

Comércio Exterior do Estado do Rio de Janeiro: análise dos principais parceiros comerciais e setores estratégicos (2015-2017)



UNIDADE DE
INTELIGÊNCIA
COMERCIAL

UniLaSalle
RIO DE JANEIRO



GOVERNO DO
Rio de
Janeiro



Imprensa
Oficial

RJ INTERNACIONAL



INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe



FAPERJ
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

**Comércio Exterior do
Estado do Rio de Janeiro:
análise dos principais
parceiros comerciais e
setores estratégicos
(2015-2017)**



Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e que não seja para venda ou qualquer fim comercial. A responsabilidade de direitos autorais de textos e imagens dessa obra é da área técnica.

Tiragem: 1ª edição – 2018

R585c Rio de Janeiro (estado). Gabinete Civil. Subsecretaria de Relações Internacionais/SSRI


Comércio Exterior do Estado do Rio de Janeiro – 2015-2017: análise dos principais parceiros comerciais e setores estratégicos / Rafael Pinheiro de Araújo e outros – Niterói, Imprensa Oficial, 2018.

304 p.

ISBN 978-85-88945-21-0

1-Rio de Janeiro-Estado – Comércio Exterior – Parceiros Comerciais e Setores Estratégicos – Artigos. 2-Moda Íntima – Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 3-Moda Praia - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 4-Rochas Ornamentais - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 5-Cachaça Fluminense - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 6-Artesanato - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 7-Biotecnologia - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 8-Design - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 8-Jóias e Bijuterias - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 9-Metal Mecânico - Comércio Exterior – Rio de Janeiro-Estado. 10-Comércio Internacional – Ensino e Aprendizagem – Pesquisa e Resultados. I-Araújo, Rafael Pinheiro de. II-Gonçalves, Fernanda Cristina Nanci Izidro. III-Segura, Maira Carolina Candida. IV-Oliveira, Patrícia Cabral de. V-Título

CDU 339.5.012



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
GABINETE CIVIL
SUBSECRETARIA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS/SSRI

COMÉRCIO EXTERIOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO:
ANÁLISE DOS PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS E SETORES ESTRATÉGICOS
(2015-2017)

Niterói
Imprensa Oficial do Estado do Rio de Janeiro
2018

Organizadores:

Fernanda Nanci, Maira Segura, Patrícia Oliveira, Rafael Araujo.

Revisão de conteúdo:

Fernanda Nanci, Maira Segura, Mohana Reis, Patrícia Oliveira, Rafael Araujo.

Revisão Gramatical:

Verônica Lima

Elaboração de Textos:

Beatriz Mota, Bruna Malheiros, Caíque Holanda, Carolina Mendes, Daiane Queiroz, Débora Bedim Loures, Douglas Ritter Baptista, Flávio Medeiros, Giulia Stael, Joyce Carolina Canelas de Accioly, Lucas Akio, Lauany Carvalho, Marcella Rocha, Murilo Agostinho, Nathália Teixeira, Nicole de Oliveira Torres Guimarães, Sarah Rosa e Thamyres Coelho.

Normalização:

Ana Carolina Nascimento da Silva

Arte e Diagramação:

Binder

Apoio Financeiro:

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro - FAPERJ

Elaboração dos Estudos:

Centro Universitário La Salle do Rio de Janeiro (Unilasalle-RJ), Unidade de Inteligência Comercial - parceria da Assessoria de Comércio e Investimentos (ACI/SSRI).

Agradecimentos:

Equipe Funcex, Luciana Benamor, Luiz Carlos Carvalho, Marcelo Giglio, Patrícia Nasser, Pedro Spadale, Thayne Garcia, Tiago Nery.

SUMÁRIO

Prefácio	7
Apresentação	9
Parte I - PANORAMAS COMERCIAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (2015, 2016 E 2017)	13
Capítulo 1: Panorama comercial do Estado do Rio de Janeiro (2015)	14
Capítulo 2: Panorama comercial do Estado do Rio de Janeiro (2016)	32
Capítulo 3: Panorama comercial do Estado do Rio de Janeiro (2017)	64
Parte II - ESTUDOS SETORIAIS	86
Capítulo 1: Moda íntima	87
capítulo 2: Moda praia	125
Capítulo 3: Rochas ornamentais	154
Capítulo 4: Cachaça fluminense	168
Capítulo 5: Artesanato	176
Capítulo 6: Biotecnologia	191
Capítulo 7: Design	206
Capítulo 8: Joias e bijuterias	221
Capítulo 9: Metalmecânico	245
Parte III - RESULTADOS DO PROJETO	256
Capítulo 1: O projeto de pesquisa e seus resultados para o ensino-aprendizagem em comércio internacional	257
Capítulo 2: Resultados da unidade de inteligência comercial na perspectiva da subsecretaria de relações internacionais	273
Conclusão	282
Índice de tabelas	283
Índice de gráficos	292
Relação de autores	299

PREFÁCIO

Situada na Secretaria de Estado da Casa Civil e Desenvolvimento Econômico do Rio de Janeiro, a Subsecretaria de Relações Internacionais (SSRI), durante seus 10 anos de atuação, tem lidado com uma grande diversidade de temas capitaneados por suas quatro assessorias temáticas – Comércio e Investimentos, Cooperação Internacional, Financiamentos Externos e Relações Institucionais.

Representante da SSRI na organização desse livro, a Assessoria de Comércio e Investimentos tem como principais atribuições a atração de investimento estrangeiro direto para o estado e a promoção do comércio exterior. Sua atuação junto a outros órgãos do governo do estado, especialmente a Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico e a Companhia de Desenvolvimento Industrial (CODIN), posiciona a SSRI como parte integrante do arranjo institucional responsável pelo desenvolvimento econômico do estado.

Com uma pauta exportadora amplamente baseada em produtos da cadeia de petróleo, um dos desafios que se impõe à Assessoria de Comércio e Investimentos é encontrar formas de contribuir, não só para o crescimento, mas também para diversificação das exportações fluminenses, preferencialmente incentivando a atuação de micro, pequenos e médios empresários (MPMEs) locais.


A Assessoria realiza atendimentos e encaminha a seus parceiros, públicos e privados, os empresários com interesse em exportar, coordena o Comitê Gestor do Plano Nacional de Cultura Exportadora no estado do Rio de Janeiro e está à frente do planejamento para a futura criação de um programa estadual de exportações, além de atender a delegações estrangeiras e preparar missões internacionais.

Acostumada à organização de eventos de negócios, a SSRI viu uma oportunidade de aproveitar os holofotes voltados para o Rio de Janeiro no momento em que sediava uma série de megaeventos – Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), Jornada Mundial da Juventude, a Copa das Confederações, a Copa do Mundo e Jogos Olímpicos e Paraolímpicos – como uma conjuntura propícia para ações de incentivo à economia fluminense.

A demanda por informações veio não somente de dentro do governo, mas também de representantes setoriais: empresários e associações de produtores que buscavam por dados fidedignos para pautar sua busca por novos mercados externos. Nesse contexto, a Assessoria de Comércio e Investimentos, com uma equipe enxuta e uma alta demanda, resolveu buscar a área acadêmica para cumprir esse papel e reforçar o tripé poder público, academia e setor produtivo, uma excelente combinação capaz de gerar resultados positivos.

A SSRI buscou algumas universidades que demonstraram interesse no tema e, no final de 2014, foi firmado um convênio de pesquisa entre a SSRI e o Centro Universitário La Salle (Unilasalle-RJ), que deu origem a Unidade de Inteligência Comercial. A parceria foi firmada a tempo de submeter um projeto para o Edital “Prioridade Rio - Apoio ao estudo de temas prioritários para o Governo do Estado do Rio de Janeiro”, da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ).

O projeto submetido foi agraciado pela FAPERJ e os recursos foram utilizados para a criação do espaço físico da Unidade de Inteligência Comercial, uma sala dentro da universidade equipada com computado-



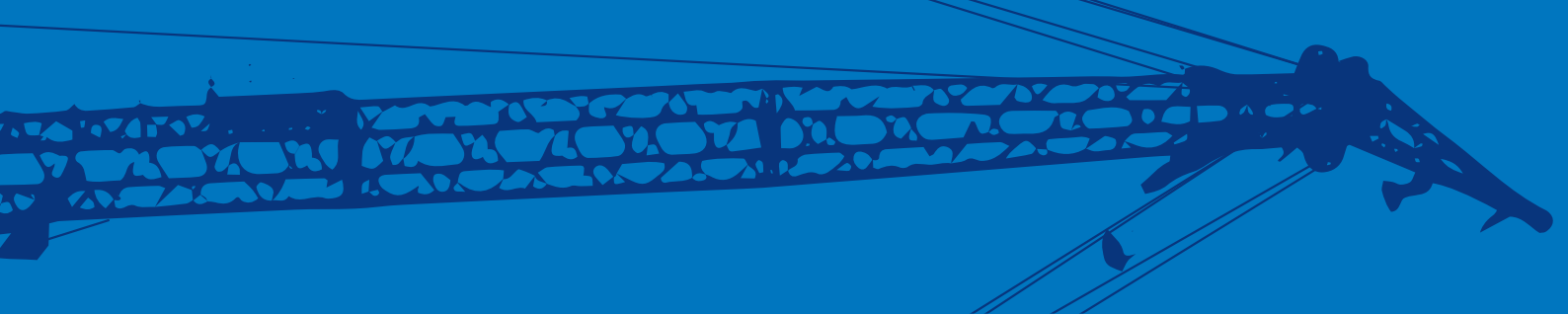
res e com acesso ao Funcex Data, base de dados de comércio exterior da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex), imprescindível para as pesquisas direcionadas a exportação de micro, pequenas e médias empresas. Seis alunos de graduação, supervisionados por uma equipe de professores do Unilasalle-RJ, passaram a elaborar os materiais de inteligência solicitados pela Assessoria, cuja produção será apresentada neste livro.

Cabe ressaltar que a parceria entre as duas instituições é de longa data, uma vez que já existia um convênio para a contratação de estagiários para o quadro da SSRI, provenientes de seu curso de graduação em Relações Internacionais. Um dos principais legados dessa cooperação é o complemento à formação dos estudantes, tornando-os futuros profissionais de Relações Internacionais ainda mais capacitados.

As entregas da Unidade de Inteligência foram feitas em três formatos: Boletins Comerciais Trimestrais, Panoramas Comerciais Anuais e Estudos Setoriais. Os conteúdos têm sido de grande importância não só para compreendermos melhor o comportamento do comércio exterior fluminense e de seus setores, mas também para pautar a tomada de decisões sobre programas e projetos planejados pela SSRI. Além disso, as informações dos estudos setoriais são encaminhadas para uso das entidades pertinentes e, tanto o Panorama Comercial, quanto o Boletim Trimestral são publicados nas edições da revista bilíngue Economia Rio.

É com imenso prazer que apresentamos o resultado dessa parceria através deste livro. O leitor encontrará informações relevantes sobre o comércio exterior fluminense, seus principais parceiros, produtos e cidades de origem, além do desempenho comercial de alguns de seus setores nos anos de 2015, 2016 e 2017. Confiante da contribuição positiva do material aqui exposto, desejamos a todos uma excelente leitura!

Bruno Costa de Queiroz
Subsecretário interino de Relações Internacionais



APRESENTAÇÃO

Em 2014, na esteira do bom desempenho da economia fluminense e da grande projeção nacional e internacional da cidade do Rio de Janeiro, a Subsecretaria de Relações Internacionais do governo do estado do Rio de Janeiro (SSRI) buscou realizar parcerias com instituições de ensino superior com o objetivo de apoiar seu trabalho de interlocução entre o governo do estado e atores internacionais, intensificando e solidificando a relação entre eles.

À época, os megaeventos internacionais, como a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20) em 2012, a Copa das Confederações, ocorrida em junho de 2013, a Copa do Mundo de 2014, os preparativos para as Olimpíadas Rio 2016 e a forte ligação da economia fluminense à indústria do petróleo, que trouxe grandes empresas para o estado, contribuíram positivamente para a inserção internacional da economia fluminense.

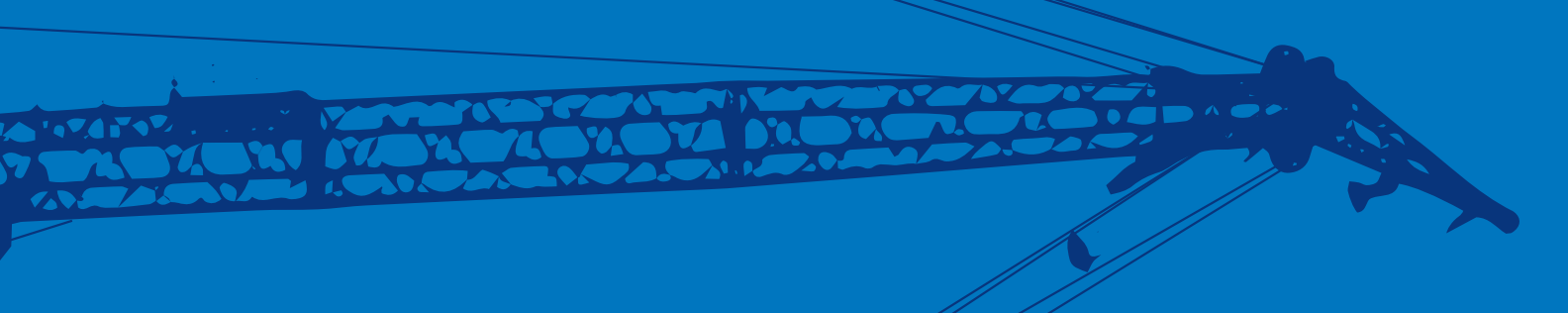
Diante de tantas responsabilidades, um dos maiores desafios da Assessoria de Comércio e Investimentos da SSRI⁵ era conciliar o atendimento da forte demanda proveniente dos seus interlocutores externos e o seu trabalho de assessoramento da inserção do estado do Rio de Janeiro na cena internacional, buscando parceiros públicos e privados que possibilitassem ao estado concretizar o seu programa de desenvolvimento.

Desde que foi criada, em 2007, as principais atribuições da SSRI são: a atração de investimentos externos diretos para o estado e a promoção do comércio exterior e de atividades relacionadas à construção da imagem do Rio no exterior; o trabalho de inteligência comercial; a organização de *outreaches* (missões em que o estado procura se aproximar das empresas cuja presença no Rio é considerada interessante para determinados setores) e de *roadshows* (espécies de rodadas de negócios em que empresas são convidadas a conhecer o estado).

A Assessoria de Comércio e Investimentos ainda coordena o Plano Nacional da Cultura Exportadora (PNCE) no estado. Esse plano, lançado em 2012 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) – atual Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços –, desde 2016, está ligado ao Plano Nacional de Exportações, que consiste, segundo o novo governo, em uma estratégia pragmática de integração às redes internacionais de acordos e aos fluxos de comércio mundiais⁶. Na prática, ambos buscam oferecer aos estados brasileiros ações ligadas à cultura exportadora por meio da mobilização e capacitação de gestores públicos, empresários de pequeno e médio porte, além de profissionais de comércio exterior. Sua finalidade é estimular a realização de diagnósticos setoriais, programar as ações de apoio às ex-

⁵ A SSRI está dividida em cinco áreas: quatro Assessorias temáticas (Cooperação Internacional, Comércio e Investimentos, Financiamentos Externos, Relações Institucionais) e a Assessoria Especial.

⁶ Entre as prioridades para 2016 estão o acordo de livre comércio com a União Europeia, ampliação da facilitação de comércio com os EUA e acordos com os países da Bacia do Pacífico. Disponível na página oficial do Ministério da Indústria, Comércio e Serviços: <http://www.mdic.gov.br/galeria-de-videos?videoid=bLk9opqu4gw>. Acesso em: 13fev. 2017.



portações dos estados, visando a diversificação dos destinos, das origens e da pauta brasileira de exportações.

Em virtude da estrutura organizacional enxuta, do volume de trabalho e da natureza técnico-investigativa da atividade de pesquisa proposta, ligada ao Comércio Internacional, a SSRI buscou a cooperação técnica com instituições de ensino superior, no final de 2014. Como parte desse processo, estabeleceu-se um convênio de pesquisa entre o Centro Universitário La Salle (Unilasalle-RJ) e a SSRI. Em decorrência dessa parceria, o Unilasalle-RJ ficou responsável pelo trabalho de pesquisa em inteligência comercial, criando em sua instituição a Unidade de Inteligência Comercial. O momento de estabelecimento dessa parceria coincidiu com a divulgação do edital⁷ “Prioridade Rio - Apoio ao estudo de temas prioritários para o Governo do Estado do Rio de Janeiro” pela Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ). Na ocasião, um grupo de professores do curso de Relações Internacionais do Unilasalle-RJ, sob a coordenação do professor Rafael Araujo e da professora Patrícia Nasser, submeteu um projeto de pesquisa àquele edital. Com a sua aprovação pela FAPERJ, foram obtidos recursos públicos para a montagem de um Núcleo de Inteligência que, além de comércio, englobou as áreas de investimentos e cooperação para o desenvolvimento em outros dois centros de ensino superior.

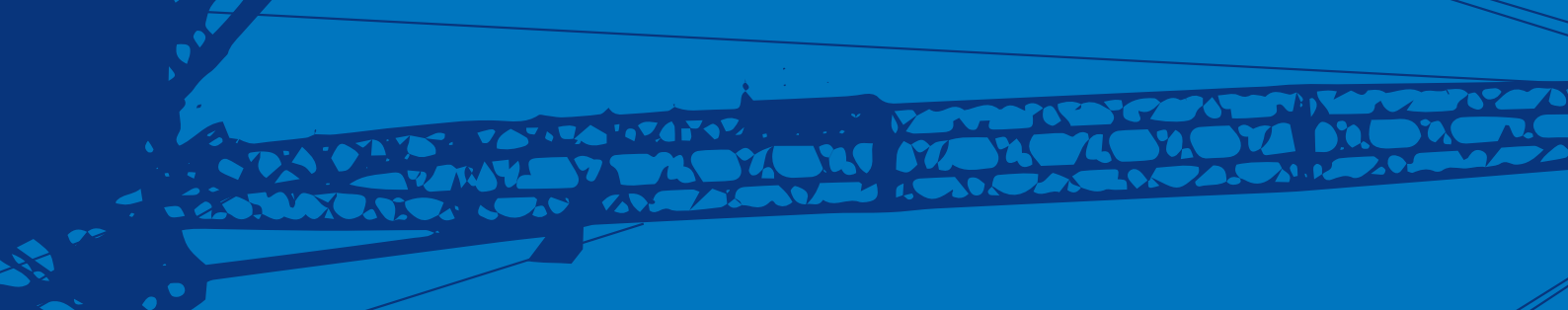
A partir de então, teve início o trabalho estruturado e sistemático entre o Unilasalle-RJ com os parceiros da SSRI. Para tanto, foi necessário que a coordenação do curso de Relações Internacionais do Unilasalle-RJ fizesse um processo seletivo para preenchimento das vagas de pesquisador-estudante. Em princípio seis alunos foram selecionados para compor a Unidade de Inteligência Comercial, supervisionados por quatro professores. À medida que a equipe concluía suas tarefas, novas seleções de estudantes foram realizadas, totalizando 18 alunos envolvidos no projeto até o início de 2018.

O Unilasalle-RJ se responsabilizou pelo trabalho na área de inteligência comercial. Seu intuito era apontar novas maneiras de fazer negócios, a partir do fornecimento de informações contínuas e análises comparativas e setoriais sobre o desempenho do comércio exterior fluminense, apontando perspectivas em novos mercados. Em outras palavras, o objetivo específico da pesquisa era a transformação de dados brutos relativos ao comércio exterior do estado do Rio de Janeiro em informações estratégicas, que gerassem conhecimento para subsidiar as decisões dos gestores públicos de diversas secretarias e de entidades empresariais.

A cooperação com a SSRI, pouco tempo depois de firmada por acordo, rendeu para a instituição acadêmica a montagem de uma sala aparelhada com computadores com acesso anual à base de dados de comércio exterior – o Funcex Data – da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex). A partir daí, estava pronta para funcionar, em março de 2015, a Unidade de Inteligência Comercial, um espaço para o desenvolvimento da pesquisa e realização de reuniões pela equipe envolvida no projeto.

Esse projeto ambicionou apoiar a formulação de políticas públicas do governo do estado do Rio de Janeiro. Nesse sentido, todos os estudos desenvolvidos pela Unidade de Inteligência Comercial do Unilasalle-RJ foram encaminhados para a equipe

⁷ Para mais informações sobre o Edital Prioridade Rio, consultar: <<http://www.faperj.br/?id=2499.3.6>>.



da SSRI, que repassou o material para empresas dos setores investigados, bem como instituições públicas e privadas que trabalham em prol da exportação e da atração de investimentos do estado. A intenção da SSRI é possibilitar às empresas o acesso a informações técnicas que possam auxiliá-las na tomada de decisões relacionadas à exportação e ao investimento no estado.

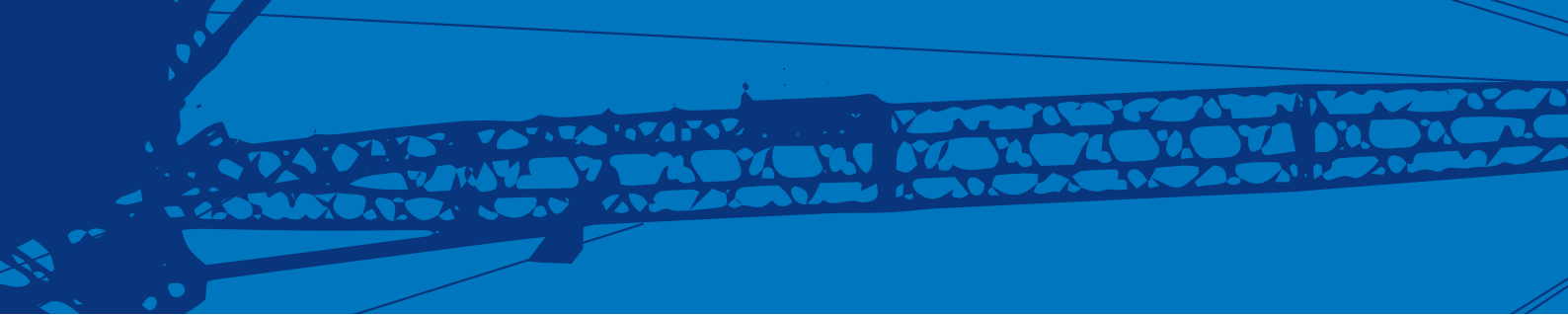
De fato, a SSRI trabalha em parceria com uma gama de entidades para promover a competitividade das empresas públicas e privadas instaladas no Rio de Janeiro, como a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços (SEDEIS). Enquanto a Assessoria de Comércio e Investimentos atua direcionada ao internacional, com atividade relacionada à análise de atração de investimentos externos diretos para o estado e a promoção do comércio exterior, a SEDEIS trabalha no âmbito doméstico, formulando a política estadual de desenvolvimento, incentivando as atividades da iniciativa privada, buscando promover a competitividade das empresas públicas e privadas instaladas no estado (SEDEIS, 2018)⁸. Assim, a partir dos estudos prospectivos e analíticos gerados na Unidade de Inteligência Comercial em parceria com a SSRI, a SEDEIS pode apoiar o desenvolvimento do comércio exterior das empresas fluminenses.

Para além da SEDEIS, a SSRI também trabalha em parceria com outros órgãos, como a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), entidades que trabalham para promover a competitividade e o desenvolvimento das empresas fluminenses. Dessa forma, os documentos técnicos gerados pelo projeto também podem servir como ferramentas para tomadas de decisão para que essas instituições utilizem em seus trabalhos de assessoria com as empresas do estado do Rio de Janeiro. O objetivo também é repassar as informações e análises para sindicatos setoriais e empresas do setor.

Os relatórios gerados ao longo do projeto foram utilizados pela SSRI como fontes para apresentação e para reuniões com outras instituições públicas e privadas. A Assessoria de Comércio e Investimentos mapeou os setores e empresas beneficiados com as informações de inteligência comercial geradas no projeto e a lista é extensa, podendo trazer bons resultados para o comércio do estado no curto e médio prazo. Conseqüentemente, além do projeto de pesquisa realizado no âmbito do Unilasalle-RJ, capacitar os estudantes na realização de análises comerciais, pesquisas técnicas, elaboração de documentos oficiais e estudos analíticos e prospectivos para o governo do estado, não se limita à produção acadêmica, envolvendo também o âmbito prático que envolve as decisões comerciais.

Por isso, objetivamos com esse livro não apenas prestar contas à sociedade do trabalho realizado ao longo dos três anos de pesquisa, mas também divulgar a relevância da interlocução e das parcerias entre órgãos governamentais, instituições de ensino superior e de fomento à pesquisa, pois acreditamos na relevância da cooperação entre esses setores para o estímulo à recuperação da economia de nosso estado e para o desenvolvimento nacional.

⁸ Disponível em: <<http://www.rj.gov.br/web/sedeis/>>. Acesso em: 15 mar. 2018.



O livro está estruturado em três partes que refletem os produtos desenvolvidos ao longo do projeto e uma análise de seus resultados. A primeira parte do livro apresenta os Panoramas Comerciais do estado do Rio de Janeiro dos anos 2015, 2016 e 2017. Estes panoramas comportam análises das condições econômicas do estado, de suas relações comerciais, de seus parceiros, de seus produtos, de suas cidades produtoras e das micro, pequenas e médias empresas fluminenses.

A segunda parte é dedicada à apresentação dos Estudos Setoriais, oferecendo uma análise do potencial comercial dos mercados de joias e bijuterias, bebidas destiladas, moda praia, moda íntima, rochas ornamentais, biotecnologia, design, artesanato e do setor metal-mecânico. Também se apresenta um estudo sobre as exportações das micro, pequenas e médias empresas. Esses estudos foram elaborados pelos estudantes-pesquisadores do projeto e são fruto de um profundo trabalho de inteligência comercial.

A terceira parte do livro apresenta dois artigos que discutem os resultados do projeto para a instituição de ensino e para a SSRI. Nesse sentido, os professores Rafael Araujo, coordenador do projeto, Fernanda Nanci Gonçalves e Patrícia Nasser de Carvalho apresentam e discutem os desafios que existem no campo do ensino-aprendizagem das Relações Internacionais e apresentam as percepções dos estudantes-pesquisadores no que se refere à importância da pesquisa realizada para o aprendizado em Comércio Internacional e para a preparação para a vida profissional. Por outro lado, Maira Segura e Patrícia Oliveira, assessoras de Comércio e Investimentos da SSRI, apresentam os resultados do projeto e seus benefícios para as políticas públicas do estado do Rio de Janeiro.

Agradecemos à FAPERJ pelo apoio financeiro ao projeto, ao Unilasalle-RJ pelo apoio institucional, à equipe da SSRI pela frutífera parceria estabelecida e à equipe da Funcex pelo auxílio com os dados comerciais e software. Não podemos deixar de agradecer à professora Patrícia Nasser de Carvalho que, na condição de coordenadora do curso de Relações Internacionais entre 2015 e 2016, incentivou a pesquisa e atuou como pesquisadora do projeto ao longo de dois anos, prestando inestimável contribuição na revisão e produção de relatórios e estudos setoriais. Por fim, um agradecimento especial a todos os alunos do Unilasalle-RJ que participaram da Unidade de Inteligência Comercial e dedicaram seu tempo a aprender e pesquisar sobre o comércio fluminense.

Esperamos que as contribuições deste livro estimulem mais estudos e análises e sirvam como subsídios para a elaboração de políticas públicas e para o incentivo ao comércio exterior do estado do Rio de Janeiro.

Desejamos a todos uma boa leitura!

Rafael Araujo
Fernanda Cristina Nanci Izidro Gonçalves
(Organizadores)

Parte I

Panoramas Comerciais
do Estado do Rio de Janeiro
(2015, 2016 e 2017)

Capítulo 1

Panorama Comercial do Estado do Rio de Janeiro (2015)

Rafael Araujo
Patrícia Nasser de Carvalho
Giulia Stael
Caíque Holanda



INTRODUÇÃO

Neste panorama comercial serão apontados os principais parceiros comerciais fluminenses por valor de corrente comercial, exportação e importação, sendo analisados de forma quantitativa e qualitativa. Além disso, dividir-se-á o período estudado em dois (janeiro a maio e junho a novembro de 2015) a fim de analisar as oscilações do desempenho comercial de cada parceiro. No caso dos principais parceiros por valor de exportação, serão abordados quais produtos são comercializados entre o estado do Rio de Janeiro e esses parceiros, e quais os municípios fluminenses produzem esses produtos. No que tange à importação, serão analisadas as principais origens e os principais itens importados pelo estado do Rio de Janeiro, além dos municípios que mais importam esses produtos.

Ademais, examinaremos os principais produtos exportados pelo estado do Rio de Janeiro em 2015. Assim como na seção dos principais parceiros, o período de análise será dividido em dois (janeiro a maio, e junho a novembro de 2015), com o mesmo objetivo de visualizar melhor a variação do desempenho de cada produto. Além disso, abordaremos os principais destinos e os municípios fluminenses produtores de tais produtos. Por fim, analisaremos quantitativamente o tamanho das empresas fluminenses exportadoras dos principais produtos identificados.

1. PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS POR VALOR DE CORRENTE COMERCIAL

Em 2015, o principal parceiro comercial do estado do Rio de Janeiro foi os Estados Unidos, totalizando US\$ 6.65 bilhões de corrente comercial entre o governo norte-americano e o estado fluminense. Com uma diferença de US\$ 600 milhões de corrente comercial, a China foi o segundo maior parceiro fluminense nesse ano, totalizando US\$ 5.93 bilhões de trocas comerciais com o estado do Rio de Janeiro. Em seguida, respectivamente, vêm Arábia Saudita, Países Baixos (Holanda), Chile, Alemanha, Cingapura, Argentina, Índia e França.

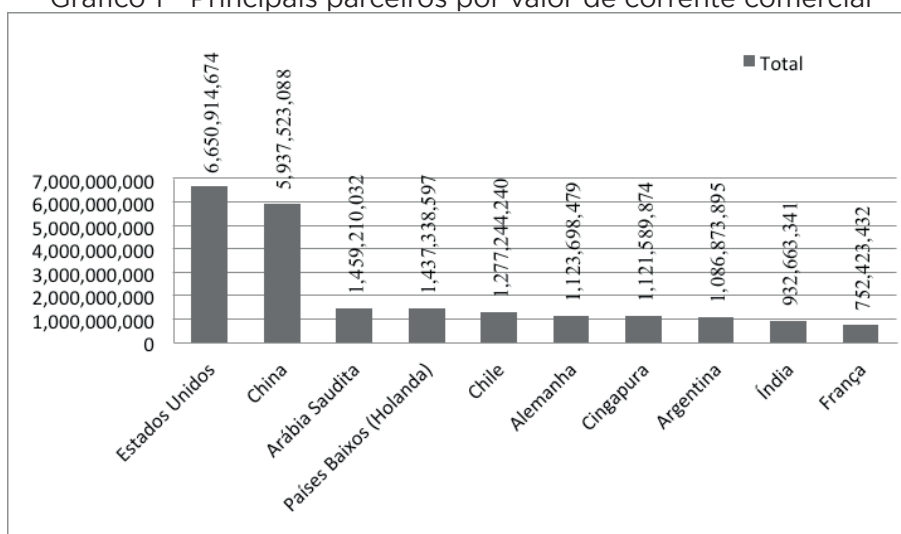
Abaixo, segue a tabela dos principais parceiros fluminenses em 2015 e, em seguida um gráfico comparativo entre os valores de corrente comercial de cada parceiro:

Tabela 1 - Principais parceiros por corrente de comércio (2015)

Principais Parceiros por Corrente Comercial (Jan-Nov 2015)	
Países:	Valor (US\$):
Estados Unidos	6.65 bilhões
China	5.93 bilhões
Arábia Saudita	1.45 bilhões
Países Baixos (Holanda)	1.43 bilhões
Chile	1.27 bilhões
Alemanha	1.12 bilhões
Cingapura	1.12 bilhões
Argentina	1.08 bilhões
Índia	932 milhões
França	752 milhões

Fonte: AliceWeb, 2015.

Gráfico 1 - Principais parceiros por valor de corrente comercial



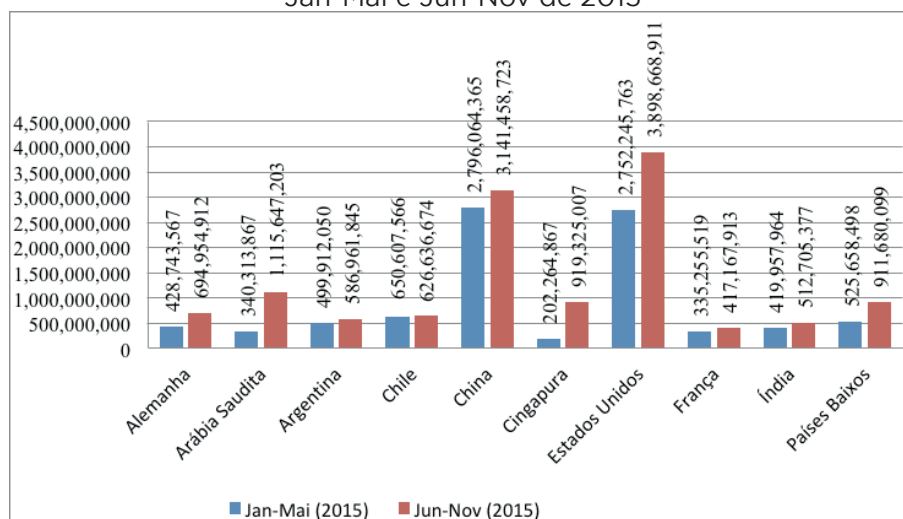
Fonte: AliceWEB, 2015.

Para analisar a oscilação da corrente comercial dos principais parceiros fluminenses de 2015, dividiu-se o período em dois: o primeiro indica os meses de janeiro a maio de 2015 e o segundo representando os meses de junho a novembro. Com exceção do Chile, a corrente comercial de todos os principais parceiros fluminenses aumentou no segundo período.

Nesta seção, se destaca os Estados Unidos, que aumentou mais de US\$ 1 bilhão de um período ao outro; Cingapura, que quadruplicou a corrente comercial, aumentando US\$ 700 milhões do primeiro ao segundo período; a Arábia Saudita, que triplicou o seu valor da corrente comercial de um período ao outro e, assim como Cingapura, aumentou US\$ 700 milhões de um período ao outro; e os Países Baixos que quase duplicaram o valor da corrente comercial do primeiro período ao segundo, aumentando cerca de US\$ 400 milhões entre os dois períodos. Todos os outros países, com exceção do Chile que teve uma queda de US\$ 34 milhões, subiram razoavelmente o valor da sua corrente comercial com o Rio de Janeiro.

Para melhor visualização, segue abaixo um gráfico comparativo do desempenho comercial de cada parceiro:

Gráfico 2 - Oscilação da corrente comercial dos principais parceiros entre Jan-Mai e Jun-Nov de 2015



Fonte: AliceWEB, 2015.

2. PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS POR VALOR DE EXPORTAÇÃO

Em 2015 (considerando os meses de janeiro a novembro), o estado do Rio de Janeiro obteve um valor total de US\$ 15 trilhões em exportação. Como apresentado na tabela acima, os principais parceiros comerciais fluminenses por valor de exportação nesse período foram: China (US\$ 3.47 bilhões), Estados Unidos (US\$ 3.11 bilhões), Países Baixos (US\$ 1.31 bilhões), Chile (US\$ 1.01 bilhões), Cingapura (US\$ 1 bilhão), Índia (US\$ 784 milhões), Argentina (US\$ 629 milhões), Uruguai (US\$ 578 milhões), Santa Lúcia (US\$ 356 milhões) e Espanha (US\$ 355 milhões).

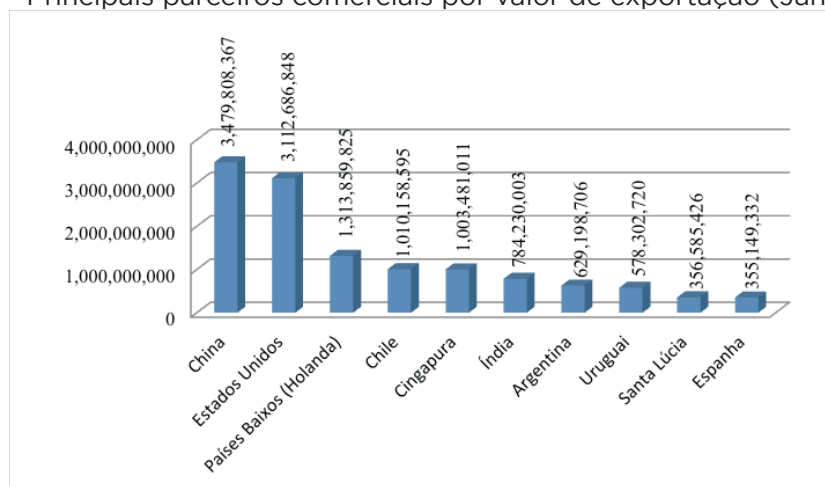
Segue abaixo a lista dos principais parceiros comerciais por valor de exportação do estado do Rio de Janeiro e, em seguida, uma tabela com os dados detalhados em que se pode observar a diferença quantitativa de exportação entre eles:

Tabela 2 - Principais parceiros por valor de exportação (Jan-Nov 2015)

Principais Parceiros por Valor de Exportação (Jan-Nov 2015)	
PAÍS:	US\$ FOB
China	3.47 bilhões
Estados Unidos	3.11 bilhões
Países Baixos (Holanda)	1.31 bilhões
Chile	1.01 bilhões
Cingapura	1.00 bilhões
Índia	784 milhões
Argentina	629 milhões
Uruguai	578 milhões
Santa Lúcia	356 milhões
Espanha	355 milhões

Fonte: AliceWEB, 2015.

Gráfico 3 - Principais parceiros comerciais por valor de exportação (Jan-Nov 2015)



Fonte: AliceWEB, 2015.

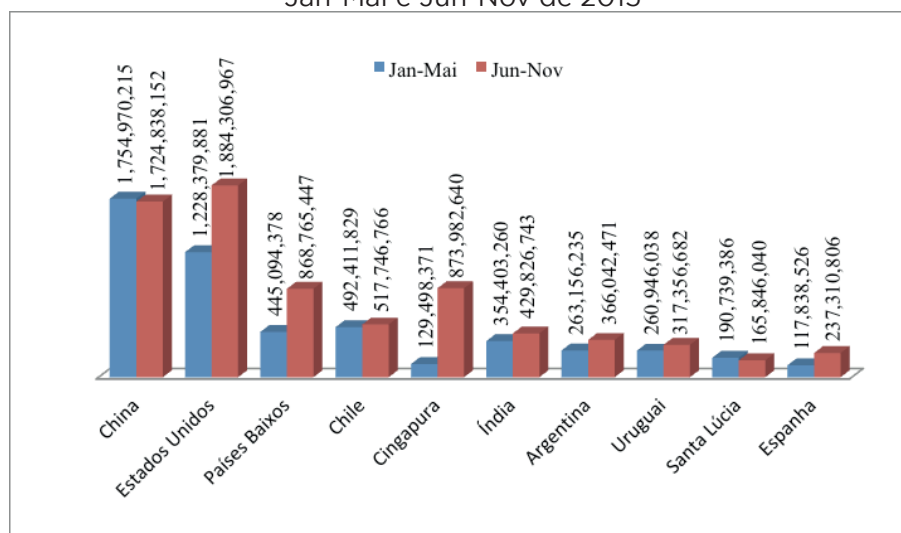
2.1. ANÁLISE DAS OSCILAÇÕES DESSES VALORES

Para a melhor análise da variação do valor exportado pelos principais parceiros, nessa seção dividiremos o período analisado (janeiro-novembro de 2015) em dois: janeiro a maio de 2015, e junho a novembro de 2015. No primeiro período, o estado ob-

teve um valor total exportado de US\$ 6.3 bilhões, enquanto que no segundo período o valor total exportado foi de US\$ 8.6 bilhões, representando mais da metade do valor exportado pelo Rio de Janeiro no período geral de análise (US\$ 15 bilhões).

A seguir segue a oscilação dos valores exportados pelos principais parceiros nos dois períodos analisados:

Gráfico 4 - Oscilação dos valores exportados pelo Rio de Janeiro entre Jan-Mai e Jun-Nov de 2015



Fonte: AliceWEB, 2015.

Ao observar a tabela acima, conclui-se que, no geral, houve um maior número do valor exportado dos principais parceiros no segundo período (junho-novembro de 2015) do que no primeiro período (janeiro-maio de 2015). Os únicos países que apresentaram maior valor exportado no primeiro período do que no segundo foram a China e Santa Lúcia. No entanto, a oscilação desses países, graficamente, foi pequena, tendo em vista que o valor exportado para a China caiu US\$ 30 milhões do primeiro período ao segundo, e o de Santa Lúcia decresceu US\$ 24 milhões.

Os países que obtiveram os maiores saltos no valor exportado entre o primeiro período e o segundo foram: Estados Unidos, Países Baixos, Espanha e, sobretudo, Cingapura. Os Estados Unidos aumentaram mais de US\$ 800 milhões o valor exportado, os Países Baixos aumentaram US\$ 120 milhões (quase duplicando no segundo período o valor do primeiro período) e a Espanha aumentou no segundo período mais da metade do valor exportado no primeiro (US\$ 120 milhões). O destaque vai para Cingapura, que obteve no segundo período mais de seis vezes o valor exportado no primeiro período, totalizando um salto de mais de US\$ 700 milhões de um período ao outro.

Os outros países (Chile, Índia, Argentina e Uruguai) também apresentaram aumento de exportação do primeiro período ao segundo. No entanto, não houve grande variação nos valores desses países entre os períodos analisados.

2.2. IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PARA ESSES PARCEIROS

Nesta seção foram considerados os três principais produtos exportados pelos parceiros fluminenses, salvo Santa Lúcia, que exportou apenas um produto do Rio de Janeiro dentro do período analisado.

Com relação aos produtos exportados pelos principais parceiros comerciais do estado do Rio de Janeiro em 2015, temos o petróleo como destaque. Os NCMs “2709 – Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos” e “2710 – Óleos de petróleo ou minerais betuminosos, exceto óleos brutos” foram exportados por todos os dez principais parceiros fluminenses em 2015, com exceção apenas da Argentina, confirmando a importância do petróleo na economia do estado. Ademais, os NCMs “8704 Veículos automóveis para transporte de mercadorias”, “8905 Barcos-faróis, docas flutuantes e semelhantes” e “3901 Polímeros de etileno” também tiveram desempenho relevante durante o período e foram exportados por, pelo menos, dois dos dez principais parceiros fluminenses em 2015.

Abaixo, seguem os dados detalhados dos principais produtos exportados aos parceiros fluminenses:

Tabela 3 - Principais produtos exportados aos parceiros fluminenses

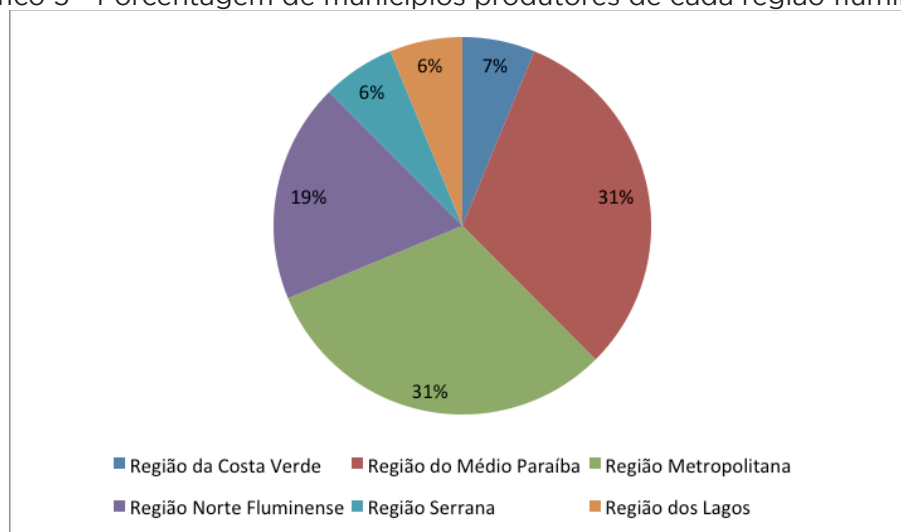
Principais destinos e embarques	Valor (US\$)
Argentina	\$341.770.341
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$32.067.712
8703 Automóveis de passageiros e semelhantes	\$263.633.883
8704 Veículos automóveis para transporte de mercadorias	\$46.068.746
Chile	\$913.372.263
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$863.892.909
7210 Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	\$23.881.331
8704 Veículos automóveis para transporte de mercadorias	\$25.598.023
China	\$3.415.299.467
2601 Minérios de ferro e seus concentrados	\$27.003.178
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$3.365.183.565
3901 Polímeros de etileno	\$23.112.724
Cingapura	\$991.500.197
2710 Óleos de petróleo ou minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$290.053.256
8502 Grupos eletrogêneos e conversores rotativos	\$11.017.037
8905 Barcos-faróis, docas flutuantes e semelhantes	\$690.429.904
Espanha	\$341.239.746
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$338.263.340
3901 Polímeros de etileno	\$1.688.523
3902 Outras chapas e semelhantes de plástico	\$1.287.883
Estados Unidos	\$2.496.029.977
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$1.537.243.952
7207 Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	\$594.569.360
7224 Outras ligas de aço	\$364.216.665
Índia	\$775.062.491
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$763.907.714
3909 Polímeros de cloreto ou semelhantes em formas primárias	\$2.663.753
4011 Pneumáticos de borracha	\$8.491.024

Principais destinos e embarques	Valor (US\$)
Países Baixos	\$1.066.129.790
2710 Óleos de petróleo ou minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$139.560.270
8307 Tubos flexíveis de metais comuns	\$591.603.370
8481 Torneiras, válvulas e semelhantes	\$334.966.150
Santa Lúcia	\$356.585.426
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$356.585.426
Uruguai	\$530.176.875
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$491.728.556
8704 Veículos automóveis para transporte de mercadorias	\$14.501.969
8905 Barcos-faróis, docas flutuantes e semelhantes	\$23.946.350

Fonte: AliceWEB, 2015.

Durante o período analisado, dezesseis municípios do Rio de Janeiro foram produtores dos principais produtos exportados para os parceiros comerciais fluminenses. Entre esses municípios, a maior parte localiza-se na Região Metropolitana e Médio Paraíba do estado. Para melhor ilustração, segue abaixo um gráfico mostrando a porcentagem de municípios produtores de cada região fluminense.

Gráfico 5 - Porcentagem de municípios produtores de cada região fluminense



Fonte: AliceWEB, 2015.

Os cinco municípios fluminenses que exportaram a maior quantidade em valor durante 2015 foram: Angra dos Reis (US\$ 5.03 bilhões), Rio de Janeiro (US\$ 3.57 bilhões), Macaé (US\$ 1.35 bilhões), Niterói (US\$ 1.13 bilhões) e Duque de Caxias (US\$ 564 milhões). Além disso, todos os principais municípios produtores exportaram petróleo (NCMs “2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos” e “2710 Óleos de petróleo ou minerais betuminosos, exceto óleos brutos”), destacando-se a cidade de Angra dos Reis que obteve o maior valor exportado do estado no período analisado.

Abaixo seguem os dados detalhados de cada município produtor:

Tabela 4 - Principais produtos exportados pelos parceiros fluminenses

Rótulos de Linha	Soma de Valor exp.
2601 Minérios de ferro e seus concentrados	\$199.595.356
Itaguaí	\$160.301.412
Rio de Janeiro	\$14.444.361
São João da Barra	\$24.849.583
2709 Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$8.330.489.799
Angra dos Reis	\$4.322.692.207
Arraial do Cabo	\$52.937.559
Campos dos Goytacazes	\$77.531.391
Macaé	\$1.357.340.899
Niterói	\$780.582.057
Rio de Janeiro	\$1.739.405.686
2710 Óleos de petróleo ou minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$455.218.607
Angra dos Reis	\$22.699.209
Duque de Caxias	\$418.640.673
Rio de Janeiro	\$13.878.725
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$111.797.768
Rio de Janeiro	\$108.462.134
São Gonçalo	\$3.335.634
3901 Polímeros de etileno	\$103.666.749
Duque de Caxias	\$102.592.379
São João da Barra	\$1.074.370
3902 Outras chapas e semelhantes de plástico	\$43.550.068
Duque de Caxias	\$43.550.068
4011 Pneumáticos de borracha	\$223.221.730
Itatiaia	\$57.057.067
Rio de Janeiro	\$166.164.663
7103 Pedras preciosos ou semipreciosas, exceto diamante	\$4.926.321
Rio de Janeiro	\$4.926.321
7207 Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	\$714.064.414
Barra Mansa	\$4.295.672
Rio de Janeiro	\$709.768.742
7210 Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	\$232.415.222
Itaguaí	\$122.497.348
Porto Real	\$1.675.874
Volta Redonda	\$108.242.000

Rótulos de Linha	Soma de Valor exp.
7224 Outras ligas de aço	\$450.345.974
Rio de Janeiro	\$450.345.974
8307 Tubos flexíveis de metais comuns	\$598.753.682
Niterói	\$359.335.473
Rio de Janeiro	\$6.009.294
São João da Barra	\$233.408.915
8481 Torneiras, válvulas e semelhantes	\$347.832.526
Macaé	\$2.454.281
Petrópolis	\$6.285.473
Rio de Janeiro	\$339.092.772
8502 Grupos eletrogêneos e conversores rotativos	\$11.017.037
São João da Barra	\$11.017.037
8703 Automóveis de passageiros e semelhantes	\$266.433.464
Porto Real	\$266.433.464
8704 Veículos automóveis para transporte de mercadorias	\$119.296.412
Resende	\$114.673.985
Rio de Janeiro	\$4.622.427
8905 Barcos-faróis, docas flutuantes e semelhantes	\$706.564.630
Angra dos Reis	\$690.429.904
Rio de Janeiro	\$16.134.726

Fonte: AliceWEB, 2015.

3. PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS POR VALOR DE IMPORTAÇÃO

Esta seção tem como objetivo apresentar as principais origens das importações fluminenses, os principais produtos importados, bem como os municípios importadores.

Tabela 5 - Principais parceiros comerciais por valor de importação

Ano	Parceiros	Valor (US\$)
2015	Estados Unidos	3,5 bilhões
2015	China	2,4 bilhões
2015	Arábia Saudita	1,4 bilhão
2015	Alemanha	911,6 milhões
2015	França	708,6 milhões
2015	Reino Unido	644,5 milhões
2015	Argentina	457,6 milhões
2015	Iraque	391 milhões
2015	Suíça	383,9 milhões
2015	Espanha	360 milhões

Fonte: FuncexData/AliceWEB, 2015.

Como evidencia a tabela acima os principais parceiros fluminenses em importações foram respectivamente: EUA (US\$ 3,5 bilhões), China (US\$ 2,4 bilhões), Arábia saudita (US\$ 1,4 bilhão), Alemanha (US\$ 911,6 milhões), França (US\$ 708,6 milhões), Reino Unido (US\$ 644,5 milhões), Argentina (US\$ 457,6 milhões), Iraque (US\$ 391 milhões), Suíça (US\$ 383,9 milhões) e Espanha (US\$ 360 milhões).

Tabela 6 - Principais parceiros comerciais por valor de importação

Principais Origens	Valor (US\$)	Variação Percentual
Janeiro-Junho	\$5,5 bilhões	
Estados Unidos	\$1,9 bilhão	-
China	\$1,2 bilhão	-
Arábia Saudita	\$561,5 milhões	-
Alemanha	\$430,2 milhões	-
França	\$392,2 milhões	-
Reino Unido	\$359,8 milhões	-
Argentina	\$277,9 milhões	-
Iraque	\$154,8 milhões	-
Suíça	\$149,7 milhões	-
Espanha	\$126,1 milhões	-
Julho-Novembro	\$5,7 bilhões	2%
Estados Unidos	\$1,6 bilhão	-15%
China	\$1,2 bilhão	3%
Arábia Saudita	\$894,4 milhões	59%
Alemanha	\$481,4 milhões	11%
França	\$316,3 milhões	-19%
Reino Unido	\$284,6 milhões	-20%
Iraque	\$236,1 milhões	52%
Suíça	\$234,1 milhões	56%
Espanha	\$233,8 milhões	85%
Argentina	\$179,7 milhões	-35%

Fonte: FuncexData/AliceWEB, 2015.

Ao analisar as importações originárias desses parceiros entre os dois semestres de 2015, podemos perceber que no segundo semestre houve um crescimento de 2% das importações. A maioria dos países apresentou crescimento nas exportações para o estado do Rio de Janeiro, com exceção de Argentina (-35%), Reino Unido (-20%) e Estados Unidos (-15%). O país com crescimento mais significativo foi a Espanha, com aumento das exportações de 85% (233,8 milhões).

Tabela 7 - Principais produtos e origens

Principais produtos e Origens	Valor (US\$)
Estados Unidos	\$1,6 bilhão
2701 Hulhas e combustíveis sólidos semelhantes	\$176,3 milhões
2710 Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$162,1 milhões
8411 Turborreatores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$1,2 bilhão

Principais produtos e Origens	Valor (US\$)
China	\$1,4 bilhão
2704 Coques e semicoques de hulha	\$202,6 milhões
8603 Automotoras	\$344,8 milhões
8905 Barcos-faróis, docas flutuantes e semelhantes	\$947,7 milhões
Arábia Saudita	\$1,4 bilhão
2709 Óleos brutos de petróleo ou minerais betuminosos	\$1,4 bilhão
Iraque	\$391 milhões
2709 Óleos brutos de petróleo ou minerais betuminosos	\$391 milhões
Reino Unido	\$319,4 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$58,1 milhões
8703 Automóveis de passageiros e semelhantes	\$211,4 milhões
8907 Outras estruturas flutuantes, como balsas e semelhantes	\$49,9 milhões
Suíça	\$294 milhões
2928 Derivados orgânicos de hidrazina e hidroxilamina	\$200,5 milhões
3002 Sangue humano ou animal para fins terapêuticos	\$78,4 milhões
3215 Tintas de impressão e outras tintas	\$15 milhões
Argentina	\$286,2 milhões
1001 Trigo e mistura de trigo com centeio	\$76,6 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$23,6 milhões
8703 Automóveis de passageiros e semelhantes	\$185,8 milhões
Alemanha	\$253,3 milhões
2924 Compostos de função carboxiamida	\$34 milhões
2933 Compostos heterocíclicos de nitrogênio	\$168,7 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$50,5 milhões
Espanha	\$203,5 milhões
2711 Gás de petróleo	\$26,9 milhões
8428 Outras máquinas e aparelhos de elevação	\$140,1 milhões
8603 Automotoras	\$36,4 milhões
França	\$188,4 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$39,3 milhões
8411 Turborreatores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$79,6 milhões
8708 Partes e acessórios de veículos automóveis	\$69,4 milhões

Fonte: AliceWEB, 2015.

A tabela acima mostra os principais produtos que estes parceiros importam para o estado do Rio de Janeiro. Apesar da ampla variedade de itens comercializados, os que mais se destacam são: Óleos brutos de petróleo ou minerais betuminosos, os Óleos de petróleo (exceto brutos), os Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos, os Turborreatores e semelhantes, os Automóveis de passageiros e as Automotoras. Os óleos de petróleo, especificamente, são fornecidos por uma maior variedade de países, sendo a Arábia Saudita um dos principais exportadores do item para o estado fluminense.

Tabela 8 - Principais municípios importadores

Principais Municípios Importadores	Valor (US\$)
Rio de Janeiro	\$2,4 bilhões
2711 Gás de petróleo	\$685,1 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$388,8 milhões
8603 Automotoras	\$369,1 milhões
3002 Sangue humano ou animal para fins terapêuticos	\$352,8 milhões
2701 Hulhas e combustíveis sólidos semelhantes	\$239,8 milhões
2710 Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$140,4 milhões
1001 Trigo e mistura de trigo com centeio	\$94,7 milhões
2704 Coques e semicoques de hulha	\$75,7 milhões
8411 Turborreatores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$34 milhões
3215 Tintas de impressão	\$18,8 milhões
2924 Compostos de função carboxiamida	\$13 milhões
2933 Compostos heterocíclicos de nitrogênio	\$9,1 milhões
8428 Outras máquinas e aparelhos de elevação	\$4 milhões
8907 Outras estruturas flutuantes, como balsas e semelhantes	\$1,1 milhão
Angra dos Reis	\$2,2 bilhões
2709 Óleos brutos de petróleo ou minerais betuminosos	\$1,8 bilhão
8905 Barcos-faróis, docas flutuantes e semelhantes	\$421 milhões
Petrópolis	\$1,3 bilhão
8411 Turborreatores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$1,3 bilhão
Niterói	\$570,3 milhões
8905 Barcos-faróis, docas flutuantes e semelhantes	\$526,6 milhões
8907 Outras estruturas flutuantes, como balsas e semelhantes	\$27,9 milhões
8411 Turborreatores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$12,5 milhões
3002 Sangue humano ou animal para fins terapêuticos	\$3,2 milhões
Belford Roxo	\$458,1 milhões
2933 Compostos heterocíclicos de nitrogênio	\$219,2 milhões
2928 Derivados orgânicos de hidrazina e hidroxilamina	\$200,5 milhões
2924 Compostos de função carboxiamida	\$36,6 milhões
2710 Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$1,6 milhão
Volta Redonda	\$372,7 milhões
2704 Coques e semicoques de hulha	\$242,3 milhões
2701 Hulhas e combustíveis sólidos semelhantes	\$130,3 milhões
Duque de Caxias	\$353,4 milhões
8703 Automóveis de passageiros e semelhantes	\$211,4 milhões
8411 Turborreatores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$76,6 milhões
2710 Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$45,8 milhões
2711 Gás de petróleo	\$12,9 milhões
2933 Compostos heterocíclicos de nitrogênio	\$6,5 milhões
Porto Real	\$304,3 milhões
8703 Automóveis de passageiros e semelhantes	\$203,1 milhões
8708 Partes e acessórios de veículos automóveis	\$101,2 milhões

Principais Municípios Importadores	Valor (US\$)
Resende	\$202,6 milhões
8703 Automóveis de passageiros e semelhantes	\$117,7 milhões
8708 Partes e acessórios de veículos automóveis	\$80,1 milhões
3215 Tintas de impressão	\$2,7 milhões
2933 Compostos heterocíclicos de nitrogênio	\$1,9 milhão
Itaguaí	\$166,2 milhões
8428 Outras máquinas e aparelhos de elevação	\$139,9 milhões
2701 Hulhas e combustíveis sólidos semelhantes	\$19,1 milhões
2704 Coques e semicoques de hulha	\$7,1 milhões
Macaé	\$49 milhões
8411 Turborreatores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$37,9 milhões
8907 Outras estruturas flutuantes, como balsas e semelhantes	\$10 milhões
8428 Outras máquinas e aparelhos de elevação	\$1,1 milhão
Três Rios	\$42,3 milhões
8603 Automotoras	\$36,4 milhões
3215 Tintas de impressão	\$5,8 milhões
São João da Barra	\$22,2 milhões
8907 Outras estruturas flutuantes, como balsas e semelhantes	\$22,2 milhões
São Gonçalo	\$15,9 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$14,7 milhões
3002 Sangue humano ou animal para fins terapêuticos	\$1,1 milhão
Barra Mansa	\$11,3 milhões
2933 Compostos heterocíclicos de nitrogênio	\$5,9 milhões
2924 Compostos de função carboxiamida	\$5,3 milhões
Itatiaia	\$9,3 milhões
8428 Outras máquinas e aparelhos de elevação	\$8,2 milhões
3215 Tintas de impressão	\$1 milhão
Rio das Ostras	\$8,5 milhões
8907 Outras estruturas flutuantes, como balsas e semelhantes	\$8,5 milhões
Piraí	\$6,5 milhões
8428 Outras máquinas e aparelhos de elevação	\$6,5 milhões
Campos dos Goytacazes	\$5,7 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$5,7 milhões
Nova Iguaçu	\$3,2 milhões
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$3,2 milhões
Areal	\$1,1 milhão
3004 Medicamentos para fins terapêuticos ou profiláticos	\$1,1 milhão

Fonte: AliceWEB, 2015.

