280920	292390	321310	370320	390910	400299	441012	511211	540244
151530	281122	292419	321390	370710	390940	400400	441192	520411	540247
151620	281810	292910	321410	370790	390950	400591	441239	520420	540249
151790	281820	293020	321511	380110	391000	400599	441300	520526	540262
151800	281830	293030	321519	380130	391190	400610	441700	520527	540411
152110	282090	293369	330112	380190	391220	400690	441872	520531	540419
160300	282110	293930	330210	380210	391231	400811	442090	520710	540490
170199	282739	300220	330410	380400	391239	400819	450200	520829	540710
170490	282890	300230	330420	380510	391290	400821	470610	520833	540720
180400	283090	300390	330430	380610	391620	400829	480255	520839	540773
180500	284190	300420	330491	380690	391690	400911	480256	520842	540782
180620	284310	300432	330499	380892	391710	400912	480257	520849	550110
180631	284329	300439	330510	380894	391731	400921	480258	520851	550340
180632	284700	300440	330520	380899	391732	400931	480411	520852	551512
180690	284920	300450	330590	380910	391739	400941	480431	520859	560110
190532	285000	300490	330610	380991	391740	400942	480439	520919	560210
190540	290129	300510	330620	380992	391810	401011	480449	520922	560312
190590	290219	300590	330690	380993	391910	401012	480524	520929	560314
200811	290490	300610	330710	381010	392010	401031	480525	520931	560391
200911	290519	300630	330720	381090	392020	401033	480540	520932	560392

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS									
560394	640220	700521	721011	730431	760120	820750	841090	841989	843230
560721	640291	700529	721012	730439	760410	820780	841191	841990	843280
560729	640299	700711	721050	730459	760529	820790	841221	842010	843290
560750	640351	700719	721090	730630	760611	820840	841231	842091	843319
560790	640359	700721	721123	730640	760612	820890	841239	842121	843320
580190	640391	700910	721129	730650	760711	820900	841311	842123	843351
580620	640399	700991	721220	730711	760719	821110	841319	842129	843352
581010	640411	701090	721250	730830	760720	821191	841330	842131	843359
581100	640419	701328	721310	730890	760810	821192	841340	842139	843360
590190	640620	701337	721391	730900	760900	821193	841360	842199	843390
590210	640699	701342	721420	731100	761090	821210	841370	842220	843420
590310	650610	701349	721491	731210	761100	821220	841391	842230	843490
590900	680223	701400	721499	731290	761519	821300	841392	842240	843610
591000	680293	701820	721610	731414	761520	821410	841410	842290	843621
591110	680300	701911	721621	731419	761610	821420	841430	842320	843629
591131	680410	701912	721622	731441	761699	821490	841459	842330	843680
591132	680421	701931	721631	731442	820110	821520	841480	842420	843691
591140	680422	701932	721632	731450	820120	821599	841490	842430	843710
591190	680423	701940	721633	731520	820130	830120	841520	842481	843780
600122	680430	701959	721640	731816	820140	830150	841582	842489	843790
600192	680510	701990	721720	731821	820150	830160	841583	842490	843830
600240	680520	710410	721790	731822	820160	830170	841590	842531	843840
600410	680530	710692	721899	731823	820190	830210	841620	842542	843850
600490	680610	710813	721921	731829	820210	830220	841690	842549	843880
600590	680710	711319	721922	732010	820220	830230	841720	842691	843890
600631	681181	711320	721923	732020	820231	830241	841780	842699	843910
600642	681291	711719	721924	732090	820240	830249	841790	842810	843991
610422	681293	720110	721932	732111	820291	830250	841810	842820	843999
610453	681299	720211	721933	732112	820299	830260	841821	842832	844010
611241	681381	720230	721934	732119	820310	830810	841830	842833	844110
611249	681389	720241	721935	732190	820320	830820	841840	842839	844180
611780	681510	720293	722020	732410	820330	830890	841850	842911	844190
620891	681591	720299	722300	732490	820411	830910	841861	842920	844250
621112	690220	720510	722511	732510	820510	830990	841869	842940	844332
621290	690290	720521	722530	732591	820520	831000	841891	842951	844391
630231	690310	720712	722550	732619	820530	831110	841899	842952	844831
630260	690320	720720	722619	732620	820551	831120	841919	842959	844842
630319	690390	720837	722790	732690	820559	840290	841920	843061	845090
630532	690790	720838	722990	740620	820570	840510	841931	843131	845129
630533	690890	720851	730120	740821	820719	840820	841932	843139	845130
630590	690912	720852	730300	741521	820720	840890	841939	843142	845210
630691	700239	720853	730411	741529	820730	840991	841940	843210	845230
630710	700312	720917	730419	750210	820740	840999	841950	843221	845310

SH6 referentes às exportações EXPRESSIVAS						
845320	847740	850432	853331	870130	901849	940179
845380	847780	850433	853340	870190	901890	940190
845390	847790	850434	853400	870210	902110	940210
845530	847910	850450	853510	870323	902129	940290
845811	847960	850490	853521	870422	902131	940320
846039	847982	850519	853529	870423	902139	940330
846221	847990	850520	853530	870431	902213	940340
846239	848020	850590	853540	870540	902410	940350
846291	848030	850610	853590	870590	902480	940360
846591	848049	850710	853610	870600	902490	940370
846592	848050	850790	853620	870790	902519	940390
846593	848060	850940	853641	870810	902580	940550
846594	848071	850990	853649	870821	902590	940560
846599	848079	851110	853650	870829	902620	940591
846610	848110	851120	853661	870830	902680	950440
846620	848120	851130	853690	870840	902690	960310
846692	848190	851140	853710	870850	902820	960321
846693	848220	851150	853720	870870	902830	960330
846721	848240	851180	853810	870880	902910	960340
846722	848250	851190	853890	870891	902920	960350
846729	848310	851220	853922	870892	902990	960390
846781	848320	851240	853931	870893	903033	960400
846789	848330	851290	853932	870894	903039	960610
846791	848340	851410	854110	870895	903120	960711
846810	848350	851420	854150	870899	903180	960719
846820	848390	851430	854390	871120	903210	960910
847090	848410	851490	854411	871411	903220	960920
847160	848490	851529	854419	871419	903289	960990
847180	848690	851610	854420	871639	903290	961380
847190	848790	851680	854430	871640	903300	961610
847230	850110	851712	854442	871690	910400	961700
847290	850120	851830	854449	880400	910610	961800
847329	850140	852352	854460	900130	910690	
847410	850151	852849	854470	900150	911220	
847420	850152	852910	854511	900290	911290	
847431	850153	853090	854520	901530	911310	
847432	850211	853110	854610	901720	911390	
847439	850212	853180	854620	901730	940120	
847480	850300	853210	854690	901790	940140	
847490	850410	853222	854710	901831	940159	
847710	850421	853225	854790	901832	940161	
847720	850422	853229	860719	901839	940169	
847730	850431	853230	870120	901841	940171	