Como mostra a tabela acima, os principais municípios fluminenses importadores dos itens anteriormente listados são: Rio de Janeiro (US\$ 2,4 bilhões), Angra dos Reis (US\$ 2,2 bilhões), Petrópolis (US\$ 1,3 bilhão), Niterói (US\$ 570,3 milhões), Belford Roxo (US\$ 458,1 milhões), Volta Redonda (US\$ 372,7 milhões), Duque de Caxias (US\$ 353,4 milhões), Porto Real (US\$ 304,3 milhões), Resende (US\$ 202,6 milhões), Itaguaí

(US\$ 166,2 milhões), Macaé (US\$ 49 milhões), Três Rios (US\$ 42,3 milhões), São João da Barra (US\$ 22,2 milhões), São Gonçalo (US\$ 15,9 milhões), Barra Mansa (US\$ 11,3 milhões), Itatiaia (US\$ 9,3 milhões), Rio das Ostras (US\$ 8,5 milhões), Pirai (US\$ 6,5 milhões), Campos dos Goytacazes (US\$ 5,7 milhões), Nova Iguaçu (US\$ 3,2 milhões) e Areal (US\$ 1,1 milhão). Dentre todas as cidades listadas, o Rio de Janeiro se destaca porque, além dos valores mais expressivos referentes às suas importações, o município é o que importa a maior variedade de itens da pauta comercial fluminense. Além disso, cabe mencionar Porto Real e Resende, cidades polos do setor automobilístico e que, por isso, importam itens relativos ao setor, como acessórios de veículos.

4. LISTA DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Durante o ano de 2015, o estado do Rio de Janeiro exportou o valor total de US\$ 15 bilhões. Entre os principais produtos fluminenses exportados nesse período, destacam-se os produtos metalúrgicos, de embarcação e, sobretudo, o petróleo. Abaixo seguem os dados detalhados de cada produto:

Tabela 9 - Principais produtos exportados pelo Estado do Rio de Janeiro (Jan-Nov 2015)

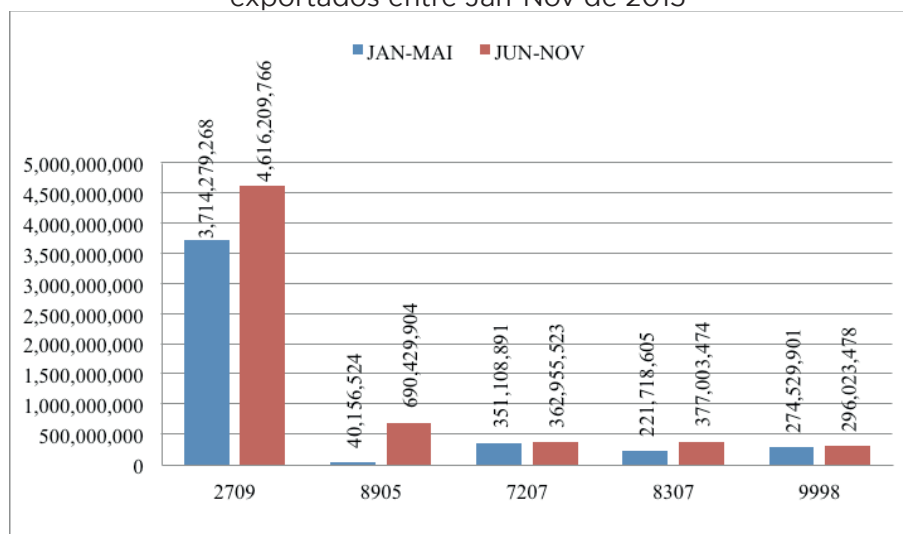
PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (JAN-NOV 2015)	
PRODUTO	Valor exportado (US\$):
2709 - Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	US\$ 8,33 bilhões
8905 - Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e outras embarcações em que a navegação é acessória da função principal; docas flutuantes; plataformas de perfuração ou de exploração, flutuantes ou submersíveis	US\$ 730 milhões
7207 - Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	US\$ 714 milhões
8307 - Tubos flexíveis de metais comuns, mesmo com acessórios	US\$ 598 milhões
9998 - Consumo de bordo (combustíveis e lubrificantes para embarcações e aeronaves)	US\$ 570 milhões

Fonte: AliceWEB, 2015.

Para analisar a oscilação dos principais produtos no decorrer do ano, dividiremos o período de análise em dois: o primeiro de janeiro a maio de 2015 e o segundo de junho a novembro. No primeiro período, o estado do Rio de Janeiro exportou o valor de US\$ 6.33 bilhões, enquanto no segundo período o valor foi de US\$ 8.68 bilhões. Com relação ao desempenho dos principais produtos fluminenses exportados nos dois períodos, todos tiveram maior valor exportado no segundo período do que no primeiro. Neste caso, destacam-se os produtos “2709 - Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos” e o “8905 - Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e outras embarcações em que a navegação é acessória da função principal; docas flutuantes; plataformas de perfuração ou de exploração, flutuantes ou submersíveis”. O produto “2709” teve aumento de US\$ 900 milhões nas exportações de um período ao outro; já o produto “8905” aumentou mais de dezessete vezes o seu valor exportado do primeiro período ao segundo, passando de US\$ 40 milhões a US\$ 690 milhões. Os outros produtos também oscilaram, no entanto, as alterações não foram tão expressivas quanto as dos produtos acima.

Segue, abaixo, um gráfico comparativo detalhado de cada produto:

Gráfico 6 - Oscilação dos valores dos principais produtos fluminenses exportados entre Jan-Nov de 2015⁹



Fonte: AliceWEB, 2015.

Entre os principais compradores dos produtos acima, os Estados Unidos é o único país que comercializou mais de um produto dos principais exportados pelo estado do Rio de Janeiro em 2015 (especificamente os NCMs “2709 - Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos”, “7207 - Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado” e “9998 - Consumo de bordo: combustíveis e lubrificantes para embarcações e aeronaves”). Além disso, o país apresentou o maior valor exportado entre os cinco principais produtos fluminenses (US\$ 1,53 bilhões), tornando-se, portanto, o principal comprador dos produtos analisados. Em seguida, está a China, totalizando US\$ 3,33 bilhões exportados, e o Chile, com um valor total de US\$ 863 milhões exportados, sendo esses os três principais compradores dos principais produtos fluminenses em 2015. É importante ressaltar que todos esses produtos são comercializados com todos os principais parceiros fluminenses do período analisado.

A seguir, seguem os dados detalhados dos principais destinos dos produtos:

Tabela 10 - Principais embarques e destinos dos produtos exportados

Principais embarques e destinos	Valor exportado (US\$):
2709 - Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	US\$ 5.766.320.426
Chile	US\$ 863.892.909
China	US\$ 3.365.183.565
Estados Unidos	US\$ 1.537.243.952
7207 - Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	US\$ 709.768.742
Alemanha	US\$ 84.068.882
Estados Unidos	US\$ 594.569.360

⁹ Para melhor visualização, utilizou-se apenas as posições 4 dígitos dos produtos, sendo estes equivalentes a: 2709 - Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos; 8905 - Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e outras embarcações em que a navegação é acessória da função principal; docas flutuantes; plataformas de perfuração ou de exploração, flutuantes ou submersíveis; 7207 - Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado; 8307 - Tubos flexíveis de metais comuns, mesmo com acessórios; e 9998 - Consumo de bordo (combustíveis e lubrificantes para embarcações e aeronaves).

Turquia	US\$ 31.130.500
8307 - Tubos flexíveis de metais comuns, mesmo com acessórios	US\$ 598.715.703
Argélia	US\$ 12.682
Países Baixos (Holanda)	US\$ 591.603.370
Venezuela	US\$ 7.099.651
8905 - Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e outras embarcações em que a navegação é acessória da função principal; docas flutuantes; plataformas de perfuração ou de exploração, flutuantes ou submersíveis	US\$ 730.510.980
Bélgica	US\$ 16.134.726
Cingapura	US\$ 690.429.904
Uruguai	US\$ 23.946.350
9998 - Consumo de bordo (combustíveis e lubrificantes para embarcações e aeronaves)	US\$ 76.934.120
Estados Unidos	US\$ 48.267.263
França	US\$ 15.084.967
Itália	US\$ 13.581.890

Fonte: AliceWEB, 2015.

Os três principais municípios produtores dos produtos analisados são, respectivamente: Angra dos Reis (US\$ 5,02 bilhões exportados), Rio de Janeiro (US\$ 2,84 bilhões exportados) e Macaé (US\$ 1,35 bilhões exportados). É importante ressaltar que o Rio de Janeiro é o único município a exportar todos os cinco principais produtos fluminenses em 2015. Ademais, é importante ressaltar o papel de outros dois municípios centrais, Angra dos Reis e Macaé, ambos figurando entre os maiores exportadores de dois dos principais produtos fluminenses.

Abaixo seguem os dados detalhados de cada produto principal e seus produtores:

Tabela 11 - Principais produtos e produtores

Principais produtos e produtores	Valor exportado (US\$):
2709 - Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	US\$ 7.419.438.792
Angra dos Reis	US\$ 4.322.692.207
Macaé	US\$ 1.357.340.899
Rio de Janeiro	US\$ 1.739.405.686
7207 - Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	US\$ 714.064.414
Barra Mansa	US\$ 4.295.672
Rio de Janeiro	US\$ 709.768.742
8307 - Tubos flexíveis de metais comuns, mesmo com acessórios	US\$ 598.753.682
Niterói	US\$ 359.335.473
Rio de Janeiro	US\$ 6.009.294
São João da Barra	US\$ 233.408.915
8905 - Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e outras embarcações em que a navegação é acessória da função principal; docas flutuantes; plataformas de perfuração ou de exploração, flutuantes ou submersíveis	US\$ 706.640.078

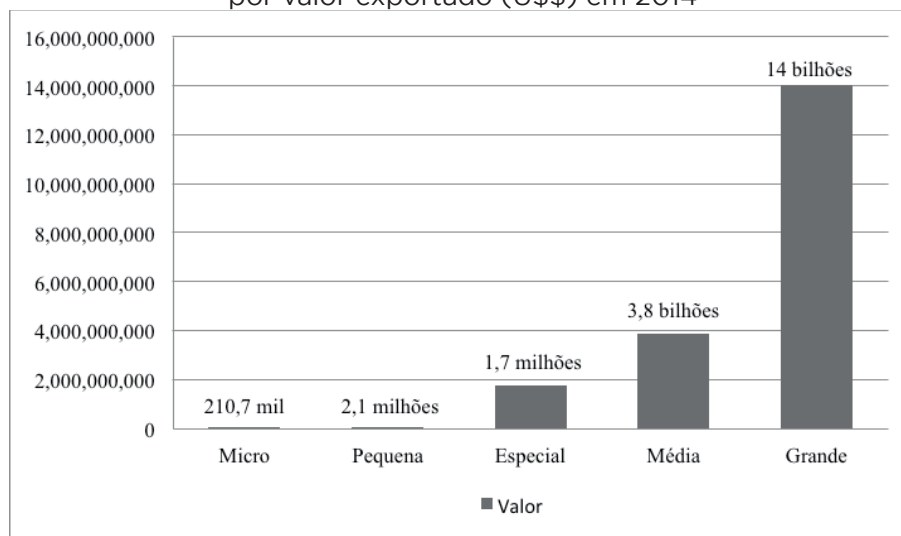
Principais produtos e produtores	Valor exportado (US\$):
Angra dos Reis	US\$ 690.429.904
Macaé	US\$ 75.448
Rio de Janeiro	US\$ 16.134.726
9998 - Consumo de bordo (combustíveis e lubrificantes para embarcações e aeronaves)	US\$607.768.975
Angra dos Reis	US\$ 15.780.747
Duque de Caxias	US\$ 219.254.712
Rio de Janeiro	US\$ 372.733.516

Fonte: AliceWEB, 2015.

5. PANORAMA DAS MPME'S

Considerando os principais itens produzidos e exportados pelo estado do Rio de Janeiro no ano de 2015 (apresentados na seção 3), o gráfico abaixo expõe a representatividade das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) nos embarques desses produtos.

Gráfico 7 – Representatividade das MPMEs nas exportações fluminenses por valor exportado (U\$) em 2014



Fonte: FuncexData, 2015.

Como mostra o gráfico acima, a representatividade das micro (US\$ 210,7 mil), pequenas (US\$ 2,1 milhões) e médias (US\$ 3,8 bilhões) empresas fluminenses se mostra reduzida se comparadas a das grandes empresas (US\$ 14 bilhões).

Tabela 12 – Percentual por valor exportado

Porte das Empresas	Valor Exportado (US\$)	Percentual por valor exportado
Grande	14 bilhões	71,219%
Média	3,8 bilhões	19,749%
Especial	1,7 bilhões	9,021%
Pequena	2,1 milhões	0,011%
Micro	210,7 mil	0,001%
Total geral	19,7 bilhões	100,00%

Fonte: FuncexData, 2015.

Em termos percentuais, tendo em vista a soma do valor total exportado pelas empresas (US\$ 19,7 bilhões) em 2014, as grandes empresas representaram 71% dos embarques fluminenses. Enquanto as micro (0,001%), pequenas (0,011%) e médias (19%) empresas, juntas, representaram cerca de 29%, ou seja, menos de um terço das exportações fluminenses. Esse resultado então comprova a alta concentração em torno das empresas de grande porte, que representam mais da metade das exportações do estado do Rio de Janeiro, além de evidenciar a necessidade de incentivo às MPMEs.

CONCLUSÃO

No ano de 2015, os principais parceiros comerciais do estado do Rio de Janeiro, considerando a corrente comercial, foram os Estados Unidos, China e Arábia Saudita. Já os países em destaque em relação às exportações dos produtos fluminenses foram, respectivamente, China, Estados Unidos e Países Baixos (Holanda), sendo que o valor exportado a esses principais parceiros em 2015 representou quase metade do total exportado pelo estado nesse mesmo período.

Os principais produtos exportados para esses países foram os petrolíferos (NCMs “2709 – Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos” e “2710 – Óleos de petróleo ou minerais betuminosos, exceto óleos brutos”), reafirmando a relevância do petróleo para a economia fluminense. Além disso, os principais municípios exportadores desses produtos em 2015 foram: Angra dos Reis, Arraial do Cabo, Campos dos Goytacazes, Duque de Caxias, Macaé, Niterói e Rio de Janeiro.

No que tange às importações, os parceiros do estado do Rio de Janeiro que mais se destacaram foram Estados Unidos, China e Arábia Saudita. Os principais itens importados pelo estado do Rio de Janeiro também foram os óleos brutos de petróleo ou minerais betuminosos, reforçando novamente a expressividade do setor petrolífero no comércio internacional fluminense. Por fim, os municípios com maior participação nas importações foram Rio de Janeiro e Angra dos Reis.

Como foi dito anteriormente, para melhor observar as oscilações no decorrer do ano de 2015, dividimos o período analisado em dois (janeiro a maio e junho a novembro de 2015). A partir disso, em todas as análises desse panorama, a maioria dos principais parceiros apresentaram um desempenho melhor no segundo período (junho-novembro de 2015) do que no primeiro (janeiro-maio de 2015).

Por fim, sobre as MPMEs, ficou comprovado que estas empresas têm representatividade bastante reduzida nos valores das exportações dos principais itens fluminenses. Sendo assim, a participação mais expressiva nos valores dos embarques fluminenses está altamente concentrada nas grandes empresas, que representaram, em 2015, 71% das exportações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2015.

FUNCEXDATA. Disponível em< <http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2015.

Capítulo 2

PANORAMA COMERCIAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (2016)

Rafael Araujo
Hélio Farias
Douglas Ritter Baptista



INTRODUÇÃO

Este estudo (Panorama Comercial do estado do Rio de Janeiro) tem por objetivo retratar e analisar, em bases quantitativas e qualitativas, o desempenho do estado do Rio de Janeiro nas atividades de exportação e importação, por meio da abordagem do itens a seguir: I - a balança comercial do Estado; II - os principais parceiros comerciais, os principais produtos exportados e importados, os mais relevantes municípios produtores e receptores de bens; III - a participação das empresas nas exportações, as analisando por porte, setor e produtos comercializados.

Para tal, dividiremos nosso trabalho em cinco seções: I - Principais parceiros comerciais por valor de corrente comercial no ano de 2016; II - principais parceiros comerciais por valor de exportação no ano de 2016; III - principais parceiros comerciais por valor de importação no ano de 2016; IV - principais produtos exportados pelo estado do Rio de Janeiro no ano de 2016 por valor de exportação; 5) panorama das empresas fluminenses no ano de 2016.

O desempenho comercial de 2016 foi comparado ao do ano de 2015. As informações consolidadas neste estudo foram retiradas em banco de dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, através do Alice Web, e da Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior, pelo Funcex Data.

1. PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS POR VALOR DE CORRENTE COMERCIAL (2016)

Tabela 1 - Principais parceiros por corrente de comércio (2016)

Principais Parceiros por Corrente de Comércio (2016)			
Países	Export. (US\$ Bilhões)	Import. (US\$ Bilhões)	Corrente de Comércio (US\$ Bilhões)
Estados Unidos	\$2.239.154.924	\$3.660.452.822	\$5.899.607.746
China	\$3.770.825.619	\$1.472.841.430	\$5.243.667.049
Países Baixos (Holanda)	\$2.153.072.642	\$53.690.163	\$2.206.762.805
Cingapura	\$1.641.766.182	\$23.657.908	\$1.665.424.090
Chile	\$1.102.579.402	\$256.475.588	\$1.359.054.990
Argentina	\$962.212.326	\$334.075.984	\$1.296.288.310
Alemanha	\$220.596.499	\$1.070.147.420	\$1.290.743.919
Suíça	\$818.568.931	\$336.417.539	\$1.154.986.470
Arábia Saudita	\$4.526.003	\$885.081.558	\$889.607.561
França	\$51.481.438	\$801.520.289	\$853.001.727

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

No ano de 2016, como pode ser visto na tabela acima, o principal parceiro comercial do estado foram os Estados Unidos. No total, foram comercializados com esse país US\$ 5.889 bilhões. Em seguida, tivemos a China, que apresentou uma diferença de US\$ 650 milhões a menos, totalizando US\$ 5.243 bilhões comercializados. Esses dois países representaram em torno de 40% de todo comércio fluminense. Em seguida aparecem Países Baixos, Cingapura, Chile, Argentina, Alemanha, Suíça, Arábia Saudita

e França que, somados, representaram um fluxo comercial na casa dos US\$ 10 bilhões.

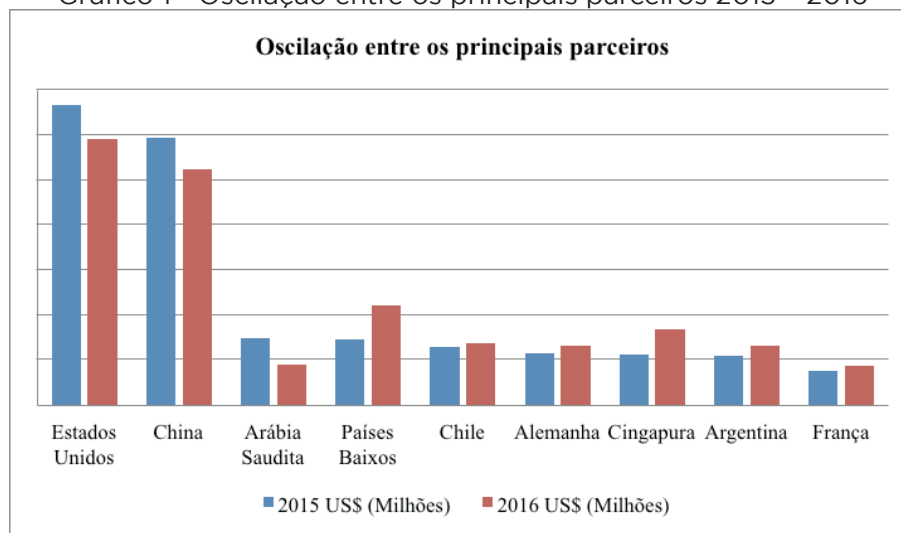
Para melhor analisarmos a variação da corrente comercial entre os anos de 2015 e 2016, elaboramos a tabela e o gráfico abaixo. Estes permitem a visualização da oscilação entre os principais parceiros. Verificamos que o comércio do nosso estado decresceu no último ano com os seus dois principais parceiros comerciais, Estados Unidos e China, em 11,30% e 11,69%, respectivamente.

Tabela 2 - Comparação entre os anos de 2015 - 2016 por corrente de comércio

Comparação Corrente Comercial 2015 - 2016				
Países	2015	2016	Variação	
	US\$ (Bilhões)	US\$ (Bilhões)		
Estados Unidos	6.650.914.674	5.899.607.746	-11,30%	
China	5.937.523.088	5.243.667.049	-11,69%	
Arábia Saudita	1.459.210.032	889.607.561	-39,03%	
Países Baixos	1.437.338.597	2.206.762.805	53,53%	
Chile	1.277.244.240	1.359.054.990	6,41%	
Alemanha	1.123.698.479	1.290.743.919	14,87%	
Cingapura	1.121.589.874	1.665.424.090	48,49%	
Argentina	1.086.873.895	1.296.288.310	19,27%	
França	752.423.432	853.001.727	13,37%	

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Gráfico 1 - Oscilação entre os principais parceiros 2015 - 2016



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

O comércio com a Arábia Saudita, representado basicamente por petróleo bruto e derivados, teve a queda mais brusca, de 39,03%. Isso é resultado de uma política de corte na produção de petróleo saudita, renovado no ano seguinte (2017), com objetivo de cumprir o acordo de cortes acertado no âmbito da Organização dos Países Exportadores de Petróleo (OPEP). A organização estabeleceu acordo no fim de novembro de 2016 para cortar produção no primeiro semestre de 2017 e reduzir o excesso de oferta global, em uma tentativa de impulsionar preços, que caíram para menos da

metade desde 2014 devido à oferta excessiva. Como resultado no mundo, o preço do petróleo saltou cerca de 7% em um dia no início de 2017.

Países Baixos, Chile, Alemanha Cingapura, Argentina e França apresentaram melhores resultados no ano de 2016 em relação à corrente comercial do ano anterior. O destaque nesse quesito são Países Baixos e Cingapura, que praticamente dobraram seu comércio com o estado.

Ressaltamos, ainda, que os países que ficaram fora desta análise são Índia e Suíça, visto que o primeiro (Índia) se configurava entre os principais parceiros por corrente comercial em 2015, mas não em 2016; e o segundo (Suíça) apresentou-se entre os principais parceiros pela mesma análise no ano de 2016, mas não em 2015. A queda indiana se deu pela diminuição do comércio de petróleo com o estado.

2. PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS POR VALOR DE EXPORTAÇÃO (2016)

Nesta seção serão analisados, em comparação com o ano anterior (2015), os principais destinos das exportações fluminenses, os principais produtos embarcados para esses principais parceiros e os municípios que mais se destacaram nas exportações fluminenses no ano de 2016.

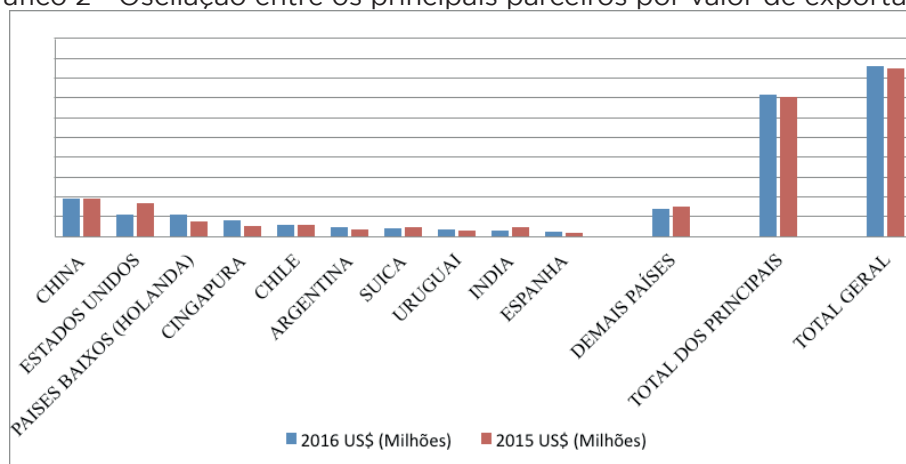
Tabela 3 - Principais destinos por valor de exportação

PAÍSES	2016		2015		Variação % 2016 - 2015 (Jan/Dez)
	US\$ (Bilhões)	Part %	US\$ (Bilhões)	Part %	
1 China	3.770.825.619	21,94%	3.756.139.719	22,06%	0,39%
2 Estados Unidos	2.239.154.924	13,03%	3.303.280.267	19,40%	-32,21%
3 Países Baixos (HOLANDA)	2.153.110.371	12,53%	1.469.521.481	8,63%	46,52%
4 Cingapura	1.641.766.182	9,55%	1.005.615.916	5,91%	63,26%
5 Chile	1.102.579.402	6,42%	1.099.562.863	6,46%	0,27%
6 Argentina	962.212.326	5,60%	669.059.748	3,93%	43,82%
7 Suíça	818.568.931	4,76%	909.186.756	5,34%	-9,97%
8 Uruguai	638.739.160	3,72%	583.157.444	3,42%	9,53%
9 Índia	595.118.534	3,46%	898.698.260	5,28%	-33,78%
10 Espanha	446.751.185	2,60%	376.154.769	2,21%	18,77%
Demais Países	2.816.834.930	16,39%	2.956.166.021	17,36%	-4,71%
Total dos Principais Países Destinos	14.368.826.634	83,61%	14.070.377.223	82,64%	2,12%
Total Geral	17.185.661.564	100,00%	17.026.543.244	100,00%	0,93%

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Como exposto na tabela acima, a China foi o principal destino das exportações fluminenses no período, com US\$ 3,7 bilhões; em seguida estão os Estados Unidos com US\$ 2,2 bilhões e os Países Baixos com US\$ 2,1 bilhões. Esses três países representam 47,50% da pauta exportadora do Rio de Janeiro. Os demais parceiros representam US\$ 6,2 bilhões, quase 38% do total exportado. A variação desses principais destinos pode ser melhor analisada no gráfico abaixo.

Gráfico 2 - Oscilação entre os principais parceiros por valor de exportação



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

A partir da análise dos dados acima, verificamos a melhoria das exportações em comparação com o ano de 2015 em três países, a saber: Países Baixos, Cingapura e Argentina. O total da pauta exportadora fluminense fora melhor 0,93% em relação ao ano anterior, no valor aproximado de US\$ 160 milhões. As exportações para os Países Baixos tendem a melhorar, como destacou a nova embaixadora brasileira nos Países Baixos, Regina Maria Cordeiro Dunlop. Ela salientou que as relações comerciais entre os dois países devem melhorar, visto que a Holanda é o segundo maior investidor e tem 150 empresas, incluídas de grande porte, no Brasil.

A perceptível queda nas exportações para os Estados Unidos deveu-se à utilização, por parte desse parceiro, de mecanismos de proteção econômica, com o intuito de fomentar a sua produção interna. No caso americano, tal medida visava a diminuição da dependência geopolítica de petróleo de alguns países como Venezuela e Irã, que no bojo da economia mundial, são importantes comerciantes de petróleo e, inclusive, fornecem esse produto para os Estados Unidos. Depois de rugas entre esses países e os norte-americanos, iniciou-se no governo George Bush (2001-2009) uma proposta de substituição energética, que permaneceu durante a administração Obama (2009-2017) e desponta como proposta a ser mantida pelo governo Trump (2017).

Já a posição chinesa nas exportações fluminenses reforça a pujança do comércio sino-brasileiro. A China, desde 2009, é o maior mercado comprador das exportações brasileiras e uma das principais fontes de investimento no país e no estado do Rio de Janeiro. Isso se reflete nos dados de ampliação do fluxo de comércio que, de forma marcante, entre 2001 e 2015 passou de US\$ 3,2 bilhões para US\$ 66,3 bilhões.

Tabela 4 - Principais produtos exportados para os principais países¹⁰

Principais Produtos Exportados para os Principais Parceiros (V. Export.)		JAN-DEZ 2016
País	Código/Descrição do NCM	Valor em US\$ (Bilhões)
China	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$3.244.413.583,00
	84213990 - Outros aparelhos para filtrar ou depurar gases	\$162.731.833,00
	84198999 - Outros aparelhos e dispositivos para tratamento de matérias por meio de operações que impliquem mudança de temperatura	\$89.564.482,00
Estados Unidos	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$980.048.418,00
	72071200 - Outros produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado, peso > 0,25 % de carbono	\$395.766.495,00
	72249000 - Produtos semimanufaturados, de outras ligas de aços	\$378.596.556,00
Países Baixos (Holanda)	89059000 - Barcos-faróis/guindastes/docas/diques flutuantes, etc.	\$923.434.103,00
	83071090 - Outros tubos flexíveis de ferro ou aço	\$596.401.605,00
	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$177.631.612,00
Cingapura	89059000 - Barcos-faróis/guindastes/docas/diques flutuantes, etc.	\$1.525.417.865,00
	27101922 - Fuel oil	\$109.413.588,00
	40119490 - Outros pneus novos, para veículos de construção aro >= 61 cm	\$1.460.751,00
Chile	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$966.928.969,00
	87032310 - Automóveis com motor explosão, 1500 < cm ³ <= 3000, até 6 passageiros	\$17.355.600,00
	72101200 - Produtos laminados planos, de ferro ou aço não ligado, de largura igual ou superior a 600 mm e espessura inferior a 0,5 mm	\$12.302.813,00
Argentina	87032310 - Automóveis com motor explosão, 1500 < cm ³ <= 3000, até 6 passageiros	\$367.248.533,00
	87032210 - Automóveis com motor explosão, 1.000 < cm ³ <1.500	\$144.073.030,00
	87042210 - Chassis com motor diesel e cabina, 5 toneladas < carga <= 20 toneladas	\$53.395.522,00

¹⁰ Para melhor análise, fora escolhido o NCM 8 dígitos, visto que nem todos os produtos de classificação SH4 são exportados ou figuram-se entre os principais.

Principais Produtos Exportados para os Principais Parceiros (V. Export.)		JAN-DEZ 2016
País	Código/Descrição do NCM	Valor em US\$ (Bilhões)
Suíça	89059000 - Barcos-faróis/guindastes/docas/diques flutuantes, etc.	\$806.824.891,00
	30049061 - Medicamento contendo terfenadina/talniflumato, etc.em doses	\$2.914.301,00
	30064012 - Outros produtos para obturação dentária	\$2.595.387,00
Uruguai	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$582.892.101,00
	27101932 - Óleos lubrificantes com aditivos	\$10.273.671,00
	87032310 - Automóveis com motor explosão, 1500 < cm ³ <= 3000, até 6 passageiros	\$6.902.990,00
Índia	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$575.153.463,00
	72101200 - Produtos laminados planos, de ferro ou aço não ligado, de largura igual ou superior a 600 mm e espessura inferior a 0,5 mm	\$5.294.777,00
	40119490 - Outros pneus novos, para veículos de construção aro >= 61 cm	\$3.965.917,00
Espanha	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$411.083.582,00
	84121000 - Propulsores a reação, exceto os turborreatores	\$8.749.941,00
	39012029 - Outros polietilenos sem carga, densidade >= 0.94, em formas primárias	\$5.609.368,00

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Com relação aos principais produtos exportados pelo estado, verificamos a importância do petróleo na economia estadual. Entre os dez principais países compradores, o produto foi exportado para oito, com exceção apenas de Argentina e Suíça.

Porém, vale ressaltar também a solidez dos setores automotivos, de construção naval e apoio *off shore* no estado. A região Sul fluminense, em especial Resende, Porto Real e Itatiaia, emergiram em 2010 como novo polo automotor nacional e as áreas costeiras da região Metropolitana, como Niterói, se afirmaram como referência na construção naval.

As exportações “fora da curva do petróleo”, para a Argentina e Suíça decorrem das razões descritas a seguir. No caso argentino, originam-se em um sólido acordo automotivo entre as duas nações (Brasil e Argentina) que foi renovado em 2016 até 2020. Esse acordo permite que para cada US\$ 1 bilhão importado da Argentina, o Brasil poderá exportar até US\$ 1,5 bilhão, livre de impostos. Já as exportações para Suíça são resultado de acordos de livre comércio que foram reiterados em 2016, em Davos, nas negociações entre o Mercosul e a Associação Europeia de Livre Comércio (EFTA na sigla em inglês), bloco formado por quatro países europeus – Suíça, Noruega, Islândia e Liechtenstein. Esses acordos envolvem a exportação desde plataformas de perfuração ou exploração até soja em grãos para esse grupo de países.

Ainda se destaca que o comércio com Cingapura tende a subir exponencialmente no ano de 2017, visto que em 2016 o país do sudeste asiático aprovou a exportação de carne de frango e suína de mais cinco frigoríficos brasileiros – um deles, uma unidade JBS, instalada em Duque de Caxias, na região da Baixada Fluminense.

Tabela 5 - Principais municípios exportadores desses produtos¹¹

Código SH4	Município do RJ	Valor em US\$ (Bilhões)
	ANGRA DOS REIS-RJ	\$5.502.207.757,00
2709	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$3.976.789.892,00
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e semelhantes	\$1.525.417.865,00
	MACAE-RJ	\$889.763.092,00
2709	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$887.722.925,00
2710	Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos;	\$761.595,00
3006	Preparações e artigos farmacêuticos indicados na Nota 4 do presente capítulo	\$6,00
8307	Tubos flexíveis de metais comuns, mesmo com acessórios	\$482.422,00
8412	Outros motores e máquinas motrizes	\$428.849,00
8421	Centrifugadores, incluídos os secadores centrífugos, aparelhos para filtrar ou depurar líquidos ou gases	\$367.295,00
	RIO DE JANEIRO-RJ	\$4.637.358.095,00
2709	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$2.271.646.065,00
2710	Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos;	\$13.022.805,00
3004	Medicamentos constituídos por produtos misturados ou não misturados, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos	\$113.866.313,00
3006	Preparações e artigos farmacêuticos	\$13.536.475,00
3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	\$44.298,00
4011	Pneumáticos novos, de borracha	\$216.966.458,00
7207	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	\$562.499.924,00
7224	Outras ligas de aço, em lingotes ou outras formas primárias; produtos semimanufaturados, de outras ligas de aço	\$499.280.194,00
8412	Outros motores e máquinas motrizes	\$5.494.125,00
8419	Aparelhos e dispositivos, mesmo aquecidos eletricamente, para tratamento de matérias por meio de operações que impliquem mudança de temperatura	\$1.154.750,00
8421	Centrifugadores, incluídos os secadores centrífugos, aparelhos para filtrar ou depurar líquidos ou gases	\$14.931.167,00

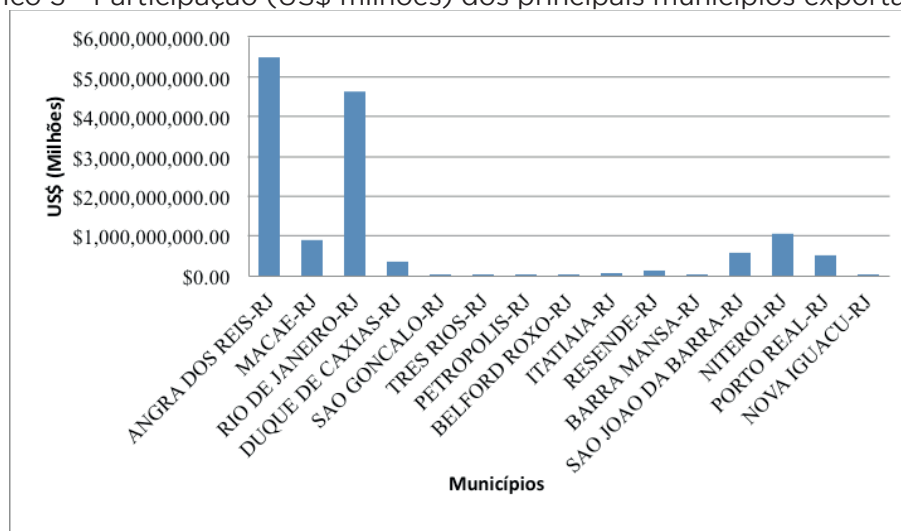
¹¹ A tabela foi elaborada com a classificação SH4 por limitação da base de dados AliceWeb.

Código SH4	Município do RJ	Valor em US\$ (Bilhões)
	ANGRA DOS REIS-RJ	\$5.502.207.757,00
2709	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$3.976.789.892,00
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e semelhantes	\$1.525.417.865,00
	MACAE-RJ	\$889.763.092,00
8703	Automóveis de passageiros e outros veículos automóveis principalmente concebidos para o transporte de pessoas e os automóveis de corrida	\$1.375.516,00
8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	\$105.902,00
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e semelhantes	\$923.434.103,00
	DUQUE DE CAXIAS-RJ	\$351.423.414,00
2710	Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos;	\$213.446.151,00
3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	\$127.858.211,00
8412	Outros motores e máquinas motrizes	\$8.999.164,00
8419	Aparelhos e dispositivos, mesmo aquecidos eletricamente, para tratamento de matérias por meio de operações que impliquem mudança de temperatura	\$1.119.888,00
	SAO GONCALO-RJ	\$3.096.769,00
3004	Medicamentos constituídos por produtos misturados ou não misturados, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos	\$3.096.769,00
	TRES RIOS-RJ	\$204.434,00
3004	Medicamentos constituídos por produtos misturados ou não misturados, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos	\$204.434,00
	PETROPOLIS-RJ	\$6.964.504,00
3006	Preparações e artigos farmacêuticos	\$6.964.504,00
	BELFORD ROXO-RJ	\$448.607,00
3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	\$448.607,00
	ITATIAIA-RJ	\$81.996.822,00
4011	Pneumáticos novos, de borracha	\$81.996.822,00
	RESENDE-RJ	\$148.324.561,00
4011	Pneumáticos novos, de borracha	\$17.537,00
8703	Automóveis de passageiros e outros veículos automóveis principalmente concebidos para o transporte de pessoas e os automóveis de corrida	\$38.597.361,00
8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	\$109.709.663,00
	BARRA MANSA-RJ	\$5.811.951,00

Código SH4	Município do RJ	Valor em US\$ (Bilhões)
	ANGRA DOS REIS-RJ	\$5.502.207.757,00
2709	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$3.976.789.892,00
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e semelhantes	\$1.525.417.865,00
	MACAE-RJ	\$889.763.092,00
7207	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	\$5.811.951,00
	SAO JOAO DA BARRA-RJ	\$597.857.585,00
8307	Tubos flexíveis de metais comuns, mesmo com acessórios	\$346.513.932,00
8419	Aparelhos e dispositivos, mesmo aquecidos eletricamente, para tratamento de matérias por meio de operações que impliquem mudança de temperatura	\$89.564.482,00
8421	Centrifugadores, incluídos os secadores centrífugos, aparelhos para filtrar ou depurar líquidos ou gases	\$161.779.171,00
	NITEROI-RJ	\$1.057.575.611,00
8307	Tubos flexíveis de metais comuns, mesmo com acessórios	\$250.750.720,00
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e semelhantes	\$806.824.891,00
	PORTO REAL-RJ	\$512.014.149,00
8703	Automóveis de passageiros e outros veículos automóveis principalmente concebidos para o transporte de pessoas e os automóveis de corrida	\$512.014.149,00
	NOVA IGUACU-RJ	\$1.468.780,00
8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	\$1.468.780,00

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Gráfico 3 - Participação (US\$ milhões) dos principais municípios exportadores



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Como evidenciado na tabela acima, dos quinze principais municípios exportadores dos principais produtos fluminense, cerca de 20% estão na região Sul, 20% na Baixada Fluminense e 20% na região Metropolitana do estado.

Para melhor visualização, o gráfico acima mostra que os cinco principais municípios exportadores foram: Angra dos Reis, com US\$ 5.5 bilhões; seguido por Rio de Janeiro, com US\$ 4.6 bilhões; Niterói, com US\$ 1.05 bilhão; Macaé, com US\$ 889 milhões; e São João da Barra, com US\$ 597 milhões. Vale destacar o caso de Angra dos Reis, que permanece como principal município por valor de exportação no estado e um dos principais do Brasil, tendo sido o principal município exportador nacional em 2010, graças a exploração de petróleo na região, em especial nos campos de Lula e Libra. Em segundo lugar está Resende, que se coloca entre os principais municípios exportadores do estado, mesmo num setor que foge à pauta comumente comercializada pelo Rio de Janeiro. Estabelecendo-se como um polo automotivo, Resende possibilitou um efeito transbordamento em seus municípios vizinhos de Porto Real e Itatiaia, o que configura um potencial sólido de crescimento e investimento nos próximos anos nessa região, a começar pelas grandes empresas do setor que lá produzem, tais como a PSA Peugeot Citroën, Hyundai Heavy Industries e Nissan. Esta última investiu, em 2016, cerca de R\$ 750 milhões na cidade, que já a vê possibilidade de investimentos em outros setores, a fim de variar a produção e maximizar a eficiência econômica da região.

3. PRINCIPAIS PARCEIROS COMERCIAIS POR VALOR DE IMPORTAÇÃO (2016)

Nesta seção serão analisadas, em comparação com o ano anterior (2015), as principais origens das importações fluminenses, os principais produtos importados desses parceiros, bem como os municípios que os importam, no ano de 2016.

Tabela 6 - Principais destinos (países) por valor de importação

	Países	2016		2015		Variação % 2016 - 2015 (JAN/DEZ)
		US\$ (Bilhões)	Part %	US\$ (Bilhões)	Part %	
1	Estados Unidos	3.660.452.822	29,16%	3.833.976.514	22,33%	-4,53%
2	China	1.472.841.430	11,73%	2.559.283.470	14,90%	-42,45%
3	Alemanha	1.070.147.420	8,53%	971.577.094	5,66%	10,15%
4	Arabia Saudita	885.081.558	7,05%	1.552.971.991	9,04%	-43,01%
5	França	801.520.289	6,39%	785.233.638	4,57%	2,07%
6	México	501.288.910	3,99%	352.154.242	2,05%	42,35%
7	Reino Unido	379.165.221	3,02%	731.105.884	4,26%	-48,14%
8	Suica	336.417.539	2,68%	406.231.619	2,37%	-17,19%
9	Argentina	334.075.984	2,66%	491.612.166	2,86%	-32,04%
10	Belgica	278.298.718	2,22%	311.788.874	1,82%	-10,74%
Demais Países		2.832.831.179	22,57%	5.177.272.896	30,15%	-45,28%
Total dos Principais Países Destinos		9.719.289.891	77,43%	11.995.935.492	69,85%	-18,98%
Total da Área		12.552.121.070	100,00%	17.173.208.388	100,00%	-26,91%

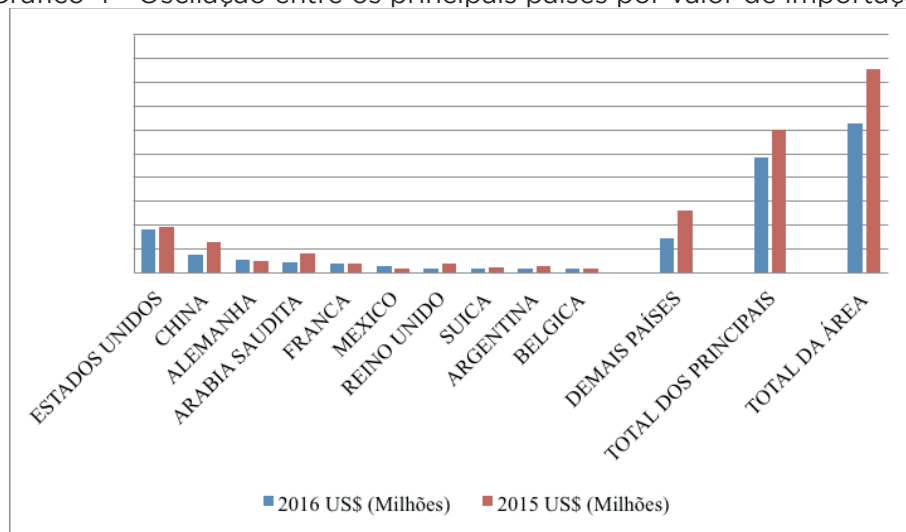
Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Na tabela acima, observa-se que o principal exportador para o estado do Rio de Janeiro foram os Estados Unidos. Compramos desse país US\$ 3,6 bilhões no ano de

2016. Em seguida, temos a China, com US\$ 1.4 bilhão exportados para o estado, e a Alemanha, com US\$ 885 milhões. Esses três países foram responsáveis por aproximadamente 50% das importações fluminenses.

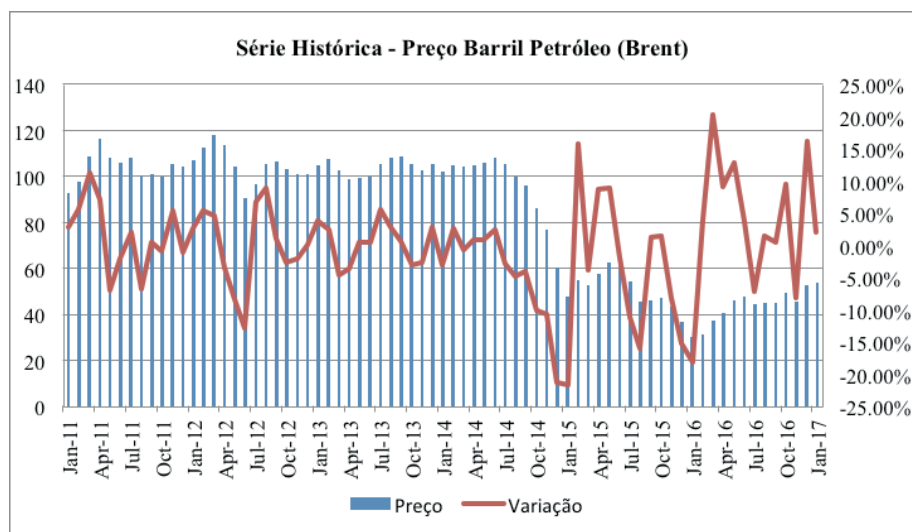
A maior queda comercial do ano de 2016 foi com a China. Tal fato se explica a partir de variáveis externas e internas de economia, que influenciam diretamente as relações entre o estado fluminense (e o Brasil) e o Estado chinês. Como variável externa, tem-se a queda da atividade comercial internacional que, segundo a OMC (Organização Mundial do Comércio), cresce somente 1,7% no ano de 2016, muito menos que a previsão anterior de 2,8%. Além disso, uma forte depreciação nos preços em geral, em especial de *commodities*, também influenciou o comércio internacional, assim como certo fortalecimento da moeda americana. Ademais, fatores econômicos internos da China e as suas especificidades também incidem sobre o comércio internacional, tais como a queda da demanda doméstica e a depreciação o *luan* (moeda corrente chinesa) frente ao dólar. Tais elementos, arrefeceram as transações comerciais entre o Rio de Janeiro e a China e, para além, também impactaram negativamente as transações internacionais como um todo, inclusive entre os países ditos desenvolvidos. Visto que a previsão para 2017 também foi reduzida, o crescimento ficaria entre 1,8% e 3,1%, contra 3,6% da estimativa anterior.

Gráfico 4 - Oscilação entre os principais países por valor de importação



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Na tabela acima, verifica-se que, no total, as importações fluminenses caíram substancialmente de 2015 para o ano de 2016, em torno de 27,91%. Esses números estão diretamente ligados à crise econômica pela qual passa o estado, que decorrem dos problemas de arrecadação e depreciação do principal produto fluminense, o petróleo, como podemos ver na tabela abaixo.



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016

A queda verificada no gráfico diminuiu significativamente o poder de compra fluminense no mercado internacional. Assim, o superávit brasileiro observado no ano de 2016 ocorre dessa diminuição do poder de compra, e é sustentado pela queda da atividade e do capital produtivo.

Outro ponto a se destacar é o declínio das importações oriundas da Arábia Saudita, país cujas relações de comércio de petróleo remontam aos anos 1970. Ainda assim, o petróleo saudita já representa 40% da importação do produto para o Brasil, disputando com a Nigéria a posição de principal vendedor. O petróleo árabe é mais leve e de melhor qualidade, e as refinarias brasileiras estão mais ajustadas ao produto mais limpo.

Tabela 7 - Principais produtos importados dos principais países

Principais Produtos Importados dos Principais Parceiros (V. Import.)		JAN-DEZ 2016
País	Código/Descrição do NCM	Valor em US\$ (Bilhões)
Estados Unidos	84119100 - Partes de turborreatores ou de turbopropulsores	\$1.680.670.189
	27101931 - Óleos lubrificantes sem aditivos	\$150.866.938
	84831090 - Outras árvores (veios) de transmissão	\$130.608.906
China	89059000 - Barcos-faróis/guindastes/docas/diques flutuantes, etc.	\$625.774.655
	27040010 - Coques de hulha, de linhita ou de turfa	\$76.359.483
	07032090 - Alhos, frescos ou refrigerados, exceto para semeadura	\$38.618.522
Alemanha	29339969 - Outros compostos heterocíclicos contendo ciclo triazol	\$198.105.074
	84069090 - Outras partes de turbinas a vapor	\$72.335.768
	29322000 - Lactonas	\$40.620.209
Arábia Saudita	27090010 - Óleos brutos de petróleo	\$884.898.846
	39021020 - Polipropileno sem carga, em forma primária	\$70.768
	82071900 - Outras ferramentas de perfuração ou de sondagem, de metais comuns, inclusive partes	\$47.390

Principais Produtos Importados dos Principais Parceiros (V. Import.)		JAN-DEZ 2016
País	Código/Descrição do NCM	Valor em US\$ (Bilhões)
França	84119100 - Partes de turborreatores ou de turbopropulsores	\$63.398.068
	89061000 - Navios de guerra	\$47.379.196
	87082999 - Outras partes e acessórios de carrocerias para veículos automóveis	\$36.290.849
México	87032310 - Automóveis com motor explosão, 1500 < cm ³ <= 3000, até 6 passageiros	\$295.074.030
	87082999 - Outras partes e acessórios de carrocerias para veículos automóveis	\$14.955.462
	84099112 - Blocos de cilindros, cabeçotes, etc, para motores de explosão	\$11.760.146
Reino Unido	89079000 - Outras estruturas flutuantes (por exemplo, reservatórios, caixões, boias de amarração, bóias de sinalização e semelhantes)	\$38.740.612
	87032310 - Automóveis com motor explosão, 1500 < cm ³ <= 3000, até 6 passageiros	\$32.632.950
	87033210 - Automóveis com motor diesel, 1500 < cm ³ <= 2500, até 6 passageiros	\$19.734.898
	29339969 - Outros compostos heterocíclicos contendo ciclo triazol	\$13.699.275
	30021036 - Interferon beta; peg interferon alfa-2-a	\$12.953.996
Argentina	87032310 - Automóveis com motor explosão, 1500 < cm ³ <= 3000, até 6 passageiros	\$82.819.004
	10019900 - Outros trigos e misturas de trigo com centeio, exceto para semeadura	\$73.273.611
	39019090 - Outros polímeros de etileno, em formas primárias	\$26.132.100
Bélgica	30022029 - Outras vacinas para medicina humana, em doses	\$202.441.005
	30022026 - Vacina contra rubéola, sarampo e caxumba, em doses	\$19.436.116
	37021020 - Filmes para raios X, sensibilizados em ambas as faces, não impressionados, em rolos	\$6.916.541

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

No que tange aos principais produtos importados dos principais parceiros, compramos dos EUA partes de motores ou turbinas (produtos relacionados ao NCM 84119100), cujo valor fora de US\$ 1.6 bilhão. Tal produto norte-americano se refere, especialmente, em âmbito nacional, às compras realizadas pela Embraer, como câmaras de combustão e compressores turbojato e turboélice, que são componentes sensíveis de aviãoica das aeronaves brasileiras.

Já as importações da China, especificamente de plataformas de exploração ou perfuração de petróleo, foram da ordem de US\$ 625 milhões. Em 2012, a China tinha passado a ser nossa principal parceira comercial sob fluxo de comércio, ou seja, exportávamos e importávamos em maior quantia (valor e peso) para os chineses. Entretanto, nossa relação comercial diminuiu progressivamente com emergir da crise no comércio mundial, a partir de 2014.

A importação de óleo dos sauditas decaiu também, porém permanece em níveis aceitáveis a países de renda média como o Brasil. A importação fluminense deste produto fora de quase US\$ 900 milhões, demonstrando a proeminência do setor para o estado.

Ademais destes principais, as importações originárias da Europa e da América Latina permaneceram perenes e sólidas. Destas regiões do globo, devido a acordos que existem há décadas, compramos desde automóveis e peças relacionadas ao setor automotivo até itens de biotecnologia sensível, como medicamentos de uso humano e animal, passando por pesticidas e outros compostos farmacêuticos.

Tabela 8 - Principais municípios importadores destes produtos

Código SH4	Município	Valor em US\$ (Bilhões)
	RIO DE JANEIRO-RJ	\$860.175.433,00
0703	Cebolas, chalotas, alho comum, alho-porro e outros produtos hortícolas aliáceos, frescos ou refrigerados	\$25.934.866,00
1001	Trigo e mistura de trigo com centeio	\$78.874.105,00
2704	Coques e semicoques de hulha, de linhita ou de turfa, mesmo aglomerados; carvão de retorta	\$47.553.116,00
2709	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$165,00
2710	Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$196.951.120,00
2928	Derivados orgânicos da hidrazina e hidroxilamina	\$5.362,00
2932	Compostos heterocíclicos exclusivamente de hetero-átomo(s) de oxigênio	\$14.475.504,00
2933	Compostos heterocíclicos, exclusivamente de hetero-átomo(s) de azoto (nitrogênio)	\$9.604.995,00
3002	Sangue humano; sangue animal preparado para usos terapêuticos, profiláticos ou de diagnóstico; anti-soros, outras fracções do sangue	\$322.704.508,00
3702	Filmes fotográficos sensibilizados, não impressionados, em rolos, de matérias diferentes do papel, do cartão ou dos têxteis; filmes fotográficos de revelação e cópia instantâneas, em rolos, sensibilizados, não impressionados	\$69.576,00
8406	Turbinas a vapor	\$502.232,00
8409	Partes reconhecíveis como exclusiva ou principalmente destinadas aos motores das posições 8407 ou 8408	\$5.806.416,00
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e outras	\$107.552.571,00
8906	Outras embarcações, incluídos os navios de guerra e os barcos salva-vidas, exceto os barcos a remos	\$48.687.116,00
8907	Outras estruturas flutuantes (por exemplo: balsas, reservatórios, caixões, bóias de amarração, bóias de sinalização e semelhantes)	\$1.453.781,00
	QUEIMADOS-RJ	\$22.168.991,00
0703	Cebolas, chalotas, alho comum, alho-porro e outros produtos hortícolas aliáceos, frescos ou refrigerados	\$22.168.991,00

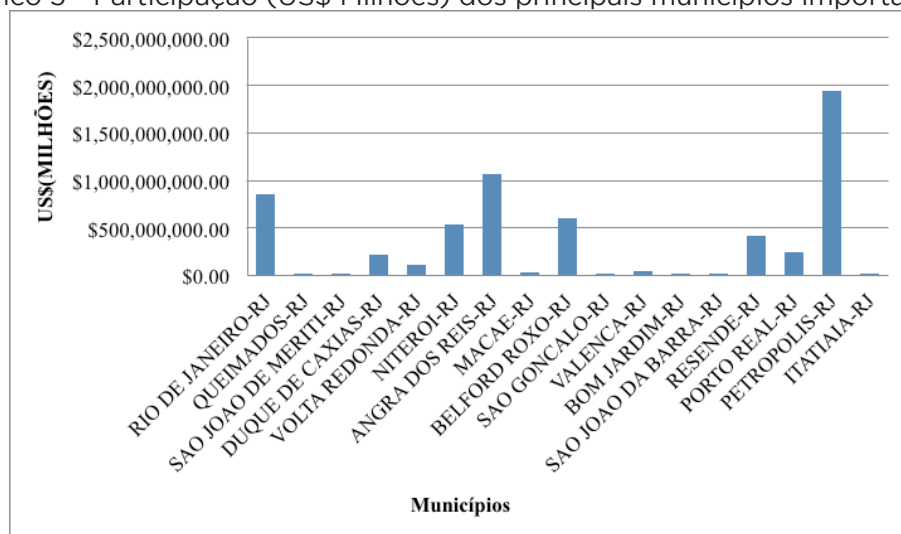
Código SH4	Município	Valor em US\$ (Bilhões)
	SAO JOAO DE MERITI-RJ	\$4.688.547,00
0703	Cebolas, chalotas, alho comum, alho-porro e outros produtos hortícolas aliáceos, frescos ou refrigerados	\$4.688.547,00
	DUQUE DE CAXIAS-RJ	\$220.653.713,00
1001	Trigo e mistura de trigo com centeio	\$12.841.765,00
2710	Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$23.768.036,00
2928	Derivados orgânicos da hidrazina e hidroxilamina	\$95.896,00
2932	Compostos heterocíclicos exclusivamente de hetero-átomo(s) de oxigênio	\$1.548.662,00
2933	Compostos heterocíclicos, exclusivamente de hetero-átomo(s) de azoto (nitrogênio)	\$6.462.859,00
3702	Filmes fotográficos sensibilizados, não impressionados, em rolos, de matérias diferentes do papel, do cartão ou dos têxteis; filmes fotográficos de revelação e cópia instantâneas, em rolos, sensibilizados, não impressionados	\$8.285.443,00
8406	Turbinas a vapor	\$325.263,00
8411	Turboreactores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$72.806.791,00
8703	Automóveis de passageiros e outros veículos automóveis, incluídos os veículos de uso misto e os automóveis de corrida	\$94.518.998,00
	VOLTA REDONDA-RJ	\$116.875.370,00
2704	Coques e semicoques de hulha, de linhita ou de turfa, mesmo aglomerados; carvão de retorta	\$116.875.370,00
	NITEROI-RJ	\$540.465.202,00
2704	Coques e semicoques de hulha, de linhita ou de turfa, mesmo aglomerados; carvão de retorta	\$38,00
3002	Sangue humano; sangue animal preparado para usos terapêuticos, profiláticos ou de diagnóstico; anti-soros, outras fracções do sangue	\$2.756.218,00
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes e outras	\$518.224.086,00
8907	Outras estruturas flutuantes (por exemplo: balsas, reservatórios, caixões, bóias de amarração, bóias de sinalização e semelhantes)	\$19.484.860,00
	ANGRA DOS REIS-RJ	\$1.071.935.755,00
2709	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos	\$999.494.399,00
8406	Turbinas a vapor	\$72.441.356,00
	MACAE-RJ	\$35.079.755,00
2710	Óleos de petróleo ou de minerais betuminosos, exceto óleos brutos	\$2.082.463,00
3702	Filmes fotográficos sensibilizados, não impressionados, em rolos, de matérias diferentes do papel, do cartão ou dos têxteis; filmes fotográficos de revelação e cópia instantâneas, em rolos, sensibilizados, não impressionados	\$497,00

Código SH4	Município	Valor em US\$ (Bilhões)
3902	Polímeros de propileno ou de outras olefinas, em formas primárias	\$2.630.579,00
8207	Ferramentas intercambiáveis para ferramentas manuais, mesmo mecânicas, ou para máquinas-ferramentas de vários tipos	\$5.066.511,00
8411	Turboreactores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$12.707.159,00
8483	Veios (árvores) de transmissão [incluídas as árvores de cames (excêntricos) e cambotas (virabrequins)] e manivelas; chumaceiras (mancais) e bronzes; e outros	\$12.392.410,00
8906	Outras embarcações, incluídos os navios de guerra e os barcos salva-vidas, exceto os barcos a remos	\$200.136,00
	BELFORD ROXO-RJ	\$605.942.467,00
2928	Derivados orgânicos da hidrazina e hidroxilamina	\$244.693.036,00
2932	Compostos heterocíclicos exclusivamente de hetero-átomo(s) de oxigênio	\$40.144.195,00
2933	Compostos heterocíclicos, exclusivamente de hetero-átomo(s) de azoto (nitrogênio)	\$321.105.236,00
	SAO GONCALO-RJ	\$3.755.190,00
3002	Sangue humano; sangue animal preparado para usos terapêuticos, profiláticos ou de diagnóstico; anti-soros, outras frações do sangue	\$1.043.840,00
3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	\$2.711.350,00
	VALENCA-RJ	\$43.933.209,00
3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	\$39.795.385,00
3902	Polímeros de propileno ou de outras olefinas, em formas primárias	\$4.137.824,00
	BOM JARDIM-RJ	\$2.872.946,00
3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	\$2.872.946,00
	SAO JOAO DA BARRA-RJ	\$23.307.387,00
3902	Polímeros de propileno ou de outras olefinas, em formas primárias	\$4.135.576,00
8906	Outras embarcações, incluídos os navios de guerra e os barcos salva-vidas, exceto os barcos a remos	\$32.349,00
8907	Outras estruturas flutuantes (por exemplo: balsas, reservatórios, caixões, bóias de amarração, bóias de sinalização e semelhantes)	\$19.139.462,00
	RESENDE-RJ	\$419.122.475,00
8207	Ferramentas intercambiáveis para ferramentas manuais, mesmo mecânicas, ou para máquinas-ferramentas de vários tipos	\$6.353.300,00
8409	Partes reconhecíveis como exclusiva ou principalmente destinadas aos motores das posições 8407 ou 8408	\$23.971.615,00

Código SH4	Município	Valor em US\$ (Bilhões)
8483	Veios (árvores) de transmissão [incluídas as árvores de cames (excêntricos) e cambotas (virabrequins)] e manivelas; chumaceiras (mancais) e bronzes; e outros	\$8.904.304,00
8703	Automóveis de passageiros e outros veículos automóveis, incluídos os veículos de uso misto e os automóveis de corrida	\$295.846.139,00
8708	Partes e acessórios dos veículos automóveis das posições 8701 a 8705	\$84.047.117,00
	PORTO REAL-RJ	\$242.554.519,00
8207	Ferramentas intercambiáveis para ferramentas manuais, mesmo mecânicas, ou para máquinas-ferramentas de vários tipos	\$4.696.377,00
8409	Partes reconhecíveis como exclusiva ou principalmente destinadas aos motores das posições 8407 ou 8408	\$15.207.753,00
8703	Automóveis de passageiros e outros veículos automóveis, incluídos os veículos de uso misto e os automóveis de corrida	\$85.199.832,00
8708	Partes e acessórios dos veículos automóveis das posições 8701 a 8705	\$137.450.557,00
	PETROPOLIS-RJ	\$1.946.573.222,00
8411	Turboreactores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	\$1.804.648.145,00
8483	Veios (árvores) de transmissão [incluídas as árvores de cames (excêntricos) e cambotas (virabrequins)] e manivelas; chumaceiras (mancais) e bronzes; e outros	\$141.925.077,00
	ITATIAIA-RJ	\$23.178.138,00
8708	Partes e acessórios dos veículos automóveis das posições 8701 a 8705	\$23.178.138,00

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Gráfico 5 - Participação (US\$ Milhões) dos principais municípios importadores



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Dos municípios listados na tabela acima, destaca-se Petrópolis, localizado na região Serrana do estado. Vale ressaltar que, para este panorama, na seção “Principais municí-

pios exportadores desses principais produtos”, escolheu-se apenas os municípios que exportavam os principais produtos – o NCM 8411 não se configurou entre os principais produtos listados. No entanto, o referido município serrano, em especial depois de 2010, passou a ter um fluxo comercial desta classificação (8411) e seus produtos, que movimentaram recursos na ordem de aproximadamente US\$ 3 bilhões. Isso ocorreu após uma ação conjunta na criação de um polo industrial, o primeiro naquela região, que se diferenciou do setor local mais proeminente, que é o têxtil. Essa criação do Distrito Industrial da Posse, em Petrópolis, permitiu esse súbito aquecimento econômico na região, funcionando como uma espécie de “condomínio” de empresas, oferecendo toda logística apropriada ao investidor, e propiciando a instalação de empreendimentos de vários segmentos.

Destaca-se, ainda, que o município do Rio de Janeiro é o que detém o maior número de produtos, no que diz respeito à variedade, e um dos maiores em valor movimentado: US\$ 860 milhões. Em seguida, estão dois municípios localizados na Baixada Fluminense, Duque de Caxias e Belford Roxo, sendo que o primeiro é um dos municípios mais industrializados do estado – suas importações foram na ordem de US\$ 825 milhões. Dois municípios da região Sul do estado, Porto Real e Resende, importaram produtos relacionados a sua principal atividade econômica, a indústria automotiva, na ordem de US\$ 660 milhões. Já o município de Niterói, na região Metropolitana, realizou importações de US\$ 540 milhões para o atendimento das necessidades do setor naval e *off shore*.

4. PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELO ESTADO DO RIO DE JANEIRO NO ANO DE 2016 POR VALOR DE EXPORTAÇÃO

Nesta seção serão analisados os principais produtos exportados pelo estado do Rio de Janeiro, assim como seus principais compradores, no ano de 2016, em comparação ao ano de 2015.

Tabela 9 - Principais produtos exportados pelo estado do Rio de Janeiro

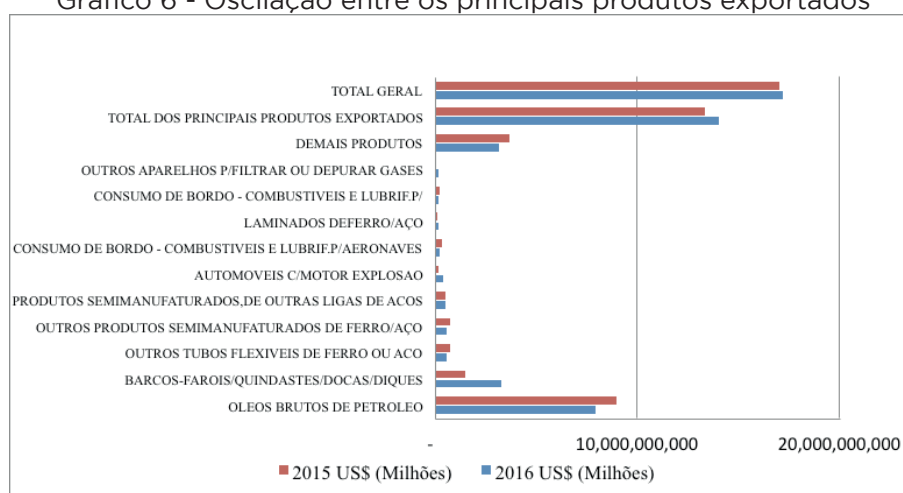
Principais Produtos Exportados pelo Rio de Janeiro							
	NCM	Descrição (NCM)	2016		2015		Varição % 2016 - 2015 (JAN/DEZ)
			US\$ (Bilhões)	Part %	US\$ (Bilhões)	Part %	
1	27090010	Óleos Brutos de Petróleo	7.955.472.184	46,29%	8.965.368.887	52,66%	-11,26%
2	89059000	Barcos-Faróis/Guinches/Docas/Diques Flutuantes, etc.	3.255.676.859	18,94%	1.508.509.757	8,86%	115,82%
3	83071090	Outros Tubos flexíveis de Ferro ou Aço	597.244.061	3,48%	743.917.144	4,37%	-19,72%

4	72071200	Outros produtos semimanufaturados de Ferro/Aço	562.119.337	3,27%	769.993.726	4,52%	-27,00%
5	72249000	Produtos semimanufaturados de outras ligas de Aços	499.280.194	2,91%	511.545.158	3,00%	-2,40%
6	87032310	Automóveis C/Motor explosão	400.514.003	2,33%	144.239.940	0,85%	177,67%
7	99980102	Consumo de Bordo - Combustíveis e Lubrif. p/Aeronaves	244.771.784	1,42%	329.354.949	1,93%	-25,68%
8	72104910	Laminados de Ferro/aço	179.251.454	1,04%	126.959.801	0,75%	41,19%
9	99980101	Consumo de Bordo - Combustíveis e Lubrif. p/Embarcações	165.138.889	0,96%	258.408.517	1,52%	-36,09%
10	84213990	Outros Aparelhos p/filtrar ou Depurar Gases	162.752.470	0,95%	31.743	0,00%	512619,25%
Demais Produtos			3.163.440.329	18,41%	3.668.213.622	21,54%	-13,76%
Total dos Principais Produtos Exportados			14.022.221.235	81,59%	13.358.329.622	78,46%	4,97%
Total Geral			17.185.661.564	100,00%	17.026.543.244	100,00%	0,93%

Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

Na lista acima, identificam-se os principais produtos exportados pelo estado no ano de 2016 em comparação a 2015. Pode-se analisar a projeção que o petróleo tem para a economia estadual: permanece, aproximadamente, representando 50% do total bruto (em US\$) embarcado. A depreciação de 11% sofrida pelo produto de 2015 para 2016 é um retrato do contexto sociopolítico do país no período, que teve grande incidência na área petrolífera.

Gráfico 6 - Oscilação entre os principais produtos exportados



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

De forma geral, como anteriormente citado em outra seção, as exportações em 2016 foram melhores que em 2015, mesmo que por uma margem mínima. Vale salientar que os produtos que mais sofreram oscilações são os sujeitos ao movimento do câmbio. No caso do óleo bruto, trata-se de uma substância (também ativo econômico) extraído em território nacional, mas tem seu preço comercializado numa moeda (dólar) sobre a qual o país não tem ingerência. Ou seja, mesmo sendo um ativo nacional, variáveis exógenas influenciam o preço do petróleo, que é estabelecido pela OPEP.

Os dois casos de aumentos vultosos, especificamente automóveis e plataformas, que registraram crescimento de mais de 100% de um ano para outro, são resultado de acordos que o país tem com Argentina, Uruguai e México, especialmente no setor automotivo, bem como pelo sucesso nas vendas de plataformas de perfuração ou exploração para os Países Baixos e Cingapura, tendo em vista a expertise do estado no setor naval.

Tabela 10 - Principais Compradores dos Principais Produtos Exportados

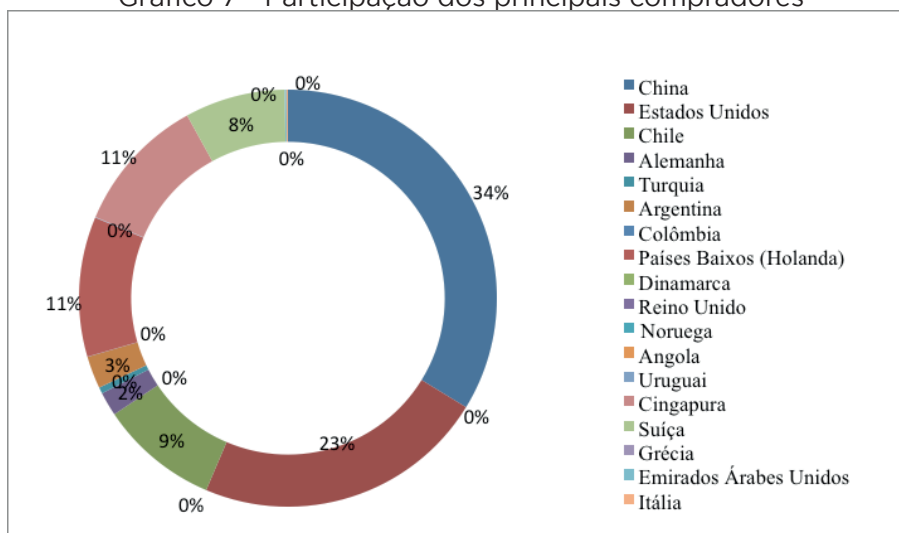
País	Código / Descrição NCM	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
		27090010 - Óleos brutos de petróleo		
China		\$3.244.413.583	\$3.634.065.331	-10,72%
Estados Unidos		\$980.048.418	\$1.605.847.108	-38,97%
Chile		\$966.928.969	\$937.034.398	3,19%
País	72071200 - Outros produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
Estados Unidos		\$395.766.495	\$640.218.183	-38,18%
Alemanha		\$113.545.139	\$94.045.646	20,73%
Turquia		\$28.860.167	\$31.130.500	-7,29%
País	72104910 - Produtos laminados planos, de ferro ou aço não ligado, folheados ou chapados, ou revestidos, galvanizados por outro processo	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %

Estados Unidos		\$166.897.864	\$101.477.998	64,47%
Argentina		\$3.829.606	\$9.658.341	-60,35%
Colômbia		\$2.584.338	\$1.230.926	109,95%
País	72249000 - Produtos semi-manufaturados, de outras ligas de aços	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
Estados Unidos		\$378.596.556	\$402.429.212	-5,92%
Alemanha		\$83.208.680	\$96.579.632	-13,84%
Turquia		\$29.312.394	\$12.105.466	142,14%
País	83071090 - Outros tubos flexíveis de ferro ou aço	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
Países Baixos (Holanda)		\$596.401.605	\$736.809.237	-19,06%
Dinamarca		\$781.020	\$0	
Reino Unido		\$45.865	\$3.095	1381,91%
País	84213990 - Outros aparelhos para filtrar ou depurar gases	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
China		\$162.731.833,00	\$0,00	
Noruega		\$6.875,00	\$6.603,00	4,12%
Angola		\$5.683,00	\$5.422,00	4,81%
País	87032310 - Automóveis com motor explosão, 1500 < cm ³ <= 3000, até 6 passageiros	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
Argentina		\$367.248.533	\$141.406.051	159,71%
Chile		\$17.355.600	\$0	
Uruguai		\$6.902.990	\$2.068.936	233,65%
País	89059000 - Barcos-faróis/guindastes/docas/diques flutuantes, etc.	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
Cingapura		\$1.525.417.865	\$690.429.904	120,94%
Países Baixos (Holanda)		\$923.434.103	\$0	
Suíça		\$806.824.891	\$818.079.853	-1,38%
País	99980101 - Consumo de bordo - combustíveis e lubrificantes para embarcações	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
Cingapura		\$542.640	\$169.725	219,72%
Dinamarca		\$141.643	\$42.372	234,28%
Grécia		\$116.021	\$376.308	-69,17%
País	99980102 - Consumo de bordo - combustíveis e lubrificantes para aeronaves	JAN-DEZ 2016 US\$ (Bilhões)	JAN-DEZ 2015 US\$ (Bilhões)	Variação %
Emirados Árabes Unidos		\$25.178.858	\$2.291.266	998,91%
Estados Unidos		\$14.839.476	\$47.433.377	-68,72%
Itália		\$9.647.482	\$14.027.823	-31,23%

Fonte: Tabela de elaboração própria a partir de dados do Alice Web/MDIC

A tabela acima mostra os principais destinos dos produtos exportados de maior relevância nos anos de 2016 e 2015, comparativamente. Os dados reiteram a China e os Estados Unidos como principais destinos, inclusive em valor exportado, do NCM's 27090010 (óleos brutos).

Gráfico 7 - Participação dos principais compradores



Fonte: AliceWeb, 2016/MDIC, 2016.

No gráfico acima, pode se verificar que a China representa 34% das vendas fluminenses, com volume de aproximadamente US\$ 7 bilhões, seguida dos Estados Unidos, com US\$ 4 bilhões (23%). Em sequência estão Cingapura e Países Baixos, com 11% e US\$ 2 bilhões comprados cada; Suíça com 9%, e Chile com 8%, com valores comercializados girando em torno de US\$ 1.7 bilhão.

5. PANORAMA DAS EMPRESAS FLUMINENSES

Nesta seção, será analisada a participação das empresas fluminenses no comércio do estado, considerando porte, setor produtivo e produtos comercializados¹².

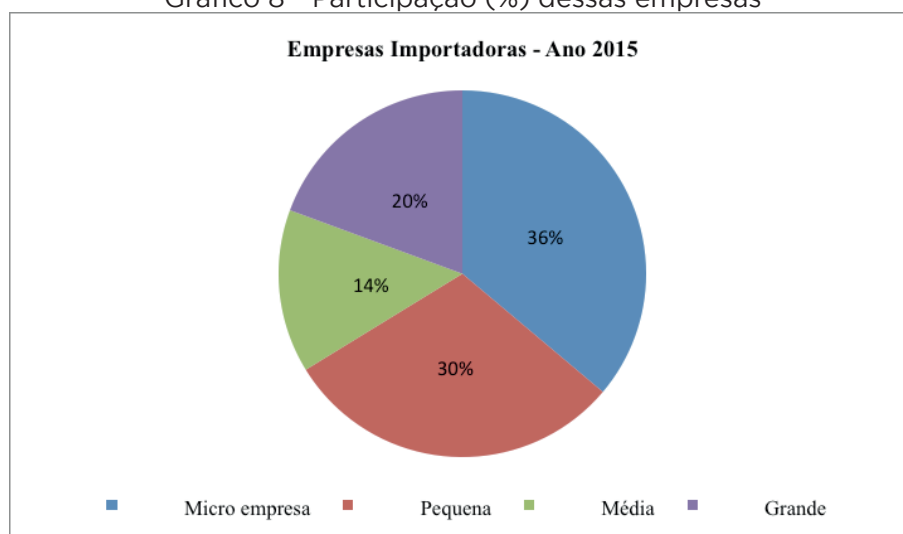
Tabela 11 - Número de empresas fluminenses por porte

Importação - Empresas classificadas segundo tamanho ou porte da firma	Nº de empresas 2015
Microempresa	928
Pequena	774
Média	369
Grande	498
Exportação - Empresas classificadas segundo tamanho ou porte da firma	Nº de empresas 2015
Micro empresa	267
Pequena	326
Média	213
Grande	199

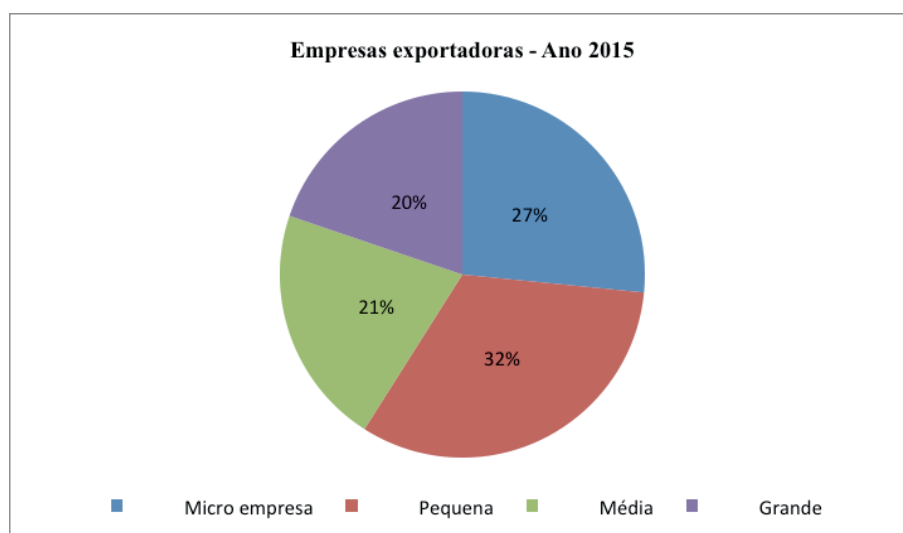
Fonte: FuncexData, 2015.

¹² Pelas limitações na base de dados do FuncexData, serão analisadas apenas pelo ano base de 2015.

Gráfico 8 - Participação (%) dessas empresas



Fonte: FuncexData, 2015.



Fonte: FuncexData, 2015.

Como pode ser observado, a maioria das empresas que participam do comércio internacional fluminense se enquadra como micro e pequenas empresas (MPEs). Suas participações nas exportações e importações giram em torno de 60% dentro da economia estadual. A participação das empresas desse porte vem crescendo, como indicado em estudo feito pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em 2014. A presença das MPEs passou de 21%, em 1985, para 27% em 2011.

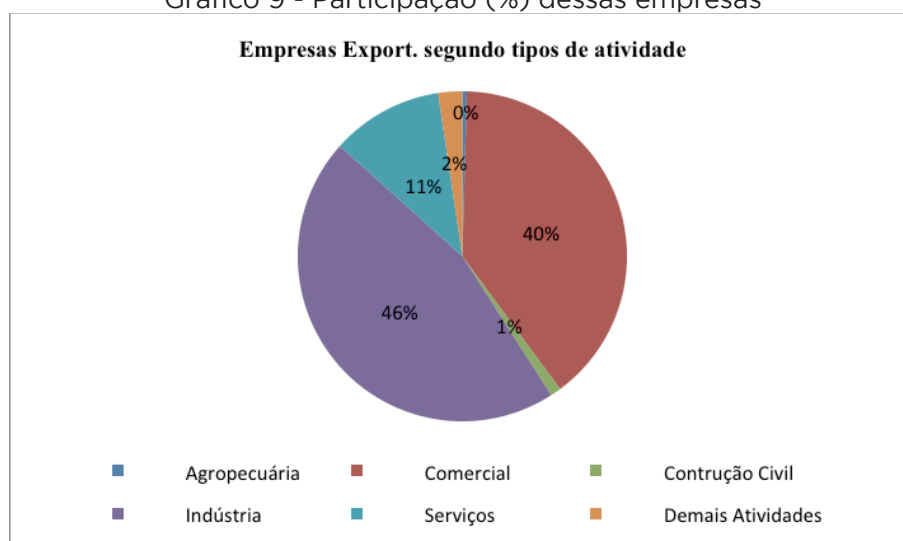
Tabela 12 - Número de empresas fluminenses por atividade

Importação - Empresas classificadas segundo tipos de atividade	Nº de empresas 2015
Agropecuária	4
Comercial	1.353
Construção Civil	62
Indústria	767
Serviços	532
Demais Atividades	49

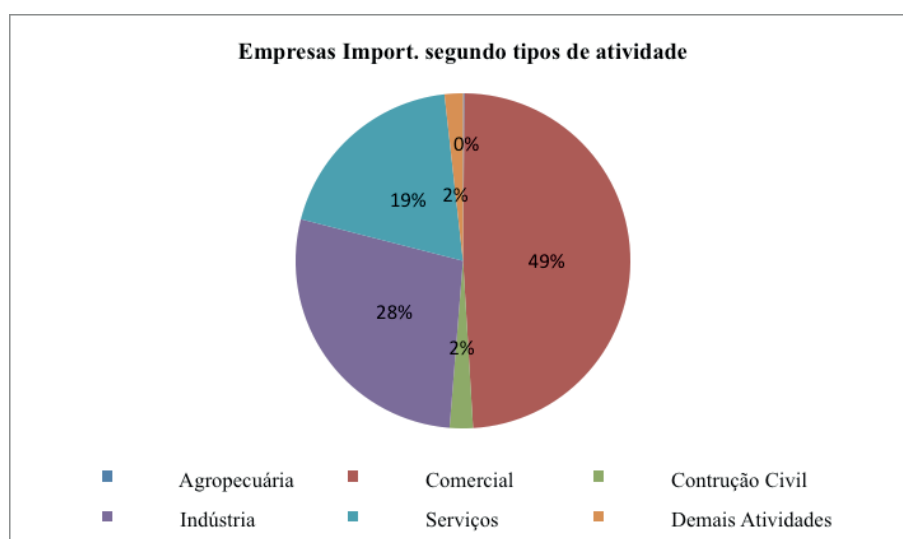
Exportação - Empresas classificadas segundo tipos de atividade	Nº de empresas 2015
Agropecuária	5
Comercial	452
Construção Civil	12
Indústria	524
Serviços	126
Demais Atividades	27

Fonte: FuncexData, 2015.

Gráfico 9 - Participação (%) dessas empresas



Fonte: FuncexData, 2015.



Fonte: FuncexData, 2015.

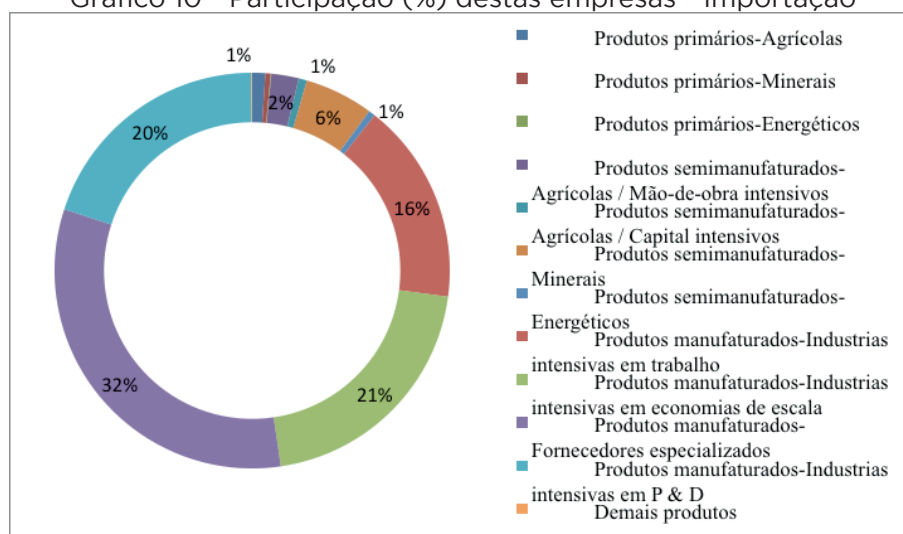
Tabela 13 - Número de empresas fluminenses por produtos

Importação - Grupos de produtos segundo a origem setorial e a intensidade no uso de fatores	Nº de empresas 2015
Produtos primários-Agrícolas	479
Produtos primários-Minerais	191
Produtos primários-Energéticos	23
Produtos semimanufaturados-Agrícolas / Mão-de-obra intensivos	1.001
Produtos semimanufaturados-Agrícolas / Capital intensivos	301
Produtos semimanufaturados-Minerais	2.509
Produtos semimanufaturados-Energéticos	240
Produtos manufaturados-Industrias intensivas em trabalho	7.346
Produtos manufaturados-Industrias intensivas em economias de escala	9.174
Produtos manufaturados-Fornecedores especializados	14.419
Produtos manufaturados-Industrias intensivas em P & D	8.884
Demais produtos	26
Exportação - Grupos de produtos segundo a origem setorial e a intensidade no uso de fatores	Nº de empresas 2015
Produtos primários-Agrícolas	57
Produtos primários-Minerais	61
Produtos primários-Energéticos	15
Produtos semimanufaturados-Agrícolas / Mão-de-obra intensivos	292
Produtos semimanufaturados-Agrícolas / Capital intensivos	31
Produtos semimanufaturados-Minerais	344
Produtos semimanufaturados-Energéticos	84
Produtos manufaturados-Industrias intensivas em trabalho	2.056
Produtos manufaturados-Industrias intensivas em economias de escala	1.607
Produtos manufaturados-Fornecedores especializados	1.576
Produtos manufaturados-Industrias intensivas em P & D	1.029
Demais produtos	74

Fonte: FuncexData, 2015.

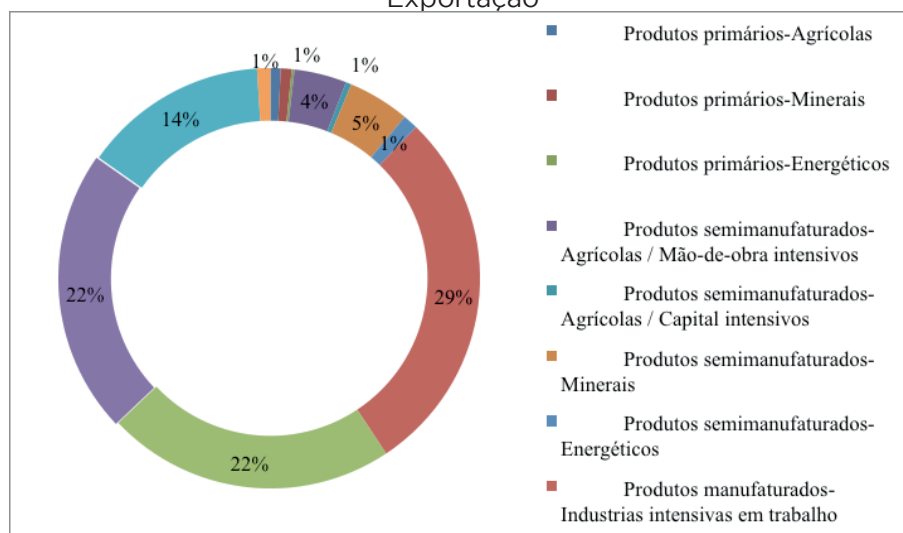
Nos dados acima, destaca-se o volume de empresas que comercializam (exportam e importam) na área de pesquisa e desenvolvimento, segmento essencial para uma economia sólida, seja ela nacional ou local. Considerando o transbordamento para outros setores, o investimento nessa área serve de fonte para produtores de bens de valor agregado mais baixo, que podem, assim, através da cooperação intersetorial, otimizar seu comércio.

Gráfico 10 - Participação (%) destas empresas - Importação



Fonte: FuncexData, 2015.

Exportação



Fonte: FuncexData, 2015.

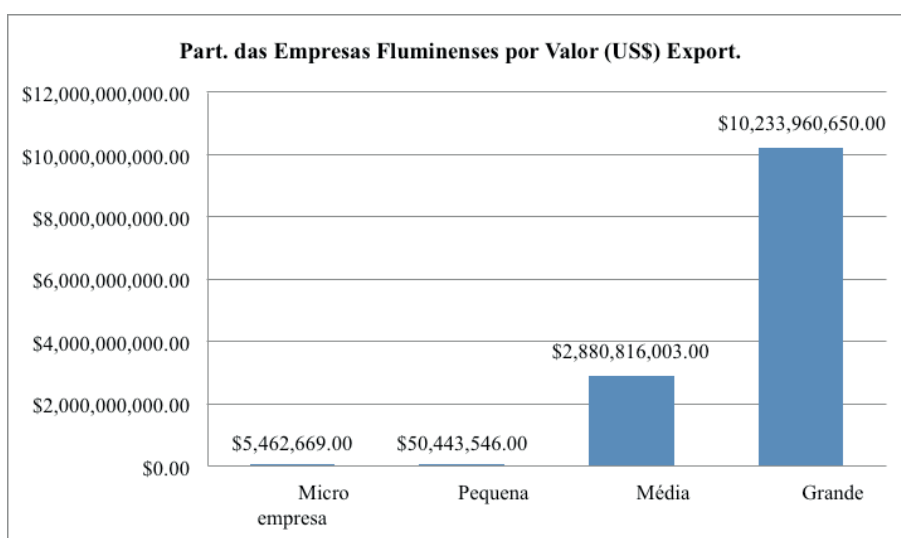
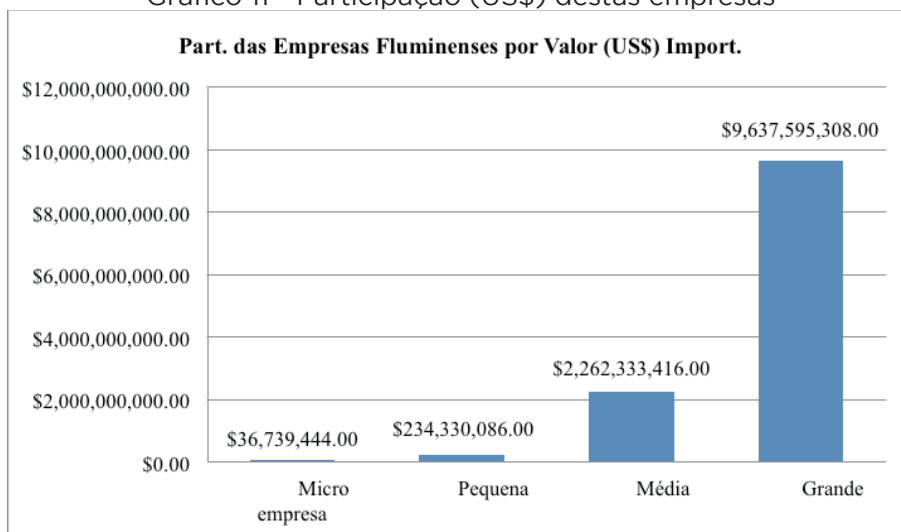
Tabela 14 - Empresas fluminenses por porte (US\$)

Importação - Empresas classificadas segundo tamanho ou porte da firma	Valor (US\$) 2015
Micro empresa	\$36.739.444,00
Pequena	\$234.330.086,00
Média	\$2.262.333.416,00
Grande	\$9.637.595.308,00
Exportação - Empresas classificadas segundo tamanho ou porte da firma	Valor (US\$) 2015
Micro empresa	\$5.462.669,00
Pequena	\$50.443.546,00
Média	\$2.880.816.003,00
Grande	\$10.233.960.650,00

Fonte: FuncexData, 2015.

Na tabela acima e nos gráficos abaixo, verifica-se que, apesar de o número de MPES ser maior que o de grandes empresas, estas concentram o valor comercializado. A produtividade pouco tem a ver com o valor do produto, porém, a questão de escala e competitividade são cruciais para a maior ou menor arrecadação empresarial.

Gráfico 11 - Participação (US\$) destas empresas



Fonte: FuncexData, 2015.

Tabela 15 - Empresas Fluminenses por atividade (US\$)

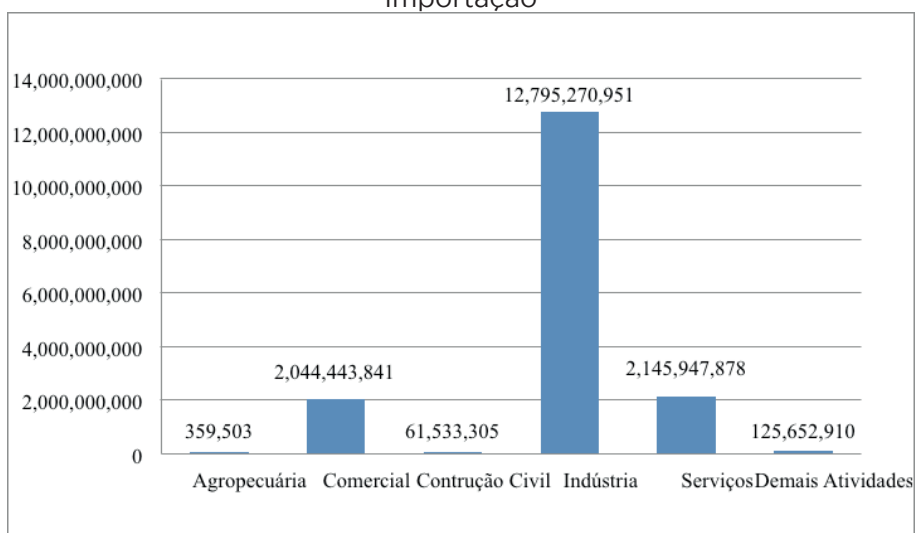
Importação - Empresas classificadas segundo tipos de atividade	Valor (US\$) 2015
Agropecuária	\$359.503
Comercial	\$2.044.443.841
Construção Civil	\$61.533.305
Indústria	\$12.795.270.951
Serviços	\$2.145.947.878
Demais Atividades	\$125.652.910
Exportação - Empresas classificadas segundo tipos de atividade	Valor (US\$) 2015

Agropecuária	\$435.856
Comercial	\$575.666.651
Construção Civil	\$86.437.852
Indústria	\$15.961.710.522
Serviços	\$394.789.720
Demais Atividades	\$1.235.040

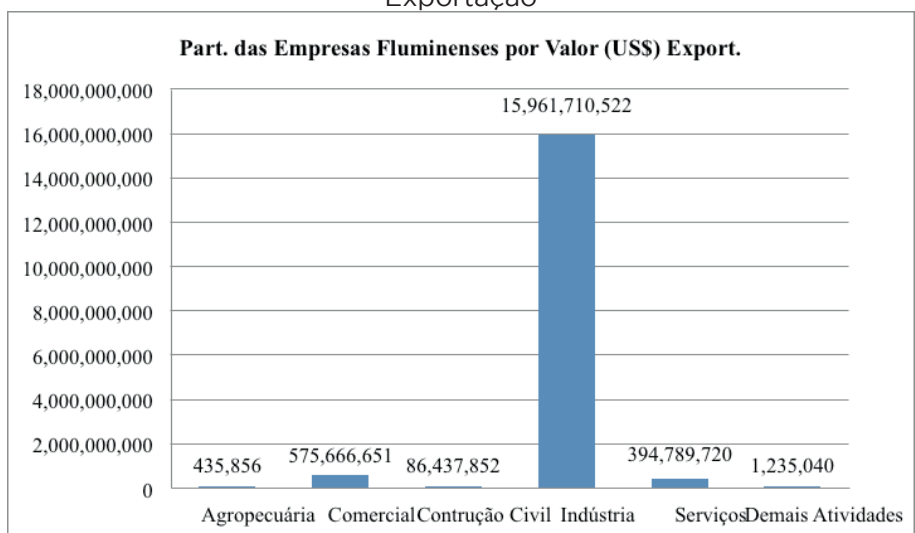
Fonte: FuncexData, 2015.

A tabela acima mostra a pujança do setor industrial para a economia fluminense, tendo em vista que o comércio internacional do segmento movimentou quase US\$ 30 bilhões em 2016. Os valores relativos aos outros setores, juntos, não somam um montante nem próximo ao volume da indústria, ainda que esses outros segmentos participem com substantivas quantias para o comércio exterior do Rio de Janeiro. Vale destacar que, como mostrado anteriormente, o número de empresas no setor comercial é quase o dobro do industrial.


Gráfico 12 - Participação (US\$) destas empresas
Importação



Exportação



Fonte: FuncexData, 2015.



Como pode ser visto nas tabelas e gráficos acima, a correlação entre lucro e investimento não necessariamente tem a ver com quantidade numérica, visto que as micro e pequenas empresas são em maior número que das demais e, portanto, empregam mais, especialmente regionalmente, ao melhor alocar recursos atendendo as especificidades locais; e faturam menos que as médias e as grandes empresas.

Tal conjuntura tem mudado desde a década de 1980, e em especial a partir dos anos 2000, ano em que foi conferida às MPEs a possibilidade de obtenção de crédito barato, a partir do programa governamental Primeira Exportação, que visou fomentar a inserção das pequenas empresas fluminenses no comércio exterior. Vale salientar que, diferente de grandes empresas, que buscam, às vezes, maximizar seus lucros no *rentismo* e não no investimento dentro de sua própria cadeia produtiva, as MPEs investem em si e em seus quadros, para que sejam mais eficientes e otimizem sua produção e, por conseguinte, seu lucro.

Em outubro de 2016, o presidente Michel Temer, em cerimônia oficial no Palácio do Planalto, anunciou a abertura de uma linha de crédito de 30 bilhões de reais com taxa de juros reduzidas, para estimular o empreendedorismo de micro e pequenas empresas. Esse movimento do governo demonstra a força das MPEs na economia nacional e uma possível saída para as crises que alguns estados da federação enfrentam, entre eles o Rio de Janeiro.

CONCLUSÃO

Os dados apresentados mostram que, apesar da crise econômica pela qual passa o Brasil e o estado do Rio de Janeiro, as exportações fluminenses tiveram um pequeno crescimento, em torno de 0,93%, no ano de 2016. Paralelamente, observou-se uma diminuição das importações do estado, em torno de 26%.

Outro ponto a ser destacado com este estudo é a dependência do estado do Rio de Janeiro em relação à venda de petróleo. A diminuição do preço do barril de petróleo entre 2015 e 2016 contribuiu fortemente para a crise financeira do nosso estado. Os royalties, por exemplo, diminuíram de R\$ 12 bilhões em 2013 para R\$ 4 bilhões em 2016. No entanto, outros fatores contribuíram para a crise. A retração econômica do Brasil em 2015 e 2016, a diminuição da arrecadação fiscal e as dívidas contraídas para a realização dos “megaeventos” (somente as Olimpíadas de 2016 geraram um gasto de R\$ 40 bilhões) também contribuíram para a situação de penúria financeira.

Um ponto a ser discutido na sociedade fluminense, especialmente por centros formadores e de inteligência, como as universidades, é a possibilidade de mudança do modelo econômico fluminense. A alta dependência das exportações de petróleo deve ser combatida. Um modelo mais moderno, que otimize a geração de riqueza, a formação bruta de capital, a atração de investimentos, o desenvolvimento de pesquisas em ciência e tecnologia e a diversificação industrial devem ser buscadas.

No âmbito do comércio exterior, o governo federal tem papel importante e deve ser incluído na equação da busca por soluções para os problemas da economia do estado do Rio de Janeiro. Na edição de 2017 do Fórum Econômico Mundial em Davos, na Suíça, a pauta do fortalecimento do comércio exterior a partir de acordos sólidos foi reiterada pelo então Ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, e também pelo Ministro da Indústria, Desenvolvimento e Comércio, Marcos Pereira, o que permite vislumbrar uma mudança na conjuntura atual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA SENADO. *Aprovada indicação da nova embaixadora do Brasil nos Países Baixos*. Plenário. Brasília, 13 dez. 2016. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/13/aprovada-indicacao-da-nova-embaixadora-do-brasil-nos-paises-baixos>>. Acesso em: 13 fev. 2017

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2016.

AMARAL, Luciana. Temer anuncia crédito de R\$ 30 bi para micro e pequenas empresas. *G1*, Rio de Janeiro, 5 out. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia-e-negocios/noticia/2016/10/governo-anuncia-credito-de-r-40-bi-para-micro-e-pequenas-empresas.html>>. Acesso em: 5 out. 2016.

BRANCO, Mariana. Brasil terá superávit sustentado por queda de importações, preveem analistas. *Agência Brasil*. Brasília, 2 ago. 2015. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2015-08/brasil-tera-superavit-sustentado-por-queda-de-importacoes-preveem-analistas>>. Acesso em: 2 set. 2017.

BRASIL 247. *Nissan investe R\$ 750 MI no setor automotivo do Rio*. Brasil, 25 jan. 2016. Disponível em: <<http://www.brasil247.com/pt/247/rio247/214519/Nissan-investe-R-750-mi-no-setor-automotivo-do-Rio.htm>>. Acesso em 09 jun. 2017.

BRASIL. *Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)*. Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 07 mar. 2016.

_____. *Comércio exterior é agenda prioritária do governo brasileiro, afirma Marcos Pereira em Davos*. Brasília, 18 jan. 2017. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/noticias/2260-comercio-exterior-e-agenda-prioritaria-do-governo-brasileiro-afirma-marcos-pereira-em-davos>>. Acesso em: 18 abr. 2017.

_____. *Inscrições para o InovAtiva Brasil começam em 23 de janeiro*. Brasília, 20 jan. 2017. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/noticias/2270-inscricoes-para-o-inovativa-brasil-comecam-em-23-de-janeiro> Acesso em: 20 abr. 2017.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. *República Popular da China*. Brasília, s/data. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/ficha-pais/4926-republica-popular-da-china>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

COMEX DO BRASIL. Mercosul e Associação Europeia de Livre Comércio lançam negociações de acordo comercial. Brasília, 20 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.comexdobrasil.com/mercosul-e-associao-europeia-de-livre-comercio-lancam-negociacoes-de-acordo-comercial/>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

COMEX DO BRASIL. *Queda nos preços do petróleo e milho reduz exportações aos árabes para US\$ 11,5 bi em 2016*. Brasília, 201 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.comexdobrasil.com/queda-nos-precos-do-petroleo-e-milho-reduz-exportacoes-aos-arabes-para-us-115-bi-em-2016/>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

CORREIO DO BRASIL. Árabes avisam que pretendem cortar ainda mais na produção de petróleo. Brasília, 6 jan 2017. Disponível em: <<http://www.correiodobrasil.com.br/arabes-cortar-producao-petroleo/>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

FUNCEXDATA. Disponível em < <http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

G1. *Dados fracos de comércio da China levantam temores sobre recuperação*. Economia. Rio de Janeiro, 10 out. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/10/dados-fracos-de-comercio-da-china-levantam-temores-sobre-recuperacao.html>>. Acesso em: 3 nov. 2017.

JASPER, Fernando. Norte-americanos querem diminuir dependência do petróleo importado. *Gazeta do Povo*. Curitiba, 25 fev. 2007. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/norte-americanos-querem-diminuir-dependencia-do-petroleo-importado-adr4v6peg7fgsoorobl78sm6m>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

JORNAL DO COMÉRCIO. *Brasil tem 2ª maior queda global em importação*. Economia. Porto Alegre, 7 abr. 2016. Disponível em: <http://jcrs.uol.com.br/_conteudo/2016/04/economia/492416-brasil-tem-2-maior-queda-global-em-importacao.html>. Acesso em: 9 mai. 2017.

LIRA AVOGADOS. *Projeto primeira exportação chega ao Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, 8 jun. 2010. Disponível em: <<http://www.liraa.com.br/conteudo/677/projeto-primeira-exportacao-chega-ao-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

PREFEITURA DE ANGRA. *Recorde de exportação de Petróleo passa por Angra*. Angra dos Reis, 14 mai. 2010. Disponível em: <http://www.angra.rj.gov.br/imprensa_noticias_release.asp?vid_noticia=30745&indexSigla=IMP#.WIU-XxsrLIW>. Acesso em: 14 jul. 2017.

RIO OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO. *Cingapura aprova exportação de mais 5 frigoríficos do Brasil*. Notícias de Impacto. Rio de Janeiro, 22 dez 2016. Disponível em: <<https://www.riooportunidadesdenegocios.com.br/produtos/noticias-de-impacto/cingapura-aprova-exportacao-de-mais-5-frigorificos-do-brasil/585bb6c07bd3f11a00c6e4dd>>. Acesso em: 22 mai. 2017.

RODRIGUES, Eduardo; Silva, Cleide. Brasil e Argentina acertam novo acordo automotivo por mais quatro anos. *Estadão*. São Paulo, 25 jun. 2016. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-e-argentina-concluem-acordo-automotivo-com-vistas-a-livre-comercio-a-partir-de-2020,10000059241>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

SANTIAGO, David; GOMES, Paulo Zacarias. Casa Branca anuncia as 6 prioridades da administração Trump. *Jornal de Negócios*. Lisboa, 20 jan. 2017. Disponível em: <<http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/casa-branca-anuncia-as-6-prioridades-da-administracao-trump>>. Acesso em: 2 mar. 2017.
SANTOS, Gilmara. Novo polo de montadoras, sul do RJ já pensa em diversificar indústrias. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 26 jun. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/06/1476536-novo-polo-de-montadoras-sul-do-rj-ja-pensa-em-diversificar-industrias.shtml>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

SEBRAE. *Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira*. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>. Documento em pdf de leitura online.

Capítulo 3

Panorama Comercial do Estado do Rio de Janeiro (2017)

Rafael Araujo
Fernanda Cristina Nanci Izidro
Gonçalves
Douglas Ritter Baptista





INTRODUÇÃO

Este Panorama Comercial do estado do Rio de Janeiro tem por objetivo retratar e analisar, em bases quantitativas e qualitativas, o desempenho do estado do Rio de Janeiro nas atividades de exportação e importação, por meio da abordagem dos itens a seguir: I - a balança comercial do estado; II - os principais parceiros comerciais, os principais produtos exportados e importados, os mais relevantes municípios produtores e receptores de bens; III - a participação das empresas nas exportações, analisando-as por porte, setor e produtos comercializados.

O desempenho comercial de 2017 foi comparado ao do ano de 2016. As informações consolidadas neste estudo foram retiradas do banco de dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, através do Alice Web, e da Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior, pelo Funcex Data.

1. ANÁLISE INICIAL A PARTIR DA BALANÇA COMERCIAL DO ESTADO 2017-2016

Tabela 1 - Balança Comercial 2017-2016

2017				2016				Variação	
Mês	Exportação	Importação	Saldo	Corrente	Exportação	Importação	Saldo		Corrente
Janeiro	1.942.745.136	1.086.384.926	856.360.210	3.029.130.062	1.194.197.637	1.431.994.232	-237.796.595	2.626.191.869	15,34%
Fevereiro	2.309.882.338	962.993.703	1.346.888.635	3.272.876.041	883.116.697	775.220.276	107.896.421	1.658.336.973	97,36%
Março	1.860.216.721	832.453.625	1.027.763.096	2.692.670.346	1.049.918.050	1.028.123.453	21.794.597	2.078.041.503	29,58%
Abril	1.191.919.039	843.334.986	348.584.053	2.035.254.025	1.001.005.239	790.691.506	210.313.733	1.791.696.745	13,59%
Maiο	1.459.971.873	1.003.702.246	456.269.627	2.463.674.119	1.687.793.380	1.225.327.683	462.465.697	2.913.121.063	-15,43%
Junho	2.325.166.692	880.999.972	1.444.166.720	3.206.166.664	1.274.426.622	1.026.100.527	248.326.095	2.300.527.149	39,37%
Julho	2.582.591.377	749.169.929	1.833.421.448	3.331.761.306	2.126.552.047	1.086.032.754	1.040.519.293	3.212.584.801	3,71%
Agosto	1.790.460.322	1.058.940.837	731.519.485	2.849.401.159	1.356.938.999	1.083.200.979	273.738.020	2.440.139.978	16,77%
Setembro	1.597.169.695	914.170.126	682.999.569	2.511.339.821	1.412.854.883	1.030.616.937	382.237.946	2.443.471.820	2,78%
Outubro	1.672.009.433	856.274.199	815.735.234	2.528.283.632	1.270.565.428	1.012.394.550	258.170.878	2.282.959.978	10,75%
Novembro	1.315.025.523	1.067.003.714	248.021.809	2.382.029.237	2.958.771.056	1.084.644.929	1.874.126.127	4.043.415.985	-41,09%
Dezembro	1.664.625.810	831.489.641	833.136.169	2.496.115.451	969.521.526	977.773.244	-8.251.718	1.947.294.770	28,18%
Acumulado	21.711.783.959	11.086.917.904	10.624.866.055	32.798.701.863	17.185.661.564	12.552.121.070	4.633.540.494	29.737.782.634	10,29%

* A coluna "VARIAÇÃO" refere-se à variação em porcentagem da corrente de comércio de 2017 em relação a 2016.

Ao analisarmos a balança comercial do estado do Rio no ano de 2017 em comparação ao ano de 2016, podemos perceber que, no saldo acumulado, a variação foi positiva (10% a mais). Essa variação foi positiva não somente em corrente comercial, pois se considerarmos que o saldo de uma economia sadia está na equação na qual as exportações são maiores que as importações, o ano de 2017 também foi melhor. As exportações foram da ordem de US\$ 21.7 bilhões, enquanto as importações foram de US\$ 11 bilhões, resultando em um saldo de mais de US\$ 10 bilhões no ano. Ao compararmos com 2016, o saldo foi positivo, mas atingiu apenas US\$ 4.6 bilhões.

Alguns fatores permitem compreender porque o resultado do ano de 2017 foi economicamente bom. O primeiro foi a recuperação do preço do barril do petróleo, que passou de US\$55,70 em janeiro de 2017 para US\$66,87 o barril, em dezembro do mesmo ano. Outro fator foi a recuperação de certa estabilidade política, que sinalizou a retomada do crescimento econômico. Para além da crise pela qual o estado do Rio passou em 2016, e que ainda apresentou resquícios em 2017, houve a retomada dos investimentos e do crescimento, como corroboram alguns dados oficiais. Por exemplo, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a inflação oficial do Brasil fechou 2017 em 2,95%, abaixo do piso da meta fixada pelo governo, de 3%. Outro ponto diz respeito ao chamado Risco Brasil, medido por contratos de Credit Swap Default (CDS), que recuou ao menor nível em mais de dois anos.

2. PRINCIPAIS PARCEIROS POR VALOR DE EXPORTAÇÃO 2017/2016

Tabela 2 – Principais Parceiros por Valor de Exportação

País	2017	2016	Variação
	US\$	US\$	
China	5.796.026.734	3.770.825.619	53,71%
Estados Unidos	3.269.438.134	2.239.154.924	46,01%
Chile	1.549.519.536	1.102.579.402	40,54%
Argentina	1.412.391.830	962.212.326	46,79%
Cingapura	1.348.973.153	1.641.766.182	-17,83%
Índia	1.322.661.812	595.118.534	122,25%
Países Baixos (Holanda)	1.272.847.951	2.153.072.642	-40,88%
Espanha	803.505.302	446.751.185	79,86%
Portugal	794.265.916	182.168.104	336,01%
Uruguai	622.966.522	638.739.160	-2,47%
Outros	3.519.187.069	3.453.273.486	1,91%
Total	21.711.783.959	17.185.661.564	26,34%

Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

Nesta seção, podemos ver os mais importantes destinos das exportações fluminenses. O principal parceiro comercial do estado do Rio de Janeiro permanece sendo a China, cujos embarques foram na ordem de US\$ 5.7 bilhões em 2017; em seguida vêm os Estados Unidos, que compraram do Rio mais de US\$ 3 bilhões. Para esses países o maior tipo de embarque é o de *commodities*, especialmente petróleo bruto. No caso da China, também é embarcado minério de ferro.

Na América do Sul, as exportações para o Chile e para a Argentina passaram de US\$ 1 bilhão e para o Uruguai foram de mais de US\$ 600 milhões. Se considerar as compras de petróleo, Argentina, Chile e Uruguai são compradores de destaque dos produtos do Rio de Janeiro, em especial da indústria automotiva fluminense, cujo polo fica na

Região Sul do estado. O centro desse segmento é Resende, sede das montadoras PSA Peugeot Citroën, Renault e Nissan.

As variações negativas mais expressivas das exportações do estado ficam por conta de Cingapura e dos Países Baixos. Apesar de figurarem como importantes parceiros comerciais fluminenses, a variação negativa, especialmente no caso neerlandês, cujas compras diminuíram quase US\$ 1 bilhão, tem uma justificativa. No ano de 2016, esses dois países compraram grandes plataformas de exploração e prospecção de petróleo do estado, caso que não se repetiu em 2017. Cingapura, em 2017, comprou do Rio de Janeiro produtos do segmento naval, relacionados à exploração petrolífera, como embarcações de apoio, fornecimento de suprimentos e pesquisa geológica; por isso, sua variação de um ano para outro fora menor (-17,83%) que a neerlandesa.

3. PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PARA OS PRINCIPAIS PARCEIROS 2017/2016

Tabela 3 - Principais Produtos Exportados Para os Principais Parceiros

País	Código	Descrição	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
China	2709	Óleos brutos	5.715.740.651	3.244.413.583	76,17%
	3901	Polímeros de etileno	11.426.284	36.245.117	-68,47%
	7404	Desperdícios e resíduos, de cobre	10.061.160	10.024.174	0,37%
Estados Unidos	2709	Óleos brutos	1.621.465.540	980.048.418	65,45%
	7207	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	557.842.208	395.766.495	40,95%
	7224	Outras ligas de aço	496.726.815	378.596.556	31,20%
Chile	2709	Óleos brutos	1.365.143.647	966.928.969	41,18%
	8703	Automóveis de passageiros	44.821.527	17.355.600	158,25%
	8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	26.270.238	18.375.857	42,96%
Argentina	8703	Automóveis de passageiros	779.145.261	511.321.563	52,38%
	8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	92.121.177	56.181.243	63,97%
	4011	Pneumáticos novos, de borracha	65.193.676	58.628.386	11,20%
Cingapura	8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes	903.820.623	1.525.417.865	-40,75%
	2710	Óleos de petróleo	405.741.364	109.413.588	270,83%
	2709	Óleos brutos	28.913.707	0	>1000%
Índia	2709	Óleos brutos	1.291.562.889	575.153.463	124,56%
	4011	Pneumáticos novos, de borracha	16.153.874	4.545.543	255,38%
	7210	Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	6.412.976	5.294.777	21,12%

Países Baixos (Holanda)	8307	Tubos flexíveis de metais comuns	721.289.927	596.401.605	20,94%
	8481	Torneiras, válvulas	334.046.204	279.466.730	19,53%
	2709	Óleos brutos	110.337.691	177.631.612	-37,88%
Espanha	2709	Óleos brutos	779.255.422	411.083.582	89,56%
	3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	3.858.962	5.946.827	-35,11%
	7210	Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	3.396.313	78.840	>1000%
Portugal	2709	Óleos brutos	359.518.383	78.576.847	357,54%
	2601	Minérios de ferro e seus concentrados	195.789.043	0	>1000%
	7208	Produtos laminados planos, de ferro ou aço não ligado	194.701.605	79.838.816	143,87%
Uruguai	2709	Óleos brutos	551.420.942	582.892.101	-5,40%
	8703	Automóveis de passageiros	18.203.431	12.697.517	43,36%
	7210	Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	12.671.997	1.502.610	743,33%

Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

Na tabela acima, podemos analisar melhor quais são os principais produtos comprados pelos parceiros comerciais preferenciais do estado do Rio de Janeiro. Como esperado, todos os países listados compram petróleo, em especial em sua forma bruta. O óleo refinado (óleos de petróleo) foi comprado apenas por Cingapura, cerca de US\$ 400 milhões, demonstrando ser um potencial mercado comprador, não somente de petróleo refinado, cujo valor internacional é maior que o bruto, mas também do setor naval e *off shore*, que são segmentos centrais na atividade econômica fluminense.

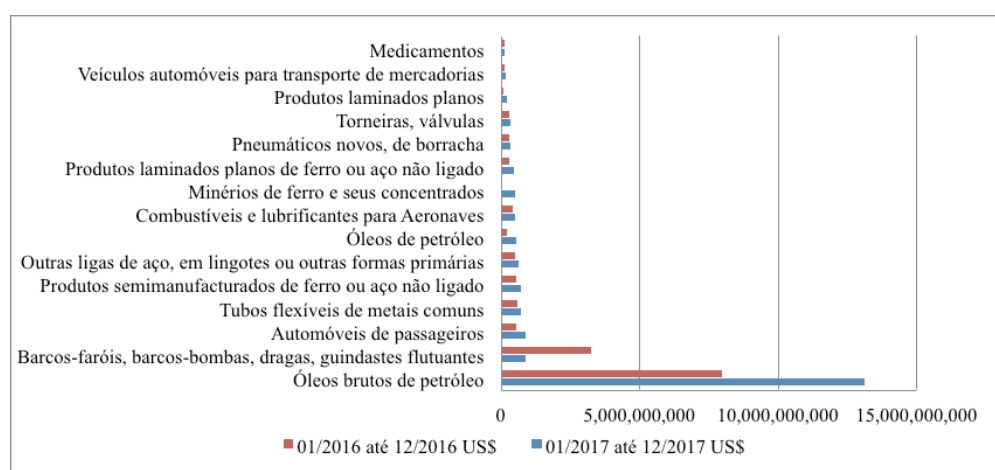
As grandes disparidades, cujas variações foram acima dos 1000%, como no caso dos embarques de produtos laminados para Espanha e minérios para Portugal, constituem exceções, pois não são produtos tradicionalmente vendidos para esses países. Assim, essas vendas configuram uma transação *sui generis*, podendo não ocorrer novamente.

4. PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS 2017/2016

Tabela 4 – Principais Produtos Exportados

Código	Descrição	2017	2016	Variação
		US\$	US\$	
2709	Óleos brutos de petróleo	13.122.475.930	7.955.472.184	64,95%
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes	903.820.623	3.255.676.859	-72,24%
8703	Automóveis de passageiros	866.245.481	551.612.782	57,04%
8307	Tubos flexíveis de metais comuns	721.926.848	597.256.883	20,87%
7207	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	719.431.018	567.931.374	26,68%
7224	Outras ligas de aço, em lingotes ou outras formas primárias	638.758.654	499.280.194	27,94%

2710	Óleos de petróleo	557.696.023	225.720.877	147,07%
9998	Combustíveis e lubrificantes para Aeronaves	517.549.990	436.372.657	18,60%
2601	Minérios de ferro e seus concentrados	513.077.236	28.430.546	>1000%
7210	Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	458.358.991	298.366.547	53,62%
4011	Pneumáticos novos, de borracha	350.184.174	298.495.158	17,32%
8481	Torneiras, válvulas	347.679.482	288.434.706	20,54%
7208	Produtos laminados planos	215.189.190	98.142.354	119,26%
8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	161.959.273	115.175.664	40,62%
3004	Medicamentos	109.225.512	117.459.917	-7,01%



Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

O principal produto exportado é o petróleo, em especial o óleo bruto. Deste produto, foram exportados US\$ 13 bilhões, quase US\$ 5 bilhões a mais que no ano anterior (2016) representando um aumento de quase 65%. Outro produto exportado de forma expressiva foi do segmento naval, especialmente plataformas de petróleo, seja para exploração ou prospecção. As compras desse produto foram de US\$ 900 milhões. Entretanto, foram menores que no ano anterior (-72,24%) em mais de US\$ 2 bilhões – o motivo, já mencionado neste panorama, foi a compra de plataformas por parte de Cingapura e dos Países Baixos em 2016. O segmento naval, em especial de embarcações bombas e plataformas, é interligado ao setor petroquímico, o que configura um complexo industrial que se mostra cada vez mais importante para o estado do Rio de Janeiro.

Outro produto expressivo, automóveis, embarcou mais de US\$ 800 milhões, seguido por Tubos Flexíveis (produtos utilizados na exploração do petróleo e retirada dele do subsolo), que representou um valor da ordem de US\$ 720 milhões. Vale ressaltar, ainda, os produtos ligados ao segmento metalúrgico do estado – exportações de produtos de aço, como torneiras ou laminados, cresceram de um ano para outro, em especial pela compra por parte dos Estados Unidos, apesar de, naquele país, a proteção comercial ao setor metalúrgico ser grande e competidora do aço brasileiro. Numa conjectura geral, mais de US\$ 2.5 bilhões foram exportados deste segmento, sem considerar automóveis, que apesar de fazerem parte do grande setor de metalurgia, são um segmento que merece distinção pela maior tecnologia demandada.

5. PRINCIPAIS MUNICÍPIOS EXPORTADORES DOS PRINCIPAIS PRODUTOS 2017/2016

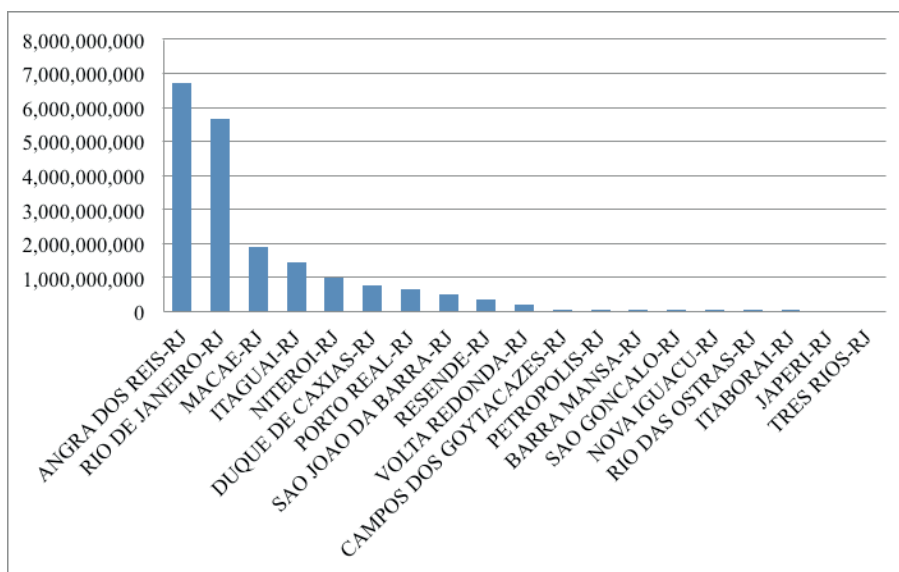
Tabela 5 – Principais Municípios Exportadores

Código	Descrição	Município	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
2709	Óleos brutos	Angra dos Reis-RJ	5.816.317.858	3.976.789.892	46,26%
		Rio de Janeiro-RJ	3.263.986.750	2.271.646.065	43,68%
		Macaé-RJ	1.903.939.657	887.722.925	114,47%
		Niterói-RJ	775.441.020	556.228.275	39,41%
		Campos dos Goytacazes-RJ	60.709.759	73.585.578	-17,50%
9998	Combustíveis e lubrificantes para aeronaves	Rio de Janeiro-RJ	297.334.859	262.508.536	13,27%
		Duque de Caxias-RJ	196.503.601	148566099	32,27%
		Angra dos Reis-RJ	7.516.736	11.660.938	-35,54%
		São Gonçalo-RJ	625.277	1099059	-43,11%
		Itaboraí-RJ	438722	343306	27,79%
3004	Medicamentos	Rio de Janeiro-RJ	106.173.727	113.866.313	-6,76%
		São Gonçalo-RJ	3.349.235	3.096.769	8,15%
		Japeri-RJ	1.699	2.145	-20,79%
		Três Rios-RJ	0	204.434	-100,00%
7207	Produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado	Rio de Janeiro-RJ	701.943.894	562.499.924	24,79%
		Itaguaí-RJ	12.318.872	0	>1000%
		Barra Mansa-RJ	5.173.108	5.811.951	-10,99%
7224	Outras ligas de aço, em lingotes ou outras formas primárias	Rio de Janeiro-RJ	638.758.654	499.280.194	27,94%
8703	Automóveis de passageiros	Porto Real-RJ	666.980.045	512.014.149	30,27%
		Resende-RJ	199.217.311	38.597.361	416,14%
		Rio de Janeiro-RJ	568.616	1.375.516	-58,66%
		Duque de Caxias-RJ	130.244	75.658	72,15%
8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	Resende-RJ	155.855.199	109.709.663	42,06%
		Nova Iguaçu-RJ	1.604.080	1.468.780	9,21%
		Rio de Janeiro-RJ	988.124	105.902	833,06%
4011	Pneumáticos novos, de borracha	Rio de Janeiro-RJ	261.407.179	216.966.458	20,48%
		Itatiaia-RJ	88.914.244	81.996.822	8,44%
		Resende-RJ	5.820	17.537	-66,81%
8905	Barcos-faróis, barcos-bombas, dragas, guindastes flutuantes	Angra dos Reis-RJ	903.820.623	1.525.417.865	-40,75%
		Niterói-RJ	0	806.824.891	-100,00%
		Rio de Janeiro-RJ	0	923.434.103	-100,00%

Código	Descrição	Município	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
2710	Óleos de petróleo	Duque de Caxias-RJ	570.130.495	213.446.151	167,11%
		Rio de Janeiro-RJ	27.910.079	13.022.805	114,32%
		Macaé-RJ	101.436	761.595	-86,68%
		Nova Iguaçu-RJ	16.060	31.235	-48,58%
		Resende-RJ	0	3.253	-100,00%
7210	Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	Itaguaí-RJ	268.472.346	215.808.126	24,40%
		Volta Redonda-RJ	187.917.768	78.183.959	140,35%
		Resende-RJ	1.686.912	1.091.027	54,62%
		Rio de Janeiro-RJ	883.104	2.981.593	-70,38%
		Porto Real-RJ	216.512	304.676	-28,94%
8307	Tubos flexíveis de metais	São Joao da Barra-RJ	488.724.282	346.513.932	41,04%
		Niterói-RJ	233.104.835	250.750.720	-7,04%
		Macaé-RJ	1.155.881	482.422	139,60%
		Rio de Janeiro-RJ	43.711	62.564	-30,13%
8481	Torneiras, válvulas	Rio de Janeiro-RJ	347.894.259	289.798.768	20,05%
		Petrópolis-RJ	15.337.916	11.709.265	30,99%
		Macaé-RJ	3.178.809	5.175.051	-38,57%
		Rio das Ostras-RJ	620.301	0	>1000%
		Duque de Caxias-RJ	556.433	594.578	-6,42%
		Resende-RJ	455.080	255.875	77,85%
		Barra Mansa-RJ	454.144	407.175	11,54%
		São Joao da Barra-RJ	422.504	361	>1000%
2601	Minérios de ferro e seus concentrados	Itaguaí-RJ	885.142.559	324.040.936	173,16%
		São Joao da Barra-RJ	136	128	6,25%
		Rio de Janeiro-RJ	0	32.722.801	-100,00%
7208	Produtos laminados planos	Itaguaí-RJ	205.848.304	96.514.667	113,28%
		Volta Redonda-RJ	9.118.065	0	>1000%
		Rio de Janeiro-RJ	298.716	31.636.441	-99,06%
		Resende-RJ	205.108	1.614.888	-87,30%
		São Gonçalo-RJ	1.760	0	>1000%

Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

Com relação aos principais municípios que embarcaram os mais relevantes produtos comercializados pelo estado do Rio, o quadro permanece o mesmo, em relação a 2016. Por exemplo, a Região litorânea, em especial a Metropolitana, incluindo municípios como Rio de Janeiro, São Gonçalo, Niterói, Itaboraí e redondezas, exportam majoritariamente produtos ligados ao segmento petroquímico. Além destes, Angra, no Sul fluminense, é o principal município que exporta produtos deste segmento e o que mais exportou no estado como um todo no ano de 2017, alcançando cerca de US\$ 5.8 bilhões.



Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

No caso dos produtos ligados ao segmento metalúrgico, a importância das Regiões Metropolitana e Sul também é válida, com destaque para os municípios de Itaguaí e Volta Redonda. Neste último, em especial, a exportação do segmento metalúrgico e de minério encontra raízes históricas, pois é sede da Companhia Siderúrgica Nacional, referência no segmento.

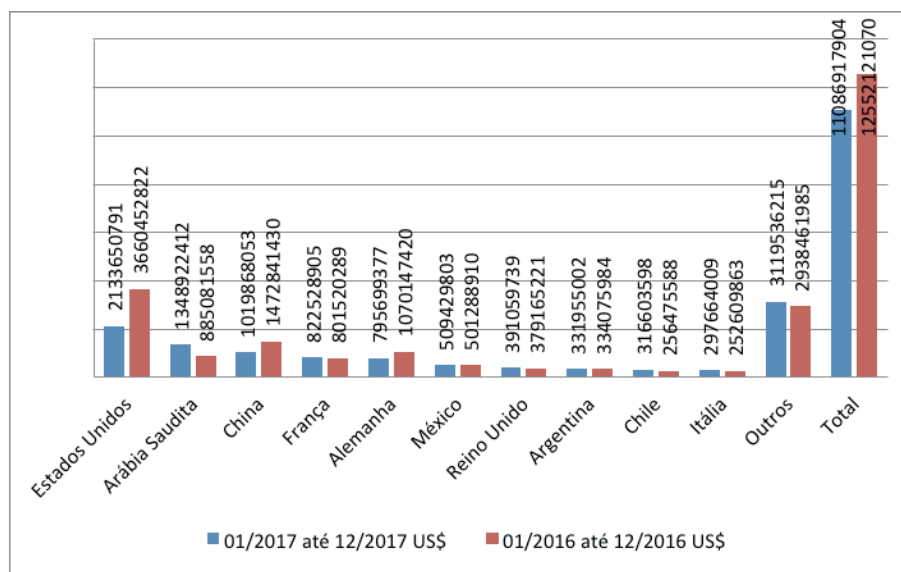
Para além disso, nas cidades de Angra e Itaguaí encontram-se dois dos principais portos do Brasil. A capacidade de armazenamento e diversidade que comportam esses dois portos também influem nos bons números de comércio dessas cidades.

6. PRINCIPAIS PARCEIROS POR VALOR DE IMPORTAÇÃO 2017/2016

Tabela 6 – Principais Parceiros por Valor de Importação

País	2017	2016	Variação
	US\$	US\$	
Estados Unidos	2.133.650.791	3.660.452.822	-41,71%
Arábia Saudita	1.348.922.412	885.081.558	52,41%
China	1.019.868.053	1.472.841.430	-30,76%
França	822.528.905	801.520.289	2,62%
Alemanha	795.699.377	1.070.147.420	-25,65%
México	509.429.803	501.288.910	1,62%
Reino Unido	391.059.739	379.165.221	3,14%
Argentina	331.955.002	334.075.984	-0,63%
Chile	316.603.598	256.475.588	23,44%
Itália	297.664.009	252.609.863	17,84%
Outros	3.119.536.215	2.938.461.985	6,16%
Total	11.086.917.904	12.552.121.070	-11,67%

Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.



Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

Ao analisarmos os principais parceiros fluminenses por valores importados, observamos que os Estados Unidos constituem a principal origem das compras por parte do estado do Rio, tendo sido importados cerca de US\$ 2 bilhões desse país, um valor 40% menor que no ano anterior (2016). Em seguida, temos a Arábia Saudita, que neste ano foi o segundo principal país do qual o Rio importou produtos, sobretudo petróleo de melhor refino, com compras no valor de US\$ 1.3 bilhão, 50% a mais que no ano anterior. A China figurou o ano de 2017 como a terceira maior origem das compras fluminenses, com valor de compra na casa de US\$ 1 bilhão.

Vale destacar, ainda, a diminuição da importação de produtos da Alemanha, sobretudo, compostos heterocíclicos (compostos base que servem para fabricação de solventes, polímeros, elementos químicos para produção de plástico e alguns medicamentos sedativos), e o aumento pouco expressivo nas compras de produtos franceses, visto que se mantiveram os valores importados da França, que giram em torno dos US\$ 800 milhões.

7. PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS DOS PRINCIPAIS PARCEIROS 2017/2016

Tabela 7 – Principais Produtos Importados dos Principais Parceiros

País	Código	Descrição	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
Estados Unidos	8411	Turboreactores, turbopropulsores	445.552.343	1.696.476.099	-73,74%
	2701	Hulhas; briquetes, bolas e combustíveis sólidos	319.495.740	138.186.714	131,21%
	2710	Óleos de petróleo	274.010.337	193.313.772	41,74%
Arábia Saudita	2709	Óleos brutos de petróleo	1.348.494.866	884.898.846	52,39%
	7601	Alumínio em formas brutas	203.854	0	>1000%
	3907	Poliacetais, outros poliéteres e resinas epóxicas	115.824	26.370	339,23%

País	Código	Descrição	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
China	2704	Coques e semicoques de hulha	127.323.038	76.359.483	66,74%
	2933	Compostos heterocíclicos	68.812.884	49.040.118	40,32%
	8708	Partes e acessórios dos veículos	65.194.364	29.028.736	124,59%
França	8803	Partes dos veículos e aparelhos das posições 8801 ou 8802	117.586.711	30.198.019	289,39%
	8537	Quadros, painéis, consolas, cabinas, armários e outros suportes	72.959.835	16.098.806	353,20%
	8906	Outras embarcações	56.474.730	47.425.453	19,08%
Alemanha	2933	Compostos heterocíclicos	167.107.304	233.947.744	-28,57%
	3002	Sangue humano; sangue animal	60.609.122	24.880.809	143,60%
	3004	Medicamentos	54.937.553	47.238.615	16,30%
México	8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	101.929.131	117.290	>1000%
	8708	Partes dos veículos automóveis das posições 8701 a 8705	94.103.589	36.851.329	155,36%
	8703	Automóveis de passageiros	88.354.022	295.074.030	-70,06%
Reino Unido	8703	Automóveis de passageiros	84.894.819	94.539.178	-10,20%
	3004	Medicamentos	33.860.995	29.961.034	13,02%
	8907	Outras estruturas flutuantes	28.712.436	38.777.167	-25,96%
Argentina	1001	Trigo e mistura de trigo com centeio	80.319.162	73.273.611	9,62%
	8703	Automóveis de passageiros	74.985.486	83.387.448	-10,08%
	3901	Polímeros de etileno, em formas primárias	29.678.305	30.840.534	-3,77%
Chile	7403	Cobre afinado e ligas de cobre, em formas brutas	195.346.970	130.123.580	50,12%
	0302	Peixes frescos ou refrigerados	59.735.548	76.691.298	-22,11%
	7408	Fios de cobre	14.213.804	0	>1000%

País	Código	Descrição	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
Itália	3002	Sangue humano; sangue animal	51.893.814	18.399.415	182,04%
	3811	Preparações antidetonantes, inibidores de oxidação, aditivos	21.272.907	20.808.675	2,23%
	8608	Material fixo de vias férreas ou semelhantes	21.049.642	0	>1000%

Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

Em relação aos produtos importados dos principais parceiros comerciais, os Estados Unidos se destacam novamente. Além da importação de produtos básicos como o petróleo, também houve importação de produtos industrializados de maior valor agregado, como motores e turbinas. De 2016 para 2017, as compras deste tipo de produto caíram cerca de 70%, sendo que em 2017 foram importados US\$ 445 milhões deste produto dos EUA.

O principal produto comprado dos sauditas é o petróleo. O tipo de petróleo encontrado na Arábia Saudita, e em toda península arábica, é de melhor qualidade para o refino, adequado às refinarias brasileiras.

As compras realizadas na Alemanha são referentes ao complexo biotecnológico, como, por exemplo, os compostos heterocíclicos. Já nas compras oriundas da Argentina, destaca-se, principalmente, o trigo. O Brasil, com atuação significativa no Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), optou como parte de sua política integracionista na região pelo compra de trigo da Argentina. A demanda nacional por derivados de trigo, como pão, alimento essencial na dieta do brasileiro, é expressiva, e somente a região Sul do Brasil tem capacidade produtiva para o trigo, dado seu clima temperado. Mesmo assim, a produção brasileira é quase toda exportada, fazendo-se necessário importar trigo de nossos vizinhos argentinos.

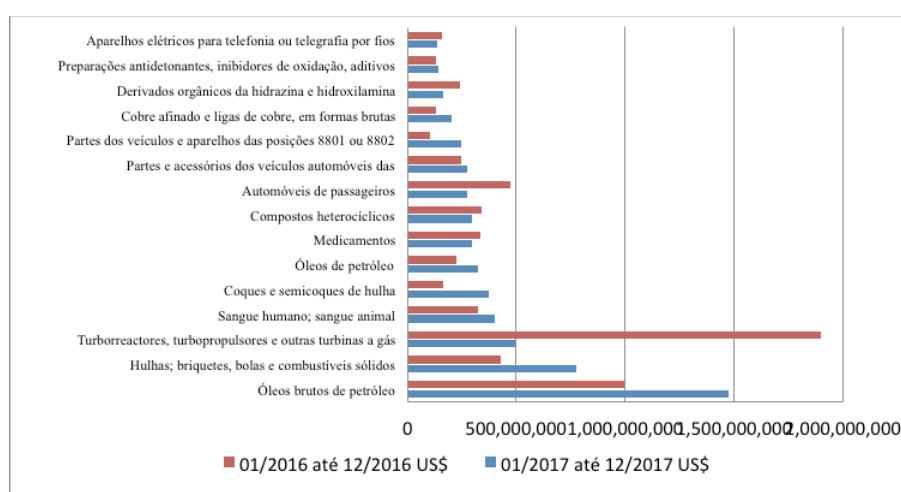
8. PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS 2017/2016

Tabela 8 - Principais Produtos Importados

Código	Descrição	2017	2016	Variação
		US\$	US\$	
2709	Óleos brutos de petróleo	1.473.867.379	999.494.564	47,46%
2701	Hulhas; briquetes, bolas e combustíveis sólidos	775.606.652	430.718.976	80,07%
8411	Turboreactores, turbopropulsores e outras turbinas a gás	496.771.719	1.898.090.745	-73,83%
3002	Sangue humano; sangue animal	402.799.600	325.913.544	23,59%
2704	Coques e semicoques de hulha	372.352.525	164.428.524	126,45%
2710	Óleos de petróleo	326.360.333	223.729.998	45,87%
3004	Medicamentos	297.688.422	333.300.538	-10,68%
2933	Compostos heterocíclicos	295.636.859	339.180.079	-12,84%
8703	Automóveis de passageiros	274.102.034	475.639.115	-42,37%

8708	Partes e acessórios dos veículos automóveis das posições 8701 a 8705	273.728.242	246.378.326	11,10%
8803	Partes dos veículos e aparelhos das posições 8801 ou 8802	247.328.020	104.611.892	136,42%
7403	Cobre afinado e ligas de cobre, em formas brutas	206.412.461	132.667.206	55,59%
2928	Derivados orgânicos da hidrazina e hidroxilamina	166.370.689	244.794.294	-32,04%
3811	Preparações antidetonantes, inibidores de oxidação, aditivos	141.409.424	130.352.141	8,48%
8517	Aparelhos elétricos para telefonia ou telegrafia por fios	140.363.982	158.590.563	-11,49%

Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.



Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

Entre os principais produtos importados pelo estado, destacados na tabela e gráfico acima, o petróleo figura como o principal deles. Foram importados cerca de US\$ 1.4 bilhão em petróleo, aproximadamente 48% a mais que no ano anterior. Já no segmento petroquímico, mais de US\$ 700 milhões foram importados em hulhas (carvão), cerca de 80% a mais que em 2016. Apesar de ter ampliado a aquisição de produtos vinculados ao setor de petróleo, a compra de turbinas e propulsores sofreu uma queda de pouco mais de 70%.

No campo da biotecnologia, medicamentos, compostos heterocíclicos e derivados orgânicos, as importações fluminenses também variaram negativamente. A compra desses produtos decresceu, respectivamente, em torno de 10%, 12% e 32% em relação ao ano de 2016.

9. PRINCIPAIS MUNICÍPIOS IMPORTADORES DOS PRINCIPAIS PRODUTOS 2017/2016

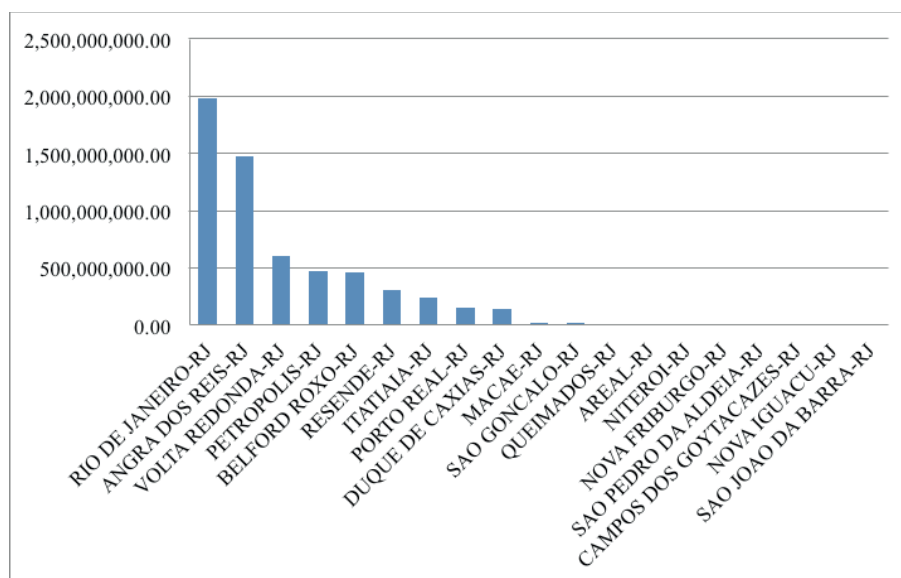
Tabela 9 - Principais Municípios Importadores

Código	Descrição	Município	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
2709	Óleos brutos de petróleo	Angra dos Reis-RJ	1.473.866.529	999.494.399	47,46%
		Rio de Janeiro-RJ	850	165	415,15%

Código	Descrição	Município	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
2701	Hulhas	Rio de Janeiro-RJ	427.854.370	292.074.980	46,49%
		Volta Redonda-RJ	347.752.282	138.643.996	150,82%
		Petrópolis-RJ	469.284.304	1.804.648.145	-74,00%
8411	Turboreactores, turbopropulsores	Duque de Caxias-RJ	13.180.766	72.806.791	-81,90%
		Macaé-RJ	8.022.708	12.707.159	-36,86%
		Rio de Janeiro-RJ	5.924.055	7.007.199	-15,46%
		São Joao da Barra-RJ	158.977	315.186	-49,56%
3002	Sangue humano; sangue animal	Rio de Janeiro-RJ	400.012.184	322.704.508	23,96%
		Niterói-RJ	1.810.040	2.756.218	-34,33%
		São Gonçalo-RJ	922.417	1.043.840	-11,63%
		Volta Redonda-RJ	40.127	4.085	882,30%
		Petrópolis-RJ	36.899	200.936	-81,64%
2704	Coques e semicoques de hulha	Volta Redonda-RJ	250.445.052	116.875.370	114,28%
		Rio de Janeiro-RJ	121.907.473	47.553.116	156,36%
2710	Óleos de petróleo	Rio de Janeiro-RJ	300.154.388	196.951.120	52,40%
		Duque de Caxias-RJ	16.597.277	23.768.036	-30,17%
		Macaé-RJ	8.157.358	2.082.463	291,72%
		Belford Roxo-RJ	1.130.176	847.700	33,32%
		Petrópolis-RJ	115.721	18.702	518,76%
3004	Medicamentos	Rio de Janeiro-RJ	279.927.675	317.615.470	-11,87%
		São Gonçalo-RJ	13.740.322	11.422.192	20,29%
		Areal-RJ	2.903.583	1.805.806	60,79%
		Campos dos Goytacazes-RJ	576.161	1.794.625	-67,90%
		Niterói-RJ	522.891	571.091	-8,44%
2933	Compostos heterocíclicos	Belford Roxo-RJ	235.732.311	321.105.236	-26,59%
		Resende-RJ	27.681.766	1.546.191	>1000%
		Rio de Janeiro-RJ	23.600.175	9.604.995	145,71%
		Duque de Caxias-RJ	7.416.603	6.462.859	14,76%
		Nova Iguaçu-RJ	345.226	240.852	43,34%
8703	Automóveis de passageiros	Porto Real-RJ	100.479.095	85.199.832	17,93%
		Resende-RJ	88.350.619	295.846.139	-70,14%
		Duque de Caxias-RJ	84.894.819	94.518.998	-10,18%
		Rio de Janeiro-RJ	367.733	61.155	501,31%
		Niterói-RJ	5.154	11.500	-55,18%
8708	Partes e acessórios dos veículos automóveis das posições 8701 a 8705	Resende-RJ	189.069.272	84.047.117	124,96%
		Porto Real-RJ	55.672.212	137.450.557	-59,50%
		Itatiaia-RJ	26.835.979	23.178.138	15,78%
		Nova Friburgo-RJ	1.449.091	657.693	120,33%
		Rio de Janeiro-RJ	505.086	771.748	-34,55%

Código	Descrição	Município	2017	2016	Variação
			US\$	US\$	
8803	Partes dos veículos e aparelhos das posições 8801 ou 8802	Rio de Janeiro-RJ	245.033.382	100.598.918	143,57%
		Macaé-RJ	1.400.818	2.086.395	-32,86%
		São Pedro da Aldeia-RJ	826.215	1.224.313	-32,52%
		Petrópolis-RJ	59.076	610.138	-90,32%
7403	Cobre afinado e ligas de cobre, em formas brutas	Itatiaia-RJ	206.399.009	132.657.837	55,59%
		Rio de Janeiro-RJ	7.419	3.171	133,96%
2928	Derivados orgânicos da hidrazina e hidroxilamina	Belford Roxo-RJ	165.866.162	244.693.036	-32,21%
		Rio de Janeiro-RJ	362.725	5.362	>1000%
		Duque de Caxias-RJ	140.537	95.896	46,55%
3811	Preparações antidetonantes, inibidores de oxidação, aditivos	Rio de Janeiro-RJ	61.871.555	68.453.048	-9,61%
		Belford Roxo-RJ	61.673.284	44.584.617	38,33%
		Duque de Caxias-RJ	17.784.678	17.313.253	2,72%
		Macaé-RJ	77.663	342	>1000%
8517	Aparelhos elétricos para telefonia ou telegrafia por fios	Rio de Janeiro-RJ	117.274.576	131.270.154	-10,66%
		Queimados-RJ	7.798.102	14.649.187	-46,77%
		Itatiaia-RJ	7.077.012	3.429.935	106,33%
		Resende-RJ	5.371.698	5.419.762	-0,89%
		Macaé-RJ	1.691.655	1.964.307	-13,88%

Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.



Fonte: AliceWeb, 2017/MDIC, 2017.

Entre as principais cidades fluminenses importadoras, o que mais adquiriu produtos foi o município do Rio de Janeiro, que importou em torno de US\$ 2 bilhões. A razão de tal fato é que, além de ser a capital do estado, ou seja, o centro econômico, o município abriga as sedes das principais empresas e o principal porto do estado. Em segundo lugar, está Angra dos Reis, com importações em torno de US\$ 1.5 bilhão, seguido por Volta Redonda, que importou aproximadamente US\$ 600 milhões. Angra dos Reis é o

principal destino das importações de petróleo e Volta Redonda é o principal receptor das importações de hulhas de carvão e minérios.

10. PANORAMA DAS EMPRESAS FLUMINENSES¹³

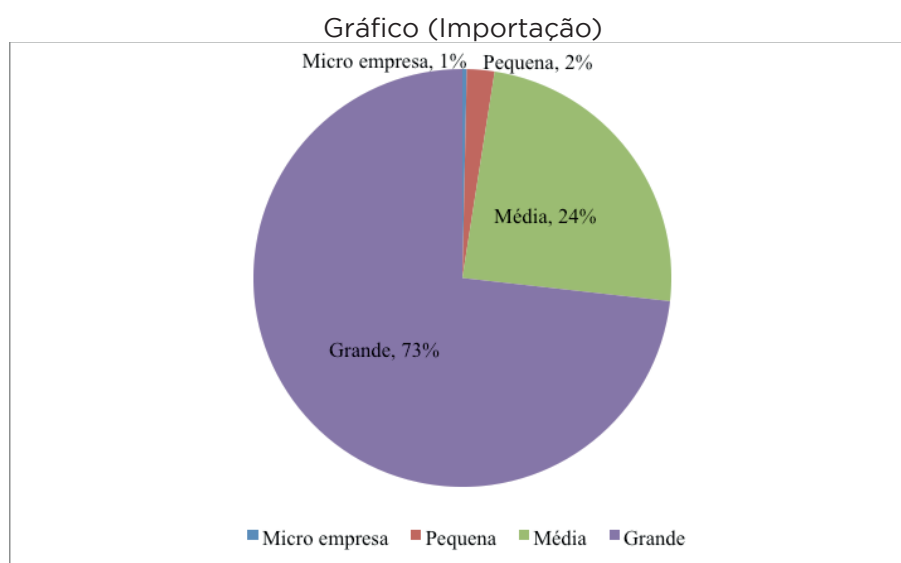
Tabela 10 - Empresas Fluminenses Por Porte

Descrições	2016	
	US\$	No. de empresas
Importação		
Microempresa	28.388.454	848
Pequena	177.058.081	665
Média	2.013.292.195	346
Grande	6.070.319.653	449
Exportação		
Microempresa	5.639.247	275
Pequena	49.951.942	341
Média	3.703.563.086	218
Grande	8.887.213.477	200

Fonte: FuncexData, 2016.

Na tabela acima, pode ser observado que há expressiva quantidade de micro e pequenas empresas comercializando internacionalmente no ano de 2017, seja para importar (848 microempresas e 665 pequenas) ou para exportar (275 micro e 341 pequenas). Entretanto, outro fator a ser observado é que, apesar de a quantidade de micro e pequenas empresas ser maior que as médias e grandes empresas, são estas que mais movimentam capital mais expressivo. No ano de 2016, as grandes empresas movimentaram mais de US\$ 6 bilhões em importação e mais de US\$ 8 bilhões em exportação.

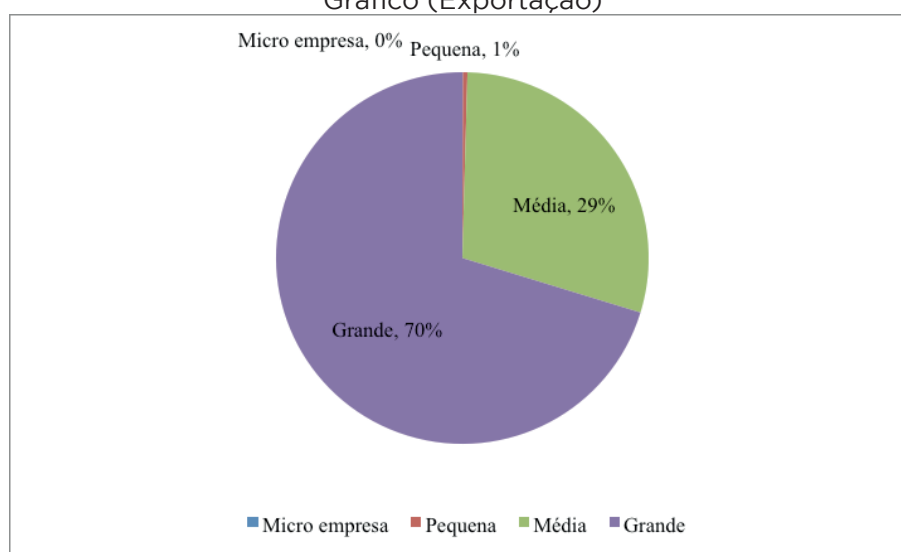
Tal fato acontece por uma questão inerente ao próprio porte das empresas. Apesar de ter mais micro e pequenas empresas, as médias e grandes empresas têm maior volume de produção e, portanto, sua movimentação financeira também é em maior escala.



Fonte: FuncexData, 2016.

¹³ Os dados referentes às empresas fluminenses nas tabelas abaixo são do ano de 2016, em virtude da não disponibilização dos dados do ano de 2017 por parte da FuncexData no momento de elaboração deste relatório.

Gráfico (Exportação)



Fonte: FuncexData, 2016.

Tabela 11 - Empresas Fluminenses Por Atividade

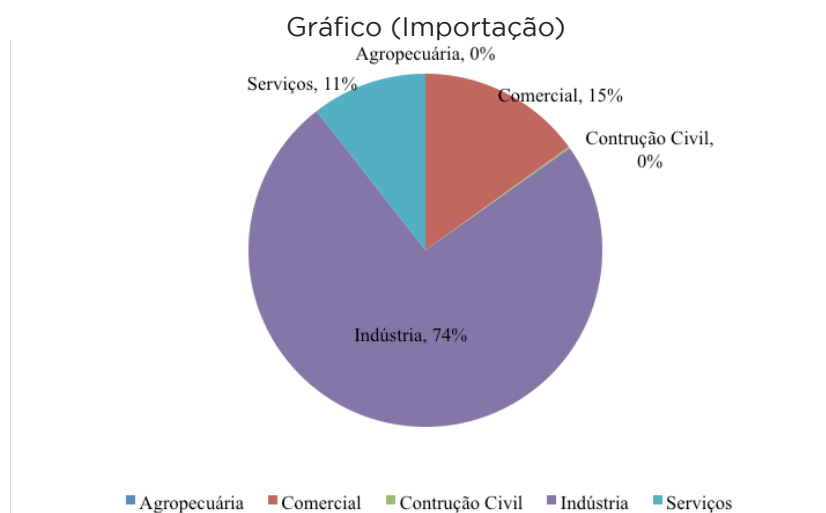
Descrições	2016	
	US\$	No. de empresas
Importação		
Agropecuária		
Média	428.588	2
Comercial		
Microempresa	20.450.563	581
Pequena	111.070.576	370
Média	296.359.656	70
Grande	819.496.113	118
Construção Civil		
Microempresa	293.307	15
Pequena	4.148.285	19
Média	1.637.594	10
Grande	6.619.772	11
Indústria		
Microempresa	4.770.198	138
Pequena	39.004.799	163
Média	1.687.141.036	216
Grande	4.421.062.242	134
Serviços		
Microempresa	2.874.386	114
Pequena	22.834.421	113
Média	27.725.321	48
Grande	823.141.526	186
Exportação		
Agropecuária		
Microempresa	16.206	2
Grande	121.338	1

Comercial		
Microempresa	2.901.911	155
Pequena	19.942.018	162
Média	6.054.148	32
Grande	308.773.576	54
Construção Civil		
Pequena	743.435	4
Média	568.143	5
Grande	373.020.384	3
Indústria		
Microempresa	2.196.736	92
Pequena	27.271.130	144
Média	3.694.215.477	162
Grande	8.161.783.000	100
Serviços		
Microempresa	524.394	26
Pequena	1.995.359	31
Média	2.725.318	19
Grande	43.515.179	42

Fonte: FuncexData, 2016.

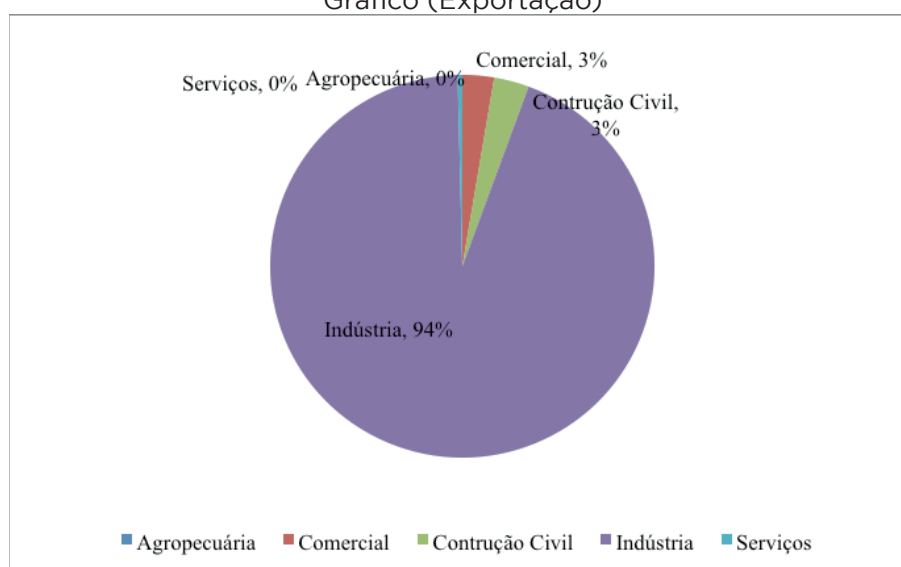
Podemos observar que o segmento da indústria é o maior no estado do Rio, pois concentra mais de 70% da renda comercializada (importação + exportação). Isso se deve, em grande medida, ao setor extrativo, sobretudo de petróleo e gás. São as grandes empresas neste segmento industrial que impulsionam a economia do estado como um todo.

Passado o “boom” da construção civil no Rio, alavancado principalmente pelos eventos mundiais que passaram pela cidade, especialmente as Olimpíadas e a Copa do Mundo, esse segmento, apesar de importante e com grande capacidade geradora de empregos, perdeu espaço para os setores de comércio e de serviços. O setor comercial no Rio de Janeiro absorve a mão de obra local de forma sazonal. Nos finais de ano, por exemplo, as contratações temporárias se elevam expressivamente. Vale destacar que o comércio é o setor com maior quantidade de empresas abertas no Rio, e é o segundo lugar em volume de comércio exterior, exportando mais de US\$ 320 milhões e importando mais de US\$ 1 bilhão.



Fonte: FuncexData, 2016.

Gráfico (Exportação)



Fonte: FuncexData, 2016.

Tabela 12 - Empresas Fluminenses Por Categoria De Produto Exportado

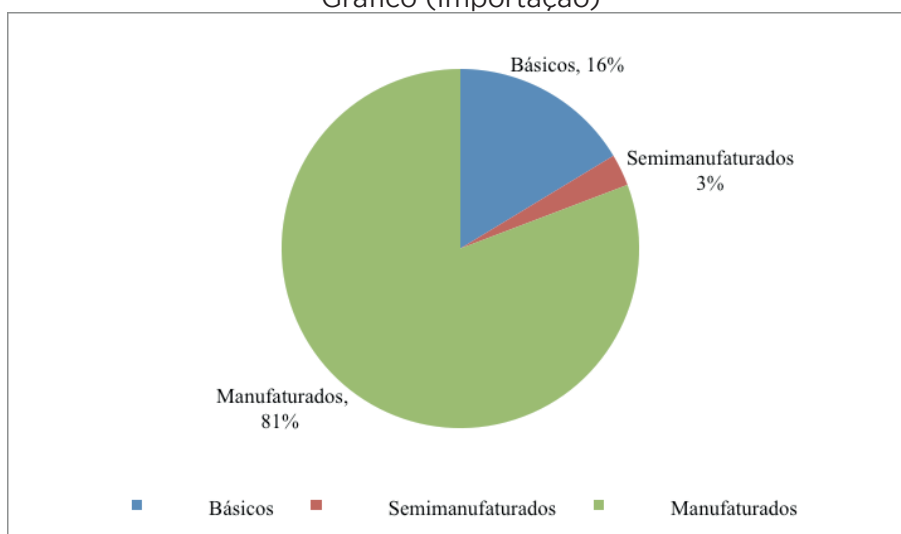
Descrições	2016	
	US\$	No. De empresas
Importação		
Básicos	2.049.146.559	651
Semimanufaturados	360.784.518	248
Manufaturados	10.133.999.326	37.989
Exportação		
Básicos	8.029.263.728	134
Semimanufaturados	1.098.144.999	50
Manufaturados	7.573.667.499	7.064

Fonte: FuncexData, 2016.

Como indicado anteriormente, o setor básico de produtos acaba por ser o “carro-chefe” da economia fluminense, em especial a indústria extrativa de óleo e gás. Na tabela acima, observamos que nesta categoria foram exportados mais de US\$ 8 bilhões e importados mais de US\$ 2 bilhões.

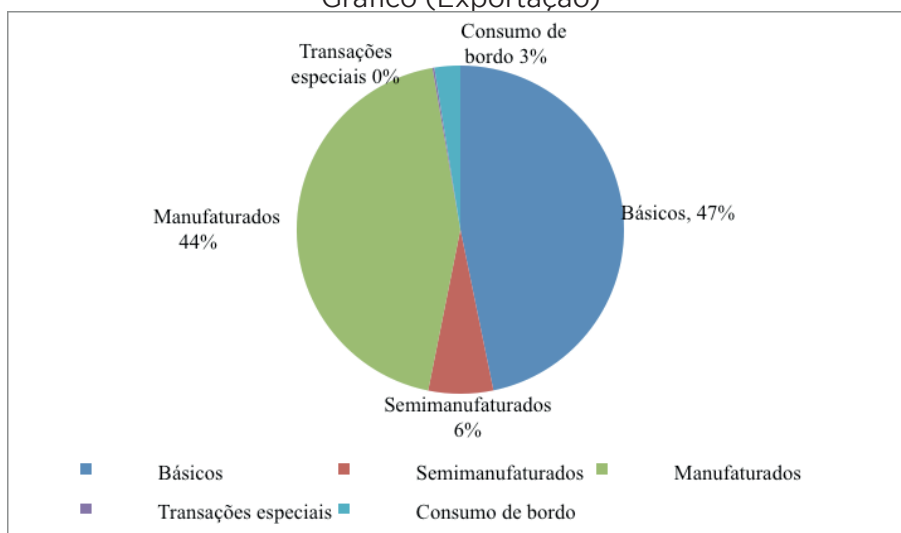
Outra característica interessante se deve ao fato de que as empresas que comercializam bens manufaturados, ou seja, que demandam *expertise*, tecnologia e mão de obra mais especializada, são as que importam mais de US\$ 10 bilhões. Isso ocorre porque a demanda deste segmento não é suprida no mercado nacional, com destaque especial para a área de tecnologia, com destaque para a metalurgia e o setor automotivo, que absorvem grande *know how* tecnológico.

Gráfico (Importação)



Fonte: FuncexData, 2016.

Gráfico (Exportação)



Fonte: FuncexData, 2016.

CONCLUSÃO

Depois da fase mais intensa da crise no ano de 2016, a economia brasileira demonstrou sinais de melhora em 2017. Na esteira desse movimento, o mercado de trabalho começou a mostrar uma possível recuperação. O cenário econômico ficou marcado pela reorientação da política econômica, com queda da inflação, que atingiu 2,97%, ficando abaixo da meta estipulada pelo governo que era de 3%; e baixa dos juros, que atingiram 7%, menor Selic histórica. Esses fatos possibilitaram o início da retomada da demanda doméstica, sobretudo do consumo das famílias, que cresceu 1,2% no último trimestre do ano.

No âmbito externo, as condições favoráveis da economia internacional, que em 2017 foram estimuladas pelo melhor desempenho de países como Estados Unidos e Japão, geraram impactos positivos sobre a demanda por exportações industriais brasileiras, com destaque para as vendas do setor de óleo e gás no estado do Rio.

Há uma expectativa de que o cenário favorável às exportações brasileiras se mantenha em 2018, o que poderá contribuir para a geração de empregos e será acompa-

nhado pelo ritmo de recuperação do mercado interno. Entretanto, no Brasil como um todo, mas em especial no Rio de Janeiro, a dificuldade de equilibrar as finanças públicas e a dívida crescente são restrições para gerar um ambiente de maior otimismo e de impulsão aos investimentos.

No Rio de Janeiro, o que pode ser analisado é que os bons resultados são decorrentes do contexto nacional de recuperação. A produção industrial avançou, mas a principal influência para o crescimento no ano permanece sendo a indústria extrativa, em função da recuperação do setor de óleo e gás. Salientamos também os avanços na indústria de transformação, que cresceu em comparação com a produção observada em 2016, contribuindo para a melhoria do quadro econômico do nosso estado. Entre os segmentos dentro deste setor industrial, ressaltamos a forte expansão dos segmentos de metalurgia e de fabricação de veículos automotores, ambos voltados para o mercado externo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

BRASIL. *Indicadores mostram retomada da confiança*. Brasília, 20 mar. 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/05/indicadores-mostram-retomada-da-confianca>> Acesso em: 23 set. 2017.

BRASIL. *Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços*. (MDIC). Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 07 mar. 2017.

COTIAS, Adriana. Retomada da economia e juros baixos impulsionam tomada de risco em 2018. *Valor Econômico*. Rio de Janeiro, 21 mar. 2017. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/financas/5240533/retomada-da-economia-e-juros-baixos-impulsionam-tomada-de-risco-em-2018>> Acesso em: 24 abr. 2017.

CURY, Anay; Silveira, Daniel. Inflação oficial fecha 2017 em 2,95%. *G1*. Rio de Janeiro, 20 mar. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/inflacao-oficial-fecha-2017-em-295.ghtml>> Acesso em: 23 set. 2017.

FUNCEXDATA. Disponível em < <http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

G1 Exportação de moda na região serrana aumentou 24% em 2015. Nova Friburgo, 23 fev. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rj/regiao-serrana/noticia/2016/02/exportacao-de-moda-na-regiao-serrana-aumentou-24-em-2015.html/>>. Acesso em: 03 nov. 2016.

RODRIGUES, Fabrício. Inflação em queda leva Selic à mínima histórica de 7%. *Estadão*. São Paulo, mar. 2017. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,banco-central-reduz-taxa-selic-para-7-ao-ano-menor-patamar-da-historia,70002110398>> Acesso em: 19 jun. 2017.

SIMÃO, Edna. Brasil abre 76,6 mil vagas com carteira em outubro. *Valor Econômico*. Rio de Janeiro, 21 mar. 2017. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/5199531/brasil-abre-766-mil-vagas-com-carreira-em-outubro>> Acesso em: 2 mar. 2018.

VETTORAZZO, Lucas; CARNEIRO, Mariana. Consumo das famílias segue crescendo, mostra PIB do 3º trimestre. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 21 mar. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/12/1939760-consumo-das-familias-segue-crescendo-mostra-pib-do-terceiro-trimestre.shtml>> Acesso em: 24 abr. 2017.

Parte II

Estudos Setoriais

Capítulo 1

Moda íntima

Rafael Araujo
Daiane Queiroz
Hélio Farias
Marcella Rocha
Nathalia Teixeira



INTRODUÇÃO

O Brasil é considerado o quinto maior produtor mundial da indústria têxtil (ABIT, s/a), no entanto, destinamos a maior parte da produção para o mercado interno, o que faz com que sejamos o 38º país no ranking das exportações mundiais do setor. Com isso, temos uma participação de menos de 1% neste mercado mundial, que é dominado pela China, país detentor de 50% de todo o comércio mundial.

Além da China, destaca-se que a produção desse setor é majoritariamente asiática. Nos últimos seis anos os países que mais se destacaram em suas exportações foram Sri Lanka, Indonésia, Bangladesh, Tailândia e Vietnã. Há, também, grandes polos exportadores fora da Ásia, como a Alemanha, Portugal, Itália e Costa Rica. Todavia, as nações asiáticas são responsáveis por cerca de 70% das exportações mundiais.

No Brasil, apesar do grande volume de fabricação, os produtos são em grande número voltados para o mercado interno e a maior parte da indústria é de pequeno e médio porte, nas quais as vendas são feitas por comerciantes autônomos e pequenas lojas¹⁴.

A indústria da Moda Íntima é democrática e abriga casos de sucesso em todo o país. Polos da moda são encontrados em estados como São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande de Sul, Bahia, Ceará, Paraná e Minas Gerais. Segundo dados do Sebrae de 2015, São Paulo é o principal exportador brasileiro do setor, seguido por Santa Catarina e Ceará; o Rio de Janeiro, ocupa a 4ª posição no ranking em relação aos concorrentes nacionais.

No Rio de Janeiro, a principal cidade representante da Moda Íntima é Nova Friburgo, que possui mais de 800 confecções locais. Este polo tem recebido atenção no mercado nacional e é referência para o estado. Só em 2015, a cidade de Nova Friburgo foi responsável por 60% de todo o produto exportado do estado do Rio de Janeiro. Sendo assim, o presente estudo tem o intuito de apresentar o setor moda-íntima fluminense e as possibilidades de crescimento nas exportações. Para tanto, são analisados:

- 1- Participação da Moda Íntima nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil nos últimos seis anos;
- 2- Os principais compradores internacionais do produto do Rio de Janeiro nos últimos seis anos;
- 3- O preço médio sob o qual o Sistema Harmonizado (SH)¹⁵ vem sendo vendido nesses mesmos últimos seis anos;
- 4- Os principais países exportadores do setor no mundo no último triênio;
- 5- Análise e dinamismo do mercado (de acordo com as definições do MDIC¹⁶) no último triênio;
- 6- As regiões do estado produtoras e exportadoras do setor e a presença de arranjo produtivo local (APL);

¹⁴ Segundo dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) de 2015, 70% da produção do estado é comercializada por sacoleiras.

¹⁵ Sistema Harmonizado (SH) é um método internacional de classificação de mercadorias, baseado em uma estrutura de códigos e respectivas descrições, que foi criado para promover o desenvolvimento do comércio internacional, assim como aprimorar a coleta, a comparação e a análise das estatísticas, particularmente as do comércio exterior.

¹⁶ Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços.

- 7- O porte das empresas fluminenses exportadoras do setor nos últimos seis anos;
- 8- Perfis e indicações das empresas.

1. PARTICIPAÇÃO DA MODA ÍNTIMA NAS EXPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO E DO BRASIL NOS ÚLTIMOS SEIS ANOS

A avaliação da participação da Moda Íntima nas exportações fluminenses e do Brasil nos últimos seis anos é feita com base nos seis primeiros dígitos do sistema harmonizado (SH) para que a apuração dos dados seja a mais exata possível. Seguem as subposições e suas respectivas descrições:

Moda Íntima de uso feminino:

- 610821 - Calcinhas, de malha, de algodão, de uso feminino;
- 610822 - Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso feminino;
- 610829 - Calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso feminino;
- 621210 - Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino;
- 621220 - Cintas e cintas-calças, mesmo de malha, de uso feminino;
- 621230 - Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha, de uso feminino;

Moda Íntima de uso masculino:

- 610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão, de uso masculino;
- 610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino;
- 610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino;
- 620711 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão, de uso masculino;
- 620719 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino.

1.1. EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE MODA ÍNTIMA

Tabela 1 - Exportações brasileiras de Moda Íntima em US\$, peso líquido e quantidade nos últimos seis anos (2010-2015), por ordem decrescente de valor

Produto	US\$	Peso Líquido (KG)	Quantidade
621210 - Sutiãs e bustiês (sutiãs de cós alto)	35.868.845	317.346	5.178.580
610822 - Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	23.179.851	354.856	7.113.587
621220 - Cintas e cintas-calças	14.181.482	360.816	2.126.919
610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	8.314.339	180.918	2.649.850
610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	7.057.585	189.844	2.856.715
621230 - Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs)	4.726.660	56.212	415.729
610829 - Calcinhas de malha, de outras matérias têxteis	4.280.332	330.405	2.197.725
610821 - Calcinhas de malha de algodão	3.632.044	113.122	1.623.936

610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis	808.972	10.357	71.830
620711 - Cuecas e ceroulas, de algodão	146.672	4.953	31.386
620719 - Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis	119.905	3.962	32.006
Total	102.316.687	1.605.445	19.119.683

Fonte: AliceWeb, 2016; FuncexData, 2016.

Pode-se perceber que o produto mais exportado pelo Brasil em quantidade é o *SH 610822* - calcinhas sintéticas ou artificiais, com mais de 7 milhões de unidades vendidas, e, observa-se também que o produto mais embarcado por valor foi o *SH 621210* - sutiãs e bustiês, cujos valores passam os US\$ 35 milhões, recebendo, portanto, maior atenção do mercado internacional.

Segundo o presidente do Sindicato das Indústrias do Vestuário de Nova Friburgo, Marcelo Porto, “o mercado nacional tem aumentado o número de suas exportações por conta dos constantes investimentos em tecnologia em sua produção, buscando um diferencial em design, que agrega valor”.

1.2 EXPORTAÇÃO FLUMINENSE DE MODA ÍNTIMA

Tabela 2 - Exportações fluminenses de Moda Íntima US\$, peso líquido e quantidade nos últimos seis anos (2010-2015), por ordem decrescente de valor.

Produto	US\$	Peso Líquido (KG)	Quantidade
621210 - Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino;	7.366.635	67.553	1.307.508
610822 - Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais;	4.184.815	71.310	1.761.127
610829 - Calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis;	1.298.468	167.251	562.554
621220 - Cintas e cintas-calças;	879.892	13.533	124.848
610821 - Calcinhas, de malha, de algodão;	619.892	33.39	333.85
621230 - Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha;	613.874	6.257	52.628
610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão;	149.205	4.022	35.374
610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais;	49.223	1.848	19.821
610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis;	13.888	1.63	4.834
620711 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão;	4.355	140	1.161
620719 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de outros materiais têxteis;	3.283	134	1.520
Total	15.183.530	367.068	4.205.225

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Os dados analisados demonstram que os setores mais fortes nas exportações do Rio de Janeiro são o 621210 (sutiãs e bustiês) e o 610822 (calcinhas sintéticas ou artificiais), que se repetem na porcentagem perante o total brasileiro de exportações da Moda Íntima. O produto com menos relevância é o 620719 (cuecas e ceroulas de outros materiais têxteis).

Devido ao exemplo dos produtos mais exportados, o produto 620719 pode, também, aumentar seu número de exportações, com as devidas ações: melhoria tecnológica para a criação do produto, cursos de empreendedorismo para os empresários e investimento em designs voltados para o setor masculino e em produtos de malha.

Além desses fatores, outro que poderia alavancar as exportações fluminenses, segundo Cláudia Teixeira dos Santos, especialista em Comércio Exterior da Firjan Internacional, seria a valorização do dólar frente ao real. A especialista também afirma que é preciso buscar novos mercados.

Tabela 3 - Porcentagem das exportações de Moda Íntima do estado do Rio de Janeiro em relação ao Brasil, por ordem decrescente de valor (US\$) nos últimos seis anos (2010-2015).

Código	Porcentagem
610822 - Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais;	30.33%
621210 - Sutiãs e bustiês, mesmo de malha	20.53%
610829 - Calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis	18.05%
610821 - Calcinhas, de malha, de algodão	17.06%
621230 - Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha	12.98%
621220 - Cintas e cintas-calças	6.20%
620711 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão	2.96%
620719 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de outros materiais têxteis	2.73%
610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	2.11%
610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis	1.71%
610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	0.59%

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Analisa-se que apenas as subposições 610829 (calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis) e 621210 (sutiãs e bustiês, mesmo de malha) fabricadas no estado do Rio de Janeiro correspondem a mais de 20% do total de Moda Íntima exportada pelo Brasil. Sendo que, o 610829 tem 30,33% das exportações totais do estado e o 621210 aparece exportando 20,53%.

Todos os outros produtos correspondem a menos de 20% das exportações brasileiras de Moda Íntima. Pode-se analisar que o estado do Rio de Janeiro não tem números muito expressivos no setor porque o comércio é majoritariamente informal e direcionado ao mercado interno, o que diminui o incentivo para a exportação. Ademais, verifica-se que o 610712 (cuecas e ceroulas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais)

tem porcentagem inexpressiva nas exportações fluminenses: 0,59%, mesmo sendo o 4º lugar nas exportações brasileiras. Isso acontece porque o estado de São Paulo detém quase o monopólio desse mercado, ficando com cerca de 92% das exportações do país nesse período, o que é melhor analisado ao longo do estudo.

2. OS PRINCIPAIS COMPRADORES INTERNACIONAIS DO PRODUTO DO RIO DE JANEIRO NOS ÚLTIMOS SEIS ANOS

Como já apresentado anteriormente, para realizar o estudo das exportações do setor de Moda Íntima do estado do Rio de Janeiro, separamos o setor em 11 SHs de acordo com suas especificidades. Para demonstrar os principais compradores internacionais desse mercado, apresentaremos primeiro os principais países importadores de cada SH e, posteriormente, o panorama geral dos principais compradores de Moda Íntima do nosso estado.

Tabela 4 - Principais compradores do produto SH 621210
Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino em US\$

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Argentina	977.923	356.613	181.529	218.603	3.939	236.429	1.975.036
Paraguai	427.499	440.898	225.476	269.360	259.486	142.848	1.765.567
Uruguai	326.319	231.346	239.381	226.846	129.365	232.415	1.385.672
Bolívia	231.169	249.624	191.510	243.734	143.355	83.466	1.142.858
Japão	42.109	34.172	19.066	11.336	16.276	10.686	133.645
Total em US\$	2.005.019	1.312.653	856.962	969.879	552.421	705.844	6.402.778

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

A exportação de confecções no estado do Rio abrange mais de 200 produtos, sendo muitos deles vendidos a valores baixos. Logo, apenas 15 destes produtos ultrapassam a marca dos 2% nas exportações fluminenses, com somente dois deles sendo do setor de Moda Íntima. O produto exposto na tabela 1, SH 621210, alcança 3,6% das exportações do Estado e tem uma participação de 20,53% nas exportações brasileiras de Moda Íntima.

Além de ser o produto do setor mais exportado pelo mercado nacional, ele também ocupa essa posição no mercado fluminense. Sua presença é majoritária no mercado sul-americano, apesar de o Japão aparecer entre os cinco maiores compradores. Quanto ao Japão, a participação ainda é muito pequena e sofre uma grande concorrência com o mercado chinês, o qual ocupa o primeiro lugar das importações japonesas no setor de moda (\$166 bilhões).

Apesar da queda no valor das exportações entre os anos analisados, o Rio de Janeiro, em 2015, deteve 19% das exportações do país, ficando atrás apenas do estado de São Paulo, que deteve 36% das exportações nacionais desse SH. Outros estados brasileiros que se destacaram em 2015 foram o Ceará, com 18% e Santa Catarina, com 16%.

Tabela 5 - Principais compradores do produto SH 610822
Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso feminino

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Chile	279.194	275.561	472.896	346.644	83.905	228	1.458.428
Argentina	339.376	282.740	46.087	33.245	4.402	33.839	739.689
Bolívia	104.886	77.672	72.453	90.603	76.167	98.403	520.184
Uruguai	77.149	59.489	55.801	58.050	36.060	65.248	351.797
Paraguai	59.627	34.732	22.785	39.760	29.385	15.444	201.733
Total em US\$	860.232	730.194	670.022	568.302	229.919	213.162	3.271.831

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Assim como o *SH 621210*, o produto *SH 610822* apresentado na tabela 2 também ultrapassa a marca dos 2% das exportações fluminenses, ficando com 2,3% do total brasileiro. Seu principal mercado é o sul-americano, tendo destaque o Chile nos primeiros anos apresentados. Apesar da queda nos últimos dois anos, o mercado chileno ainda é o maior importador desse produto.

Em novembro de 2015, Brasil e Chile assinaram o Acordo de Cooperação e Facilitação de Investimentos (ACFI) com intuito de oferecer um ambiente institucional mais propício para a operação das empresas que atuam no ramo da exportação. Com isso, espera-se para 2016 um crescimento nesse mercado potencial.

Nos últimos anos, o Chile foi o segundo maior parceiro comercial do Brasil na América do Sul. Segundo o Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Armando Monteiro, essa “extraordinária expansão” resulta, em grande medida, do sucesso do Acordo de Complementação Econômica nº 35 que promoveu a completa desgravação tarifária entre Brasil e Chile e do Acordo de Serviços MERCOSUL-Chile, que permitiu a maior presença de empresas chilenas no Brasil e brasileiras no Chile.

Para além disso, observa-se também a preferência dos mercados pelo tecido de fibra sintética ou artificiais, sendo em sua maioria mais exportado que os materiais de malha e algodão.

Tabela 6 - Principais compradores do produto SH 621220
Cintas e cintas-calças, mesmo de malha, de uso feminino.

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Chile	39.586	15.417	46.645	72.935	77.856	0	252.439
Paraguai	71.972	38.688	30.589	31.790	4.865	21.036	198.940
Bolívia	14.418	37.717	46.971	40.092	28.758	10.213	178.169
Uruguai	9.082	10.462	20.316	25.666	11.441	0	76.967
Angola	0	3.367	3.959	14.915	17.304	13.765	53.310
Total em US\$	135.058	105.651	148.480	185.398	140.224	45.014	759.825

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Assim como a Tabela 5, a Tabela 6 apresenta o Chile liderando as importações fluminenses do produto *SH 621220* de uso feminino, ainda que em 2015 não tenham importado produtos, os anos anteriores fizeram com que o país dominasse esse mercado.

Percebe-se também a entrada no mercado angolano, a partir de 2011, que se tornou grande parceiro comercial brasileiro, sendo, ainda, o maior comprador do Brasil entre os países da CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa). Além disso, no ano de 2015, os dois países assinaram um Acordo de Cooperação e Facilitação de Investimento (ACFI). Esse acordo busca incentivar o investimento recíproco através de mecanismo intergovernamental apoiando empresas em processo de internacionalização. Com isso, para os próximos anos é esperado um crescimento no comércio desses países, e, conseqüentemente, nas exportações fluminenses destinadas a Angola.

Tabela 7 - Principais compradores do produto SH 610712
Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Bolívia	0	0	0	0	14.283	0	14.283
Uruguai	0	0	0	0	0	13.019	13.019
Angola	0	0	2.909	5.217	79	1.220	9.425
Estados Unidos	953	0	194	2.162	124	0	3.433
Grécia	812	547	377	410	146	284	2.576
Total em US\$	1.765	547	3.480	7.789	14.632	14.523	42.736

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

O mercado exportador do produto *SH 610712* é o menos relevante do estado do Rio para as exportações brasileiras. Apesar de ser o 4º produto de Moda Íntima mais exportado pelo Brasil, o Rio de Janeiro fica com apenas 0,59% dessas exportações. Nos últimos seis anos, observamos que o estado de São Paulo obteve uma grande presença nesse mercado, ficando com cerca de 92% das exportações do país nesse período. Entre os estados que também exportaram esse produto, encontramos Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Tabela 8 - Principais compradores do produto SH 610711
Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Angola	0	0	474	121.608	9.625	8.234	139.941
Grécia	0	0	0	651	1.446	790	2.887
Argentina	107	398	936	216	216	0	1.873
Estados Unidos	648	180	797	540	252	0	2.417
Uruguai	574	162	124	0	0	0	860
Total em US\$	1.329	740	2.331	123.015	11.539	9.024	147.978

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Sendo o segundo produto masculino do setor de Moda Íntima mais exportado pelo Rio de Janeiro, o *SH 610711*, tem Angola como maior comprador. No ano de 2013, as importações angolanas representaram 83% do total. Apesar da queda no último ano, as relações comerciais entre Brasil e Angola tendem ao crescimento nos próximos anos.

Esse mercado ainda é bem pequeno para o estado fluminense, que detém apenas 2,11% das exportações brasileiras, enquanto os estados de São Paulo e Santa Catarina detêm 53% e 20%, respectivamente.

Tabela 9 - Principais compradores do produto SH 621230
Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha, de uso feminino

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Bolívia	43.752	41.974	76.266	59.951	54.359	25.505	301.807
Paraguai	39.686	23.761	11.682	9.993	11.851	16.405	113.378
Uruguai	10.750	12.393	15.941	11.665	10.201	23.256	84.206
Argentina	17.856	15.813	6.276	0	679	753	41.377
México	22.134	12.908	0	0	1.012	0	36.054
Total em US\$	134.178	106.849	110.165	81.609	78.102	65.919	576.822

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

A Bolívia é um dos cinco países compradores do estado do Rio de Janeiro em quase todos os produtos do setor de Moda Íntima analisados neste estudo. Apesar da queda do valor entre os seis anos apresentados, a Bolívia foi o maior comprador do produto SH 621230.

Seguindo a Bolívia, aparece o Paraguai, que também manteve o mercado dinâmico, e ainda aumentou as importações no último ano. Assim como no caso boliviano, o comércio paraguaio é extremamente importante para o setor de confecções do Rio de Janeiro – bem como o chileno e o argentino – e o Paraguai se faz presente como um dos cinco principais compradores em grande parte dos bens analisado.

Além disso, em relação às exportações brasileiras, a produção fluminense é relevante, possuindo cerca de 13% do total vendido pelo país nos últimos seis anos.

Tabela 10 - Principais compradores do produto SH 610829
Calcinhas de malha, de outras matérias têxteis

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Angola	276	1.286	180.822	180.822	318.135	88.055	769.396
Grécia	39.516	78.479	15.155	0	0	0	133.150
Uruguai	0	0	0	0	0	23.775	23.775
Bolívia	0	0	0	0	1.186	197	1.383
Emirados Árabes Unidos	0	0	0	0	0	1075	1.075
Total em US\$	39.792	79.765	195.977	180.822	319.321	113.102	928.779

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

O produto acima representou para o setor de Moda Íntima do estado do Rio a maior participação nas exportações em relação ao Brasil (30,33%) nos anos analisados.

Dado isso, depreende-se que as indústrias fluminenses possuem uma maior fabricação de calcinhas de malha e materiais têxteis superando os demais estados brasileiros, exceto em relação a São Paulo, que foi o maior exportador do produto no Brasil entre os anos de 2010 e 2015, com 56% das vendas totais, enquanto a participação do Rio de Janeiro foi de 30,33%.

Contudo, observa-se nas exportações gerais de Moda Íntima brasileira que o mercado internacional opta por materiais de fibras sintéticas e artificiais. Ademais, aparece, mais uma vez, o mercado angolano liderando as exportações do produto. A Grécia aparece como a segunda maior compradora dos últimos seis anos. Destacam-se, ain-

da, as exportações realizadas para os Emirados Árabes, que em 2015 destacaram-se como um importante comprador do Brasil.

Tabela 11 - Principais compradores do produto SH 610821
Calcinhas de malha de algodão

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Paraguai	28.368	49.918	13.803	5.363	22.990	15.444	135.886
Bolívia	29.749	40.285	30.504	5.437	4.671	5.070	115.716
Chile	27.523	24.968	57.628	157	0	0	110.276
Angola	0	334	36.839	53.623	10.833	6.606	108.235
Argentina	60.346	25.465	3.979	0	315	3.445	93.550
Total em US\$	145.986	140.970	142.753	64.580	38.809	30.565	563.663

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

A tabela acima apresenta a relevância da participação sul-americana em nosso comércio. O Paraguai foi o maior comprador do setor entre os anos analisados, seguido por Bolívia, Chile e, novamente, pelo mercado angolano, que traz perspectivas para o aumento dessas relações (devido ao acordo de cooperação e facilitação de investimento entre Brasil e Angola – ACFI). E, por fim, o mercado argentino, que se faz presente em quase todas as relações comerciais com o Rio de Janeiro. O produto fluminense corresponde a 17,06% do lucro gerado no mercado nacional. Enquanto São Paulo e Santa Catarina respondem por cerca de 20% cada.

Tabela 12 - Principais compradores do produto SH 610719
Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Angola	0	0	435	688	2.940	284	4.347
França	5.391	2.135	0	0	0	0	7.526
Estados Unidos	0	0	37	891	0	0	928
Bósnia-Herzegovina	0	0	0	0	592	0	592
Países Baixos (Holanda)	351	0	0	0	0	0	351
Total em US\$	5.742	2.135	472	1.579	3.532	284	13.744

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

A tabela acima apresenta os principais compradores do produto *SH 610719*. Angola é o maior comprador, seguido por França, Estados Unidos, Bósnia-Herzegovina e Países Baixos. Esse é primeiro produto apresentado neste relatório que não possui como um dos principais compradores um país sul-americano.

Ressaltamos o fato de Angola ser o maior comprador deste produto e também do produto *SH 610829* (calcinhas de malha, de outras matérias têxteis, apresentado na tabela 10), que possuem o mesmo material. Ou seja, se observa uma preferência angolana por bens fabricados com malha e outras matérias têxteis.

Tabela 13 - Principais compradores do produto SH 620711
Cuecas e ceroulas, de algodão.

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Suriname	0	2.301	0	0	0	0	2.301
Portugal	1.304	37	0	0	0	0	1.341
Angola	0	448	0	131	0	0	579
Cingapura	124	0	0	0	0	0	124
Total em US\$	1.428	2.786	0	131	0	0	4.345

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

O produto exposto na tabela acima se apresenta como o produto com o mercado menos dinâmico de todos estudados deste trabalho. Nos últimos dois anos, o estado do Rio de Janeiro não realizou nenhuma exportação desse bem. Em 2013 destinamos pequena quantidade para Angola e em 2012 também não realizamos exportações desses produtos. Apenas nos dois primeiros anos estudados (2010 e 2011) o mercado obteve saída para diferentes países.

Tabela 14 - Principais compradores do produto SH 620719
Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis.

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Angola	0	0	212	1.128	148	0	1.488
Japão	0	880	0	0	60	34	974
Portugal	168	0	0	0	0	0	168
Cingapura	165	0	0	0	0	0	165
Paraguai	136	0	0	0	0	2	138
Total em US\$	469	880	212	1.128	208	36	2.933

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

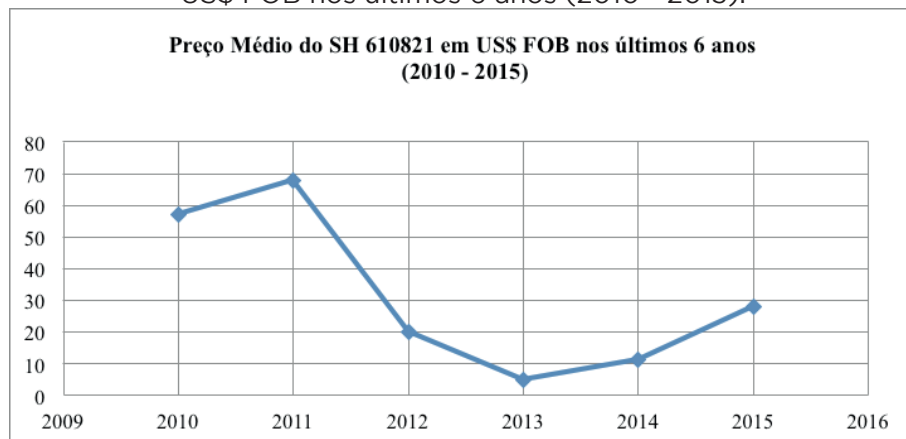
O produto apresentado na tabela acima foi o que menos gerou lucro aos empresários fluminenses durante os seis anos analisados. Com um mercado pouco dinâmico para esse setor, o estado não possuiu um comprador que se mantivesse fixo e obteve diferenças muito grandes em relação aos ganhos de um ano para outro. O Brasil, assim como Rio, exporta muito pouco esse produto. Detivemos, apenas, 1,7% do lucro gerado pelas exportações totais do país.

Conclui-se, portanto, que o *SH 621212* (sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino), em US\$, é o mais exportado do setor, principalmente para Argentina e Paraguai. Em segundo lugar é o *SH 610822* (calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso feminino), exportando majoritariamente para Chile e Argentina, o que reforça que o mercado sul-americano é muito importante para as exportações de Moda Íntima fluminense.

3. PREÇO MÉDIO DOS PRODUTOS DO SETOR DE MODA ÍNTIMA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Nesta seção, apresentamos os gráficos com o preço médio dos produtos por quilograma do período de 2010 a 2015, em dólares de cada SH em separado; além da tabela, ao final, com a média de preço por quilograma referente ao período total.

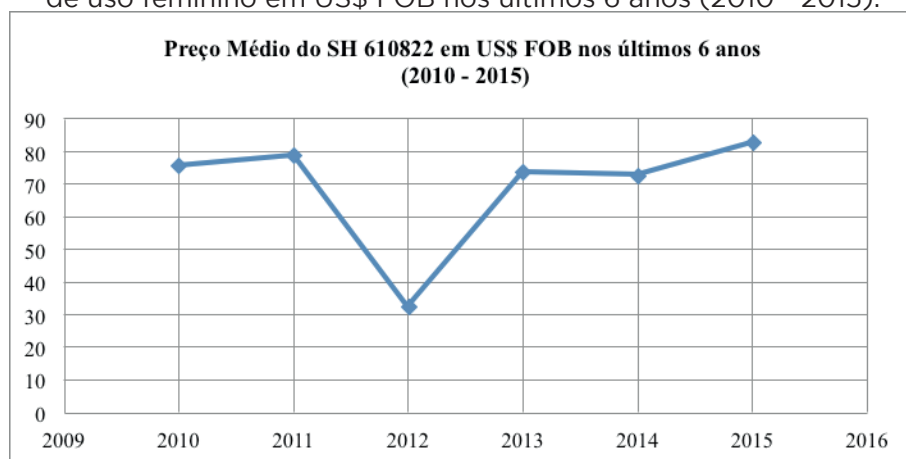
Gráfico 1 - Preço médio pago pelo SH 610821 - Calcinhas, de malha, de algodão, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015).



Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

De acordo com o gráfico, nota-se uma profunda queda no preço médio do SH, que tem o seu pico de preço em 2011 (US\$ 68.01), começou a decair em 2012, por conta da perda de vendas do Brasil para seus principais mercados, e teve seu pior número em 2013 (US\$ 4.91). O SH apresentado é o 5º maior exportado no estado do Rio de Janeiro e corresponde a 17,06% do total das exportações brasileiras de Moda Íntima, o que revela que é preciso um incentivo no setor para elevar o preço e as exportações do produto, tais como melhorias na tecnologia utilizada na produção. Nota-se, entretanto, que o preço médio vem subindo e alcançou US\$ 28.22 em 2015. O preço médio por quilograma do nos seis anos pesquisados ficou em US\$ 31.65, o que o coloca em desvantagem se comparado aos outros produtos do setor analisado neste estudo, cujo máximo do preço médio chegou a US\$ 109.105.

Gráfico 2 - Preço médio pago pelo SH 610822 - Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015).



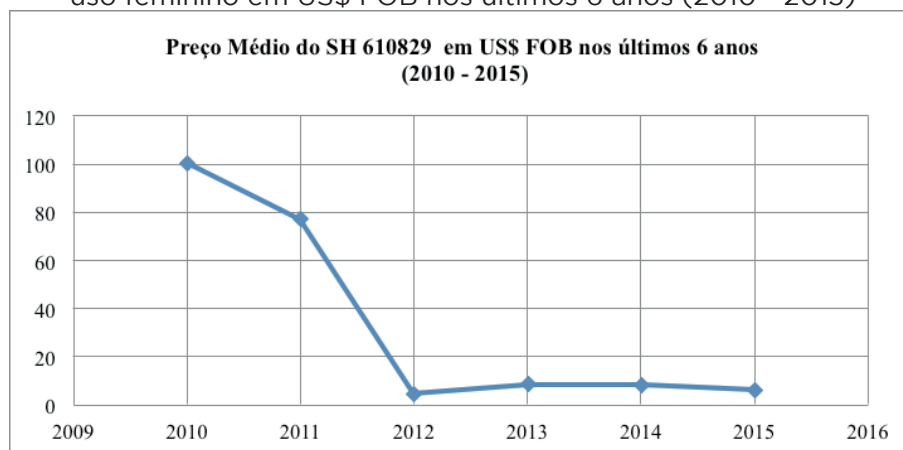
Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

De acordo com o gráfico, o SH obteve uma queda brusca do preço médio entre 2011 (US\$ 78.87) e 2012 (US\$ 32.48). Entretanto, depois de 2012 o preço voltou a se estabilizar e em 2015 chegou ao seu maior número: US\$ 82.83. Isso pode significar oportunidades para o setor ampliar seus negócios, aumentando sua produção através de incentivos financeiros.

Vale ressaltar que o SH é o segundo no ranking das exportações fluminenses de Moda Íntima e corresponde a 30,33% do total das exportações brasileiras, um número expressivo que revela que o setor é um dos mais importantes para o estado do Rio de Janeiro.

Os principais compradores desse SH são os países da América Latina, em primeiro lugar o Chile e em segundo, a Argentina. É importante destacar que um dos principais países responsáveis pela queda das exportações brasileiras em 2012 foi a Argentina, por conta da desaceleração de sua economia. Isso incentiva o setor a procurar parceiros que tenham moeda mais forte, como os Estados Unidos, países da União Europeia ou Japão. Mesmo assim, países como Argentina e Uruguai merecem destaque já que, junto do Brasil, fazem parte do Mercosul (Mercado Comum do Sul).

Gráfico 3 - Preço médio pago pelo SH 610829 - Calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)



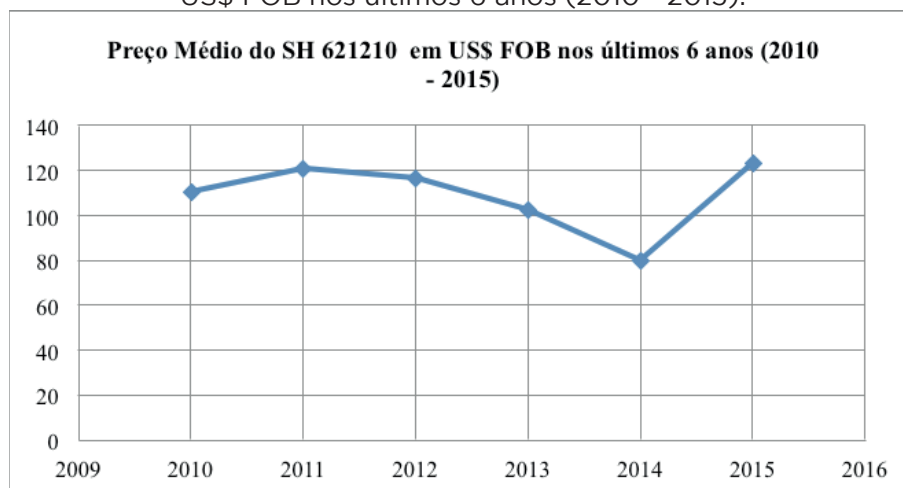
Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

O ano de 2012 também foi marcado por uma forte queda no preço médio por quilograma para este SH, que variou de US\$ 100.69 em 2010 para US\$ 4.39 em 2012, tornando-o quase inexpressivo. O setor continua fraco após essa queda, o que pode ser uma oportunidade para aumentar a produção a fim de obter mais exportações.

É importante ressaltar que o setor é o terceiro nas exportações fluminenses, mas fica em desvantagem em relação aos outros produtos quando se trata do preço médio nos últimos anos, o qual permaneceu em US\$ 34.24.

Diferenciando-se dos produtos anteriormente analisados, esse tem como principais compradores Angola, Grécia e Emirados Árabes. O que demonstra que o mercado fluminense tem outras possibilidades de mercado além da América Latina.

Gráfico 4 - Preço médio pago pelo SH 621210- Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015).

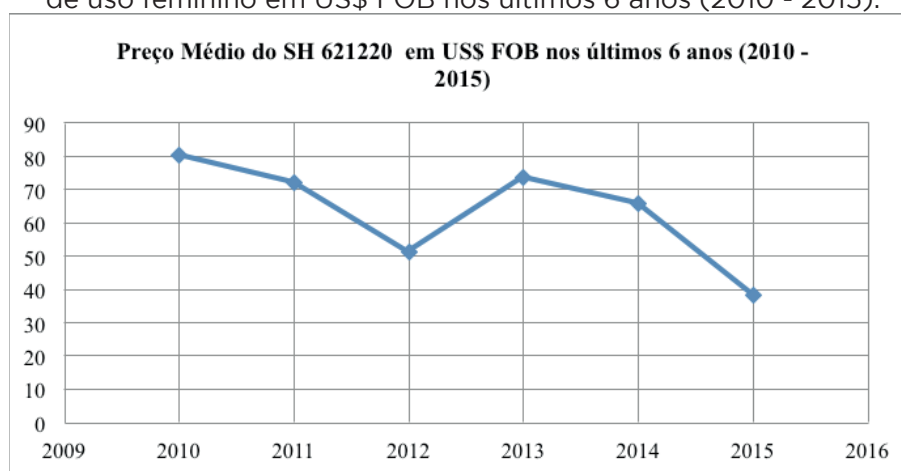


Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

De acordo com o gráfico, percebe-se que o preço médio do SH se manteve estável até 2014, quando o preço baixou para US\$ 80.02. Entretanto, depois dessa queda o produto voltou a subir e chegou a US\$ 123.38, o maior preço de todos os anos. O sucesso desse produto serve para incentivar o aumento da sua produção e um engajamento maior do poder público para a conquista de novos mercados.

Esse SH é o que gera maior lucro para as empresas fluminenses e corresponde a 20,53% do total das exportações brasileiras de Moda Íntima. Seus números são expressivos em todos os dados analisados e seu preço médio durante os últimos anos é o maior: US\$ 109.105, e seus principais compradores são os países da América Latina.

Gráfico 5 - Preço médio pago pelo SH 621220 - Cintas e cintas-calças, mesmo de malha, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015).



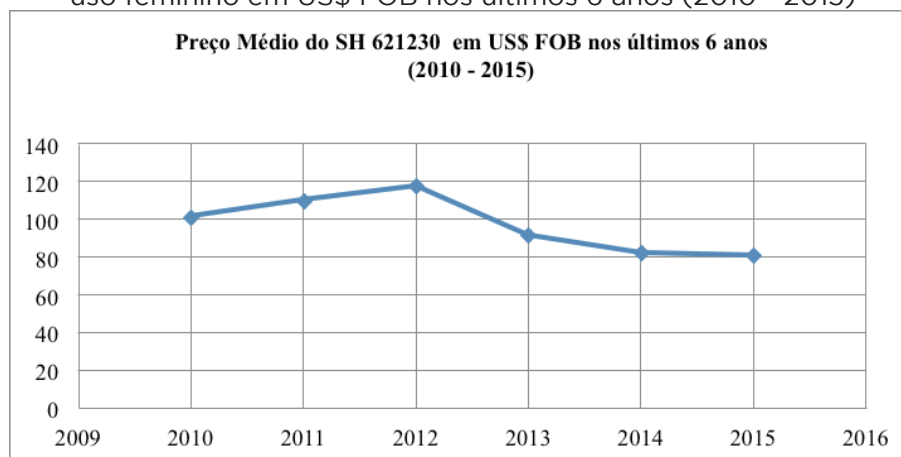
Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Novamente, mais um produto obteve queda no ano de 2012. O preço médio desse SH chegou a US\$ 51.55 nesse ano. Entretanto, em 2015 teve seu menor preço médio por quilograma: US\$ 38.41. É uma chance para o setor se recuperar e produzir mais a fim de aumentar suas exportações e proporcionar maiores ganhos por demanda.

Em relação a todos os anos, o preço médio do SH ficou em US\$ 63.79, obtendo o quinto lugar em relação aos outros preços e quarto lugar no total das exportações fluminenses. Além disso, corresponde a 17.06% das exportações brasileiras de Moda Íntima.

Durante os anos, o comprador mais relevante foi o Chile. Todavia, em 2015 o país não comprou nada desse setor, fazendo com que Paraguai ganhasse lugar de destaque nas exportações do mesmo ano. Angola se destacou também porque foi o maior comprador do Brasil entre os países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) e, além disso, os dois países assinaram um acordo de cooperação e facilitação de investimentos que será melhor explicado no tópico “Principais Compradores Internacionais”.

Gráfico 6 - Preço médio pago pelo SH 621230 - Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)



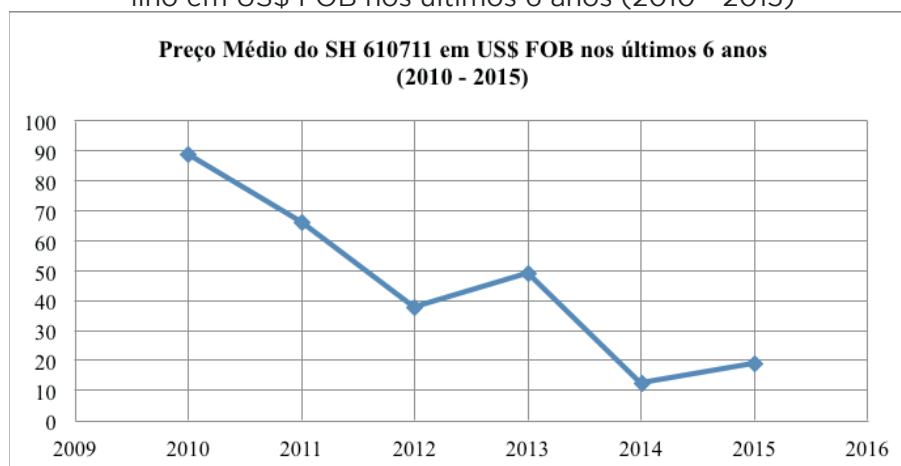
Fonte: FuncexData, 2016.

Conforme mostra o gráfico, esse SH se manteve com preço médio estável durante os anos analisados, sendo o seu menor preço US\$ 80.92 em 2015. O seu pico de preço foi em 2012, com o preço alcançando US\$ 117.81, um dos maiores valores em comparação ao dos outros produtos. Além disso, o produto, ao contrário dos demais, teve alta em 2012, o que pode revelar certa resistência a tempos de crises, tornando-o vantajoso para mais investimentos e produção.

O seu preço médio durante os anos 6 anos analisados foi de US\$ 97.40, o segundo maior desta pesquisa. Entretanto, o SH está em sexto lugar nas exportações fluminenses e corresponde a 12,98% das exportações brasileiras de Moda Íntima. O seu preço médio favorável somado à sua estabilidade indicam que esse setor tem chances de crescer e oferecer mais lucros para os produtores.

Não destoando dos outros produtos, esse tem como principais compradores os nossos vizinhos da América do Sul, sendo o principal, neste caso, a Bolívia, seguida do Paraguai e Uruguai, que ocupam lugares importantes em todo setor de Moda Íntima. São mercados em potencial que devem ser mais bem explorados pelo empresariado do setor, já que são de extrema importância para as confecções do Rio de Janeiro. Entretanto, ampliar as exportações para outros países fora da esfera da América do Sul merece especial atenção dos empresários.

Gráfico 7 - Preço médio pago pelo SH 610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)

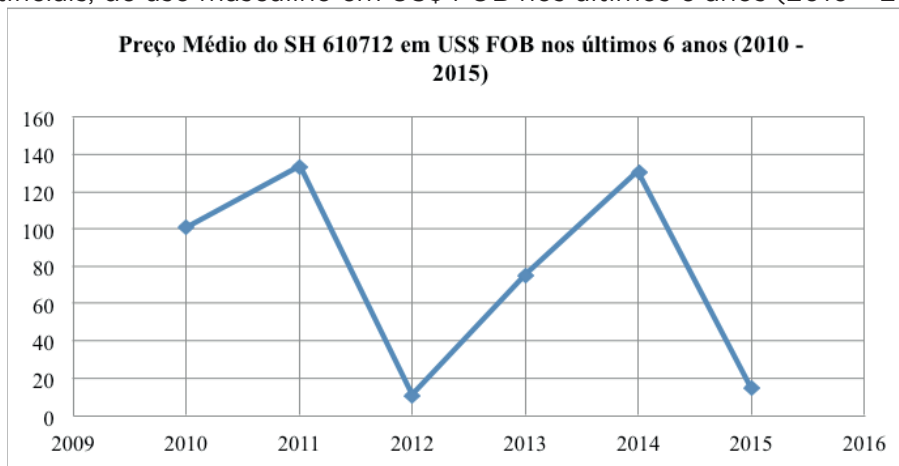


Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

De acordo com o gráfico, a Moda Íntima masculina seguiu o mesmo caminho da moda feminina em relação ao preço médio por quilograma: teve sua primeira queda forte em 2012, com o preço de US\$ 38.07. Seu pior ano foi 2014, em que o preço chegou a US\$ 12.43 – comparando esses números com 2010 (US\$ 89.05) é nítida a queda brusca do valor deste produto.

O seu preço médio durante os anos analisados foi de US\$45.68 e, comparado a outros produtos do setor, esse SH não tem grandes destaques numéricos. Entretanto, é importante ressaltar que ele é o primeiro do setor a ter como um dos principais compradores os Estados Unidos, que ocupa o quarto lugar entre os maiores compradores, antecedido por Angola, Grécia e Argentina. Este é um mercado em potencial que merece atenção dos empresários, já que os Estados Unidos são um dos principais parceiros comerciais do Brasil.

Gráfico 8 - Preço médio pago pelo SH 610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)



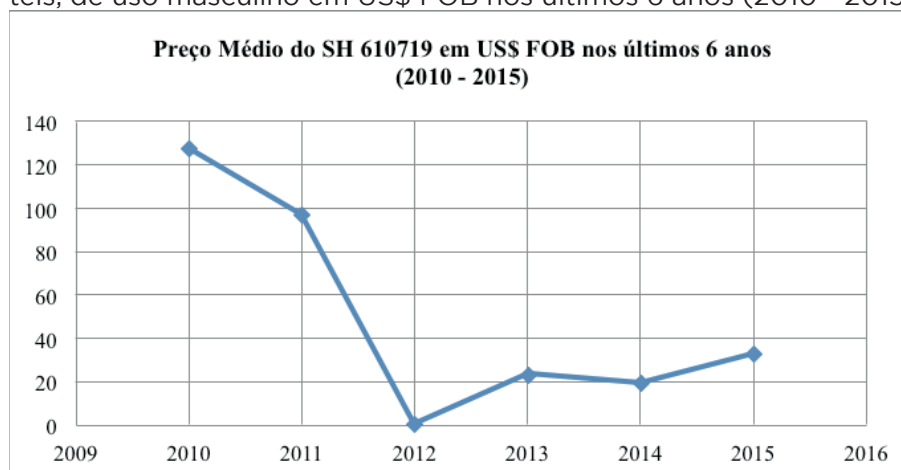
Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC.

Conforme o gráfico, esse SH tem o preço médio instável durante os anos analisados. Em 2010 seu preço foi de US\$ 100.92, mas em 2012 chegou a US\$ 11.31, o que representa uma queda brusca. Já entre 2013 e 2014, ele se recuperou; porém, voltou a cair em 2015 (US\$ 14.91). O seu preço médio nos anos estudados foi de US\$ 77.85, o que faz com que ele ocupe o terceiro lugar entre os mais bem colocados nesse parâmetro.

O setor de Moda Íntima masculina destaca-se na medida em que seus preços médios podem chegar a números altos quando o contexto econômico está favorável. Além disso, esse é outro produto que tem como um dos principais compradores os Estados Unidos (quarto lugar). Entretanto, a exportação de Moda Íntima masculina é pequena em relação a outros estados brasileiros. Corresponde a apenas a 0,59% das exportações brasileiras de Moda Íntima e a categoria (Moda Íntima masculina) está em oitavo lugar nas exportações fluminenses.

Sua queda forte em 2015 está relacionada com a perda total de vendas para a Bolívia e para os Estados Unidos. Mais uma vez, ressalta-se que é *necessário* investir no setor de moda masculina, já que este SH é um potencial produto para o mercado estadunidense, que opera com o dólar alto, apresentando ótima oportunidade para exportar.

Gráfico 9 - Preço médio pago pelo SH 610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)

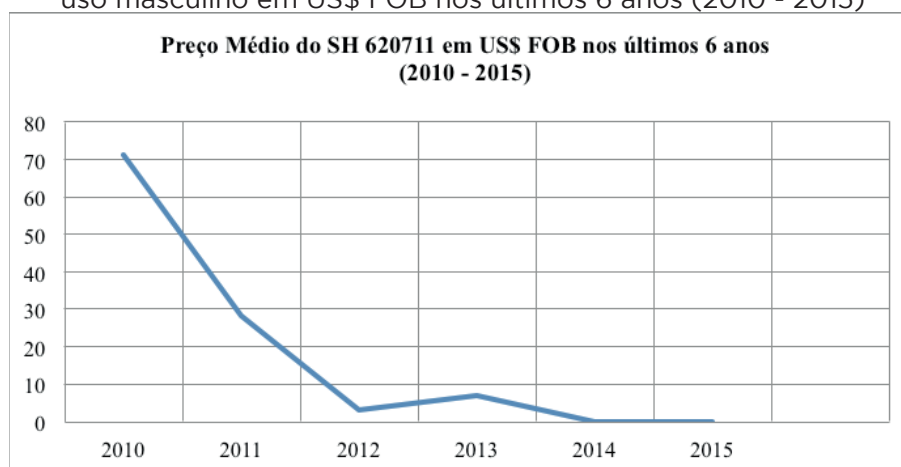


Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

De acordo com o gráfico, o SH 610719 segue o mesmo caminho dos produtos anteriores, com queda exponencial do preço médio em 2012. O produto, em 2010, chegou ao preço médio de US\$ 127.6, mas teve número quase inexpressivo em 2012: US\$ 0.36. O seu preço médio durante os anos analisados foi de US\$ 50.10 e o produto parece estar em recuperação, apesar da baixa, se comparado aos dois primeiros anos de análise.

Este é um SH que precisa crescer, já que é um dos mais fracos do setor e se encontra como um dos produtos que tem os compradores internacionais mais variados: começando por Angola, França, passando por Estados Unidos, Bósnia Herzegovina e Países Baixos. Isso demonstra oportunidades de negócios e necessidade de aumento da produção, já que há países com moedas fortes entre os principais: Estados Unidos com o dólar e França com o euro. Entretanto, destaca-se que no ano de 2015 somente Angola comprou esse produto, fazendo-se necessário atrair compradores para esse SH nos próximos anos.

Gráfico 10 - Preço médio pago pelo SH 620711 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)

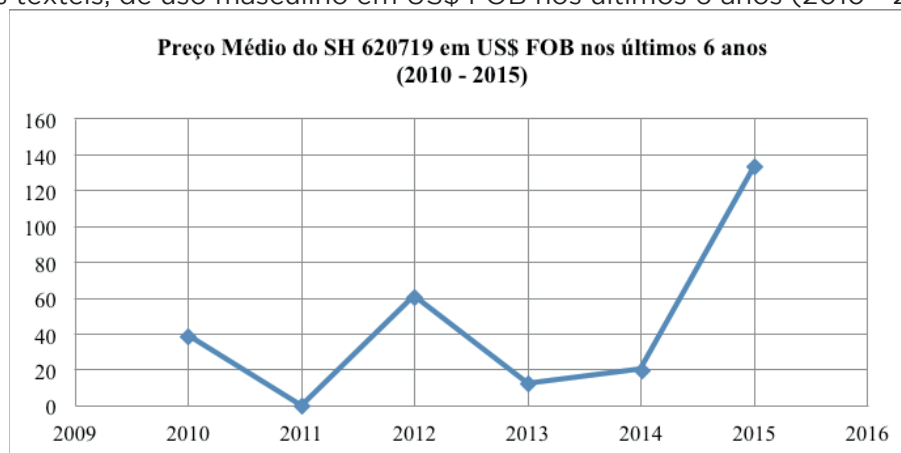


Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Conforme o gráfico, esse SH 620711 é um dos que tiveram a queda mais brusca do preço médio por quilograma do setor. Seu preço vai de US\$ 71.4 em 2010 para US\$ 3.30 em 2012 e opera nos últimos dois anos com nenhuma exportação. Além disso, seu preço médio durante os anos é o menor entre todos os produtos: US\$ 18.35.

É necessária atenção especial para “Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão, de uso masculino” que têm números fracos diante dos outros, e é preciso investimento, qualificação e aumento da produção para ampliar as exportações do produto. Essas ações são importantes para que esse produto consiga elevar, positivamente, seus números nos próximos anos.

Gráfico 11 - Preço médio pago pelo SH 620719 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015).



Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Conforme o gráfico destaca-se que o produto não segue o mesmo caminho dos anteriores. O seu preço médio em 2010 era de US\$ 39.08, e chegou a nenhuma exportação em 2011. Porém, em 2012 tem crescimento com preço de US\$ 61.10, queda em 2013 (US\$ 12.57) e em 2014 (US\$ 20.08), e chegou ao seu maior preço médio em 2015 (US\$ 133.5).

O seu preço médio no total dos anos é de US\$ 44.38. Seus principais compradores são Angola e Japão, o que sinaliza boas oportunidades de investir no país japonês, já que o iene tem chances de se tornar mais forte que o dólar.

Tabela 15 - Preço médio pago pelo por cada item de Moda Íntima em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2010 - 2015) e no período

SH/Ano	2010 em US\$	2011 em US\$	2012 em US\$	2013 em US\$	2014 em US\$	2015 em US\$	Preço Médio no Período em US\$
610821 - Calcinhas, de malha, de algodão, de uso feminino	57.29	68.01	20.22	4.91	11.26	28.22	31.65
610822 - Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	75.64	78.87	32.48	73.85	72.86	82.83	69.42
610829 - Calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis	100.69	77.320	4.39	8.50	8.31	6.27	34.24

621210 - Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino	110.58	121.08	116.85	102.72	80.02	123.38	109.105
621220 - Cintas e cintas-calças, mesmo de malha, de uso feminino	80.55	72.310	51.55	73.96	65.98	38.41	63.79
621230 - Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha, de uso feminino	101.48	110.15	117.81	91.73	82.35	80.92	97.40
610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	89.05	66.46	38.07	49.14	12.43	18.97	45.68
610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino	100.92	133.72	11.31	75.62	130.64	14.91	77.85
610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino	127.6	97.04	0.36	23.22	19.51	32.92	50.10
620711 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão, de uso masculino	71.4	28.42	3.3	6.89	0	0	18.35
620719 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino	39.08	0	61.1	12.57	20.08	133.5	44.38
Preço Médio no Ano	86.75	77.58	41.58	47.55	45.76	50.93	58.36

Fonte: FucexData, 2016.

4. OS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DO SETOR DE MODA ÍNTIMA NO MUNDO NO ÚLTIMO TRIÊNIO

Nesta seção, apresentaremos os principais países exportadores entre 2011 e 2013 de cada produto do setor a partir de seu respectivo SH. Para isso, utilizaremos dados do site Radar Comercial¹⁷.

¹⁷ O site do Radar Comercial, desenvolvido pela Secretaria de Comércio Exterior (Secex) do Brasil, está fora do ar.

Tabela 16 - Principais exportadores do SH 621210
Sutiãs e bustiês (sutiãs de cós alto)

País	Total de Exportações no Triênio em US\$
China	13.051.419
Sri Lanka	1.247.201
Indonésia	990.191
Tailândia	944.701
Bangladesh	540.288
Outros	8.079.180
Total em US\$	24.852.980

Fonte: Radar Comercial, 2016.

O produto apresentado na tabela acima, *SH 621210* (Sutiãs e bustiês de cós alto), é o produto mais lucrativo em todos os mercados – ao observarmos as Tabelas 1, 2 e 4 veremos que é o item mais vendido do setor pelo Rio de Janeiro e também pelos demais estados brasileiros. A China, sozinha, possui 53% desse mercado, como pode se observar no Gráfico 12, ou seja, mais da metade do lucro mundial total.

O segundo país que mais exportou o item foi o Sri Lanka, que possui 5% das vendas desse setor. Destacamos, ainda, que Indonésia, Tailândia e Bangladesh também aparecem como principais exportadores do produto, mas a participação desses países no mercado mundial, se comparada com a China, ainda é muito pequena. Entretanto, ao compará-los com o resto do mundo, têm participação significativa, já que os todos os outros países juntos exportam apenas 32% do setor.

Gráfico 12 - Principais exportadores do SH 621210
Sutiãs e bustiês (sutiãs de cós alto)



Fonte: Radar Comercial, 2016.

Tabela 17 - Principais exportadores do produto SH 610822
Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais

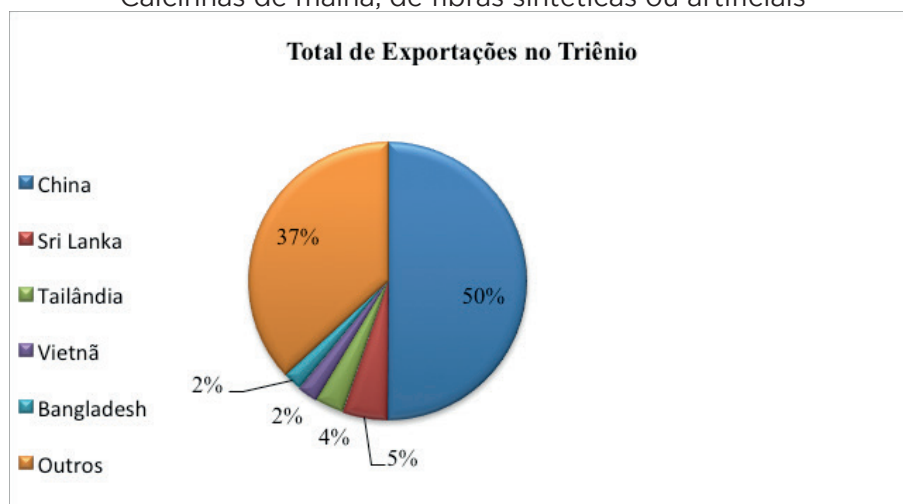
País	Total de Exportações no Triênio em US\$
China	4.110.754
Sri Lanka	422.388
Tailândia	272.747

Vietnã	190.099
Bangladesh	184.961
Outros	3.020.888
Total em US\$	8.201.837

Fonte: Radar Comercial, 2016.

A tabela acima também apresenta a China como maior exportadora (detém 50% da exportação mundial – conferir o Gráfico 13 abaixo), pois além de possuir um baixo custo de mão de obra, os chineses também apresentam grande investimento em infraestrutura e desenvolvimento tecnológico, o que torna a competição quase impossível. Os países que a seguem, Sri Lanka, Tailândia, Vietnã e Bangladesh, também são países em que o custo com a mão de obra é baixo, permitindo-os ter relevância no comércio mundial. Entretanto, no Brasil, as leis trabalhistas são bem mais rígidas em relação a horas de trabalho e salário, o que faz com que o custo com o trabalhador seja maior. Além disso, a falta de tecnologias avançadas e infraestrutura faz com que o mercado nacional não consiga competir com mercados internacionais.

Gráfico 13 - Principais exportadores do SH 610822
Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais



Fonte: Radar Comercial, 2016.

Tabela 18: Principais exportadores do SH 621220 – Cintas e cintas-calça

País	Total de Exportações no Triênio em US\$
China	509.679
Colômbia	63.076
Nicarágua	56.453
Indonésia	56.366
Vietnã	32.889
Outros	576.994
Total em US\$	1.295.457

Fonte: Radar Comercial, 2016.

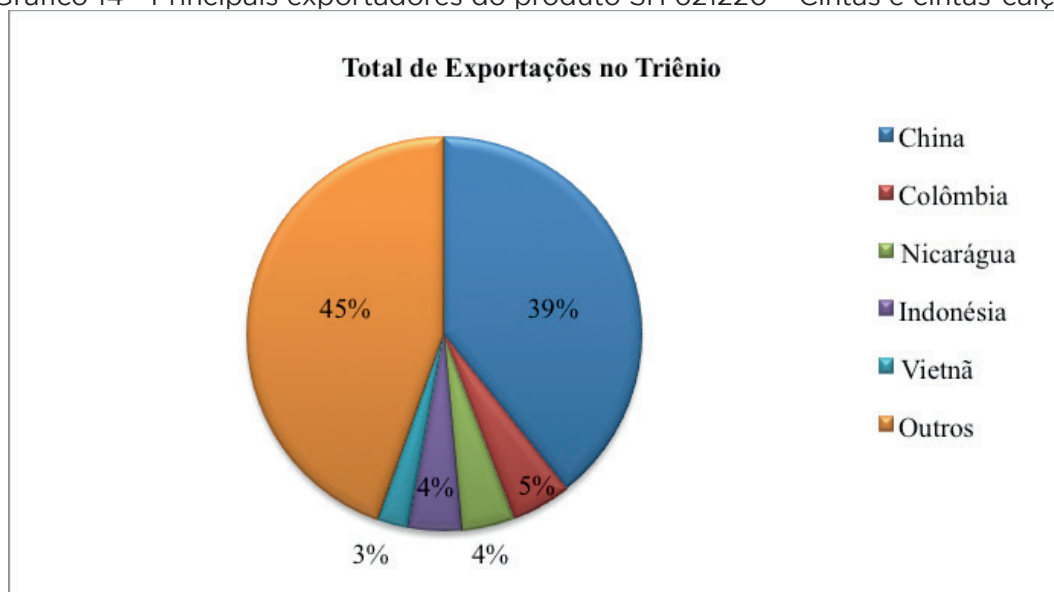
No triênio apresentado, a China exportou U\$S 509.679,00 do produto SH 621220, detendo 39% das exportações totais. Enquanto Colômbia, Nicarágua, Indonésia e Viet-

nã juntos exportaram US\$ 152.418,00, ficando com 16% das exportações totais. O monopólio chinês no setor é indiscutível.

Ademais, a posição de Colômbia e Nicarágua, em 2º e 3º lugar, respectivamente, nas exportações do SH 621220 demonstra a relevante participação da América Latina no comércio mundial. Um grande polo de confecções têxteis se encontra na Colômbia, e 40% de toda a sua produção destina-se à exportação.

Apesar da considerável marca de exportações chinesas, este é o produto do setor com o qual a China menos obteve lucro em relação ao mundo (39%), como se pode observar no Gráfico 14, abaixo.

Gráfico 14 - Principais exportadores do produto SH 621220 - Cintas e cintas-calças



Fonte: Radar Comercial, 2016.

Tabela 19 - Principais exportadores do SH 610712 Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino.

País	Total de Exportações no Triênio em US\$
China	1.112.422
Vietnã	211.296
Camboja	106.896
Tailândia	58.480
Sri Lanka	46.949
Outros	691.508
Total em US\$	2.227.551

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Sem fugir do padrão, no produto SH 610712 a China obteve 50% do lucro do mundo, com US\$ 1.112.422,00 das exportações mundiais. O Vietnã apresenta 9% do lucro total que, quando comparado com o da China, não se faz tão relevante; porém, ao analisar o panorama geral do mundo, o país possui um bom mercado externo.

Em geral, os países que fabricam os produtos de Moda Íntima são quase sempre os mesmos e percebe-se grande concentração na Ásia, com a participação de China, Vietnã, Tailândia, Sri Lanka, Indonésia e Bangladesh.

Tabela 20 - Principais exportadores do produto SH 610711
Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão.

País	Total de Exportações no Triênio em US\$
China	847.590
Costa Rica	243.898
Indonésia	134.595
Vietnã	113.114
Bangladesh	84.533
Outros	627.359
Total em US\$	2.051.089

Fonte: Radar Comercial, 2016.

O produto acima mencionado também apresenta monopólio chinês. Entre 2011 e 2013 o país obteve US\$ 847.590,00 de lucro, que equivale a 41% do total do produto exportado no mundo. A Costa Rica, país que também possui um grande polo de indústria têxtil, aparece com forte mercado internacional, fora do continente asiático, com 12% do total lucrado nos anos compreendidos neste estudo, conforme constatamos no gráfico 15, que segue abaixo.

Gráfico 15 - Principais exportadores do SH 610711
Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão.



Fonte: Radar Comercial, 2016.

Tabela 21 - Principais exportadores do SH621230
Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs)

País	Total de Exportações no Triênio em US\$
China	176.051
Alemanha	24.370
Indonésia	16.127
Portugal	15.091
Vietnã	15.038
Outros	184.869
Total em US\$	431.546

Fonte: Radar Comercial, 2016.

A China, mais uma vez, tem o domínio dos “Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs)”, tendo lucrado US\$ 176.051,00, o que significa 41% do total mundial no triênio.

A aparição da Alemanha e de Portugal faz com que a Europa também se insira neste mercado, trazendo novos competidores para o mercado chinês.

Tabela 22 - Principais exportadores do SH 610829
Calcinhas de malha, de outras matérias têxteis

País	Total de Exportações no Triênio
China	252.882
Sri Lanka	12.669
Itália	11.690
Alemanha	10.585
Lituânia	9.297
Outros	140.485
Total em US\$	437.608

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Novamente, como se observa na tabela, a China tem a liderança nas exportações do produto. Arrecadando um total de US\$ 252.882,00 no triênio, ela deteve 58% do mercado mundial, seguida do Sri Lanka e Itália, ambos com 3%, Alemanha e Lituânia com 2% cada, enquanto o resto do mundo deteve os outros 32% referentes aos US\$ 140.485,00 que esse grupo lucrou no período.

Tabela 23 - Principais exportadores do SH 610821
Calcinhas de malha, de algodão;

País	Total de Exportações no Triênio em US\$
China	2.986.435
Bangladesh	579.440
Sri Lanka	638.513
Índia	567.151
Tailândia	342.072
Outros	393.940
Total em US\$	5.507.551

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Com 54% do lucro, a China também lidera o mercado do produto *SH 610821* (calcinhas de malha, de algodão). Sri Lanka fica em 2º lugar com 12%, Bangladesh com 11%, Índia com 10% e Tailândia com 6%. Com exceção da China, esse é o mercado que se apresentou mais balanceado entre os principais exportadores.

A China e a Índia têm trabalhado em parceria para inserir os produtos têxteis indianos no comércio internacional. A iniciativa do governo indiano para aumentar a participação do país no mercado global de exportação de têxteis e vestuário elevou a produtividade do empresariado, assim, a Índia exportou 35 bilhões de dólares de produtos têxteis e de vestuário no ano fiscal encerrado em março de 2014.

Além disso, os chineses possuem grande capacidade para produção de tecidos de fibra sintética, enquanto as produções indianas são quase 60% de fibras de algodão (no mercado mundial as fibras sintéticas têm mais aceitação).

Tabela 24: Principais exportadores do SH 610719
Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis

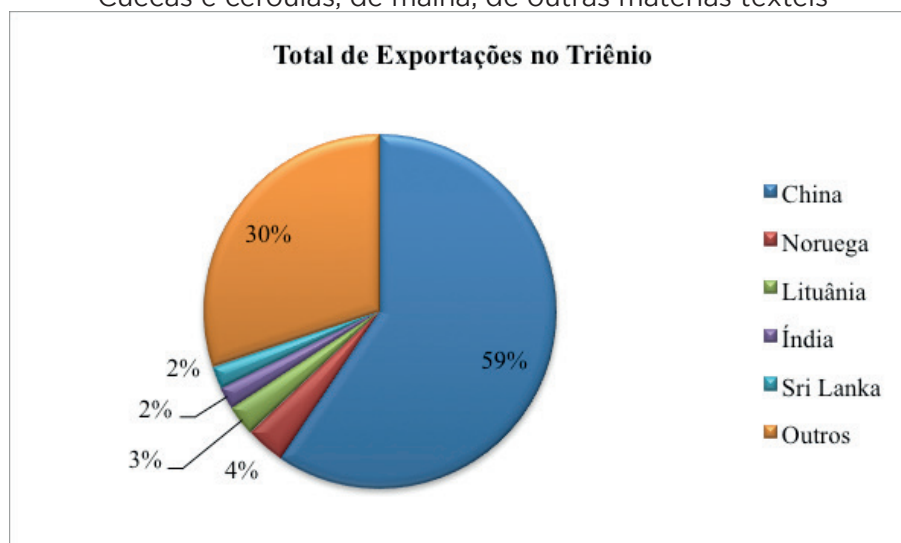
País	Total de Exportações no Triênio
China	178.876
Noruega	10.726
Lituânia	8.261
Índia	6.209
Sri Lanka	6.009
Outros	90.410
Total em US\$	300.491

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Como se observa na tabela, a China também é o país que mais exporta o *SH 610719*. A Noruega aparece como o 2º país que mais exportou o produto no triênio, mas sua participação em relação à China foi muito pequena. Enquanto a segunda obteve 4% dos lucros totais, a primeira obteve mais da metade desse mercado, com 59%, como se observa no Gráfico 16.

Os demais países que aparecem no decorrer do estudo, Lituânia, Índia e Sri Lanka, também já se apresentaram como principais exportadores do setor de Moda Íntima, apesar de sempre haver uma grande diferença entre eles e a China.

Gráfico 16 - Principais exportadores do SH 610719
Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis



Fonte: Radar Comercial, 2016.

Tabela 25 - Principais exportadores do SH 620711
Cuecas e ceroulas, de algodão

País	Total de Exportações no Triênio em U\$S
China	847.590
Costa Rica	243.898
Indonésia	134.595
Vietnã	113.114
Bangladesh	84.533
Outros	627.359
Total em US\$	2.051.089

Fonte: Radar Comercial, 2016.

O mercado do produto *SH 620711*, em que a China obteve lucro de US\$ 847.590,00 no triênio, o que representa 41% das exportações gerais, também tem a presença da Costa Rica que deteve 12% do mercado. É possível observar a presença da Costa Rica em produtos fabricados com fibra de algodão, ao analisar as os gráficos em conjunto, nos quais o país se faz presente somente em exportações cuja matéria prima é a fibra de algodão.

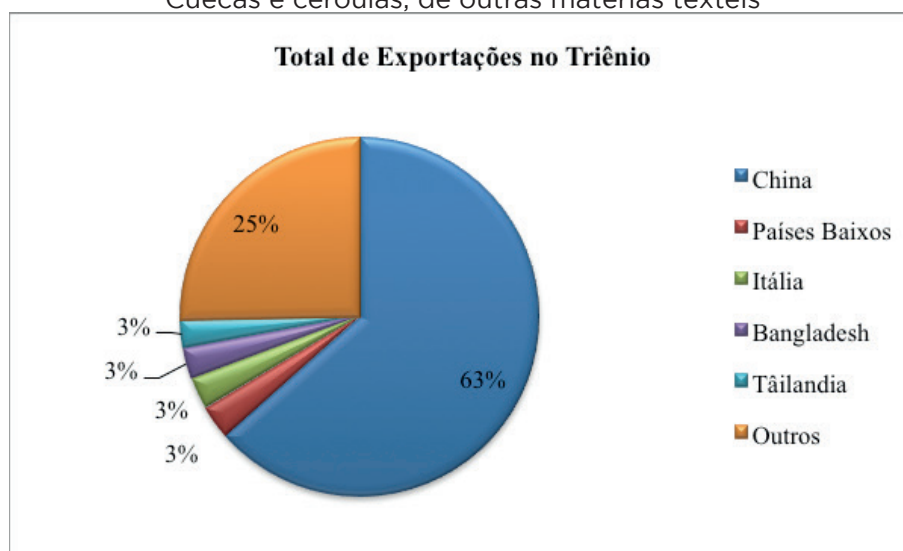
Tabela 26 - Principais exportadores do SH620719
Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis

País	Total de Exportações no Triênio
China	203.588
Países Baixos	9.622
Itália	9.064
Bangladesh	8.978
Tailândia	8.176
Outros	81.105
Total em US\$	320.533

Fonte: Radar Comercial, 2016.

A última tabela apresentada nesta seção também revela a predominância chinesa em relação ao mercado internacional do setor. Com ganho de US\$ 203.588,00, a China deteve 63% do lucro de cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis. Sendo seguida por Países Baixos, Itália, Bangladesh e Tailândia, todos com 3%, enquanto os demais países obtiveram 25% do total lucrado nos anos, como se pode observar no Gráfico 17 abaixo.

Gráfico 17 - Principais exportadores do produto SH 620719
Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis



Fonte: Radar Comercial, 2016.

É notória, em todos os gráficos e tabelas que foram apresentados, a relevância chinesa na exportação desse setor. Uma média geral de todos os produtos indicaria o mercado chinês dominando mais de 50% das exportações mundiais. Nesse cenário, a produção brasileira e fluminense ainda se mostram muito pequenas quando comparadas a outros mercados que também exportam os produtos do setor.

Outros países fortes nesse seguimento concentram-se majoritariamente no continente asiático, como Tailândia, Bangladesh, Vietnã, Indonésia e Sri Lanka. Além desses, Costa Rica, Alemanha e Portugal também apresentam certa relevância nas exportações de Moda Íntima.

5. DINAMISMO DO MERCADO

Nesta seção é feita a análise do dinamismo de mercado dos principais países exportadores de cada produto específico do setor de Moda Íntima, no último triênio disponível (2011-2013). Segundo o Radar Comercial, o dinamismo indica a evolução das importações pelo país em análise ou pelo mundo. Se as importações do produto cresceram acima da média das importações totais do país ou do mundo (no triênio em análise), o produto é “dinâmico” naquele mercado. Se crescerem abaixo da média, o produto é “estável”. Se reduziram, o produto está “em declínio”.

É importante ressaltar que não foi possível analisar as razões para o dinamismo de alguns países exportadores de Moda Íntima, como Sri Lanka, Bangladesh, Vietnã, Nicarágua, Itália, Camboja e Países Baixos, pois não encontramos dados disponíveis.

As seguintes subposições são analisadas:

- Moda Íntima de uso feminino: 610821 - Calcinhas, de malha, de algodão, de uso feminino; 610822 - Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso feminino; 610829 - Calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso feminino; 621210 - Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino; 621220 - Cintas e cintas-calças, mesmo de malha, de uso feminino; 621230 - Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha, de uso feminino.
- Moda Íntima de uso masculino: 610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão, de uso masculino; 610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino; 610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino; 620711 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão, de uso masculino; 620719 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino.

5.1. MODA ÍNTIMA DE USO FEMININO

Segundo os dados coletados no Radar Comercial sobre o dinamismo comercial dos países analisados nesse trabalho, a China, Sri Lanka, Indonésia e Tailândia são os principais exportadores do SH 621210 - sutiãs e bustiês (sutiãs de cóis alto). A China no último triênio (2011-2013) não cresceu acima da média, enquanto Indonésia e Tailândia o fizeram, sendo, assim, considerados “dinâmicos”.

Os principais compradores do produto 610822 (calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais) em ordem decrescente são China, Sri Lanka e Tailândia. Porém, tanto China como Tailândia encontram-se em “declínio” no triênio analisado, o que significa que as importações desse produto reduziram em relação à média do total das importações desses países.

Os maiores exportadores do SH 621220 (cintas e cintas-calças) são China, Colômbia, Nicarágua e Indonésia. Através dos dados analisados nota-se que China e Colômbia se encontram em “declínio”, com o preço reduzido no triênio 2011-2013. Já Indonésia se manteve “dinâmica” no período analisado, o que significa que suas importações aumentaram. Enquanto o SH 621230 - Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs) - tem como principais exportadores, por ordem decrescente: China, Alemanha, Indonésia e

Portugal. Alemanha, Indonésia e Portugal se encontram em “declínio”, com baixa nas importações, enquanto o mercado chinês se manteve “dinâmico” no triênio analisado. O SH 610829 – calcinhas de malha, de outras matérias têxteis – tem como principais exportadores em ordem decrescente a China, Sri Lanka, Alemanha e Lituânia. Neste setor, a Alemanha e Lituânia também estão em “declínio” no triênio 2011-2013, com queda em suas importações. Já a China tem o mercado “dinâmico”.

China, Bangladesh, Sri Lanka e Índia são os exportadores mais relevantes do SH 610821 – Calcinhas de malha, de algodão. No triênio estudado, a China manteve seu mercado “dinâmico”, com aumento em suas importações do produto, e a Índia seguiu o mesmo caminho, ficando com o mercado “dinâmico”. O sucesso da China em todos os setores da Moda Íntima deve-se à prática de *dumping*¹⁸, o que torna difícil para os outros países competirem com ela nas exportações.

5.2. MODA ÍNTIMA DE USO MASCULINO

Assim como na moda feminina, a China aparece em primeiro lugar entre os principais exportadores do produto SH 610712 – Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino. Posteriormente aparecem Vietnã, Camboja e Tailândia. No triênio de 2011-2013 o mercado chinês ficou “dinâmico”, crescendo acima da média; o mesmo aconteceu no mercado tailandês, que se manteve “dinâmico” nesses anos.

De acordo com os dados analisados, os principais exportadores do produto 610711 (cuecas e ceroulas, de malha, de algodão) em ordem decrescente são China, Costa Rica e Indonésia. A China se manteve “estável” nos anos analisados, com as importações crescendo abaixo da média. Já a Costa Rica ficou com mercado “dinâmico”, significando que as importações do produto cresceram acima da média das importações totais do país ou do mundo. O produto 610719 (cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis) tem como seus principais exportadores a China, Noruega, Lituânia e Índia. No triênio 2011-2013 a China teve o mercado em “declínio”, com redução em suas importações do produto. Lituânia e Noruega também ficaram na mesma situação. Apenas a Índia teve suas importações acima da média, mantendo seu produto “dinâmico”.

Os principais países exportadores do produto 620711 (cuecas e ceroulas, de algodão) são China, Costa Rica e Indonésia, conforme mostrado na seção anterior. O mercado chinês apresentou “dinamismo” no setor analisado, com crescimento de suas importações. Por sua vez, a Costa Rica está em “declínio” nos anos estudados, com redução em suas importações. Por fim, a Indonésia se manteve “dinâmica” no produto demonstrado. O SH 620719 (cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis) apresenta como os principais países exportadores, em ordem decrescente, China, Países Baixos, Itália, Bangladesh e Tailândia. A China, durante o período 2011-2013, teve as importações do produto estudado em crescimento acima da média, ou seja, seu mercado se manteve “dinâmico”. A Tailândia seguiu o mesmo caminho da China, dispondo de “dinamismo” nesse triênio.

¹⁸ *Dumping* é uma prática comercial que consiste em uma ou mais empresas de um país venderem seus produtos, mercadorias ou serviços por preços extraordinariamente abaixo de seu valor justo para outro país por um tempo, visando prejudicar e eliminar os fabricantes de produtos similares concorrentes no local, passando então a dominar o mercado e impondo preços altos. É um termo usado em comércio internacional e é reprimido pelos governos nacionais, quando comprovado. Essa técnica é utilizada como forma de ganhar quotas de mercado.

6. AS REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DO SETOR E A PRESENÇA DE ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL)

O APL é uma das formas encontradas por pequenas organizações para fazerem frente à concorrência, organizando-se em comunidades empresariais e, conseqüentemente, expandindo suas fronteiras, tanto do ponto de vista territorial, quanto econômico de negócios. Os APLs visam maior competitividade mediante a agregação de valor aos produtos e a criação de uma base sólida de inovação e desenvolvimento produtivo, que permita a todos os envolvidos participarem do crescimento e da expansão dos negócios, inclusive com a exportação consorciada da produção de cada participante.

No estado do Rio de Janeiro, o setor de Moda Íntima conta com um APL na cidade Nova Friburgo, que tem como seus campos de atuação as cidades de Bom Jardim, Duas Barras, Cordeiro, Macuco e Cantagalo. O polo de Moda Íntima de Nova Friburgo existe desde 1968 e é referência para o mercado nacional.

Criado em 2002, o Conselho de Moda estipulou metas, criou planos estratégicos, estipulou o público-alvo, e deu acesso ao crédito aos investidores. Uma de suas maiores realizações foi a criação do Espaço SENAI de Moda com o apoio da FIRJAN, em 2014.

A confecção de artigos do vestuário se destaca no ranking 10 dos setores mais importantes no que diz respeito ao número de empregos formais registrados em Nova Friburgo.

Para apresentar as regiões do estado do Rio que exportam no setor de Moda Íntima, utilizaremos dados disponíveis na AliceWeb, e por questões de sigilo fiscal, o site limita as informações das mercadorias por consulta SH2 e por posição SH4, da NCM (Nomenclatura Comum do Mercosul). Por isso, aqui faremos o uso de quatro SH4, o *SH4 6212* (sutiãs, cintas, espartilhos, suspensórios, ligas e artefatos semelhantes, e suas partes, mesmo de malha); o *SH4 6108* (Combinações, saiotas, calcinhas, camisas de noite, pijamas, déshabillés, roupões de banho, robes de quarto e semelhantes, de malha, de uso feminino); o *SH4 6107* (Cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de malha, de uso masculino) e o *SH4 6207* (Camisolas interiores, cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de uso masculino).

Tabela 27 - Regiões produtoras do SH4 6212 - Sutiãs, cintas, espartilhos, suspensórios, ligas e artefatos semelhantes, e suas partes, mesmo de malha

Município / U\$S Por Ano	2010 em U\$S	2011 em U\$S	2012 em U\$S	2013 em U\$S	2014 em U\$S	2015 em U\$S	Total em U\$S
Nova Friburgo	635.897	439.935	1.150.115	834.063	1.122.938	266.087	4.449.035
Rio de Janeiro	215.587	375.176	300.160	357.619	560.715	101.695	1.910.952
Cantagalo	50.218	14.347	7.693	5.423	251	0	77.932
Cordeiro	3.151	6.695	15.305	15.284	26.216	717	67.368
Mesquita	1.943	1.867	0	0	0	0	3.810
Queimados	678	4.284	0	0	0	0	4.962
Itaocara	0	0	0	125	28	77	230
Macaé	0	0	0	769	0	0	769
Niterói	0	0	0	0	0	6	6
Petropolis	0	0	0	0	1.919	683	2.602
Total em U\$S	907.474	842.304	1.473.273	1.213.283	1.712.067	369.265	6.517.666

Fonte: AliceWeb, 2016.

Como se observa na tabela, Nova Friburgo é a cidade fluminense que mais exporta os produtos englobados no SH4 6212. O fato de esta região ter se tornado referência no mercado nacional e ser a cidade sede da APL de Moda Íntima contribui muito para que ela ocupe essa posição, já que uma das principais metas da APL é fomentar a exportação de produtos na região. Outra cidade que também recebe o apoio da APL é Cantagalo, que aparece em terceiro lugar.

A capital do Rio de Janeiro aparece em 2º lugar como maior exportador do SH4 6212, entretanto, a diferença entre a capital e a região de Nova Friburgo é bem grande. Enquanto a primeira possui 29% das exportações do estado no setor, a segunda detém 68%. Isso acontece porque Nova Friburgo concentra muitas fábricas de Moda Íntima e é considerada um dos maiores polos de moda e lingerie do Brasil e se destaca no cenário nacional pela fabricação de peças íntimas femininas e masculinas, com bons preços para revenda. A cidade de Cordeiro fica com apenas 1% de total, e as demais com menos de 1%.

Tabela 28 - Regiões produtoras do SH4 6108 – Combinações, saiotos, calcinhas, camisas de noite, pijamas, déshabillés, roupões de banho, robes de quarto e semelhantes, de malha, de uso feminino

Município / U\$S Anual	2010 em U\$S	2011 em U\$S	2012 em U\$S	2013 em U\$S	2014 em U\$S	2015 em U\$S	Total em U\$S
Nova Friburgo	271.100	273.154	707.986	912.542	1.027.565	1.159.163	4.351.510
Rio de Janeiro	132.053	428.796	680.622	430.940	539.148	356.090	2.567.649
Cordeiro	4.647	824	11.818	11.323	21.314	6.473	56.399
Aperibe	586	0	0	0	0	0	586
Queimados	377	5.400	0	0	0	0	5.777
Armação dos Búzios	0	0	186	672	112	0	970
Cantagalo	0	0	0	8.097	0	2.887	10.984
Itaocara	0	0	0	118	256	234	608
Itaperuna	0	0	741	7	0	0	748
Petropolis	0	0	0	0	0	0	0
Total em U\$S	408.763	708.174	1.401.353	1.363.699	1.588.395	1.524.847	6.995.231

Fonte: AliceWeb; 2016.

Novamente vê-se a cidade de Nova Friburgo como maior exportadora do setor, neste caso do SH4 6108, seguida pela cidade do Rio de Janeiro. Essas duas detêm quase a totalidade do total exportado pelo Estado. Também se observa o crescimento da produtividade dessas cidades entre os anos analisados. Com isso, o lucro desse setor foi ampliado em quase 300% entre 2010 e 2015.

Outro ponto importante é a relevância da fabricação de produtos de Moda Íntima feminina em relação à masculina. Em todo o estudo é possível observar a predominância do mercado feminino, não só no Rio de Janeiro, como também em outros estados da federação. Com isso, a fabricação de produtos de malha na região fluminense, como já dito anteriormente, também ganha destaque.

Tabela 29 - Regiões produtoras do SH4 6107 – Cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de malha, de uso masculino

Município / U\$S Por Ano	2010 em U\$S	2011 em U\$S	2012 em U\$S	2013 em U\$S	2014 em U\$S	2015 em U\$S	Total em U\$S
Rio de Janeiro	10.528	15.659	162.256	35.988	14.776	8.182	247.389
Nova Friburgo	1.410	349	3.463	3.439	2.172	2.484	13.317
Cordeiro	0	0	0	0	310	5	315
Petropolis	0	0	0	0	2.135	5.742	7.877
Resende	0	0	0	0	308	0	308
Total em U\$S	11.938	16.008	165.719	39.427	19.701	16.413	269.206

Fonte: AliceWeb; 2016.

Na tabela acima, a cidade do Rio de Janeiro apresenta-se como a maior exportadora do SH4 6107, com uma diferença expressiva em relação à segunda cidade, Nova Friburgo. Neste setor, o município de Petrópolis aparece como o terceiro maior exportador dos produtos. Essa cidade também está situada na Região Serrana do Rio, região que conta com um dos maiores polos de confecção do Brasil, com fábricas de pequeno e médio porte.

A cidade de Petrópolis conta também com um APL de vestuário, mas esse APL abrange outros tipos de fábricas, diferentes dos tipos analisados neste estudo. Apesar de a região produzir peças no setor, seu foco não é apenas em produtos de Moda Íntima, como é o caso de Nova Friburgo.

Tabela 30 - Regiões produtoras do SH4 6207 – Camisolas interiores, cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de uso masculino.

Município / U\$S Anual	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total em U\$S
Rio de Janeiro	0	170	1.585	251	13.390	1.940	17.336
Nova Friburgo	160	60	0	949	146	168	1.483
Niteroi	0	0	585	0	0	0	585
Itaocara	0	0	0	0	0	319	319
Cordeiro	105	0	0	0	0	0	105
Itaperuna	0	0	65	0	0	0	65
Duque de Caxias	2	0	0	0	0	0	2
Total em U\$S	267	230	2.235	1.200	13.536	2.427	19.895

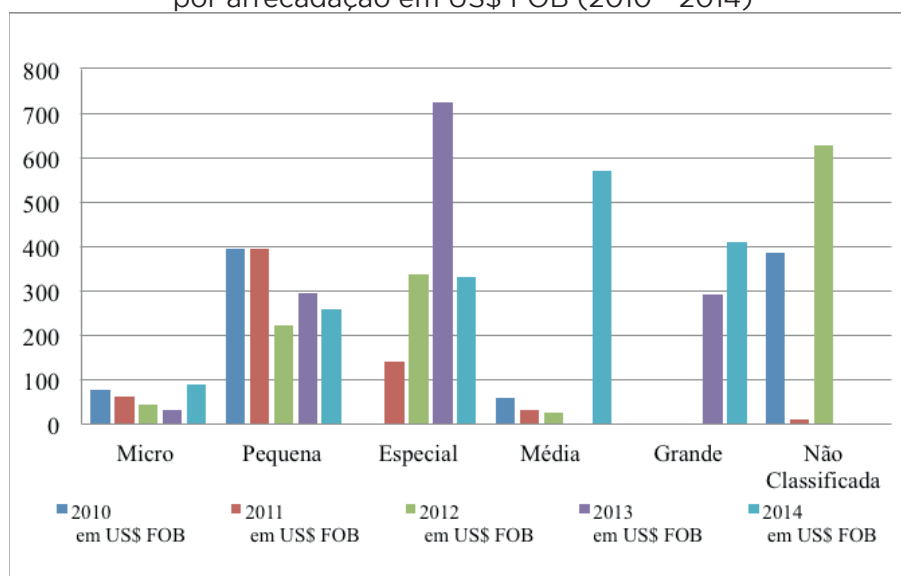
Fonte: AliceWeb; 2016.

Apesar de ser um produto com baixo lucro para o estado do Rio, o SH4 6207, tem a capital fluminense como maior exportadora e detentora de 87% das vendas desse mercado. As demais cidades têm pouquíssima participação. Nova Friburgo representa 7% do mercado, Niterói 3%, Itaocara 1,5%, e as demais cidades menos de 1%.

7. PORTE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS ENTRE 2010 E 2014

Nesta seção são apresentados: o gráfico com o levantamento detalhado do faturamento total do setor Moda Íntima segundo o porte das empresas fluminenses, no qual foram agrupados todos os 11 SHs, no período de 2010 a 2014; a tabela com os valores absolutos, em dólares (US\$ FOB); além de uma tabela detalhada por ano e por faturamento de cada NCM separadamente. O ano de 2015 não se encontra disponível para consulta.

Gráfico 18 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de Moda Íntima por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2014)



Fonte: FuncexData, 2016.

Tabela 31 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de Moda Íntima por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2014)

Empresas/ Ano	2010 em US\$ FOB	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	Total do Período em US\$ FOB	Média do Período em US\$ FOB
Micro	76.268	60.732	42.581	30.704	89.296	299.581	59.916
Pequena	393.289	393.605	222.691	295.559	258.761	1.563.905	312.781
Especial	0	141	337.94	723.035	330.702	1.532.677	306.5354
Média	58.741	31.215	26.142	1.623.748	569.341	2.309.187	171.359
Grande	3.190.457	2.416.945	1.911.117	290.961	410.666	8.220.146	1.644.029
Não Classificada	385	10.275	626	0	0	11.286	2.257

Fonte: FuncexData, 2016.

A tabela acima demonstra que as grandes empresas foram as que mais faturaram no setor de Moda Íntima no estado do Rio de Janeiro entre 2010 e 2014. Em 2010, o segmento teve a sua maior lucratividade, atingindo US\$ 3.190.457 de um total de US\$ 8.220.146 observado no período. Entretanto, as exportações desse setor apresentaram uma queda desde 2010 e nos últimos dois anos as empresas de médio porte superaram as exportações das grandes empresas.

O resultado dessa análise comprova a necessidade de apoio às microempresas fluminenses, que figuram entre os últimos lugares nas exportações do estado do Rio de Janeiro. O número baixo ocorre porque o seu principal município exportador, Nova Friburgo, apesar de corresponder a 25% da produção de Moda Íntima brasileira, é composto principalmente de micro e pequenas empresas, que apresentam desorganização e tecnologia defasada. Os empresários têm pouca capacitação gerencial e a qualidade dos produtos, infelizmente, deixa a desejar. O destino do produto é concentrado nas classes econômicas de baixo poder aquisitivo e, para a distribuição, predominam os vendedores autônomos.

O incentivo à exportação das microempresas se faz necessário, à medida que possibilitariam lucro para os produtores e geraria mais empregos. SEBRAE e FIRJAN formularam um plano para o polo de Moda Íntima inspirado nos distritos industriais italianos, no qual as exportações são o objetivo central e o aprimoramento produtivo e a cooperação entre empresas são os instrumentos para alcançar este objetivo. O plano obteve apoio generalizado, destacando-se o apoio financeiro do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Tabela 32 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de Moda Íntima por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2014) e por SH¹⁹

Porte Empresa/Ano	2010 em US\$ FOB	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB
Micro					
610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	442	9	0	0	0
610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	0	37	706	0	79
610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis	5.742	2.135	37	0	0
610821 - Calcinhas, de malha, de algodão	264	957	511	126	94
610822 - Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	45.645	20.12	10.859	12.396	23.014
610829 - Calcinhas, de malha, de outras matérias têxteis	1.051	1.298	1.51	22	15
620711 - Cuecas e ceroulas, de algodão	124	485	0	0	0
620719 - Cuecas e ceroulas, de outros materiais têxteis	165	29	880		60
621210 - Sutiãs e bustiês (sutiãs de cóis alto)	18.782	22.487	27.803	17.647	66.014
621220 - Cintas e cintas-calças	2.419	5.625	275	224	
621230 - Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs)	1.634	7.550	0	289	20
Total das microempresas	76.268	60.732	42.581	30.704	89.296
Porte Empresa/Ano	2010 em US\$ FOB	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB
Pequena					
610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	0	0	0	1.75	0
610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	2.704	2.37	2.696	2.572	14.553
610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis	0	0	0	1.579	3.532
610821 - Calcinhas, de malha, de algodão	6.581	2.637	4.259	8.673	1.881

¹⁹ Alguns produtos não se encontraram disponíveis para análise.

Porte Empresa/Ano	2010	2011	2012	2013	2014
Micro	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB
610822 - Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	112.664	150.114	94.471	81.474	60.756
610829 - Calcinhas de malha, de outras matérias têxteis	39.933	78.5	15.371	18.254	24.510
620711 - Cuecas e ceroulas, de algodão	21	0	10	131	0
620719 - Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis	304	5	123	1.144	148
621210 - Sutiãs e bustiês (sutiãs de cóc alto)	165.943	101.601	62.413	93.442	77.827
621220 - Cintas e cintas-calças	20.772	20.114	18.993	24.891	23.693
621230 - Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs)	44.367	38.264	24.355	61.651	51.861
Total das pequenas empresas	393.289	393.605	222.691	295.559	258.761
Média	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB
610821 - Calcinhas de malha de algodão	989	264	0	17.444	5.785
610821 - Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	9.400	2.362	13.732	553.786	183.934
620711- Cuecas e ceroulas, de algodão	7				
621210 - Sutiãs e bustiês (sutiãs de cóc alto)	21.105	15.045	12.221	900.68	266.473
621220- Cintas e cintas-calças	4.607	636	189	134.504	101.936
621230 - Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs)	22.633	12.908	0	17.334	11.213
Total das empresas médias	58.741	31.215	26.142	1.623.748	569.341
Grande	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB
610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	1.339	988	2.229	1.441	1.914
61071 2 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	21	0	0	0	0
610821 - Calcinhas, de malha, de algodão	145.04	149.794	118.83	1.806	27.939
610822 - Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	878.625	760.952	701.581	29.126	60.974
620711 - Cuecas e ceroulas, de algodão	1.276	2.301	0	0	0
621210 - Sutiãs e bustiês (sutiãs de cóc alto)	1.949.283	1.307.181	868.53	232.032	294.741
621220 - Cintas e cintas-calças	138.383	138.016	130.382	21.157	7.642
621230 - Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs)	76.490	57.713	90.165	5.399	16.956

Porte Empresa/Ano	2010 em US\$ FOB	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB
Micro					
Total das grandes empresas	3.190.457	2.416.945	1.911.117	290.961	410.666
Não Classificadas	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB	em US\$ FOB
621210- Sutiãs e bustiês (sutiãs de cós alto)	385	883	626	0	0
621220- Cintas e cintas-calças	0	9.392	0	0	0
Total das empresas não classificadas	385	10.275	626	0	0

Fonte: FuncexData, 2016.

Analisando a tabela acima, é notório que o *SH 621210* (sutiãs e bustiês - sutiãs de cós alto) é de extrema relevância para todos os tipos de empresa, principalmente as grandes, que são as maiores exportadoras de Moda Íntima fluminense deste produto. O segundo mais importante é o *SH 610822* (calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais) sendo exportado por micro, pequenas, médias, especiais e grandes empresas.

Fica destacado que o mercado internacional é atraído pelas fibras sintéticas ou artificiais da Moda Íntima, pelo fato de ser o material que obteve o maior número de produtos vendidos; e o *SH 621210* (sutiãs e bustiês - sutiãs de cós alto) é que o mais faz sucesso nesse setor, sendo o que possui o maior preço médio nos últimos anos, portanto, gerando mais lucro.

Já a Moda Íntima masculina ainda é fraca e tem como principal empresa exportadora a especial, o que indica ser necessário um maior investimento para esse setor e uma maior produção pelos outros tipos de empresa, a fim de possibilitar mais oportunidades de negócios e, assim, fazer o mercado exportador crescer.

8. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DO SETOR DE MODA ÍNTIMA

Nesta seção são apresentadas em ordem alfabética as 30 empresas responsáveis pela exportação dos 11 SHs de Moda-Íntima no estado fluminense, os municípios em que se encontram, o tamanho de cada uma e o tipo de negócio que desenvolvem.

Tabela 33 - Empresas fluminenses exportadoras da Moda Íntima

Razão social	Município	CNPJ	Tamanho	Tipo
A VIEIRA DE AGUIAR CONFECÇÕES - ME	Nova Friburgo	39517123000130	Micro empresa	Indústria
AZULAY E CIA. LTDA	Rio de Janeiro	42135392000146	Média	Indústria
BELLES CONFECÇÕES LTDA - ME	Cordeiro	39242649000154	Pequena	Indústria
BRASIL COMERCIAL IMPORTADORA EXPORTADORA, ASSESSORIA AD	Rio De Janeiro	10632251000142	Micro empresa	Comercial
C M J FRIBURGO IND. E COM. DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO LTDA. ME	Nova Friburgo	01834289000107	Pequena	Indústria

CONSTRUTOR NORBERTO ODEBRECHT S.A.	Rio de Janeiro	15102288008248	Grande	Construção Civil
COTRADE COM. E REPRESENTAÇÕES LTDA	Rio de Janeiro	05025423000180	Especial	Comercial
CSS EXP. E IMP. LTDA	Rio de Janeiro	04830894000106	Micro empresa	Comercial
DE CHELLES IND. E COM. DE CONFECÇÕES LTDA. EPP	Nova Friburgo	31584436000107	Pequena	Indústria
DE MILLUS S.A. IND. E COM. FILÓ S.A.	Rio de Janeiro	33115817000750	Grande	Indústria
HOSSELL DESIGN E COMERCIO LTDA - ME	Rio De Janeiro	10519746000160	Pequena	Comercial
HPI PRODUÇÕES E COM. INTERNACIONAL LTDA	Rio de Janeiro	32116477000123	Pequena	Comercial
JOLIMODE ROUPAS S.A.	Rio de Janeiro	33016494000151	Grande	Indústria
JVM IMP. E EXP. LTDA	Niterói	01534902000170	Especial	Comercial
KRISKAN TRADING LTDA	Rio de Janeiro	02594654000116	Pequena	Comercial
LISER COM. E REPRESENTAÇÕES LTDA	Rio de Janeiro	40285843000104	Pequena	Comercial
LUCITEX CONFECÇOES LTDA	Nova Friburgo	32302507000196	Média	Indústria
MASSENA COM. EXTERIOR LTDA	Rio de Janeiro	05530482000105	Pequena	Comercial
MERCADINHO DA MODA INTIMA DE FRIBURGO IND.E COM. DE CON	Nova Friburgo	09591449000146	Micro empresa	Indústria
R E D DE FRIBURGO LINGERIE E GINASTICA LTDA - ME	Nova Friburgo	04630945000148	Pequena	Comercial
R. VIEIRA AGUIAR CONFECÇOES - ME	Nova Friburgo	05874837000183	Micro empresa	Comercial
RITANO COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA - ME	Rio De Janeiro	02868911000160	Micro empresa	Comercial
SEILLE CONFECÇÕES LTDA. - ME-OPALOCKA	Rio de Janeiro	36111789000103	Micro empresa	Indústria
SEMENTE DA FRUTA LINGERIE LTDA - ME	Nova Friburgo	10328125000107	Micro empresa	Indústria
SENSUALLE RIO COM. E IND. DE MODAS LTDA. - ME	Nova Friburgo	03476302000129	Pequena	Comercial
SHS ARTIGOS DO VESTUÁRIO LTDA ME	Rio de Janeiro	07338026000193	Micro empresa	Indústria
TERRAS DE AVENTURA IND. DE ARTIGOS ESPORTIVOS LTDA	Rio de Janeiro	35943604000156	Grande	Comercial
VEGA IND. E COM. DE VESTUÁRIO E FACÇÕES LTDA	Rio de Janeiro	09527112000250	Média	Comercial
WERMELINGER CONFECÇÃO E COMERCIO LTDA - EPP	Nova Friburgo	04026691000153	Pequena	Indústria

Fonte: FuncexData, 2016.

CONCLUSÃO

Com esse estudo é possível concluir que o Brasil, apesar de ser o 5º maior produtor da indústria têxtil mundial, não está em posição de destaque como um dos principais países exportadores do setor. Isso ocorre porque destina sua produção majoritariamente para o mercado interno. Logo, suas exportações não são tão relevantes no mercado internacional, o que reflete nas exportações de Moda Íntima do estado do Rio de Janeiro.

As vendas de produtos desse setor por empresários fluminenses se mostraram incipientes. O estado de São Paulo detém a maior parte das exportações no setor. As microempresas do estado do Rio de Janeiro são desorganizadas, com tecnologia defasada e o comércio é feito, em sua maioria, por vendedores autônomos e lojas locais. Essas microempresas poderiam ser mais promissoras, porém perdem mercado para as grandes empresas.

Observa-se que os maiores compradores de Moda Íntima do estado do Rio de Janeiro são Argentina, Paraguai e Uruguai. O preço médio dos produtos do setor ficou em torno de US\$ 58,38. Entre os exportadores mundiais, a China é a maior em todos os setores da Moda Íntima. Indonésia, Tailândia e Bangladesh também aparecem entre os principais exportadores neste mercado. Isso dificulta a inserção tanto do Brasil como do Rio de Janeiro como fortes competidores nessa área comercial, já que esses países, principalmente a China, praticam o *dumping*²⁰, além de terem baixo custo na produção causado pela mão de obra barata.

É possível perceber, com os dados analisados, que as grandes empresas são as que mais lucram no setor de Moda Íntima, com faturamento de US\$ 8.220.146 entre os anos de 2010 e 2014. Em segundo lugar aparecem as empresas de médio porte, que apresentam forte crescimento desde 2010. As microempresas e as não classificadas estão em quinto e sexto lugar, respectivamente. Por isso, é necessário que o governo fluminense continue fomentando os programas que incentivem a exportação das micros e pequenas empresas atuantes no setor, como o Exporta Fácil dos Correios, que é um serviço destinado à empresas ou pessoas físicas que desejam expandir seus negócios pelo uso da exportação; além de atuar em conjunto com instituições como a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), que promove o comércio exterior, e o SEBRAE e a FIRJAN, que auxiliam na articulação e organização das micro e pequenas empresas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIT. *Perfil do Setor*. São Paulo, s/ data. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor/>>. Acesso em: 03 nov. 2016

ADVANCED CÂMBIO. *Argentina: principal responsável pela baixa nas exportações brasileiras*. São Paulo, 4 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.advancedcorretora.com.br/cambio/blog/argentina-principal-responsavel-pela-baixa-nas-exportacoes-brasileiras/>>. Acesso em: 10 mai. 2016.

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

APEX BRASIL. Perfil Exportador do Estado do Rio de Janeiro. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.pnce.rj.gov.br/pnce_imagens/Perfil_Estado_Rio_de_Janeiro.pdf/> Acesso em: 10 mai. 2016.

BRASIL. *Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços* (MDIC). Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 07 mar. 2017.

²⁰ Ibidem.

_____. *Acordo Brasil-Angola de Cooperação e Facilitação de Investimentos (ACFI)*. Luanda, 1º abr. 2015. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/notas-a-imprensa/8520-acordo-brasil-angola-de-cooperacao-e-facilitacao-de-investimentos-acfi-luanda-1-de-abril-de-2015/>> Acesso em: 11 mai. 2016.

_____. *APL De Confecção de Nova Friburgo e Região*. Disponível em: <http://desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1198171810.pdf/1/>. Acesso em: 12 mai. 2016.

_____. *Brasil e Chile assinam acordo de Cooperação e Facilitação de Investimentos*. Brasília, 23 nov. 2015. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/portalmic/sitio/interna/noticia.php?area=5¬icia=14186/>> Acesso em: 11 mai. 2016.

CORDEIRO, Manuela Casali. Pólo de Moda de Petrópolis. *Portais da moda*. Petrópolis. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt-id-17987-n~polo+de+moda+de+petropolis.htm/>>. Acesso em: 12 mai. 2016.

CORREIOS. *Exporta Fácil*. Disponível em <<http://www.correios.com.br/para-sua-empresa/exportacao-e-importacao/perguntas-frequentes/exporta-facil>> Acesso em: 13 de maio de 2016.

ENCOLOMBIA. *Industria Têxtil*. Colômbia. Disponível em: <<https://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/industriatextil/>> Acesso em: 12 mai. 2016.

FUNCEXDATA. Disponível em <<http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

GANDRA, Alana. Com exportação e tecnologia, lingerie dribla a crise na região serrana do Rio. *Agencia Brasil*. Brasília, 06 jul. 2017. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-07/compradores-internacionais-confirmam-crescimento-de-exportacoes-de-lingerie/>>. Acesso em: 03 nov. 2016.

JEPPESEN, Helle. Roupas Baratas são Produzidas à Custa da Exploração. *DW*. Alemanha. Disponível em: <<http://www.dw.com/pt/roupa-barata-%C3%A9-produzida-%C3%A0-custa-da-explora%C3%A7%C3%A3o-de-oper%C3%A1rios/a-16653815>>. Acesso em: 12 mai. 2016.

PORTALAPL. *A Atual Situação do APL de Nova Friburgo*. Brasília, 06 set. 2013. Disponível em: <<http://portalapl.ibict.br/noticias/noticiasAPL/2013-09-10-apl-de-moda-intima-de-nova-friburgo-situacao-atual-ganhos-desafios-e-perspectivas-do-apl-no-contexto-economico.html/>> Acesso em: 12 mai. 2016.

PORTUGAL TÊXTIL. *Indianos e Chineses em parceria*. Portugal, 7 jan. 2015. Disponível em: <<https://www.portugaltexatil.com/indianos-e-chineses-em-parceria/>> Acesso em: 12 mai. 2016.

RADAR COMERCIAL. *Glossário*. Disponível em: <<http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>> Acesso em: 12 mai. 2016.

ROCHNIK, Victor. Perspectivas para a Exportação de Confecções: O Caso do Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo. Rio de Janeiro, 2 set. 2003. Instituto de Economia e Mestrado em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro. *Anais Eletrônico...* Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/cadeiasprodutivas/pdfs/perspectivas_para_o_polo_de_moda_intima_de_nova_friburgo.pdf> Acesso em: 9 mai. 2016.

SEBRAE. *Lingerie: Um Mercado cheio de nichos e oportunidades*. Disponível em: <<http://www.sebrae-mercados.com.br/lingerie-um-mercado-cheio-de-nichos-e-oportunidades/>> Acesso em: 10 mai. 2016.

THE OBSERVATORY OF ECONOMIC COMPLEXITY. Importações Japonesas. *Atlas Media*. Disponível em: <<http://atlas.media.mit.edu/pt/profile/country/jpn/#importação/>> Acesso em: 10 mai. 2016.

Capítulo 2

Moda Praia

Rafael Araujo
Flávio Medeiros
Lauany Carvalho



INTRODUÇÃO

É notório que o Brasil possui grande litoral e suas praias, principalmente no verão, são desejadas tanto por brasileiros como por estrangeiros. Com o clima tropical, a moda praia que desfila por suas areias tem inspirado muitos estilistas a criarem cada vez mais peças exclusivas, o que tem incrementado a venda no setor.

O estado do Rio de Janeiro, seguindo essa tendência e inspirado no seu próprio estilo de vida, tem ganhado o mundo ao apostar nessa criatividade. Segundo a analista de Moda e Design da FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), Ariane Alves, o fato de ter as praias como cartões-postais contribui para resultados positivos no setor. “Tornamo-nos o país que mais fabrica e consome moda praia”, ressalta.

O estado fluminense é hoje o maior exportador brasileiro de moda praia. A venda externa do estado de “*maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas*” (SH 611241), por exemplo, representa 54,83% do montante total das exportações brasileiras desse produto.

A moda praia feminina ainda é a campeã de vendas do setor, e seus produtos, em especial o biquíni, é muito apreciado no mercado internacional. No período entre 2011 e 2015, os maiores compradores do setor no estado do Rio foram: Estados Unidos (67,52%), França (18,67%), Portugal (7,91%), Japão (4,64%) e Emirados Árabes Unidos (1,23%). Juntos, esses países foram responsáveis por um incremento de US\$ 19.820.623 nas exportações fluminenses do período.

O presente estudo tem o intuito de apresentar o setor moda praia fluminense e suas possibilidades de crescimento nas exportações. Para tanto serão analisados:

1. Participação da moda praia nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil entre 2011 e 2015;
2. Os principais compradores internacionais do produto do Rio de Janeiro no período (2011-2015);
3. O preço médio que o SH do produto vem sendo vendido nesses mesmos anos (2011-2015);
4. Os principais países exportadores do setor no mundo no triênio 2011-2013;
5. Análise e dinamismo do mercado (de acordo com as definições do MDIC).
6. As regiões do estado produtoras e exportadoras do setor e a presença de arranjo produtivo local (APL).
7. O porte das empresas fluminenses exportadoras do setor.
8. Quais são essas empresas.

1. PARTICIPAÇÃO DO SETOR NAS EXPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO E DO BRASIL ENTRE 2011 E 2015

A avaliação da participação da moda praia nas exportações fluminenses e do Brasil no referido período será feita com base nos seis primeiros dígitos do sistema harmonizado (SH), de forma que a apuração dos dados seja a mais precisa possível. Seguem as subposições e suas respectivas descrições:

Moda Praia de uso feminino:

- *611241*- Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino.
- *621112* - Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino.
- *611249* - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino.

Moda Praia de uso masculino:

- 611231 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino.
- 611239 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino.
- 621111 - Shorts e sungas, de banho, exceto de malha, de uso masculino.

1.1. EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE MODA PRAIA

A tabela a seguir indica os dados relativos à participação da moda praia nas exportações brasileiras de janeiro de 2011 até dezembro de 2015, por ordem decrescente de valor:

Tabela 1 - Participação da Moda Praia nas exportações brasileiras entre 2011 e 2015 (por ordem decrescente de valor)

SH	US\$	Kg Líquido	Quantidade
611241 - Maiôs e Biquínis, de Banho, de Malha, de Fibras Sintéticas, de uso Feminino.	36.610.072	281.812	2.921.144
621112 - Maiôs e Biquínis, de banho, exceto de Malha, de uso Feminino	11.354.720	87.294	1.012.366
611249 - Maiôs e Biquínis, de Banho, de Malha, de outras Matérias, de uso Feminino	2.412.476	25.293	191.844
621111 - Shorts e Sungas, de Banho, exceto de Malha, de uso Masculino	949.327	10.107	83.749
611231 - Shorts e Sungas, de Banho, de Malha, de Fibras Sintéticas, de uso Masculino	925.764	12.429	78.246
611239 - Shorts e Sungas, de Banho, de Malha, de outras Matérias Têxteis, de uso Masculino	156.113	3.110	30.061
TOTAL:	52.408.472	420.045	4.317.410

Fonte: AliceWeb/MDIC

A análise dos dados revela que o produto do setor moda praia mais exportado pelo Brasil é o biquíni, pelo apelo que o produto tem no mundo. No período apurado, o país exportou mais de 36 milhões dólares desse produto contra pouco mais 156 mil dólares de sungas referentes à moda masculina. Pode-se depreender, ainda, que o Brasil possui uma maior especialização na fabricação de moda praia de uso feminino, e que o uso de fibras sintéticas prevalece sobre malha e demais matérias.

1.2. EXPORTAÇÕES FLUMINENSES DE MODA PRAIA

Tabela 2 - Participação do setor nas exportações do Estado do Rio de Janeiro entre 2011 e 2015 (por ordem decrescente de valor)

Código	US\$	Kg Líquido	Quantidade
611241 - Maiôs e Biquínis, de Banho, de Malha, de Fibras Sintéticas, de uso Feminino	20.076.196	149.397	1.654.802
621112 - Maiôs e Biquínis, de Banho, exceto de Malha, de uso Feminino	4.135.997	22.344	276.891

611249 - Maiôs e Biquínis, de Banho, de Malha, de Outras Matérias, de uso Feminino	725.446	7.673	63.284
621111 - Shorts e Sungas, de Banho, exceto de Malha, de uso Masculino	429.536	3.408	27.592
611231 - Shorts e Sungas, de Banho, de Malha, de Fibras Sintéticas, de uso Masculino	139.507	2.618	26.480
611239 - Shorts e Sungas, de Banho, de Malha, de Outras Matérias Têxteis, de Uso Masculino	78.334	753	4.669
Total:	25.585.016	186.193	2.053.718

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Os dados evidenciam que a exportação de moda praia pelo estado do Rio de Janeiro é muito significativa, com destaque para os produtos de uso feminino presentes nas três primeiras posições do ranking, sobretudo os fabricados com fibras sintéticas e malha (duas primeiras posições do ranking). O produto com menor relevância nas exportações fluminenses é o 611239 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino. A análise da porcentagem da participação fluminense nas exportações do Brasil permitirá uma melhor visualização da expressividade desse setor.

Tabela 3 - Porcentagem das exportações do setor de moda praia do estado do Rio de Janeiro nas exportações brasileiras entre 2011 e 2015 (por ordem decrescente de valor)

Código	Porcentagem
611241- Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino	54,83%
611239 - Shorts e Sungas, de Banho, de Malha, de outras Matérias Têxteis, de uso Masculino	50,17%
621111 - Shorts e Sungas, de Banho, Exceto de Malha, de Uso Masculino	45,24%
621112 - Maiôs e Biquínis, de Banho, Exceto de Malha, de Uso Feminino	36,42%
611249 - maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino	30,07%
611231 - Shorts e Sungas, de Banho, de Malha, de Fibras Sintéticas, de uso Masculino	15,06%

Fonte: AliceWeb, 2016; MDIC, 2016.

Verifica-se que, com exceção da subposição 611231 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino, o estado do Rio de Janeiro corresponde, em média, a mais de 38% das exportações de moda praia do Brasil. O produto do setor moda praia mais relevante nas exportações fluminenses é o 611241 - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino. Mais de US\$ 20 milhões deste produto foram exportados no período avaliado, o que representa um montante maior do que 54% das exportações brasileiras nesse intervalo.

Pode-se considerar que tamanha magnitude do desempenho fluminense é relacionada com um *lifestyle* próprio, que torna o estado um ícone cujas tendências são trans-

mitidas para suas atividades econômicas. Através de criatividade e alta qualidade, há uma associação positiva ao que é produzido no Rio de Janeiro e, assim, sua moda tem ganhado o mundo.

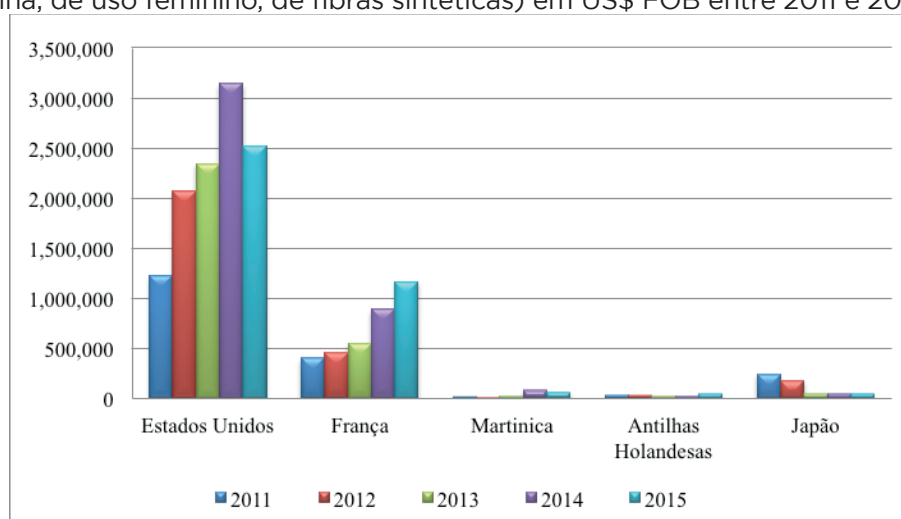
2. PRINCIPAIS COMPRADORES INTERNACIONAIS DO SETOR ENTRE 2011 E 2015

Nesta seção são apresentados os cinco principais compradores do setor moda praia do estado fluminense entre os anos de 2011 a 2015. A estudo compreende os seis SHs referentes ao setor, analisados separadamente, para que se identifiquem os possíveis mercados potenciais.

Após o levantamento detalhado, é apresentado um panorama geral da moda praia fluminense, no qual os seis SHs são agrupados em uma única pesquisa e, assim, permite a visualização dos grandes compradores do setor e seus respectivos desempenhos.

Todos os levantamentos estão apresentados em gráficos e tabelas, com valores em dólares (US\$ FOB). As tabelas ainda apresentam o valor total arrecadado no período de 2011 a 2015 e o total arrecadado por ano no SH específico.

Gráfico 1 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611241 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 4 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611241 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2011 - 2015)

País/Ano	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do período em US\$ FOB
Estados Unidos	1.217.908	2.064.281	2.337.811	3.137.895	2.510.240	11.268.135
França	398.441	453.364	547.908	884.607	1.162.883	3.447.203
Martinica	14.458	9.313	23.344	77.090	61.260	185.465
Antilhas Holandesas	32.023	26.424	19.591	22.847	46.970	147.855
Japão	242.285	178.840	44.116	45.979	43.999	555.219
Total do Ano	1.905.115	2.732.222	2.972.770	4.168.418	3.825.352	15.603.877

Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

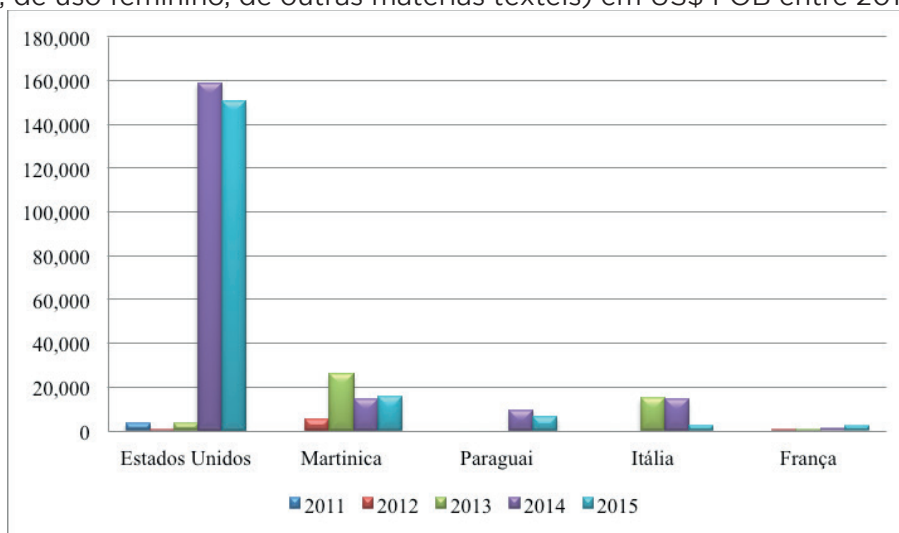
Os dados fornecidos acima apontam os maiôs e biquínis de malha e de fibras sintéticas como os carros-chefes do setor, representando um faturamento total de US\$ 15.603.877 nos últimos cinco anos. Esses números representam 76% de todo o setor. Os 24% restantes se dividem nos outros cinco SHs.

Cada vez mais o mercado de moda praia se utiliza de fibras sintéticas têxteis, devido a sua maior durabilidade, resistência, “conforto e a possibilidade de serem misturadas a outros fios”. Elas são produzidas utilizando como matéria-prima produtos químicos da indústria petroquímica, e as mais usadas são o poliéster, o náilon, o acrílico e a lycra”.

Os Estados Unidos despontam como maior parceiro comercial fluminense do setor, porém a França aparece com um crescimento contínuo e uma possibilidade concreta de aumento na sua demanda. Vale ressaltar que o país francês possui um verão famoso na região de praias ao sul, que além de atrair os franceses, é destino certo de muitos estrangeiros, o que o torna um mercado de oportunidades.

Martinica e Antilhas Holandesas, apesar de não possuírem uma população muito significativa, são também destinos turísticos famosos. Banhadas pelo mar caribenho e com suas praias paradisíacas, atraem turistas de todas as regiões do mundo dispostos a consumir. São destinos da maioria dos cruzeiros que navegam na região em função dos cassinos e dos preços atraentes em vários setores.

Gráfico 2 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611249 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 5 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611249 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015

País/Ano	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do período em US\$ FOB
Estados Unidos	3.223	41	3.202	158.796	150.575	315.837
Martinica	0	5.213	25.889	14.211	15.347	60.660
Paraguai	0	0	0	9.264	6.295	15.559
Itália	0	0	14.828	14.192	2.403	31.423
França	0	681	321	889	2.139	4.030
Total do Ano	3.223	5.935	44.240	197.352	176.759	427.509

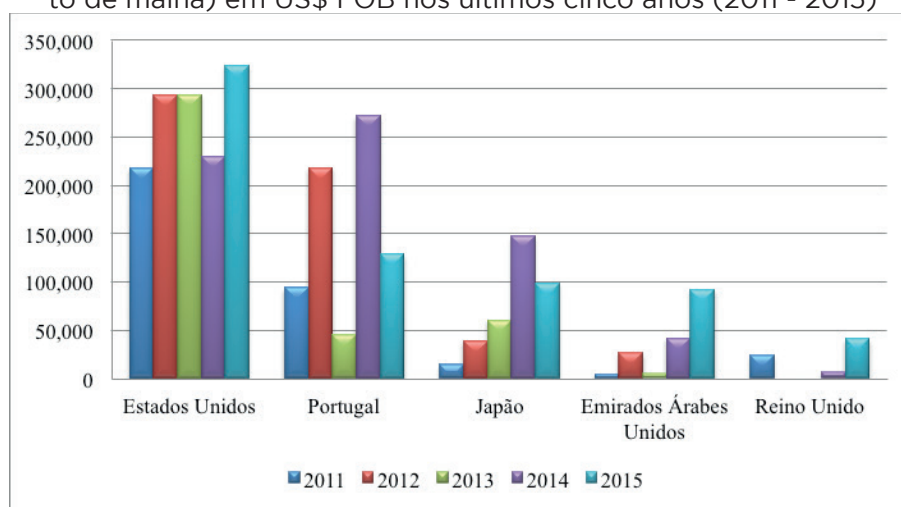
Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Os maiôs e biquínis de malha de outras matérias têxteis são os de origem natural, animal ou vegetal: seda, lã algodão, linho, etc. Eles, apesar de não terem grande representatividade no mercado – com porcentagem de 2,16% – têm apresentado um grande crescimento desde o ano de 2011. A exportação para o mercado estadunidense, por exemplo, teve um crescimento de mais de 4570% desde aquele ano até 2015. Tal crescimento é atribuído, além de uma tendência já constante desse setor, que há 10 anos registra aumento, à promoção do produto sob a retórica do estilo de vida do carioca. Essa expansão se dá especialmente nos EUA.

Martinica e França, apesar de apresentarem números oscilantes, ainda podem ser considerados bons mercados para este SH. A Itália merece atenção, pois, além de apresentar números decrescentes ano a ano, não figura em nenhum outro relatório dos cinco maiores compradores de moda praia fluminense apresentado neste estudo.

O diferencial para alavancar a exportação deste SH pode se dar através do preço médio. Segundo os dados do estudo, em 2015, a negociação desse item alcançou a média de US\$ 85,71 por quilograma contra US\$ 109,41 por quilograma do carro-chefe do setor: os biquínis e maiôs de malha e fibras sintéticas. Uma diferença de um pouco mais de 26% que o torna vantajoso na negociação do valor final por atacado.

Gráfico 3 - Cinco principais compradores internacionais do SH 621112 (Maiôs e biquínis de banho, exceto de malha) em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2011 - 2015)



Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 6 - Cinco principais compradores internacionais do SH 621112 (Maiôs e biquínis de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015

País/Ano	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do período em US\$ FOB
Estados Unidos	218.240	293.379	293.567	228.931	323.950	1.358.067
Portugal	93.724	218.009	44.539	271.373	128.723	756.368
Japão	14.097	38.938	60.118	146.666	98.843	358.662
Emirados Árabes Unidos	4.444	26.249	4.958	41.777	92.140	169.568
Reino Unido	23.864	0	0	6.599	41.220	71.683
Total do Ano	354.369	576.575	403.182	695.346	684.876	2.714.348

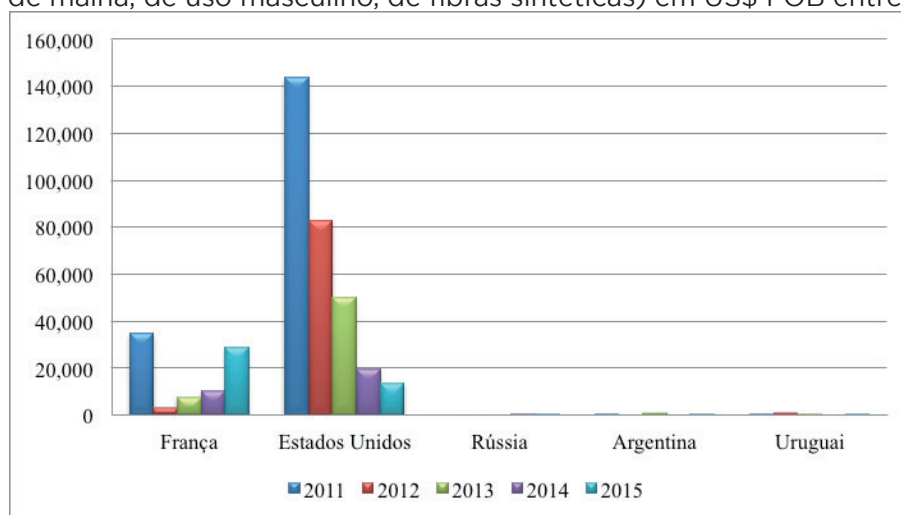
Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Os biquínis e maiôs confeccionados com tecidos tipo plano “são resultantes do entrelaçamento de dois conjuntos de fios que se cruzam em ângulo reto. Os fios dispostos no sentido horizontal são chamados de fios de ‘trama’ e os dispostos no sentido vertical, de urdume. O processo pode ser artesanal ou tecelagem manual”. O SH representa o segundo principal item exportado nos cinco anos estudados no setor moda praia fluminense, com os EUA novamente figurando como o principal parceiro.

A novidade, aqui, fica por conta da melhora da posição do Japão no ranking, se comparado aos biquínis e maiôs de malha e de fibras sintéticas. Em 2015, por exemplo, a moda feminina que não é confeccionada em malha, representou um faturamento de US\$ 98.843 contra US\$ 43.999 do modelo de malha e de fibra sintética. Os números sugerem que o mercado japonês tem grande potencial para comercialização deste SH.

Outros destaques ficam por conta dos Emirados Árabes e Portugal. Este, mesmo com as oscilações, apresenta bons números e aquele, se comparados os anos de 2014 e 2015, apresentou um crescimento de mais de 100% na importação do SH fluminense.

Gráfico 4 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611231 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 7 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611231 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2011 - 2015)

Ano/País	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do Período em US\$ FOB
França	34.799	2.942	7.568	10.209	28.685	84.203
Estados Unidos	143.650	82.689	49.898	19.343	13.422	309.002
Rússia	0	0	0	27	482	509
Argentina	516	0	715	0	464	1.695
Uruguai	482	872	513	0	292	2.159
Total do Ano	179.447	86.503	58.694	29.579	43.345	397.568

Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

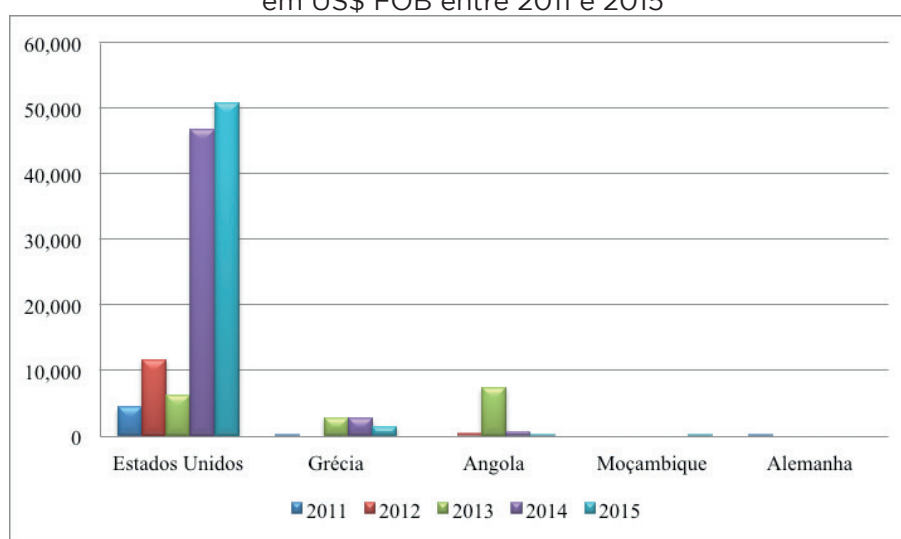
A moda praia masculina se configura de forma distinta dos outros itens. O setor é menos significativo que a moda praia feminina, e no total do período que se estendeu de 2011 a 2015, agrupando os 3 SHs, representaram US\$ 570.761 ou seja, 2,8% de tudo

que foi comercializado com os cinco principais compradores internacionais do setor fluminense. A sunga é o seu principal representante.

A França aparece pela primeira vez como o principal parceiro comercial, atualmente com os modelos de malha e de fibras sintéticas. Isso se deve ao fato de as exportações para os EUA terem apresentado uma involução constante desde 2011. Para este produto em específico não existem fontes que permitam explicar tal involução. Já setorialmente, a moda praia brasileira apresenta crescimento nesta última década.

Gráfico 5 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611239

(Maiôs, shorts – calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 8 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611239

(Maiôs, shorts – calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015

Ano/País	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do Período em US\$ FOB
Estados Unidos	4.337	11.584	6.251	46.716	50.807	119.695
Grécia	115	0	2.775	2.670	1.436	6.996
Angola	0	352	7.376	629	228	8.585
Moçambique	0	0	0	0	53	53
Alemanha	43	0	0	0	0	43
Total do Ano	4.495	11.936	16.402	50.015	52.524	135.372

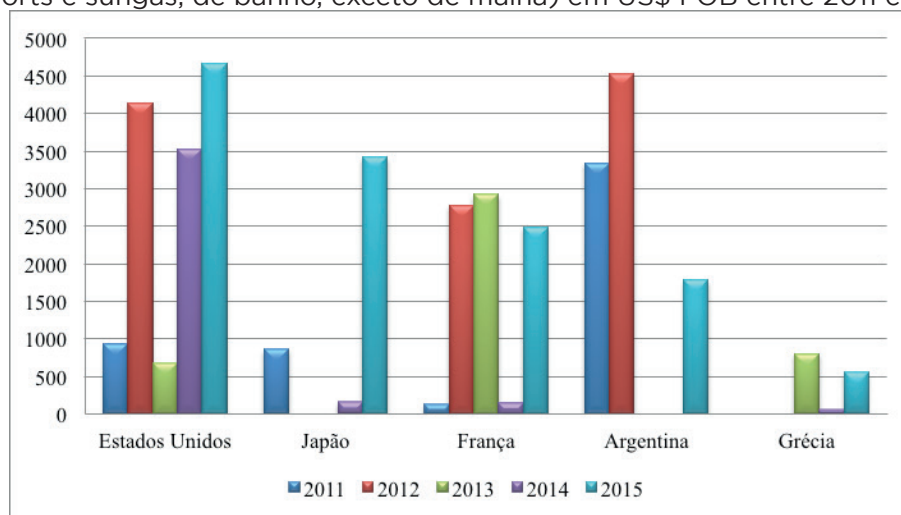
Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Os estadunidenses reaparecem como o principal parceiro comercial do setor e, segundo os dados fornecidos pelo estudo, apresentam uma crescente demanda em relação aos itens masculinos de malha de outras matérias têxteis. Se comparados esses dois modelos, é possível perceber uma tendência dos EUA em adquirirem mais os modelos confeccionados com outras matérias têxteis. Em 2015, por exemplo, o país comprou US\$ 13.442 em modelos de fibra sintética e US\$ 50.807 de outras matérias têxteis.

Outro fator que pode ser determinante para o incremento das vendas deste SH é o seu preço médio. Segundo os gráficos apresentados mais adiante, em 2015, por exem-

plo, o preço médio por quilograma dos modelos ficou atrativo ao mercado internacional, cerca de US\$ 54,88, facilitando em si, as exportações.

Gráfico 6 - Cinco principais compradores internacionais do SH 621111 (Shorts e sungas, de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 9 - Cinco principais compradores internacionais do SH 621111 (Shorts e sungas, de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015

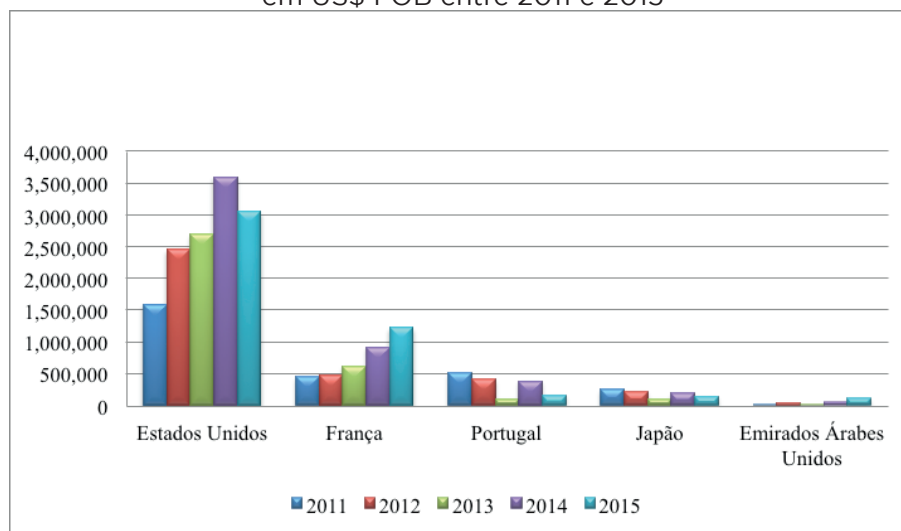
Ano/País	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do Período em US\$ FOB
Estados Unidos	925	4.129	672	3.519	4.656	13.901
Japão	855	0	0	158	3.415	4.428
França	133	2.774	2.922	150	2.488	8.467
Argentina	3.336	4.522	0	0	1.773	9.631
Grécia	0	0	793	54	547	1.394
Total do Ano	5.249	11.425	4.387	3.881	12.879	37.821

Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

O gráfico e a tabela apontam que o referido SH é o que menos representatividade possui no setor moda praia e foi responsável por apenas US\$ 37.821 nos últimos 5 anos. Ainda assim, conseguimos ressaltar o bom desempenho dos EUA e Japão, ambos com crescimento significativo de cerca de 403% e 299%, respectivamente.

Além disso, à exceção da Argentina, todos os outros países citados possuem turismo focado em praias, o que pode resultar sempre em oportunidade de incremento nas vendas.

Gráfico 7 - Cinco principais compradores internacionais do setor Moda-Praia em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 10 - Cinco principais compradores internacionais do setor Moda-Praia em US\$ FOB entre 2011 e 2015

País/Ano	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do período em US\$ FOB
Estados Unidos	1.588.283	2.456.103	2.691.401	3.595.200	3.053.650	13.384.637
França	452.957	483.129	623.662	913.900	1.227.877	3.701.525
Portugal	506.881	413.973	102.974	385.122	159.607	1.568.557
Japão	257.409	218.493	105.162	193.882	146.405	921.351
Emirados Árabes Unidos	21.206	49.375	4.958	52.764	116.250	244.553
Total do Ano	2.826.736	3.621.073	3.528.157	5.140.868	4.703.789	19.820.623

Fonte: FuncexData, 2016; AliceWeb/MDIC, 2016.

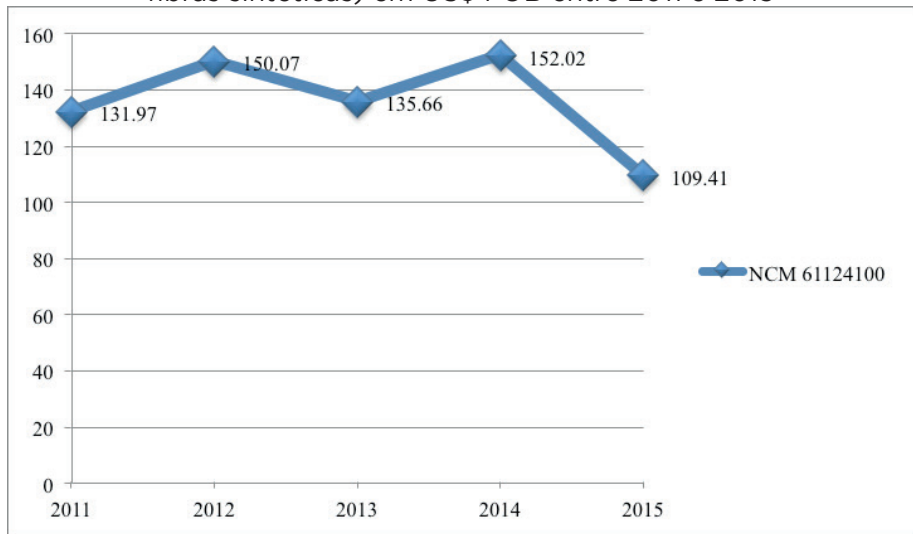
Os dados apontam o mercado estadunidense como principal parceiro comercial do estado fluminense no setor, com demanda crescente desde o período de 2011, apesar da queda em 2015. A França desponta como um mercado promissor, com demanda crescente também desde o início do período avaliado. Portugal e Japão apresentam queda na participação desse setor e os Emirados Árabes, uma pequena melhora na participação em 2015. A tabela acima apresenta, com números absolutos, os resultados dos períodos e por ano.

Os números da tabela apontam a necessidade de o setor de moda praia fluminense buscar novos mercados e fortalecer os que já existem, pois após apresentar uma evolução constante ano a ano, em 2015, influenciado pela queda das exportações para os Estados Unidos, o resultado foi pior que o ano anterior, mesmo com a desvalorização da moeda brasileira naquele ano.

3. PREÇO MÉDIO DOS PRODUTOS DO SETOR DE MODA PRAIA ENTRE 2011 E 2015

Nesta seção, são apresentados os gráficos com os preços médios, por quilograma, no período de 2011 a 2015, em dólares (US\$ FOB) de cada SH. Ao final, apresentamos tabela com a média de preço por quilograma do período total.

Gráfico 8 - Preço médio pago pelo SH 611241 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015

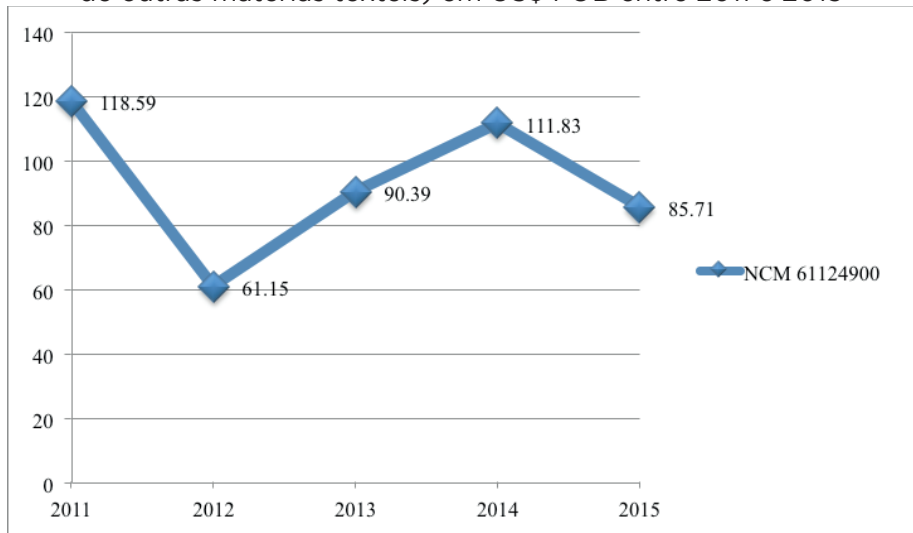


Fonte: FuncexData, 2016.

Conforme apresentação do gráfico é possível observar uma forte queda no preço médio do SH em 2015 (US\$ 109,41) em relação a 2014 (US\$ 152,02). Ela pode revelar uma oportunidade de negócios, mas também pode significar a necessidade de um aumento da produção com o intuito de se chegar ao faturamento ideal.

O preço médio por quilograma do SH no período dos cinco anos pesquisados, que está detalhado em uma tabela 11, mais adiante, ficou em US\$ 135,82, o que o coloca como o segundo mais alto do setor moda praia. Vale ressaltar que o SH é o mais lucrativo do setor e com maior volume de negociação.

Gráfico 9 - Preço médio pago pelo SH 611249 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015

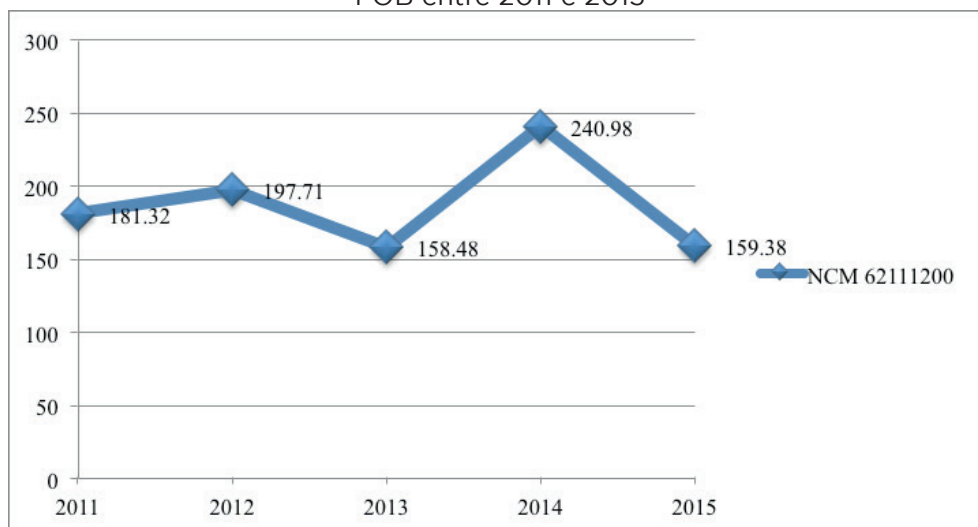


Fonte: FuncexData, 2016.

Conforme apresentação do gráfico, este SH seguiu a mesma tendência do anterior e é possível observar uma queda no preço médio do SH em 2015 (US\$ 85,71) em relação a 2014 (US\$ 118,83), após uma recuperação constante de 2012 a 2014.

O preço médio por quilograma do SH no período dos cinco anos pesquisados, que está detalhado na tabela 11, ficou em US\$ 93,53, o que o coloca como o segundo mais baixo do setor moda praia.

Gráfico 10 - Preço médio pago pelo SH 621112 (Maiôs e biquínis de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015

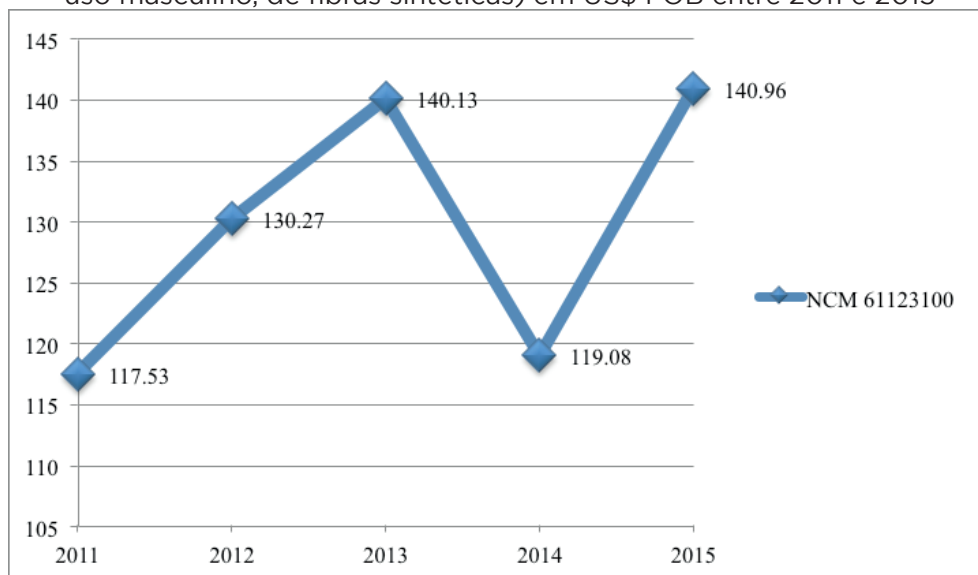


Fonte: FuncexData, 2016.

Conforme apresentação do gráfico, este SH seguiu a mesma tendência dos anteriores e é possível observar uma queda no preço médio do SH em 2015 (US\$ 159,38) em relação a 2014 (US\$ 240,98). O preço médio por quilograma do SH no período dos cinco anos pesquisados, que está detalhado na tabela 11, ficou em US\$ 187,57, o que o coloca como o mais alto do setor moda praia.

O Reino Unido possui uma moeda mais valorizada frente ao dólar estadunidense, o que o torna também um parceiro em potencial.

Gráfico 11 - Preço médio pago pelo SH 611231 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016.

No que se refere à moda praia masculina, a tendência se inverte, e mesmo com algumas oscilações o preço médio do SH por quilograma tem apresentado um relativo crescimento.

Se compararmos o gráfico acima com a média anual dos cinco maiores compradores do setor fluminense nos dois últimos anos pesquisados (2014 e 2015), percebe-se que mesmo com a alta no preço por quilograma - a média foi de US\$ 119,08 para US\$

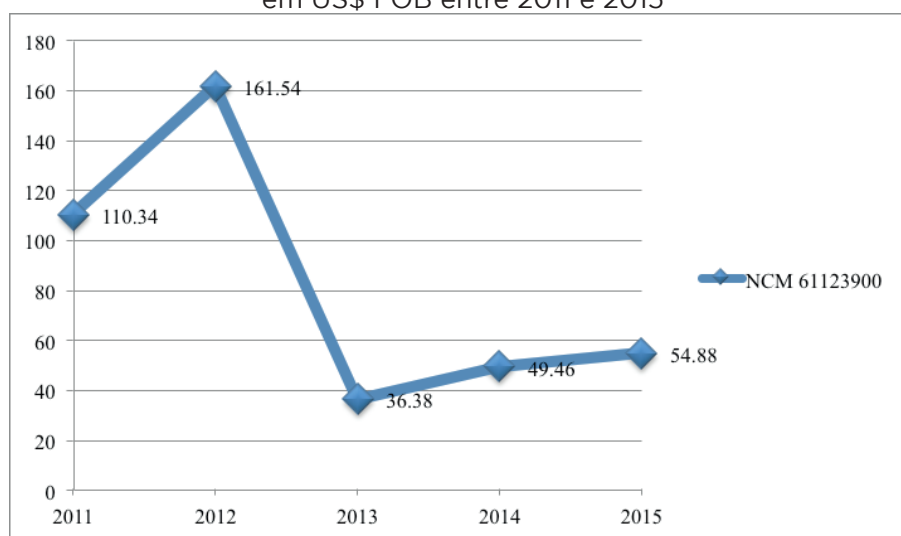
140,96 - o faturamento melhorou. Foi de US\$ 29.579 para US\$ 43.345. O resultado indica que o SH, mesmo perdendo mercado nos EUA, com preços mais altos, ainda merece atenção especial.

O preço médio por quilograma deste SH no período dos cinco anos pesquisados, que está detalhado na tabela 11, ficou em US\$ 129,59, o que o coloca como o mais alto do setor moda praia masculina.

Argentina e Uruguai, mesmo não tão representativos, merecem atenção especial uma vez que são países vizinhos e integrantes, junto com o Brasil, do MERCOSUL (Mercado Comum do Sul).

Gráfico 12 - Preço médio pago pelo SH 611239

(Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



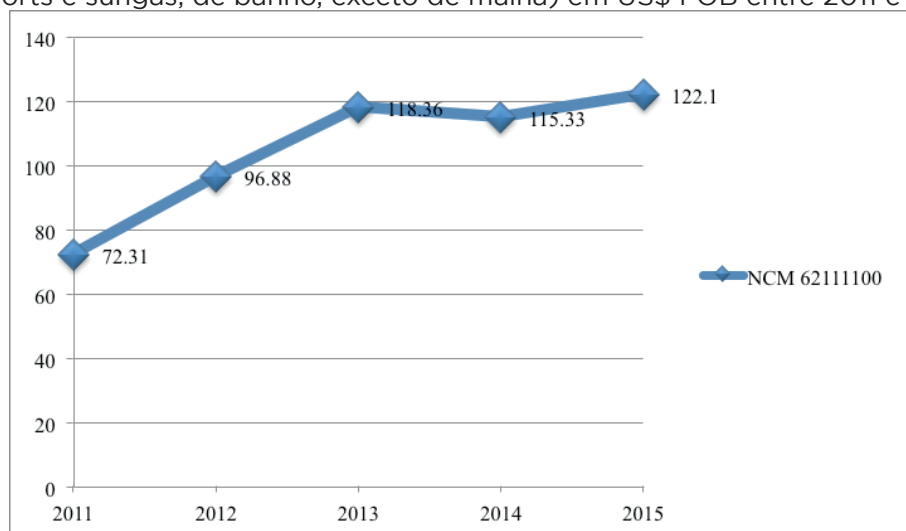
Fonte: FuncexData, 2016.

Este SH é o que apresentou a maior queda em relação ao seu preço médio por quilograma, que chegou a ficar em US\$ 36,38 em 2013, o que representa uma diminuição de aproximadamente 33%. Posteriormente, o setor apresentou discreta alta, fechando o ano de 2015 em US\$ 54,88.

Talvez influenciado pelo preço atrativo, os EUA passaram a figurar como os grandes compradores do SH, principalmente a partir de 2014, o que proporcionou um faturamento de US\$ 119.695 no período dos cinco anos analisados. Isso significa que o mercado norte-americano foi responsável por 88% de tudo que os cinco maiores compradores fluminenses negociaram em relação ao SH em questão no setor.

O preço médio por quilograma deste NCM no períodos dos cinco anos pesquisados, que está detalhado na tabela 11 ficou em US\$ 82,52, o que o coloca como o mais baixo de todo o setor moda praia.

Gráfico 13 - Preço médio pago pelo SH 621111
(Shorts e sungas, de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015



Fonte: FuncexData, 2016.

O SH em questão figura como o menos representativo no setor moda praia fluminense, com faturamento de US\$ 37.821 nos cinco anos estudados. Porém, ele segue a tendência do setor masculino de aumento nos preços. Se analisarmos o gráfico, podemos observar que desde 2011 os valores apresentam alta gradativa (exceto em 2014). O preço médio por quilograma deste SH em relação aos cinco anos pesquisados, que está detalhado na tabela 11, ficou em US\$ 104,99.

Interessante ressaltar que mesmo com a alta dos preços, ano a ano, os EUA, principal comprador, continuam demandando mais em relação ao SH em questão.

No Japão, como já foi mencionado, segundo reportagem da revista Exame de 08/12/2015, o iene, moeda nacional, deverá ficar mais forte frente ao dólar em 2016, o que poderá afetar positivamente o resultado do SH no setor.

Tabela 11 - Preço médio pago pelo por cada item de Moda Praia em US\$ FOB entre 2011 e 2015

SH/Ano	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Preço Médio no Período em US\$ FOB
611241 - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino	131,97	150,07	135,66	152,02	109,41	135,82
611249 - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino	118,59	61,15	90,39	111,83	85,71	93,53
621112 - Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino	181,32	197,71	158,48	240,98	159,38	187,57
611231 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino	117,53	130,27	140,13	119,08	140,96	129,59

611239 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino	110,34	161,54	36,38	49,46	54,88	82,52
621111 - Shorts e sungas, de banho, exceto de malha, de uso masculino	72,31	96,88	118,36	115,33	122,1	104,99
Preço Médio no Ano	122,01	132,93	113,23	131,45	112,07	122,34

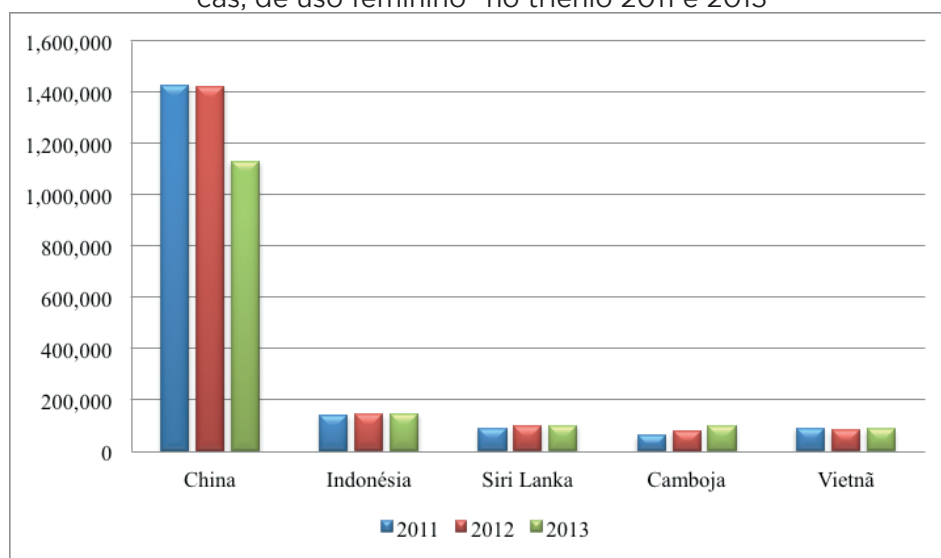
Fonte: FuncexData, 2016.

4. PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE MODA PRAIA

Nesta seção serão analisados os principais países exportadores de moda praia. O período tratado corresponde ao último triênio disponível (2011 a 2013), e os valores estão em dólares estadunidenses (US\$).

4.1. MODA PRAIA DE USO FEMININO

Gráfico 14 - Principais exportadores de “611241 - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino” no triênio 2011 e 2013

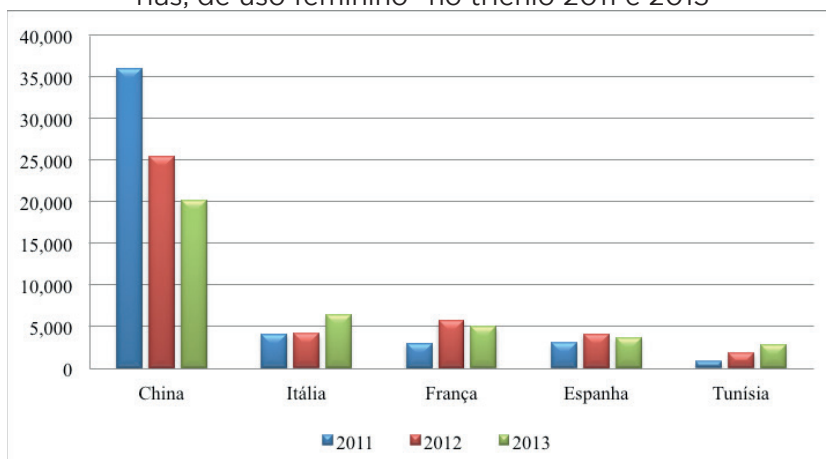


Fonte: Radar Comercial, 2016.

A análise do gráfico revela que a China é a maior exportadora do SH 611241 - “Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino”, e que esse produto é o que mais representa expressividade nas exportações de moda praia daquele país. Em 2011 e 2012, o valor exportado foi de US\$1 milhão e 400 mil e, apesar de ter diminuído em 2013, ainda assim, as exportações chinesas nesse ano foram cerca de sete vezes maiores que as de seus competidores.

A liderança da República Popular da China na exportação dos produtos do segmento de moda praia é uma tendência, como será verificado posteriormente. Essa proeminência do país ocorre porque possui como principal fator de competitividade o preço, sendo praticamente imbatível em termos de custo na produção de manufaturados em geral.

Gráfico 15 - Principais Exportadores de “611249 - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino” no triênio 2011 e 2013

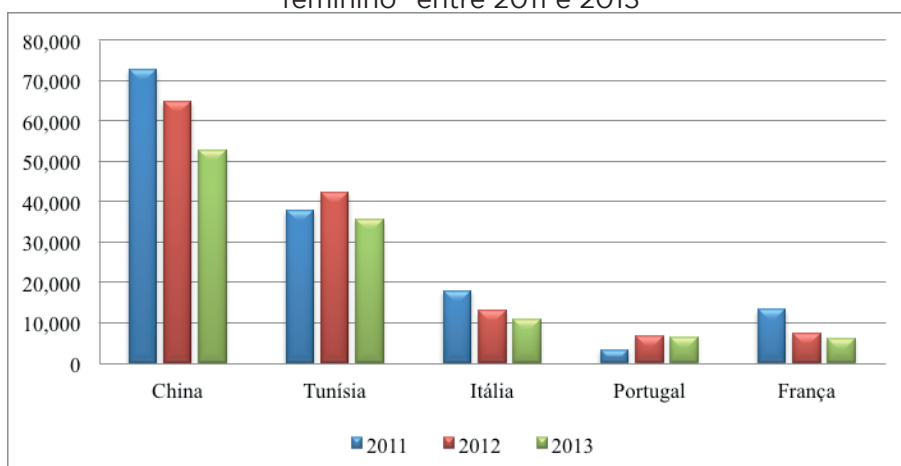


Fonte: Radar Comercial, 2016.

Observa-se a liderança chinesa incontestável tendo exportado US\$ 20 milhões do SH 611249 em 2013. Em segunda posição aparece a Itália que exportou, no mesmo ano, pouco mais de US\$ 5 milhões, seguida de França, Espanha e Tunísia, todos com valores diminutos se comparados aos chineses.

Cabe ressaltar que França e Itália estão entre os principais exportadores de moda praia porque competem por diferenciação, ou seja, possuem uma produção mais sofisticada que alcança mercados que pagam mais.

Gráfico 16 - Principais exportadores de “621112 - Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino” entre 2011 e 2013



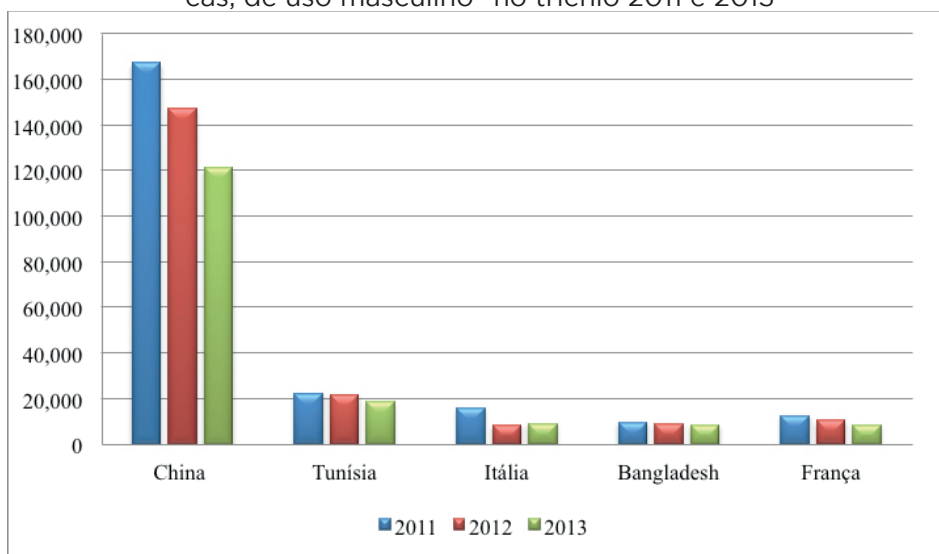
Fonte: Radar Comercial, 2016.

Mais uma vez, a análise do gráfico deixa clara a primazia chinesa nas exportações de moda praia. O país exportou mais de US\$ 70 mil do SH 621112 - “Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino” em 2011, mais de US\$ 60 mil em 2012, e mais de US\$ 50 mil em 2013.

Em segunda posição aparece a Tunísia que exportou mais de 30 mil dólares em 2013. As exportações tunisianas são relevantes porque o país se situa em uma área estratégica entre a Europa, Oriente Médio e a África, e tem sido alvo de empresas que buscam maior competitividade. O país se beneficia, igualmente, de condições comerciais preferenciais com diversos países dessas regiões, o que lhe proporciona boas oportunidades de investimento.

4.2. MODA PRAIA DE USO MASCULINO

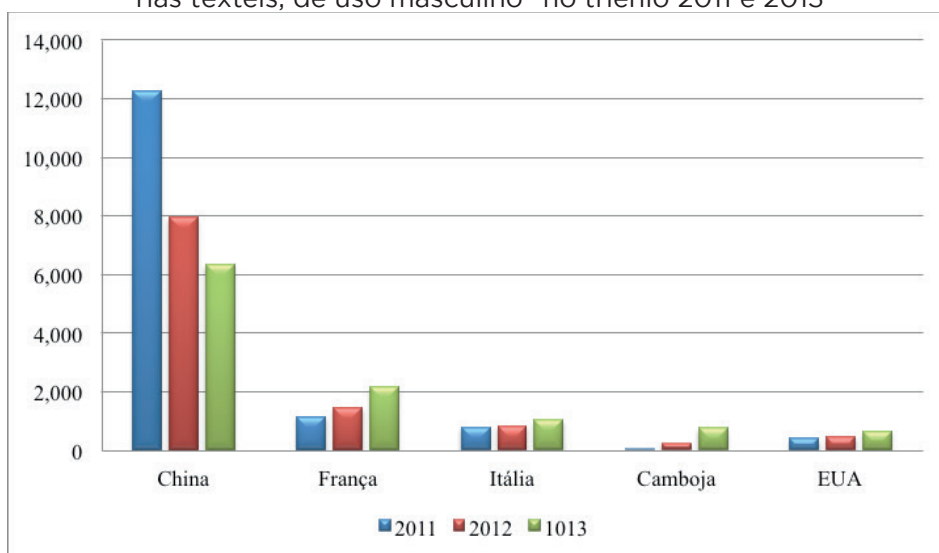
Gráfico 17 - Principais exportadores de “611231 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino” no triênio 2011 e 2013



Fonte: Radar Comercial, 2016.

Em 2011 a China exportou mais de US\$ 160 mil de “Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino”, em 2012 pouco mais de US\$ 140 mil e, em 2013, US\$ 120 mil. Enquanto isso, Tunísia, Itália, Bangladesh e França apresentaram valores de exportação que não ultrapassam US\$ 25 mil, ou seja, ínfimos se comparados aos chineses.

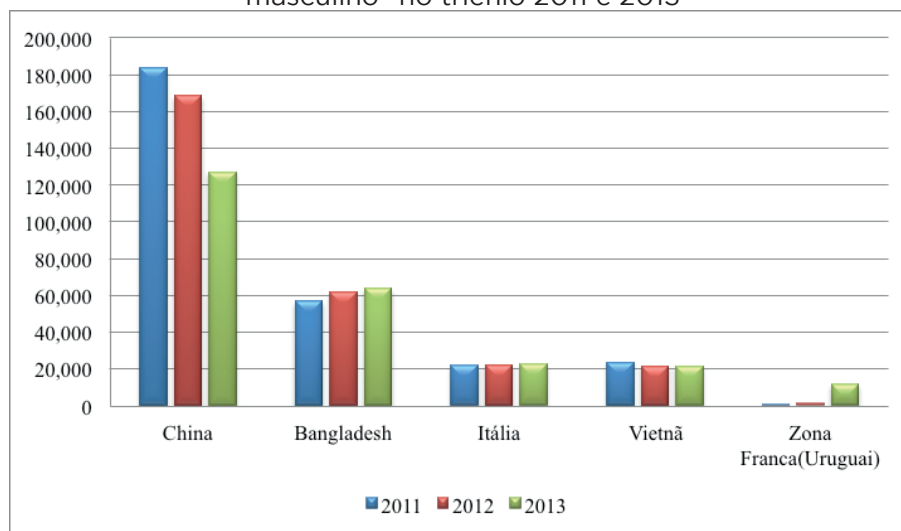
Gráfico 18 - Principais exportadores de “611239 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino” no triênio 2011 e 2013



Fonte: Radar Comercial, 2016.

Como é recorrente, A República Popular da China lidera as exportações do produto 611239 - “Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino”. O país asiático exportou mais de US\$ 6 milhões em 2013, contra US\$ 2 milhões exportados pela França e menos de US\$ 2 milhões dos demais países, revelando, mais uma vez, sua primazia nas exportações de moda praia.

Gráfico 19 - Principais exportadores de “621111 - Shorts e sungas, de banho, exceto de malha, de uso masculino” no triênio 2011 e 2013



Fonte: Radar Comercial, 2016.

As exportações chinesas do produto 621111 alcançaram cerca de US\$ 120 mil em 2013. Bangladesh aparece em segunda posição tendo exportado pouco mais de US\$ 60 mil no mesmo ano. Itália, Vietnã e Uruguai, não ultrapassaram US\$ 20 mil exportados.

O que torna a moda praia de Bangladesh competitiva é que sua produção que se baseia em mão-de-obra barata, o que também ocorre com o Vietnã. Por exemplo, um operador de máquina têxtil recebe, em média, US\$ 0,28 por hora, em Bangladesh; US\$ 0,46 no Vietnã; enquanto no Brasil este valor está em torno de US\$ 3,27 por hora trabalhada: sete a onze vezes mais.

5. DINAMISMO DO MERCADO

Nesta seção será feita a análise do dinamismo de mercado dos principais países exportadores de cada produto específico do setor moda praia, no último triênio disponível (2011-2013). Dinamismo, de acordo com o Radar Comercial, é um parâmetro que revela a evolução das importações do produto pelo país em análise ou pelo mundo. Se as importações do produto cresceram acima da média do total de importações (no período em análise), o produto é considerado “dinâmico”. Se cresceram abaixo da média, o produto é considerado “estável”. Por fim, se reduziram o produto é considerado em “declínio”.

Cabe ressaltar que o dinamismo de mercado de alguns países - Itália, Siri Lanka, Camboja, Vietnã - com relação aos produtos da moda praia, não estavam disponíveis no momento da pesquisa.

5.1. MODA PRAIA DE USO FEMININO

Tabela 12 - Dinamismo de mercado do item: 611241 - “Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino”

PAÍS:	DINAMISMO (2011 - 2013):
China	Dinâmico
Indonésia	Dinâmico

Fonte: Radar Comercial, 2016.

China e Indonésia são importantes exportadores, como mostrado na seção anterior, de 611241 – “Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino”. A tabela acima demonstra que o mercado desse produto na China e Indonésia entre 2011 e 2013, cresceu acima da média, sendo considerado “dinâmico”.

Tabela 13 - Dinamismo de mercado do item: 611249 – “Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino”

PAÍS	DINAMISMO (2011 - 2013):
China	Dinâmico
França	Dinâmico
Espanha	Em Declínio
Tunísia	Em declínio

Fonte: Radar Comercial, 2016.

China, Itália França, Espanha e Tunísia são, em ordem decrescente os principais exportadores de 611249 – “Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino”. China e França permaneceram com o mercado “dinâmico” entre 2011 e 2013. Já Espanha e Tunísia apresentaram um dinamismo de mercado “em declínio”, o que significa que as importações desse produto reduziram em relação à média do total de importações desses países.

Tabela 14 - Dinamismo de mercado do item: 621112 – “Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino”

PAÍS:	DINAMISMO (2011 - 2013):
China	Estável
Tunísia	Em Declínio
Portugal	Em Declínio
França	Dinâmico

Fonte: Radar Comercial, 2016.

O SH 621112 – “Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino”, é exportado, principalmente, pela China, Tunísia, Itália, Portugal e França. De acordo com os dados analisados apenas a França dispôs de “dinamismo” no mercado desse produto no triênio 2011-2013. O mercado chinês, por sua vez, se manteve “estável” (tendo crescido abaixo da média), enquanto que Tunísia e Portugal apresentaram uma redução nas importações desse produto, ou seja, o dinamismo do mercado é considerado “em declínio” no período.

5.2. MODA PRAIA DE USO MASCULINO

Tabela 15 - 611231 – “Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino”

PAÍS	DINAMISMO (2011 - 2013)
China	Dinâmico
França	Estável
Tunísia	Em Declínio

Fonte: Radar Comercial, 2016.

China, Tunísia, Itália, Bangladesh e França apresentam-se, em ordem decrescente, como os maiores exportadores de 611231 – “Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino”. A avaliação da tabela evidência que o mercado chinês desse produto cresceu acima da média entre 2011-2013, sendo considerado “dinâmico”. Já o mercado francês se manteve “estável”, e o tunisiano foi reduzido, estando “em declínio”.

Tabela 16 - Dinamismo de mercado do item: 611239 – “Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino”

PAÍS:	DINAMISMO (2011 - 2013)
China	Dinâmico
EUA	Em declínio
França	Dinâmico

Fonte: Radar Comercial, 2016.

A tabela acima trata do dinamismo de mercado do SH 611239 – “Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino”, que possui como principais exportadores China, França, Itália, Camboja e EUA. Como pode ser observado China e França, durante o triênio analisado, apresentaram mercado dinâmico, enquanto que os EUA apresentaram uma redução nas importações desse produto se comparado com o total de importações e, por isso, seu mercado foi considerado “em declínio”.

Tabela 17 - Dinamismo de mercado do item: 621111 – “Shorts e sungas, de banho, exceto de malha, de uso masculino”

PAÍS:	DINAMISMO (2011 - 2013)
China	Dinâmico
Uruguai	Em declínio

Fonte: Radar Comercial, 2016.

O SH 621111 – “Shorts e sungas, de banho, exceto de malha, de uso masculino” tem como principais exportadores China, Bangladesh, Itália e Vietnã. A análise de dinamismo do mercado desse produto entre 2011-2013 revelou que na China ocorreu um crescimento acima da média (“dinâmico”) enquanto que, no Uruguai, houve uma queda nesse mercado (“em declínio”).

6. REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DO SETOR E A PRESENÇA DE ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL)

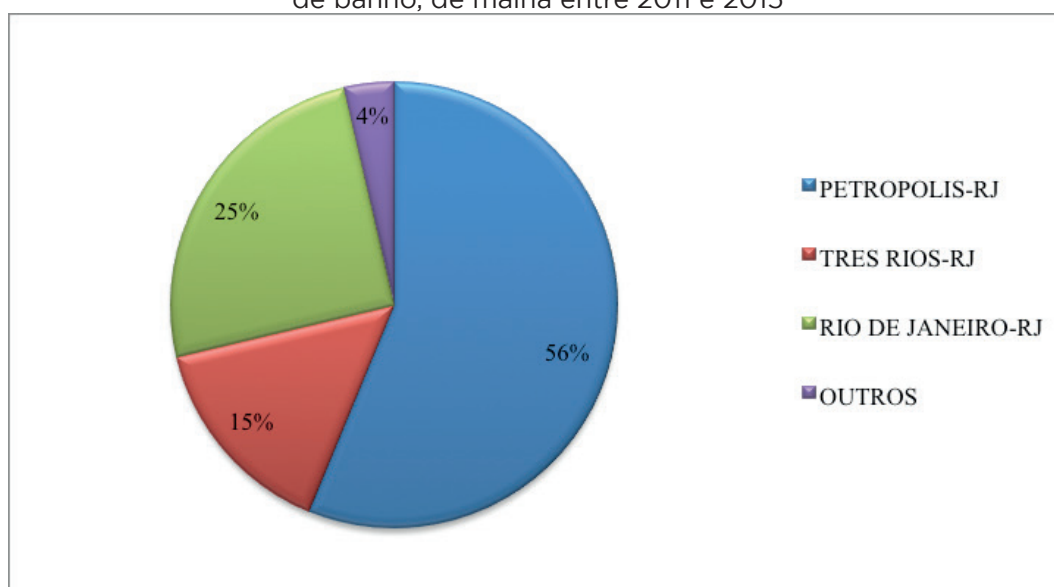
O estado fluminense se destaca na exportação do setor moda praia no Brasil. O governo estadual promove, através da SEDEIS (Secretaria de Desenvolvimento Econômico Energia Indústria e Serviços) e com apoio da FIRJAN e SEBRAE-RJ (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro Empresas), o fomento do setor por meio de APLs (Arranjos Produtivos Locais), que “são aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa”.

No que se refere à moda praia, o estado fluminense, segundo a SEDEIS, até os dados coletados do ano de 2013, apresentava duas regiões com APLs. A primeira, situada em Cabo Frio – região da Baixada Litorânea – é especializada em confecção de moda praia e tem o apoio local da SINDVEST (Sindicato do Vestuário de Cabo Frio). Já a segunda, localizada na capital fluminense, no bairro imperial de São Cristóvão, é a APL Moda Carioca, que além agrupar a moda praia, abriga também moda feminina, masculina, íntima, fitness, infantil, além de acessórios. Essa última, além de outras atividades, promove duas vezes ao ano o Circuito Moda Carioca, um braço do APL de São Cristóvão, com a participação de cerca de 300 empresas que abrangem toda a cadeia produtiva. “O evento consolida a vocação têxtil da região e do estado fluminense, que concentra grande parte da indústria do vestuário do país, e permite que as empresas ampliem a sua rede de contatos e realizem novas parcerias”. O circuito tem o apoio da SEDEIS e, segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego, até 2013, o bairro concentrava “101 estabelecimentos de confecção de artigos de vestuário e acessórios, gerando cerca de 3,5 mil empregos”.

Nesta seção, em razão de sigilo fiscal, as informações de mercadorias de município estão limitadas a consultas por capítulo (SH2) e posição (SH4) da NCM (Nomenclatura Comum do MERCOSUL). Com isso, teremos dois SHs para apresentar o estudo: o 6112 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, de malha; e o 6211 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, outro vestuário. A análise, em função disso, terá uma abordagem mais geral, uma vez que os itens do setor moda praia estão agrupados nesta seção com outros tipos de confecção. A diferenciação entre os dois SHs se dá simplesmente pela separação dos modelos de malhas e os de outro vestuário.

Abaixo estão apresentados os gráficos dos dois SHs (separadamente) com a representatividade de cada município fluminense exportador no setor no período de 2011 a 2015. Em seguida são expostas as tabelas com o faturamento, em dólares (US\$ FOB), ano a ano, desses municípios, além do arrecadado no total do período.

Gráfico 20 - Participação dos municípios fluminenses exportadores do NCM 6112 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, de malha entre 2011 e 2015



Fonte: AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 18 - Municípios fluminenses exportadores do SH 6112 - Fatos de treino para desporto, fatos-marcacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slíps, de banho, de malha entre 2011 e 2015, em US\$ FOB

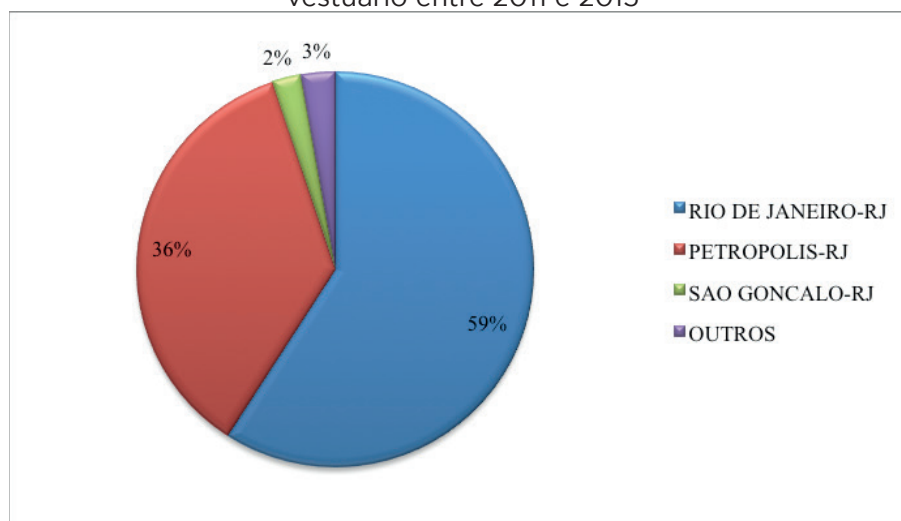
Município/Ano	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do período em US\$ FOB
Petropolis-RJ	1.576.573	3.022.651	2.529.393	3.136.566	2.625.728	12.890.911
Tres Rios-RJ	406.069	430.743	573.718	884.028	1.156.167	3.450.725
Rio de Janeiro-RJ	2.121.093	1.286.543	856.434	773.272	728.412	5.765.754
Nova Friburgo-RJ	64.203	56.384	59.005	59.699	33.171	272.462
Armacao dos Buzios-RJ	17.740	11.040	7.550	6.700	5.135	48.165
Mesquita-RJ	0	0	0	3.702	3.477	7.179
Cantagalo-RJ	280	0	1.113	4.148	3.283	8.824
Cabo Frio-RJ	1.225	14.717	115.524	76.275	1.943	209.684
Cordeiro-RJ	0	0	340	0	426	766
Duque de Caxias-RJ	0	0	34.670	0	0	34.670
Itaborai-RJ	197.159	0	0	0	0	197.159
Niteroi-RJ	7.085	1.928	2.242	17.846	0	29.101
Nova Iguacu-RJ	1.204	3.662	0	0	0	4.866
Queimados-RJ	0	553	2.206	0	0	2.759
Resende-RJ	642	0	0	0	0	642
Sao Goncalo-RJ	0	3.223	0	0	0	3.223
Total por Ano	4.393.273	4.831.444	4.182.195	4.962.236	4.557.742	22.926.890

Fonte: AliceWeb/MDIC, 2016.

Conforme os dados apresentados no gráfico e na tabela, para os itens de malha, o município fluminense de Petrópolis aparece como o grande exportador do setor, responsável pela maior fatia do mercado e um faturamento de US\$ 12.890.911 no período de 2011 a 2015. Três Rios, em segundo lugar, apresenta bons números, com aumento na exportação ano a ano. A capital fluminense vem logo em seguida com involução nos seus resultados, encolhendo mais de 120% no período.

Vale destacar, também, a queda de faturamento das cidades de Armação de Búzios e Cabo Frio. Essa última, mesmo com APL, fechou 2015 com US\$ 1.943, o que significa apenas 8% de tudo que o município negociou no período.

Gráfico 21 - Participação dos municípios fluminenses exportadores do SH 6211 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, outro vestuário entre 2011 e 2015



Fonte: AliceWeb/MDIC, 2016.

Tabela 19 - Municípios fluminenses exportadores do SH 6211 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, outro vestuário entre 2011 e 2015, em US\$ FOB

Município/Ano	2011 em US\$ FOB	2012 em US\$ FOB	2013 em US\$ FOB	2014 em US\$ FOB	2015 em US\$ FOB	Total do Período em US\$ FOB
Rio de Janeiro-RJ	1.367.330	1.657.694	2.127.062	2.100.243	1.698.490	7.583.489
Petropolis-RJ	2.674.452	1.939.113	1.847.868	552.158	251.730	4.590.869
São Gonçalo-RJ	72.534	65.310	114.451	91.626	29.086	300.473
Nova Friburgo-RJ	1.372	21.230	22.071	16.645	22.586	82.532
Macaé-RJ	0	762	127.059	828	16.242	144.891
Rio das Ostras-RJ	0	0	0	0	8.600	8.600
Niterói-RJ	54.420	0	7.750	15.800	5.535	29.085
Armação dos Búzios-RJ	26.475	53.766	21.658	0	1.450	76.874
Cabo Frio-RJ	0	2.179	1.754	728	945	5.606
Araruama-RJ	383	0	0	0	0	383
Cantagalo-RJ	0	0	113	0	0	113
Duque de Caxias-RJ	0	0	420	0	0	420
Itaboraí-RJ	16.654	0	0	0	0	16.654
Itaocara-RJ	0	433	0	0	0	433
Nova Iguaçu-RJ	4.364	710	2.226	0	0	2.936
Queimados-RJ	0	0	174	3.689	0	3.863
Três Rios-RJ	435	0	0	0	0	0
Total do Ano	4.218.419	3.741.197	4.272.606	2.781.717	2.034.664	12.830.184

Fonte: AliceWeb/MDIC, 2016.

Para os itens de outro vestuário, a capital fluminense – que abriga uma APL – aparece como a maior exportadora do setor com faturamento de US\$ 7.583.489, mais que a soma de todas as outras colocadas juntas. Petrópolis, que aqui está na segunda

posição, indica uma inversão com o Rio de Janeiro ao compararmos os dois SHs. Isso acontece porque o município serrano passou a investir mais nos itens de malha, e a capital, em outros tecidos.

Os municípios de Niterói e Armação de Búzios, após bons números apresentados em 2011 e 2012, respectivamente, tiveram queda acentuada em 2015.

7. PORTE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DO SETOR DE MODA PRAIA ENTRE 2010 E 2016

Nesta seção será apresentada uma tabela referente aos anos de 2010 a 2016, listando os valores exportados e a quantidade de empresas por porte que exportaram os produtos do segmento moda praia. Para melhor visualização, serão utilizados, de forma agregada, os NCM's listados na introdução.

Gráfico 22 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de moda-praia por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2016)

Descrições	2010		2011		2012		2013	
	Valor	Qtd.	Valor	Qtd.	Valor	Qtd.	Valor	Qtd.
Micro	363.294	29	437.715	25	429.357	21	393.080	18
Pequena	1.869.500	22	1.737.770	25	2.089.336	27	1.297.949	19
Média	1.661.030	8	449.949	4	2.748.996	3	2.350.914	3
Grande	638.402	11	1.039.419	13	119.538	9	321.209	13
	2014		2015		2016			
	Valor	Qtd.	Valor	Qtd.	Valor	Qtd.		
Micro	429.639	20	342.143	18	412.673	23		
Pequena	1.368.617	22	1.559.054	22	1.110.033	22		
Média	3.363.450	3	2.940.451	4	2.984.291	4		
Grande	605.568	12	436.277	11	458.229	9		

Fonte: FuncexData, 2016.

Os dados acima apontam as empresas de médio porte como as que mais faturaram no período, no setor moda praia fluminense, atingindo US\$ 3.363.450 em 2014. Em segundo lugar aparecem as de pequeno porte, que em 2012 faturaram US\$ 2.089.336. As de grande porte figuram na terceira posição, e apresentam uma queda nos números desde 2010. Na quarta posição, estão as microempresas, com resultados relativamente parecidos no período, quando analisados ano a ano.

O resultado aponta a necessidade do devido suporte às empresas fluminenses, principalmente às pequenas e médias. O incentivo à exportação tende a ser vantajoso para os produtores, que podem ver sua cadeia produtiva operar durante todo o ano, e não apenas sazonalmente, além de garantir efeitos positivos na economia, gerando mais frentes de trabalho.

Segundo relatório mensal do SEBRAE, “as micro e pequenas empresas foram as únicas que tiveram um saldo positivo na geração de empregos no mês de janeiro de 2016”, o que fortalece a prerrogativa de que “as pequenas empresas têm um papel importante na recuperação da economia”. Segundo Guilherme Afif Domingos, presidente da instituição, “em épocas de dificuldades, o empreendedorismo por necessida-

de cresce. As pessoas que perdem seu emprego procuram montar um negócio para sobreviver. A porta que pode levar ao aquecimento da economia é a dos pequenos”. É nesse contexto que as exportações do setor fluminense de moda praia podem se beneficiar.

8. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DO SETOR DE MODA PRAIA

Nesta seção são apresentadas em ordem alfabética as 41 empresas responsáveis pela exportação dos seis SHs de moda praia no estado fluminense, os municípios em que se encontram estabelecidas, o tamanho de cada uma e o tipo de negócio que desenvolvem.

Tabela 22 - Empresas fluminenses exportadoras do setor moda praia

Razão social	Município	CNPJ	Tamanho	Tipo
A Vieira De Aguiar Confecções - Me	Nova Friburgo	39517123000130	Micro empresa	Indústria
A2 Outfit Comercio De Roupas Ltda - Me	Rio De Janeiro	06040173000110	Micro empresa	Comercial
Avex Brasil Exp. e Imp. de Roupas Ltda.-Me	São Gonçalo	09008195000190	Média	Comercial
Azulay e Cia. Ltda.	Rio de Janeiro	42135392000146	Média	Indústria
Belles Confecções Ltda - Me	Cordeiro	39242649000154	Pequena	Indústria
Brasil Comercial Importadora Exportadora, Assessoria Ad	Rio de Janeiro	10632251000142	Micro empresa	Comercial
By Guisa Confecções Ltda. - Me	Rio de Janeiro	39059449000160	Micro empresa	Indústria
Ciganamente Presentes Ltda - Epp	Rio de Janeiro	30935597000208	Micro empresa	Comercial
Claudio C. Marques - EPP	Nova Friburgo	32565434000125	Média	Indústria
Colorful Shirt Comercio De Roupas Ltda - Me	Rio de Janeiro	42143941000124	Micro empresa	Comercial
Cotrade Com. e Representações Ltda.	Rio de Janeiro	05025423000180	Especial	Comercial
CSS Exp. e Imp. Ltda.	Rio de Janeiro	04830894000106	Micro empresa	Comercial
Dasue Confecções De Roupas Ltda - Me	Três Rios	07770388000159	Pequena	Indústria
De Chelles Ind. e Com. de Confecções Ltda. Epp	Nova Friburgo	31584436000107	Pequena	Indústria
Dragonfly Blue Roupas E Acessorios Ltda - Me	Rio de Janeiro	09253611000116	Micro empresa	Indústria
Genipabu Confecções Ltda - Epp	Rio de Janeiro	00952837000130	Pequena	Indústria
Hola Brasil Comercio De Artigos Do Vestuario Ltda - Me	São Gonçalo	09441970000105	Micro empresa	Comercial

Razão social	Município	CNPJ	Tamanho	Tipo
Hossell Design E Comercio Ltda - Me	Rio de Janeiro	10519746000160	Pequena	Comercial
Hrd Confeccoes Ltda - Me	Rio de Janeiro	02158394000136	Micro empresa	Comercial
Imperio do Sol Comércio de Roupas Ltda	Petrópolis	36091452000173	Micro empresa	Comercial
It Cem Por Cento Industria E Comercio De Confeccoes Ltd	Petrópolis	08816222000199	Especial	Comercial
JVM Imp. e Exp. Ltda.	Niterói	01534902000170	Especial	Comercial
Kifaccoes Ltda - Me	Rio de Janeiro	02944974000159	Pequena	Serviços
Kriskan Trading Ltda.	Rio de Janeiro	02594654000116	Pequena	Comercial
LCG South American Trading Rep. Imp. e Exp. Ltda	Rio de Janeiro	09465381000159	Micro empresa	Comercial
Lny 2005 Industria De Roupas Ltda	Rio de Janeiro	07543288000190	Média	Indústria
M M Baptista Confeccoes Ltda - Epp	Rio de Janeiro	02105011000161	Pequena	Indústria
Massena Com. Exterior Ltda.	Rio de Janeiro	05530482000105	Pequena	Comercial
Praia Brasil Com. de Vestuário Ltda.	Petrópolis	72176183000101	Micro empresa	Comercial
Praia Carioca Confecção de Roupas Ltda.-Me	Rio de Janeiro	09099917000160	Micro empresa	Indústria
Projeto Lm Ind. e Com. Ltda. Me	Rio de Janeiro	31052327000130	Pequena	Indústria
Rgqg Confeccao E Comercio De Roupas Ltda - Me	Rio de Janeiro	05365492000132	Micro empresa	Indústria
Seille Confecções Ltda. - Me-OPALOCKA	Rio de Janeiro	36111789000103	Micro empresa	Indústria
SHS Artigos do Vestuário Ltda Me	Rio de Janeiro	07338026000193	Micro empresa	Indústria
Sol e Vida Com. de Roupas Ltda. - Me	Rio de Janeiro	07137468000171	Micro empresa	Comercial
Terras de Aventura Ind. de Artigos Esportivos Ltda.	Rio de Janeiro	35943604000156	Grande	Comercial
TMS Rio Indústria e Comércio de Roupas Ltda	Rio de Janeiro	31906654000374	Micro empresa	Indústria
Unimil Uniformes Militares Ltda	Rio de Janeiro	03262645000190	Pequena	Comercial
V. A. Nemer Boutique - Me	Armação Dos Búzios	05982767000187	Micro empresa	Comercial
Vega Ind. e Com. de Vestuário e Facções Ltda	Rio de Janeiro	09527112000250	Média	Comercial
Windmills Indústria e Comércio de Roupas Ltda	São Gonçalo	01592318000171	Pequena	Comercial

Fonte: FuncexData, 2016.

CONCLUSÃO

Este estudo setorial demonstra a importância do estado do Rio de Janeiro nas exportações de moda praia, tendo em vista a sua supremacia no montante das exportações brasileiras do setor. Os principais compradores internacionais da moda praia fluminense são, em ordem decrescente, Estados Unidos (67,52%), França (18,67%), Portugal (7,91%), Japão (4,64%) e Emirados Árabes Unidos (1,23%). O preço médio de negociação dos produtos do setor nos cinco anos analisados girou em torno de US\$122,34 (FOB).

No que tange aos principais exportadores desse produto a superioridade da República Popular da China é inquestionável. O país asiático foi o maior exportador de todos os produtos do setor e, manteve seu mercado dinâmico (crescendo acima da média), com exceção do mercado do SH 621112 - “Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino”, que permaneceu estável durante o período analisado (último triênio disponível, 2011-2013).

A China tem tamanha proeminência nas exportações de seus produtos, em geral, devido as suas práticas agressivas de comércio. É dever do Brasil continuar a lutar na Organização Mundial do Comércio (OMC) contra práticas desleais, de forma que mercados promissores, como é o caso do setor moda praia, possam se desenvolver.

Por fim, pode-se perceber que esse setor é promissor para as pequenas e médias empresas e que o papel destas para a economia brasileira tem sido crescente. Por isso, é necessário que os governos federal e estadual estimulem o pequeno e médio empresário que, em tempos de crise, consegue redirecionar rapidamente a sua empresa a fim de suportar o momento de escassez de dinheiro, contribuindo para a recuperação econômica do país.

Além disso, o papel das agências e instituições de fomento ao comércio exterior é imprescindível, a exemplo da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) que atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira, e de programas como o Exporta Fácil dos Correios, que é uma linha de serviços destinada a pessoas jurídicas ou físicas que desejam expandir seus negócios pelo uso da exportação como saída para reduzir a dependência das vendas internas; aumentar a produtividade; diminuir a capacidade ociosa; aprimorar a qualidade dos produtos ofertados; qualificar a mão-de-obra; divulgar e consolidar a marca e preparar a empresa para defender o seu espaço no mercado local, constantemente atacado por concorrentes internacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AGÊNCIA SEBRAE. Pequenos negócios têm saldo positivo na geração de empregos. *Administradores*. 8 mar. 2016. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/noticias/cotidiano/pequenos-negocios-tem-saldo-positivo-de-geracao-de-empregos/108920/> > Acesso em: 12 mar. 2016.

APEX BRASIL. *Quem somos?* Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/quem-somos>> Acesso em: 2 abr. 2016.

AUDACES. *Indústria têxtil: matéria prima pode ser natural ou química*. 2013. Disponível em: < <http://www.audaces.com.br/producao/falando-de-producao/2013/05/10/industria-textil-materia-prima-pode-ser-natural-ou-quimica> > Acesso em: 18 mar. 2016.

BARONE, Vanessa. Praia: território de estilo 100% nacional. *Valor Econômico*. São Paulo, 16 dez. 2015. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/4359148/praias-territorio-de-estilo-100-nacional>>. Acesso em: 26 mar. 2016.

CIRCUITO MODA CARIOCA. *Circuito da Moda Carioca terá primeira edição em 2016*. Rio de Janeiro, 22 fev. 2016. Disponível em: <<http://www.circuitomodacarioca.com.br/index.asp?s=conteudoclicado&cc=58>>. Acesso em: 26 mar. 2016.

CORREIOS. *Exporta Fácil*. Disponível em:< <http://www.correios.com.br/para-sua-empresa/exportacao-e-importacao/perguntas-frequentes/exporta-facil>> Acesso em: 2 abr. 2016.

EXPORTAÇÕES DA INDÚSTRIA TÊXTIL AOS EUA VOLTAM A CRESCER. *Empreendedor* Disponível em: < <http://empreendedor.com.br/noticia/exportacoes-da-industria-textil-aos-eua-voltam-crescer/>>. Acesso em: 9 nov. 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Antilhas Holandesas*. São Paulo, Disponível em:< https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/america-central/antilhas_holandesas.shtml > Acesso em: 20 mar. 2016.

GOVERNO DO RIO DE JANEIRO. *Circuito da Moda Carioca Movimenta Comércio em São Cristóvão*. Rio de Janeiro, 4 out. 2013. Disponível em:< <http://www.rj.gov.br/web/imprensa/exibeconteudo?article-id=1791290>>. Acesso em: 26 mar. 2016.

LA MARTINIQUE. *Record Number of Cruise Calls*. Disponível em:<<http://www.martiniquepro.org/>> Acesso em: 18 mar. 2016

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DE ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS – OBAPL. *APLs do Brasil*. Brasília. Disponível em: < <http://portalapl.ibict.br/apls/index.html?uf=rj>>. Acesso em: 03 abr. 2015.

PORTUGAL TÊXTIL. *Indianos e Chineses em parceria*. Portugal, 7 jan. 2015. Disponível em: <<https://www.portugaltexil.com/indianos-e-chineses-em-parceria/>> Acesso em: 12 mai. 2016.

_____. *Têxteis dinamizam indústria na Tunísia*. Disponível em:<<http://www.portugaltexil.com/texteis-dinamizam-industria-na-tunisia/>>. Acesso em: 25 mar. 2016.

PREFEITURA DO Estado do Rio de Janeiro. *Territórios da Moda*; A indústria da moda na cidade do Rio de Janeiro. Disponível em:< http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1806097/dlfe-230511.pdf/territorios_da_modarelatorio_qualit.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2016.

RADAR COMERCIAL. *Glossário*. Disponível em:< <http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>> Acesso em: 20 mar. 2016.

TERRA. *Com Criatividade, Rio lidera exportação mundial de biquínis*. Rio de Janeiro, 5 jun. 2013. Disponível em: <<http://economia.terra.com.br/operacoes-cambiais/operacoes-empresariais/com-criatividade-de-rio-lidera-exportacao-mundial-de-biquinis,932be8cee511f310VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

UNIETHOS. *Sustentabilidade e Competitividade na cadeia da moda*. São Paulo, mai. 2013. Disponível em: < http://www.abit.org.br/conteudo/links/estudo_sustentabilidade_uniethos.pdf >. Acesso em: 15 mar. 2016.

UNITED STATES AMERICAN. United States Agency For International Development. USAID. *Análise da Indústria de moda praia*: Inserção de micro e pequenas empresas no mercado internacional. v. 3, nov. 2006. Disponível em:< http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pnadm252.pdf> Acesso em: 19 mar. 2016.

Capítulo 3

Rochas Ornamentais

Rafael Araujo
Hélio Farias
Caíque de Holanda
Lucas Akio
Sarah Rosa



INTRODUÇÃO

O segmento de rochas ornamentais tem características inerentes a uma indústria tradicional. Trata-se de uma atividade extrativista cujos traços mais marcantes são: o processamento de recursos naturais, a baixa intensidade tecnológica, a reduzida exigência em termos de escala mínima de produção, o caráter exógeno da inovação tecnológica e o fato de a capacidade empreendedora do dirigente ser um fator crítico para a competitividade. No que diz respeito ao seu uso, as rochas ornamentais são utilizadas, principalmente, na indústria da construção civil como revestimentos internos e externos de paredes, pisos, pilares, colunas e soleiras. Além disso, elas também compõem peças isoladas, como estruturas, tampos, pés de mesa, bancadas, balcões, lápides e arte funerária em geral, além de edificações (SPÍNOLA et al, 2004).

O mercado internacional de rochas ornamentais vem se desenvolvendo. A produção mundial atual apresenta um aumento de 123,5 milhões de toneladas/ano, movimentando anualmente transações no valor de US\$120 bilhões/ano (GUIFER, s/a). O comércio exterior desse segmento é caracterizado pela participação de grandes grupos compradores que controlam o fluxo de material oriundo de países em desenvolvimento com relação aos países industrializados da Europa e Ásia (SPÍNOLA et al, 2004). Atualmente, o mercado desse setor vem crescendo principalmente pela ascensão da China, figurando como a maior importadora e exportadora de rochas processadas do mundo (GUIFER, s/a).

Em 2012, o Brasil ocupou a 10ª colocação no quesito exportação, exportando 2.237 milhões de toneladas de rochas (GUIFER, s/a). Mesmo assim, esse segmento tem pouca participação nos embarques brasileiros, representando, como ilustra a Tabela 2, entre 2011 e 2015, apenas 0,042% do total exportado pelo país. Ao observar a dimensão estadual, a participação das rochas ornamentais é ainda menor, figurando, nesse mesmo período, em 0,0009% do total exportado pelo Rio de Janeiro. A pouca representatividade desse setor nos embarques, tanto brasileiro quanto fluminense, observados nas Tabelas 1 e 2, se dá pela forte concorrência de outros segmentos – como petróleo e gás e o setor automobilístico – que possuem maior valor agregado.

Entre os dezoito estados brasileiros exportadores de rochas ornamentais, o Rio de Janeiro ocupa a sexta posição nos embarques desse setor. Embora o estado tenha de certa forma, uma posição relevante, a participação fluminense nas exportações nacionais é pouco expressiva neste âmbito, sendo responsável por 0,22% do total embarcado pelo Brasil nesse segmento entre 2011 e 2015. O maior exportador de rochas ornamentais no Brasil é Minas Gerais, figurando em 68,46% dos embarques nesse período, seguido do Rio Grande do Sul (21,64%), São Paulo (6,39%), Santa Catarina (0,86%) e Piauí (0,42%).

Tabela 1 - Participação das rochas ornamentais fluminenses nas exportações brasileiras desse setor (2011-2015)

Ano	Brasil	Rio de Janeiro	%
2011	123,1	0,13	0,11%
2012	101,8	0,20	0,20%
2013	88,4	0,32	0,37%
2014	90,6	0,26	0,29%
2015	85,9	0,18	0,22%
Total	490,1	1,11	0,23%

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2016.

Tabela 2 - Participação das rochas ornamentais nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2011-2015)

Ano	Brasil			Rio de Janeiro		
	Total Exp.	R. Ornamentais	%	Total Exp.	R. Ornamentais	%
2011	256.039,5	0,12	0,048%	29.445,5	0,13	0,0005%
2012	242.578,1	0,10	0,042%	28.761,1	0,20	0,0007%
2013	242.033,5	0,08	0,037%	21.273,1	0,32	0,0015%
2014	225.100,8	0,09	0,040%	22.619,3	0,26	0,0012%
2015	191.134,3	0,08	0,045%	17.026,5	0,18	0,0011%
Total	1.156.886,3	0,49	0,042%	119.125,5	1,11	0,0009%

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2016.

Este estudo setorial tem o objetivo de analisar o mercado fluminense de rochas ornamentais e suas possibilidades de crescimento nas exportações do estado. São analisados os seguintes fatores: participação das rochas ornamentais nas exportações do estado do Rio de Janeiro, o preço médio comercializado por esse setor, seus principais compradores internacionais, o dinamismo do mercado, as regiões fluminenses produtoras e exportadoras e as características das empresas que comercializam internacionalmente esses produtos.

Neste estudo, são analisados os anos de 2011-2015 e são considerados os seguintes NCMs²¹:

Tabela 3 - Lista dos NCMs utilizados nesse estudo setorial

NCM	Descrição
2506	Quartzo
2514	Ardósia
2515	Mármore, travertinos, granitos belgas e outras pedras
2516	Granito, pórfiro, basalto, arenito e outras pedras
2526	Esteatita natural e talco
2530	Matérias minerais
6801	Pedras para calcetar de pedra natural
6802	Pedras de cantaria ou de construção; cubos, pastilhas e artigos semelhantes
6803	Ardósia natural trabalhada e obras de ardósia natural ou aglomerada
6804	Mós e artefatos semelhantes; pedras para amolar ou para polir
6815	Obras de pedra ou de outras matérias minerais
7211	Produtos laminados planos, de ferro ou aços não ligados
8202	Serras manuais; folhas de serras de todos os tipos
8419	Aparelhos e dispositivos para tratamento de matérias por meio de operações que impliquem mudança de temperatura
8428	Outras máquinas e aparelhos de elevação

²¹ A partir de 1997, o Brasil passou a utilizar, para efeito de classificação de mercadorias, a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), utilizada igualmente pelos demais países partícipes (Argentina, Paraguai e Uruguai). Este critério de classificação é baseado no Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias (SH), metodologia adotada pela quase totalidade dos países. Disponível em: < <http://aliceweb.mdic.gov.br//menu/index/item/metodologia>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

8430	Outras máquinas e aparelhos de terraplenagem; bate-estacas e arrancaestacas; limpamaneves
8464	Máquinasferramentas para trabalhar pedra
8466	Partes e acessórios reconhecíveis como exclusiva ou principalmente destinados às máquinas das posições 8456 a 8465
8479	Máquinas e aparelhos mecânicos com função própria
9027	Instrumentos e aparelhos para análises físicas ou químicas; instrumentos e aparelhos para ensaios de viscosidade, porosidade, dilatação, tensão superficial ou semelhantes ou para medidas calorimétricas, acústicas ou fotométricas

Fonte: AliceWeb, 2016.

1. AS ROCHAS ORNAMENTAIS NAS EXPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1.1. PAÍSES COMPRADORES DE ROCHAS ORNAMENTAIS DO RIO DE JANEIRO

Nesta seção são analisados quais são os principais países compradores de rochas ornamentais do Rio de Janeiro, considerando os últimos cinco anos (2011-2015). Pretende-se destacar, sobretudo, quais foram os valores pagos por esses países. Os resultados obtidos tiveram como base os NCMs listados na Tabela 3 da introdução deste estudo. Assim, constata-se que os principais destinos das rochas ornamentais do estado fluminense são: Países Baixos, Estados Unidos, México, Colômbia, Suíça e Venezuela, respectivamente.

Em 2011, as exportações para os Países Baixos atingiram US\$ 121,8 milhões e, em 2012, US\$ 470,4 milhões. Desde 2013, o setor vem registrando uma queda constante nas exportações fluminenses para essa região. Por outro lado, as rochas ornamentais fluminenses atraem cada vez mais os Estados Unidos e o México – há um crescimento continuado nas vendas deste produto para esses países, alavancando as exportações no estado, como pode ser observado na Tabela 4. Em relação aos Estados Unidos, esse aumento pode ser explicado pela retomada de crescimento do país nos últimos anos. Vale destacar que o Brasil é um dos principais fornecedores de rochas ornamentais para o mercado americano.

Quanto aos demais países – Colômbia, Suíça e Venezuela –, entre 2011 e 2015 houve um significativo aumento do valor exportado para a Colômbia. Entretanto, em relação à Suíça e à Venezuela as exportações registraram queda nesse período. No que tange à Europa, uma das barreiras para a exportação do produto se dá pelo elevado grau de exigências técnicas para entrada na Comunidade Europeia, principalmente no caso as ardósias (DNPM, 2014).

Tabela 4 - Principais países compradores de rochas ornamentais do Rio de Janeiro nos últimos cinco anos (2011-2015)

País	2011	2012	2013	2014	2015
Países Baixos	121,83	470,44	608,93	36,57	1,71
Estados Unidos	7,32	3,19	33,76	24,78	19,93
México	0,85	0,71	1,83	1,51	1,87
Colômbia	0,76	0,54	0,87	0,72	0,85
Suíça	0,48	71,61	77,08	-	22,25
Venezuela	0,33	0,13	0,15	0,03	0,01

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: FuncexData, 2016.

1.2. PREÇO MÉDIO

É analisado nesta seção o preço médio do produto nos últimos cinco anos (2011-2015). Durante esse período, o preço por quilograma das rochas ornamentais oscilou e apresentou variação positiva e negativa de preço, de acordo com o observado na Tabela 5.

Destaque para o ano de 2012 em que o preço médio passou de US\$ 192,51 kg (2011) para US\$ 49,13 kg. Essa queda significativa se deu, sobretudo, pelos efeitos da crise no mercado europeu e pelo aumento da concorrência com os outros países, como a China. A China vende suas rochas ornamentais a um preço competitivo no mercado, concorrendo com os produtos brasileiros e fluminenses.

Tabela 5 - Preço médio das rochas ornamentais nos últimos cinco anos (2011-2015)

Ano	Preço (US\$)
2011	192,51
2012	49,13
2013	86,45
2014	34,53
2015	74,08

Fonte: FuncexData, 2016.

1.3. PAÍSES EXPORTADORES DE ROCHAS ORNAMENTAIS

Nesta seção são analisados os principais países exportadores de rochas ornamentais no mundo nos últimos cinco anos (2011-2015).

A crise econômica de 2008 promoveu a retração no comércio internacional de rochas ornamentais. Seu processo de recuperação somente se inicia entre 2010 e 2011, graças às exportações para os mercados dos Estados Unidos e da China (ABIRO-CHAS, s/d). Como pode ser observado na Tabela 6, tais países ocupam o 1º e 2º lugar, respectivamente, como os principais exportadores do setor no mundo. Os Estados Unidos apresentam um crescimento significativo ao longo dos anos, passando de US\$ 515.163.549 milhões em 2011 para US\$ 801.440.014 milhões em 2015. Por outro lado, a China passou a registrar queda a partir de 2014.

A Itália, em 2011, exportou US\$ 72.604.075 milhões, mas registrou queda a partir de 2012, somente retomando o crescimento em 2015, quando atingiu a marca de US\$ 80.428.844 nas vendas. Em relação aos demais países – Países Baixos, Argentina e Canadá –, foi registrada queda nas exportações em relação ao ano de 2011.

Tabela 6 - Principais países exportadores de rochas ornamentais nos últimos cinco anos (2011-2015)

País	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	515,1	590,6	814,2	826,1	801,4
China	143,3	151,1	191,4	148,5	105,8
Países Baixos	131,9	475,5	4,7	3,4	2,6
Itália	72,6	54,9	55,2	68,2	80,4
Argentina	51,7	43,6	46,8	40,8	37,9
Canadá	40,4	43,1	42,7	42,1	37,6

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: FuncexData, 2016.

1.4. DINAMISMO DO MERCADO

É analisado nesta seção o dinamismo do mercado de rochas ornamentais. O dinamismo indica a evolução das importações de um produto por um determinado país em análise ou pelo mundo. Se as importações do produto cresceram acima da média das importações totais do país ou do mundo (no triênio em análise), o produto é “dinâmico” naquele mercado. Se cresceram abaixo da média, o produto é “estável”. Se reduziram, o produto está “em declínio” (RADAR COMERCIAL, s/a).

Foram tomados para análise, nesta seção, os principais países compradores das rochas ornamentais fluminenses (evidenciados na seção 2.3) e o triênio 2011-2013, por ser o último disponível na base de dados Radar Comercial. No entanto, é importante ressaltar que não foram considerados os seguintes produtos: 2526 - Esteatita natural e talco, 2514 - Ardósia, e 2515 - Mármore, travertinos, granitos belgas, os dois primeiros por não haver dados do dinamismo dos principais parceiros fluminenses nesse segmento e o último pelo fato de o Estado não o ter exportado no período analisado.

Ao analisar os resultados obtidos, observa-se que há, em linhas gerais, uma maior quantidade de produtos do segmento rochas ornamentais que apresentam mercado dinâmico, representando, portanto, um crescimento acima da média das compras dos principais parceiros fluminenses das rochas ornamentais do Estado. Os produtos que apresentaram os melhores resultados foram: 680200 - Pedras de cantaria ou de construção; cubos, pastilhas e artigos semelhantes, 841900 - Aparelhos e dispositivos para tratamento de matérias por meio de operações que impliquem mudança de temperatura, 842800 - Outras máquinas e aparelhos de elevação e 847900 - Máquinas e aparelhos mecânicos com função própria; todos esses produtos apresentaram apenas mercado dinâmico com relação aos seus principais parceiros fluminenses.

Por outro lado, é importante ressaltar que muitos produtos do setor analisado apresentaram mercado em declínio, com queda do valor importado por determinado parceiro. Os produtos do segmento rochas ornamentais que obtiveram os menores resultados foram: 721100 - Produtos laminados planos, de ferro ou aços não ligados, 843000 - Outras máquinas e aparelhos de terraplenagem; bateestacas e arrancaestacas; limpaneves, 846400 - Máquinas-ferramentas para trabalhar pedra e 846600 - Partes e acessórios reconhecíveis como exclusiva ou principalmente destinados às máquinas das posições 8456 a 8466.

Os dados detalhados podem ser averiguados na Tabela 7.

Tabela 7 - Dinamismo do mercado de rochas ornamentais (2011-2013)

NCM	Países	Dinamismo
250610 - Quartzo	China	Em declínio
	Estados Unidos	Dinâmico
	Índia	Em declínio
	Japão	Em declínio
250620 - Quartzitos	China	Em declínio
	Estados Unidos	Dinâmico
	Índia	Dinâmico
	Japão	Em declínio
251600 - Granito, pórfiro, basalto, arenito e outras pedras	China	Dinâmico
	Espanha	Em declínio

NCM	Países	Dinamismo
253010 - Vermiculita, perlita e cloritas, não expandidas	China	Em declínio
	Colômbia	Em declínio
	Canadá	Em declínio
	Uruguai	Dinâmico
	Paraguai	Dinâmico
253090 - Outras matérias minerais	China	Dinâmico
	Colômbia	Em declínio
	Canadá	Estável
	Uruguai	Em declínio
	Paraguai	Dinâmico
680100 - Pedras para calcetar de pedra natural	Uruguai	Em declínio
	Alemanha	Estável
	Equador	Dinâmico
	Colômbia	Dinâmico
680200 - Pedras de cantaria ou de construção; cubos, pastilhas e artigos semelhantes	Estados Unidos	Dinâmico
	Turquia	Dinâmico
680300 - Ardósia natural trabalhada e obras de ardósia natural ou aglomerada	Estados Unidos	Dinâmico
	Espanha	Em declínio
680400 - Mós e artefatos semelhantes; pedras para amolar ou para polir	Colômbia	Em declínio
	Chile	Dinâmico
	Portugal	Dinâmico
	Paraguai	Dinâmico
681500 - Obras de pedra ou de outras matérias minerais	Chile	Em declínio
	Colômbia	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico
721100 - Produtos laminados planos, de ferro ou aço não ligados	Paraguai	Em declínio
	Peru	Em declínio
820200 - Serras manuais; folhas de serras de todos os tipos	Paraguai	Em declínio
	Uruguai	Dinâmico
841900 - Aparelhos e dispositivos para tratamento de matérias por meio de operações que impliquem mudança de temperatura	Estados Unidos	Dinâmico
	Panamá	Dinâmico
	Suíça	Dinâmico
842800 - Outras máquinas e aparelhos de elevação	Cingapura	Dinâmico
	Guatemala	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico
843000 - Outras máquinas e aparelhos de terraplenagem; bate-estacas e arranca-estacas; limpa-neves	Gana	Em declínio
	Alemanha	Em declínio
846400 - Máquinas-ferramentas para trabalhar pedra	Uruguai	Em declínio
	Alemanha	Dinâmico
846600 - Partes e acessórios reconhecíveis como exclusiva ou principalmente destinados às máquinas das posições 8456 a 8465	Alemanha	Dinâmico
	Bélgica	Em declínio

NCM	Países	Dinamismo
847900 - Máquinas e aparelhos mecânicos com função própria	Equador	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico
	Suíça	Dinâmico
902700 - Instrumentos e aparelhos para análises físicas ou químicas; instrumentos e aparelhos para ensaios de viscosidade, porosidade, dilatação, tensão superficial ou semelhantes ou para medidas calorimétricas, acústicas ou fotométricas	Chile	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico

Fonte: Radar Comercial, 2016.

1.5. REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DE ROCHAS ORNAMENTAIS

O maior produtor e exportador de rochas ornamentais do estado é o município de Niterói, representando, entre 2011 e 2015, 55,84% do total embarcado pelo Rio de Janeiro. A cidade do Rio de Janeiro vem em seguida com 34,18% da produção, acompanhada de Itaguaí (5,32%), Macaé (1,3%) e Duque de Caxias (0,99%). É possível observar que o total exportado pelos dois principais municípios, Niterói e Rio de Janeiro, representa 90,03% do que foi embarcado.

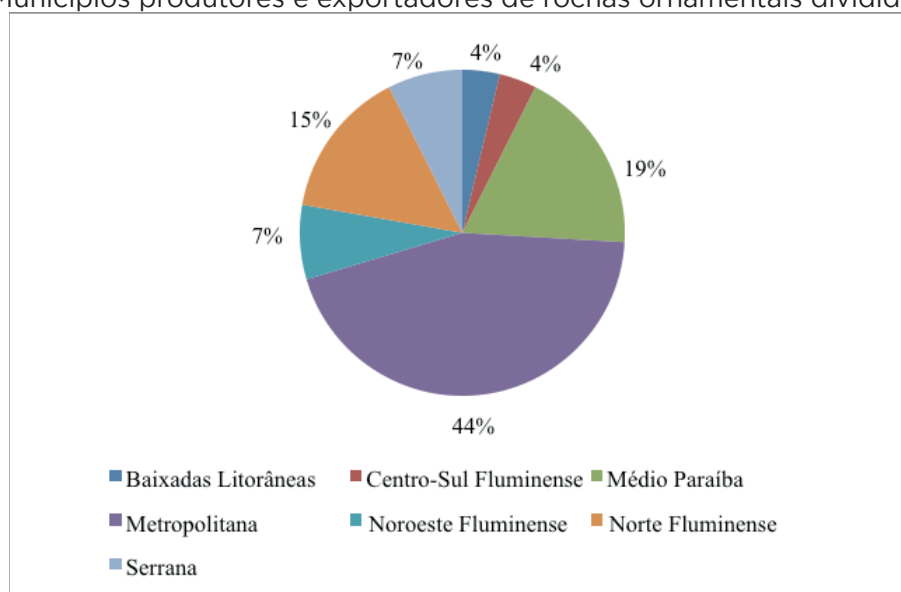
Analisando as regiões do estado, constata-se que a Região Metropolitana concentra o maior número de cidades exportadoras de rochas ornamentais. Os doze municípios desse grupo representam 97,33% do que foi exportado pelo Rio de Janeiro nesse setor entre 2011 e 2015. Essa preponderância se dá pelo fato de a região concentrar capital, infraestrutura e força de trabalho. Além disso, encontra-se na Região Metropolitana a maior parte das indústrias do Estado, formando um parque industrial bastante diversificado (CEPERJ, s/a).

Embora a maior região fluminense exportadora de rochas ornamentais seja a Metropolitana, o arranjo produtivo local (APL) do estado localiza-se na Região Noroeste Fluminense, integrando os municípios de Bom Jesus de Itabapoana, Cambuci, Italva, Itaperuna, Laje do Muriaé, Miracema, Natividade, Porciúncula, Santo Antônio de Pádua, São José do Ubá, Varre-Sai, Aperibé e Itaocara (REDE APL MINERAL, s/a). No entanto, apenas duas cidades dessa região, Porciúncula e Santo Antônio de Pádua, exportam as rochas ornamentais que produzem, representando, entre 2011 e 2015, apenas 0,01% do total embarcado pelo Estado nesse setor. Em âmbito nacional, esse segmento é organizado pela ABIROCHAS (Associação Brasileira da Indústria de Rochas Ornamentais), fundada em 23 de janeiro de 1998, na cidade de Fortaleza/CE (ABIROCHAS, s/a).

Na questão da representatividade de empresas, o setor de rochas ornamentais da Região Noroeste Fluminense está concentrado, principalmente, nas cidades de Santo Antônio de Pádua, caracterizada como o núcleo de produção, Miracema e Porciúncula. Por outro lado, os municípios de Itaperuna, Cambuci e São Fidelis são considerados potenciais produtores, uma vez que novos empresários dessas cidades vêm estudando a possibilidade de entrarem nesse mercado (SEBRAE, s/a).

O contraste entre a relevância do Noroeste Fluminense na produção de rochas ornamentais e a pouca representatividade desses municípios nos embarques desse setor desperta a necessidade de ações afirmativas que impulsionem as exportações das empresas desse segmento.

Gráfico 1 - Municípios produtores e exportadores de rochas ornamentais divididos por região



Fonte: FuncexData, 2016.

Tabela 8 - Total exportado em rochas ornamentais pelos municípios fluminenses (2011-2015)

MUNICÍPIOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Barra Mansa	691,4	455,4	451,7	426,7	428,6	2.454,1
Belford Roxo	691,1	176,1	57,7	154,5	0	1.079,5
Campos dos Goytacazes	463,1	225,6	0	0	0	688,7
Cordeiro	0	0	0	44,1	0	44,4
Duque de Caxias	1.677,7	3.947,3	3.988,2	1.307,2	1.156,9	12.077,4
Itaboraí	4.181,8	2.174,9	456,5	845,1	527,3	8.185,7
Itaguaí	11,6	0	6.875,3	57.997,6	0	64.884,6
Itatiaia	25,9	323,8	29,9	9,1	8,5	397,3
Macaé	1.746,9	1.348,9	3.949,9	5.534,2	3.295,1	15.875,1
Mage	155,7	0	0	26,3	0	182,1
Niterói	122.289,4	492.725,3	33.891,8	11.605,4	20.597,3	681.109,4
Nova Iguaçu	1.381,8	0	52,6	216,1	470,1	2.120,8
Paracambi	0	0	4.500	0	0	4.500
Petropolis	403,6	301,3	1.100,8	1.092,8	893,2	3.791,9
Porciuncula	16,6	0	0	0	0	16,6
Porto Real	3,1	61,3	0	0,28	1.749,5	1.814,2
Resende	191,3	52,7	280,5	73,2	165,5	763,2
Rio das Ostras	6,8	989,2	4,4	351,1	2,9	1.354,5
Rio de Janeiro	55.135,1	72.290,1	180.718,6	39.997,3	68.780,3	416.921,4
Santo Antonio de Padua	258,6	168,1	249,6	136,1	129,9	942,3
Sao Francisco de Itabapoana	618,1	1.377,1	366,1	0	756,5	3.117,5
Sao Gonçalo	15,4	47	7,1	163,4	297,7	483,8
Sao Joao da Barra	0	0	0	0	0,71	,071

MUNICÍPIOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
São João de Meriti	0	0	0	0,03	0	0,03
Seropedica	0	0	0	0	0,13	0,13
Três Rios	94,5	0	18,6	0	0	113,1
Valença	244,4	33,6	205,6	372,7	363,7	1.220,3
TOTAL	190.304,6	576.651,1	232.710,2	120.353,8	99.624,3	1.219.644,1

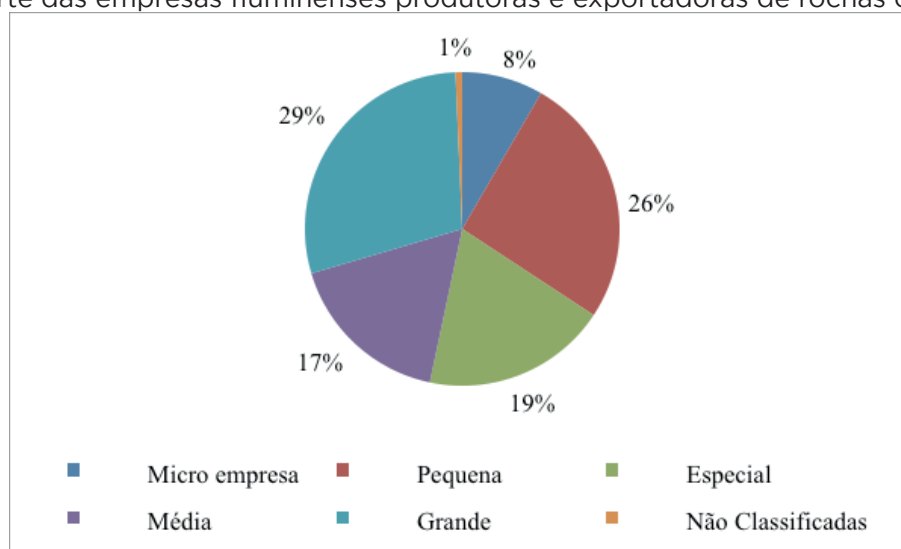
(*) Valores em US\$/mil. / Fonte: AliceWeb, 2016.

1.6. PORTE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DE ROCHAS ORNAMENTAIS

Nessa seção, em vez de NCM, foram utilizados os seguintes agrupamentos CNAE²²: 8 - Extração de Minerais Não-Metálicos e 23 - Fabricação de Produtos de Minerais Não-Metálicos.

Com relação ao tamanho das firmas fluminenses exportadoras de rochas ornamentais, as de grande porte têm maior participação, figurando em 29% do total exportado pelo estado entre 2011-2015. Em seguida, com uma pequena variação, tem-se as pequenas empresas (26%) acompanhadas das de porte especial (19%), médio (17%), micro (8%) e não classificadas (1%). Na região de Santo Antônio de Pádua, maior produtor de extração mineral de rochas ornamentais do Estado, a maioria das empresas são consideradas micro e pequenas, com porcentagem de 91% de micro e pequenas empresas. Além disso, existem cerca de 200 pedreiras e mais de 100 serrarias em operação na região.

Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de rochas ornamentais (%)



Fonte: FuncexData, 2016.

²² A CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) é uma classificação usada com o objetivo de padronizar os códigos de identificação das unidades produtivas do país nos cadastros e registros da administração pública nas três esferas de governo, em especial na área tributária, contribuindo para a melhoria da qualidade dos sistemas de informação que dão suporte às decisões e ações do Estado, possibilitando, ainda, a maior articulação inter-sistemas. Disponível em: < <http://subcomissaoacnae.fazenda.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1>>. Acesso em: 4 jul 2016.

Tabela 9 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de rochas ornamentais (dados detalhados)

Porte das empresas	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Micro empresa	27	18	13	20	19	97
Pequena	60	68	54	62	55	299
Especial	26	57	50	45	43	221
Média	45	36	37	36	44	198
Grande	59	79	67	71	58	334
Não Classificadas	0	0	4	1	3	8
Total	217	258	225	235	222	1.157

Fonte: FuncexData, 2016.

1.7. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DESSES PRODUTOS

Nesta seção são apresentadas alfabeticamente as firmas responsáveis pela exportação de rochas ornamentais – de acordo com os NCMs listados na tabela 7 – no estado do Rio de Janeiro.

Tabela 10 - Empresas fluminenses exportadoras de Rochas Ornamentais

CNPJ	Razão Social
31120686000188	Aalborg Industries S.A.
05876349000296	Aker Solutions Do Brasil Ltda
38626131000151	Arar Com. e Ind. de Ardósia S.A.
72343882000107	Armco Staco Ind. Metalúrgica Ltda.
42087254001453	Baker Hughes Do Brasil Ltda
15680333001409	Bj Services do Brasil Ltda.
07864634000301	Bram Offshore Transportes Maritimos Ltda
04931019000293	Brasbunker Participacoes S/A
10632251000142	Brasil Comercial Importadora Exportadora, Assessoria Ad
27798545000303	C. M. Canto e Melo Ind. e Com. Ltda.
07673377000312	Cameron Tecnologia De Controle De Fluxo Ltda
32216897000262	Carbox Resende Química Ind. e Com. Ltda.
39528914000165	Coldmix Industria, Comercio E Representacoes Ltda
36008274000174	Commar Com. Internacional Ltda.
09422564000278	Companhia De Obras E Infra-Estrutura
15102288008248	Construtora Norberto Odebrecht S.A.
05025423000180	Cotrade Com. e Representações Ltda.
07925451000189	DofSubsea Brasil Servicos Ltda
42120394000676	Dresser Ind. e Com. Ltda. - Divisão Wayne
33247271001177	Empresa Brasileira De Engenharia S A
33220880000160	Empresa Brasileira de Solda Elétrica S.A. -Ebse
02445332000105	Enaval - Engenharia Naval E Offshore Ltda.
04336088000178	Ensko Do Brasil Petróleo E Gas Ltda

06134590000202	Expro Do Brasil Servicos Ltda
02873539000180	Farstad Shipping S.A.
33273681000110	Flowserve do Brasil Ltda.
03595293000195	Fugro Brasil - Servicos Submarinos E Levantamentos Ltda
32485369000128	Gramazini Granitos e Mármore Thomazini Ltda.
32178428000115	Industria E Comercio Espabra Ltda-Epp
03864090000157	Inndispensabile Comercio De BijouteriasLtda-Epp
36092112000167	Jose C D M Bastos - Me
33331687000288	Lapidação Amsterdam Ltda.
09066947000170	Le Soleil Industria E Comercio De Bijouterias Artesanais
05068604000193	M. Gold Industria e Comercio Ltda - EPP
13808320000114	Mbex Industria E Comercio Ltda
03774110000107	Moineau Comercio Artesanal Ltda- Me
19674897000167	Mon Cher Acessorios Ltda- Me
40279820000189	Namaste Comercio Ltda- Me
03532154000112	Novinet Com. e Serviços Ltda.
12893041000133	Oitica Comercio De Artigos Para Presentes Ltda-Me
29504214002473	Halliburton Servicos Ltda
29506474002305	Latas de Alumínio S.A. Latasa
17162579001244	Lider Taxi Aereo S/A - Air Brasil
03141023001003	Lupatech - Equipamentos e Serviços para Petroleo Ltda
15676893000329	Lupatech - Perfuracao E Completacao Ltda
15185358001347	M I Swaco Do Brasil - Comercio, Servicos E Mineracao Ltda
02382540000102	Magplast Com. Internacional Ltda.
06020318000544	Man LatinAmerica Industria E Comercio De Veiculos Ltda
30831333000123	Marcovaldi Ind. e Com. de Granito Ltda.
13182775000177	NovAsepElmar Do Brasil Equipamentos E Servicos Para P
09358355000121	Olex Importação e Exportação S/A
08768225000102	Pedras Decorativas Gesualdi Comercio E Exportacao De Pe
67405936000920	Peugeot Citroën do Brasil Automóveis Ltda.
30521090000127	Queiroz Galvao Oleo E Gas S/A
18600765000128	Sas Offshore Servicos Ltda
32319931002863	Schlumberger Serviços de Petróleo Ltda.
06222968000149	SDBCI Imp. e Exp. de Maquinas Industriais Ltda
33151630000116	Sociedade Marmífera Brasileira Ltda.
28826394000908	Sola Brasil Ind. Óptica Ltda.

33009911035277	Souza Cruz S.A.
04954351000605	Subsea7 Do Brasil Servicos Ltda
02149043000169	Tecen Comercial Ltda
01935974000120	Tecno Flash Ltda
02976581000127	Tetra Technologies do Brasil Ltda.
31023302000370	Thor Granitos e Mármoreos Ltda.
40278681000179	Transocean Brasil Ltda
11592648000110	Trilogia Comercio Importacao e Exportacao De Ma- teriais
35820448006410	White Martins Gases Industriais S.A.
42586974000149	Wilhelmsen Ships Service Do Brasil Ltda
08376900000140	Wilson, Sons Offshore S.A.

Fonte: FuncexData, 2016.

CONCLUSÃO

Como foi exposto, o Rio de Janeiro ocupa a 6ª posição nos embarques brasileiros do setor. Embora a posição seja significativa, na prática, as exportações fluminenses são pouco expressivas, representam apenas 0,22% do total embarcado no Brasil. O maior produtor e exportador de rochas ornamentais do Estado é Niterói, seguido pelo município do Rio de Janeiro. O total exportado pelos dois municípios representa cerca de 90% do total embarcado pelo estado.

Os mercados norte-americano e mexicano vêm alavancando as exportações fluminenses. Fator possibilitado pela retomada de crescimento dos países, observada ao longo de 2010 e 2011, em recuperação à crise de 2008. Por outro lado, o Brasil ainda não é muito presente na Europa, principalmente em virtude das exigências técnicas para entrada do produto, que se apresenta como uma barreira para a exportação. Os efeitos da crise no mercado europeu também contribuíram para a queda do preço médio do produto. Atualmente, a China é a principal importadora e exportadora de rochas processadas do mundo, competindo com o Brasil e, conseqüentemente, com o Rio de Janeiro no mercado mundial do segmento.

Nesse estudo pode ser observado que muitas cidades produtoras de rochas ornamentais localizadas na Região Noroeste não participam do comércio exterior. Portanto, as exportações fluminenses nesse setor se originam em um pequeno número de empresas e cidades. No entanto, apesar da pouca representatividade das rochas ornamentais na pauta de exportações do Rio de Janeiro, o setor apresenta potencial de crescimento e carece de ações para impulsionar as exportações das empresas do segmento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIROCHAS. *Quem somos*. São Paulo, s/d. Disponível em: < <http://abirochas.com.br/institucional/> >. Acesso em: 03 jul. 2016.

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

BRASIL. Classificação Nacional de Atividades Econômicas – Subseção. (CNAE). Disponível em: < <http://subcomissaocnae.fazenda.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1>>. Acesso em: 4 jul 2016.

FUNCEXDATA. Disponível em < <http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

FUNDAÇÃO CENTRO ESTADUAL DE ESTATÍSTICAS, PESQUISAS E FORMAÇÃO DE SERVIDORES PÚBLICOS DO RIO DE JANEIRO. *Estado do Rio de Janeiro: Regiões de Governo. Rio de Janeiro*. Disponível em: <http://www.ceperj.rj.gov.br/ceep/info_territorios/divis_regional.html>. Acesso em: 03 jul. 2016.

GUIFER Consultoria. Diagnóstico do setor de pedras ornamentais: Noroeste do Rio de Janeiro. *SEBRAE*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Relatorio%20Setorial%20de%20Pedras%20Ornamentais.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

HEIDER, Mathias; MAIA, Claudia Martinez. Departamento nacional de produção mineral. *Rochas Ornamentais e de revestimento*. Brasília, 2014. Disponível em: <<http://www.dnpm.gov.br/dnpm/sumarios/rochas-ornamentais-de-revestimento-sumario-mineral-2014>>. Acesso em 02 jul. 2016.

RADAR COMERCIAL. *Glossário*. Disponível em: <<http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

REDE APL MINERAL. *APL de Rochas Ornamentais do Noroeste Fluminense do RJ*. Brasília. Disponível em: <<http://www.redeaplmineral.org.br/novo-banco-de-dados/apl-de-rochas-ornamentais-do-noroeste-fluminense-do-rj-em-construcao/>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

SPÍNOLA, Vera; GUERREIRO, Luis Fernando; BAZAN, Rafaela. A indústria de Rochas Ornamentais. *Estudo de Mercado*. Setembro, 2004. Disponível em: <<http://www.redeaplmineral.org.br/biblioteca/rochas-ornamentais/A%20INDUSTRIA%20DE%20ROCHAS%20ORNAMENTAIS.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2016.

Capítulo 4

Cachaça Fluminense

Rafael Araujo
Sérgio Câmara
Bruna Malheiros
Carolina Mendes
Douglas Ritter Baptista
Giulia Stael



INTRODUÇÃO

A cachaça é a bebida destilada mais consumida no Brasil. A caipirinha, por sua vez, o drinque brasileiro mais conhecido no mundo. Em 2001, o decreto nº 4.062 definiu e protegeu as expressões “Cachaça”, “Brasil”, “Cachaça do Brasil” e “Caipirinha”, como de “uso restrito aos produtores estabelecidos no País”. Minas Gerais foi o primeiro estado a aprovar a legislação para regulamentar e proteger a produção de cachaça. (BRASIL, 2001)

O setor da cachaça no estado do Rio de Janeiro, segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), faturou em 2016 US\$ 1,8 milhões em exportações. Esse valor corresponde a 13,12% da receita advinda com as exportações de cachaça pelo Brasil naquele ano²³.

Ainda segundo dados do MAPA, o estado do Rio de Janeiro ocupa a 4ª posição em exportação e também em volume de produção de cachaça no Brasil. Segundo o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), o estado que lidera ambas as análises é São Paulo²⁴.

O IBRAC iniciou o ano de 2017 comemorando o aumento das exportações de cachaça em 2016. Segundo dados divulgados pelo Instituto, as exportações do setor cresceram 4,62% em valor e 7,87% em volume, totalizando US\$ 13,93 milhões arrecadados e 8,3 milhões de litros produzidos.

Considera-se, nesta análise, a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) 22084000, referente à descrição “Rum e outras aguardentes provenientes da destilação, após fermentação, de produtos da cana-de-açúcar” ou “Cachaça e Caninha (Rum e Tafia)”. Sendo assim, as menções às palavras “cachaça” e “produto”, nesse documento, farão referência à NCM citada acima.

2. LISTA DOS PRINCIPAIS COMPRADORES INTERNACIONAIS DO PRODUTO ENTRE 2012 E 2016

Na tabela abaixo estão listados os principais países compradores da cachaça fluminense entre os anos de 2012 e 2016. Durante esse período, Alemanha e França mantiveram-se como os maiores compradores.

Tabela 1 – Principais países compradores da cachaça e valor pago no período de 2012 a 2016

País	2012	2013	2014	2015	2016
Alemanha	US\$ 694.110	US\$ 717.163	US\$ 984.910	US\$ 764.717	US\$ 717.649
França	US\$ 473.162	US\$ 440.446	US\$ 558.704	US\$ 471.813	US\$ 382.633
EUA	US\$ 0	US\$ 57.480	US\$ 179.691	US\$ 130.310	US\$ 205.534
Itália	US\$ 96.453	US\$ 233.686	US\$ 90.637	US\$ 95.626	US\$ 110.628
Portugal	US\$ 53.091	US\$ 199.155	US\$ 87.643	US\$ 88.038	US\$ 0
Áustria	US\$ 212.730	US\$ 122.984	US\$ 58.885	US\$ 82.460	US\$ 26.054
Reino Unido	US\$ 52.713	US\$ 112.026	US\$ 97.915	US\$ 121.509	US\$ 54.045

Fonte: FuncexData, 2017.

²³ Análise feita a partir de dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

²⁴ Idem

A Alemanha figura como principal compradora de cachaça, em valores absolutos, do nosso estado. Suas importações correspondem, em média, ao dobro das compras do segundo colocado, a França. Em 2016, a Alemanha importou o equivalente US\$ 717 mil em cachaça, enquanto a França importou US\$ 382 mil.

Os países europeus predominam entre os principais importadores de cachaça, sendo os Estados Unidos (EUA) o único país fora deste continente que aparece entre os sete principais compradores. Ao tomarmos o ano de 2013 como exemplo, podemos ver que até Portugal importou mais, em valores absolutos, que os EUA. Cerca de US\$ 140 mil de diferença.

Desde 2008, os alemães seguem como principais importadores de cachaça do Brasil. Segundo a EXAME, os alemães consumiram cerca de 18% do total de cachaça exportado pelo Brasil no ano de 2013. (VAZ, 2014)

3. PREÇO MÉDIO DE COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO ENTRE 2012 E 2016

Tabela 2 - Preço médio da Cachaça no período de 2012 - 2016 (por litro)

Ano	Preço (US\$)
2012	1,84
2013	1,80
2014	1,80
2015	1,71
2016	1,66

Fonte: AliceWeb, 2017.

A tabela acima demonstra a variação no preço do litro do produto durante o período de 2012 a 2016.

Como pode ser analisado, a tendência do preço médio por litro da cachaça foi de queda, excetuando o biênio 2013-2014, no qual os preços estiveram estáveis. Apesar do padrão descendente, não se pode afirmar que o preço continuará a cair. Acredita-se que, tendo em vista a boa aceitação no mercado internacional, e que a partir de 2013, após mais de uma década de negociações com os EUA, a cachaça passou a ser reconhecida naquele país como um produto exclusivamente brasileiro, o preço poderá voltar a subir. (UOL ECONOMIA, 2014)

4. PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DO PRODUTO ENTRE 2010 E 2016

Tabela 3 - Principais países exportadores de cachaça no período de 2010 - 2016

País	2012	2013	2014	2015	2016
Alemanha	US\$ 2.292.079	US\$ 2.936.787	US\$ 2.886.990	US\$ 2.466.525	US\$ 2.458.478
EUA	US\$ 2.249.554	US\$ 1.896.529	US\$ 2.518.241	US\$ 1.975.792	US\$ 2.251.403
França	US\$ 1.055.807	US\$ 1.513.230	US\$ 1.673.180	US\$ 1.555.189	US\$ 1.094.841
Portugal	US\$ 1.268.087	US\$ 1.523.712	US\$ 1.537.540	US\$ 1.005.393	US\$ 1.045.621
Paraguai	US\$ 1.129.669	US\$ 1.174.200	US\$ 1.466.693	US\$ 1.109.665	US\$ 1.616.058
Itália	US\$ 763.374	US\$ 1.039.237	US\$ 1.173.436	US\$ 692.293	US\$ 736.006
Espanha	US\$ 761.471	US\$ 843.054	US\$ 697.187	US\$ 679.083	US\$ 690.653

Fonte: FuncexData, 2017.

No quadro que se apresenta acima, a Alemanha aparece em primeiro lugar dentre os principais exportadores do produto, vendendo uma média de US\$ 2.5 milhões no espaço de tempo entre 2012 - 2016. Os EUA vêm em segundo lugar em média exportando US\$ 2 milhões no tempo analisado.

O terceiro lugar entre os maiores exportadores é disputado entre Portugal, que figurou nessa colocação em 2012 e 2013; França, terceiro colocado em 2014 e 2015; e Paraguai, que foi o terceiro em 2016. A partir do ano de 2014, todos os países demonstraram queda nas exportações do produto. De 2012 até 2014, apenas França e Itália tiveram um crescimento constante.

Apesar de a cachaça, nesta denominação, ser um produto típico e exclusivo do Brasil, os países acima listados, exportam produtos tanto de teor alcoólico semelhante, quanto produzidos com processos de fabricação próprios. Os EUA, por exemplo, exportam uísque com essa denominação, e a França, o conhaque. (CALEIRO, 2014)

5. ANÁLISE DO DINAMISMO DO MERCADO ENTRE 2011 E 2013

Tabela 4 - Dinamismo do mercado da Cachaça no período de 2011-2013

País	Dinamismo
Mundo Agregado	Estável
Alemanha	Dinâmico
Espanha	Em declínio
EUA	Dinâmico
Canadá	Estável
Rússia	Dinâmico
Chile	Em declínio
França	Dinâmico

Fonte: Radar Comercial, 2017.

O dinamismo do mercado da cachaça em relação ao mundo se apresentou estável no período de 2011 a 2013. Em relação aos sete principais países importadores do produto, identificamos um dinamismo de mercado com a Alemanha, os EUA, a Rússia e a França. Houve um declínio das importações espanholas e chilenas, e as importações do Canadá ficaram estáveis.

Os principais parceiros do Rio de Janeiro no setor - Alemanha, França e EUA - tiveram nesse tópico uma característica em comum. Segundo os números atuais, referentes ao valor comprado por esses países, pode-se concluir que esses mercados se mantiveram dinâmicos devido aos valores das exportações. Mesmo com uma renda menor, conseguiram se manter estáveis, ou seja, sem apresentar quedas e oscilações bruscas no número das exportações nos últimos dois anos (2013 - 2015).

6. MUNICÍPIOS PRODUTORES E EXPORTADORES DO SETOR E A PRESENÇA DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL)

Tabela 5 - Municípios produtores de Cachaça no período de 2010 - 2015

Município	2012	2013	2014	2015	2016
Resende	US\$ 8.372.428	US\$ 6.596.678	US\$ 7.768.724	US\$ 4.790.714	US\$ 3.564.693
Nova Friburgo	US\$ 773.491	US\$ 882.898	US\$ 939.262	US\$ 756.072	US\$ 794.665
São João da Barra	US\$ 224.760	US\$ 430.629	US\$ 317.766	US\$ 229.160	US\$ 232.760

Vassouras	US\$ 52.713	US\$ 123.864	US\$ 122.241	US\$ 200.192	US\$ 114.355
Carmo	US\$ 0	US\$ 0	US\$ 129.568	US\$ 114.930	US\$ 191.970
Duque de Caxias	US\$ 24.408	US\$ 66.878	US\$ 42.824	US\$ 0	US\$ 0
Rio de Janeiro	US\$ 20.879	US\$ 15.421	US\$ 5.868	US\$ 0	US\$ 30
Rio das Flores	US\$ 0	US\$ 5.819	US\$ 0	US\$ 0	US\$ 13.564

Fonte: AliceWeb, 2017.

A tabela acima relaciona os municípios fabricantes do produto com o valor exportado no período de 2010 a outubro 2015. É importante salientar que foi utilizado o NCM Posição - SH 4 dígitos: 2208, correspondente à descrição “Álcool etílico não desnaturado, com um teor alcoólico em volume inferior a 80% vol; aguardentes, licores e outras bebidas espirituosas”. Ou seja, uma categoria mais abrangente, mas que engloba o produto em questão.

Os municípios Resende e Nova Friburgo lideram o ranking como os maiores produtores de cachaça no estado do Rio de Janeiro. Apesar disso, o município de Resende, por exemplo, apresentou uma grande queda; em 2014 exportou US\$ 7.768.724, o que representa uma queda de 7,21% em relação a 2012 (o maior valor: US\$ 8.372.428); em 2015 exportou US\$ 4.790.714, menos 42,78% do que em 2012; e no ano 2016, apenas US\$ 3.564.693, valor 57,42% menor do que o do ano base de 2012. Como os países europeus figuram entre os principais compradores do produto brasileiro, acredita-se que a crise que os acomete seja razão para a tendência descendente nas exportações dessas regiões.

Segundo Santos, Diniz e Barbosa (2011, p.39), Arranjo Produtivo Local (APL) pode ser definido como a “concentração espacial de produção de bem ou serviço exportável para outras regiões, ainda que da mesma cidade, se essa é uma metrópole; ou produto ou serviço que atende a atividades que exportam para outras regiões”. Dessa maneira, cinco regiões do estado do Rio de Janeiro podem ser identificadas com essa característica: a Região do Médio Paraíba, que contempla os municípios produtores Resende e Rio das Flores; a Região Serrana, contemplando Nova Friburgo, Carmo e Teresópolis; a Região Norte Fluminense com São João da Barra; a Região Centro-Sul Fluminense com Vassouras; e, por fim, a Região Metropolitana com Rio de Janeiro e Duque de Caxias.

De acordo com a definição de APL, as regiões do Médio Paraíba, Serrana e Metropolitana, por possuírem mais de um município produzindo a mesma mercadoria, configurar-se-iam como Arranjos Produtivos Locais. Porém, segundo o Observatório Brasileiro de APL do governo brasileiro e a Agência Estadual de Fomento do Governo do Rio de Janeiro²⁵, o setor da cachaça não possui APL.

7. PORTE DAS EMPRESAS EXPORTADORAS FLUMINENSES ENTRE 2012 E 2016

Tabela 6 – Número de empresas exportadores de cachaça segundo porte, no período de 2012 – 2016

Porte	2012	2013	2014	2015	2016
	N. de Empresas	N. de Empresas	N. de Empresas	N. de Empresas	N. de Empresas
Microempresa	1	2	2	1	3

²⁵ Para mais informações acesse: <<http://www.agerio.com.br/index.php/credito-para-sua-empresa/agerio-apl>>.

Pequena	2	2	1	2	2
Especial	*	*	*	*	*
Média	1	1	1	1	1
Grande	2	1	2	*	*

* Sem dados / Fonte: FuncexData, 2017.

8. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DO PRODUTO

Tabela 7 - Razão Social, porte, CNPJ e município das empresas exportadoras de cachaça

Razão Social	Porte	CNPJ	Município
Comercial Milano Brasil Ltda.	Grande	01920177000179	Duque de Caxias
Companhia De Obras E Infraestrutura	Especial	09422564000278	Rio de Janeiro
Café Odebrecht	Grande	15102288008248	Rio de Janeiro
Fazenda Soledade Ltda.	Pequena	29565470000184	Nova Friburgo
Indústrias de Bebidas Joaquim Thomas de Aquino Filho S.A.	Média	31901382000239	São João da Barra
JLF Agropecuária Ltda. / Magnífica Cachaça do Brasil	Microempresa	10823951000114	Rio de Janeiro
Kriskan Trading Ltda.	Pequena	02594654000116	Rio de Janeiro
Olex Importação e Exportação S/A	Especial	09358355000121	Rio de Janeiro

Fonte: FuncexData, 2017.

Apesar de os dados terem sido retirados da mesma base – Funcex Data – há divergência de informações. Segundo a Tabela 6, existem seis empresas no estado do Rio de Janeiro que exportam a cachaça. Dentre elas, duas são de porte microempresa, uma pequena empresa, uma média e duas grandes. Não há dados sobre o porte especial. Porém, de acordo com a Tabela 7, existem 8 empresas no estado do Rio de Janeiro que exportam a cachaça. Dentre elas, uma é de porte micro, duas especiais, uma média e duas grandes.

Este tipo de divergência de informações pode ter acontecido devido ao Sigilo Fiscal das empresas. Além disso, a Tabela 7 apenas mostra as empresas que exportam cachaça, sem distingui-las por ano, enquanto a Tabela 6 mostra, sem a razão social, o porte das empresas que exportaram cachaça nos devidos anos (2012-2016), o que é um fator que dificulta a análise.

Vale ressaltar, como informação, que Café Odebrecht é uma empresa voltada à indústria do café e faz parte do Grupo Odebrecht. Além do café, comercializa outros produtos, como a cachaça artesanal John Bull, abastecendo o mercado nacional e internacional. (ODEBRECHT, s/a)

CONCLUSÃO

Dessa forma, a partir da análise exposta, pode-se concluir que os principais destinos da cachaça fluminense são Alemanha e França, mas ainda há um mercado em poten-

cial a ser explorado pelos comerciantes e fabricantes da mercadoria. A cachaça tem se consolidado no mercado interno e externo, não mais vinculada a uma ideia de bebida desvalorizada e de baixa qualidade. Tem se tornado cada vez mais sofisticada e entra no rol das chamadas bebidas *premium*, que é uma tendência, e vem sendo comparada ao uísque e a vodka.

No que tange aos outros exportadores mundiais dos itens incluídos no NCM 22084000 (Rum e outras aguardentes provenientes da destilação), a Alemanha, os EUA e a França (a partir de 2015) figuram como os principais compradores, apesar da queda das importações em 2014. Esses, entre outros países, fabricam produtos de similar condição produtiva e de qualidade igualmente parecida. Os Estados Unidos, exportam e competem no mercado mundial de uísque com a Escócia por exemplo. Além disso, países como a própria Alemanha se beneficiam da exportação da cachaça brasileira, através de cooperação entre os produtores brasileiros e empresas de destilados alemães, sendo convidativo ao fabricante nacional ter uma porta de entrada para o mercado europeu de bebidas.

O preço do litro da cachaça manteve-se, em média, em R\$ 1,75, aproximadamente, alcançando o seu maior valor em 2012 (R\$ 1,84) e menor valor em 2016 (R\$ 1,66). Acredita-se que no contexto de melhor aceitação do produto no mercado internacional de bebidas e no próprio mercado interno, sendo vista como bebida de melhor qualidade, a tendência é que o preço seja valorado.

Sobre os municípios fluminenses produtores, Resende e Nova Friburgo lideram o ranking. Para esses municípios, e para os pequenos e médios produtores que lá produzem, as oportunidades de mercado no comércio internacional serão um “fatalismo” do estímulo às práticas associativas e à própria capacitação e melhora produtiva, juntamente com um tratamento fiscal mais incentivador do setor, que sem dúvida reside no estado e em sua melhor capacidade de convergir informações e tendências internacionais a fim de torná-las tangíveis aos produtores dessas regiões (NETO, 2005). Vale destacar que a maioria das empresas produtoras está localizada na cidade do Rio de Janeiro.

O mercado da cachaça, em geral, tem demonstrado crescimento e potencial para se desenvolver mais. As quedas nas exportações no ano de 2015 refletem a conjuntura internacional de crise econômica e política. Desta forma, com o intuito de promover vendas futuras, planos foram elaborados e implementados para o mercado mundial. Os resultados, de certa forma, já vêm se mostrando. Um dos motivos que nos permite fazer essa afirmação é a própria exclusividade do produto, agora reconhecido como genuinamente brasileiro.

A cachaça vem se tornando destaque nas multinacionais do setor de destilados, que investem na compra de marcas ou na associação com produtores brasileiros, adotando como estratégia tornar a cachaça um produto sofisticado. (SEBRAE, s/a)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGENCIA ESTADUAL DE FOMENTO (AGERIO). *Crédito para sua empresa*. Disponível em < <http://www.agerio.com.br/index.php/credito-para-sua-empresa/agerio-apl> >.

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

BRASIL. Decreto nº 4.062, de 21 de dezembro de 2001. Define as expressões “cachaça”, “Brasil” e “cachaça do Brasil” como indicações geográficas e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/d4062.htm >. Acesso em: 06 out. 2015.

CAFÉ ODEBRECHT. *Odebrecht* Produtos. Londrina; Minas Gerais. Disponível em: <<http://www.cafeodebrecht.com.br/pt-br/produtos/>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

CALEIRO, João Pedro. Os 10 países mais poderosos no mundo das bebidas alcoólicas. *Exame*. São Paulo, 20 fev. 2014. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/economia/os-10-paises-mais-poderosos-no-mercado-de-bebida-alcoolica/> >. Acesso em 20 mar. 2015.

EYNG, Andréia Guzi; ESCORSIM, Sérgio; KIRCH, Geraldine Ferrazza; MARTINS, Luana Valgas; CORDEIRO, Priscila. *Cachaça: a marca Brasil e o sucesso na exportação*. 19º Congresso Internacional de Administração, 19-22 de setembro de 2006. Ponta Grossa, Paraná, Brasil. Artigo. Disponível em: < http://ri.uepg.br/riuepg/bitstream/handle/123456789/727/EVENTO_Cacha%C3%A7a%20a%20marca%20Brasil%20e%20o%20sucesso%20na%20exporta%C3%A7%C3%A3o.pdf?sequence=1>. Acesso em 16 abr. 2015.

FUNCEXDATA. Disponível em< <http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 4 out. 2015.

NETO, Vicente Inácio de Oliveira. *Desafios e Oportunidades da cachaça no comércio internacional*. 2005. Universidade Federal de Pernambuco. Pernambuco, Brasil. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Economia. Disponível em: < <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/4296>>. Anais eletrônico... Pernambuco, Brasil. Acesso em: 08 ago. 2015.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DE ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS - OBAPL. *APLs do Brasil*. Brasília. Disponível em: < <http://portalapl.ibict.br/apls/index.html?uf=rj>>. Acesso em: 03 abr. 2015.

SEBRAE. *Oportunidades para a cachaça no mercado interno e externo*. Agronegócio. Disponível em <<http://www.sebraemercados.com.br/oportunidades-para-a-cachaca-no-mercado-interno-e-externo/>>. Acesso em: 08 ago. 2015.

UOL ECONOMIA. *Apesar de campanha nos EUA, Alemanha é quem mais compra cachaça do Brasil*. São Paulo, 13 set. 2014. Disponível em:< <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/09/13/apesar-de-campanha-nos-eua-alemanha-e-quem-mais-compra-cachaca-do-brasil.htm>>. Acesso em> 07 abr. 2015.

VAZ, Tatiana. Alemanha é a maior consumidora de cachaça brasileira. *Exame*. São Paulo, 13 set. 2014. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/economia/alemanha-e-a-maior-consumidora-de-cachaca-do-brasil/>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

Capítulo 5

Artesanato

Rafael Araujo
Hélio Farias
Joyce Accioly
Sarah Rosa
Thamyres Coelho



INTRODUÇÃO

O artesanato sempre foi uma forma de expressar a diversidade da cultura brasileira, trabalhado manualmente a partir do uso de pigmentos naturais, cestaria, cerâmica, bambu, ratã, matérias vegetais, entre outros materiais. Trata-se de uma arte e técnica de trabalho não industrializado, produzido por um artesão de forma exclusiva, e, por ser um modo de produção com características próprias, seus produtos têm potencial de alto valor agregado, tanto no mercado interno, quanto no externo. Este setor apresenta uma grande capacidade de colaborar de forma direta para a geração de trabalho e renda.

Com os eventos de visibilidade global sediados no Brasil recentemente houve um aumento nas oportunidades tecnológicas e de globalização desse segmento, o que resulta num maior potencial de destaque no comércio mundial, gerando uma nova força no país.

Desde 2011, o Brasil vinha gerando expectativas no aumento da exportação devido à aproximação da Copa do Mundo (2014) e das Olimpíadas (2016), cujas demandas dentro e fora do Brasil aumentavam. Acreditava-se que o diferencial dos produtos artesanais brasileiros manteria uma constante busca no exterior.

De fato, entre 2012 e 2013, o setor de artesanato presenciou uma receita recorde. Isso se deu pela grande demanda das redes varejistas que começaram a direcionar seus interesses para o artesanato brasileiro, como ilustra a Tabela 1. Há, portanto, um crescimento significativo na arrecadação do Brasil e do estado do Rio de Janeiro nesse período. Entre os países que mais compraram artesanato brasileiro estão a França (29,2%), seguida pelo Reino Unido (26%), os Estados Unidos (22%) e a Alemanha (5,5%) (VIEIRA, 2013).

Durante os anos de 2013 e 2015, o segmento manteve um destaque nas exportações do país, como comprovam as Tabelas 1 e 2. Com as Olimpíadas, em 2016, o artesanato manteve uma média mais significativa, principalmente nos estados que recebiam mais turistas, como o Rio de Janeiro.

Tabela 1 - Participação do artesanato fluminense nas exportações brasileiras desse setor (2011-2015)

Ano	Brasil	Rio de Janeiro	%
2011	99,3	3,7	4 %
2012	98,7	2,8	3%
2013	171,2	7,3	4%
2014	154,1	6,7	4%
2015	156,6	16,4	11%
Total	680,1	37,1	5,45%

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2016.

Tabela 2 - Participação do artesanato nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2011-2015)

Ano	Brasil			Rio de Janeiro		
	Total Exp.	Artesanato	%	Total Exp.	Artesanato	%
2011	256.039,5	0,99	0,04%	29.445,5	0,3	0,01%
2012	242.578,1	0,98	0,04%	28.761,1	0,2	0,01%
2013	242.033,5	0,171	0,07%	21.273,0	0,7	0,03%

2014	225.100,8	0,154	0,07%	22.619,3	0,6	0,03%
2015	191.134,3	0,156	0,08%	17.026,5	0,16	0,010%
Total	1.156.886,3	0,680	0,30%	119.125,5	0,37	0,018%

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2016.

Esse estudo setorial tem o objetivo de analisar o mercado fluminense do artesanato e suas possibilidades de crescimento nas exportações do estado. Serão analisados os seguintes fatores: participação do artesanato nas exportações do estado do Rio de Janeiro, o preço médio comercializado pelo setor, seus principais compradores internacionais, o dinamismo do mercado, regiões fluminenses produtoras e exportadoras e as características das empresas que comercializam internacionalmente os produtos. Neste estudo, serão analisados os anos de 2011-2015 e considerados os seguintes NCMs²⁶.

Tabela 3 - Lista dos NCMs utilizados nesse estudo setorial

NCM	Descrição
4414.00.00	Molduras de madeira para quadros, fotografias, espelhos ou objetos semelhantes.
4420.90.00	Madeira marchetada e madeira incrustada; cofres e estojos para joalheria, de madeira.
4420.10.00	Estatuetas e outros objetos de madeira, para ornamentação.
4421.10.00	Cabides para vestuário, de madeira.
4421.90.00	Outras obras de madeira.
4601.10.00	Tranças e artigos semelhantes, de matérias para entrançar.
4601.20.00	Esteiras, capachos e divisórias, de materiais vegetais.
4601.21.00	Esteiras, capachos e divisórias, de bambu.
4601.22.00	Esteiras, capachos e divisórias, de rotim.
4601.29.00	Esteiras, capachos e divisórias, de outras matérias vegetais.
4601.91.00	Tranças e artigos semelhantes de matérias vegetais, tecidas ou paralelizadas.
4601.92.00	Tranças e artigos semelhantes de bambu, mesmo reunidos em tiras.
4601.93.00	Tranças e artigos semelhantes de ratã, mesmo reunidos em tiras.
4601.94.00	Tranças e artigos semelhantes de outras matérias vegetais, mesmo reunidos em tiras.
4601.99.00	Tranças e matérias semelhantes de outras matérias, tecidas ou paralelizadas.
4602.10.00	Obras de cestaria, de matérias vegetais.
4602.11.00	Obras de cestaria de bambu.
4602.12.00	Obras de cestaria de ratã.
4602.19.00	Obras de cestaria, de outras matérias vegetais.
4602.90.00	Obras bucha, obras de cestaria de outras matérias para entrançar.
5702.10.00	Tapetes denominados "Kelim", "Schumacks", "Karamanie" e tapetes semelhantes tecidos a mão.

²⁶ A partir de 1997, o Brasil passou a utilizar, para efeito de classificação de mercadorias, a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), utilizada igualmente pelos demais países partícipes (Argentina, Paraguai e Uruguai). Este critério de classificação é baseado no Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias (SH), metodologia adotada pela quase totalidade dos países. Disponível em: < <http://aliceweb.mdic.gov.br//menu/index/item/metodologia>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

NCM	Descrição
5702.31.00	Tapetes e outros revestimentos para pavimentos, de lã ou pelos finos, aveludados, não confeccionados.
5702.32.00	Tapetes e outros revestimentos para pavimentos, de matérias têxteis sintéticas ou artificiais, aveludados, não confeccionados.
5702.39.00	Tapetes e outros revestimentos para pavimentos, de outras matérias têxteis, aveludados, não confeccionados.
5810.91.00	Outros bordados de algodão, em peça, em tiras ou em motivos.
5804.30.10	Rendas de algodão de fabricação manual.
5804.30.90	Outras rendas de fabricação manual.
5805.00.10	Tapeçarias de algodão, tecidas à mão ou feitas à agulha.
5805.00.20	Tapeçarias de fibra sintética ou artificial, tecidas à mão, ou feitas à agulha.
5805.00.90	Tapeçarias de outras matérias têxteis, tecidas à mão, ou feitas à agulha.
6913.10.00	Estatuetas e outros objetos de ornamentação, de porcelana.
6913.90.00	Estatuetas e outros objetos de ornamentação, de cerâmica.
7117.19.00	Outras bijuterias de metal comum.
7117.90.00	Outras bijuterias.
9701.10.00	Quadros, pinturas e desenhos, feitos inteiramente à mão.
9701.90.00	Colagens e quadros decorativos semelhantes.
9703.00.00	Produções originais de arte statuária ou de escultura, de quaisquer matérias.

Fonte: AliceWeb, 2016.

1. O ARTESANATO NAS EXPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1.1. PAÍSES COMPRADORES DE ARTESANATO DO RIO DE JANEIRO

Esta seção tem como objetivo analisar os principais países compradores de artesanato do Rio de Janeiro, considerando o período de 2011 a 2015. Pretende-se verificar, sobretudo, quais foram os valores pagos por esses países pelos produtos fluminenses. Os resultados obtidos tiveram como base os NCMs listados na Tabela 3 da introdução deste estudo. Assim, constata-se que os principais destinos de artesanato do estado fluminense são: Estados Unidos, Reino Unido, Hong Kong, França e Suíça.

Em 2011, as exportações para o Reino Unido atingiram US\$ 2.234.706 e, em 2015, US\$ 5.497.154. Comparando 2015 a 2011, houve um crescimento significativo, superando o declínio de 2012, que ocorreu devido à crise europeia, e que também marcou as relações do Brasil com a França e a Suíça nesse setor.

Com referência ao Reino Unido, entre 2013 e 2015, ocorreram pequenas oscilações e, no entanto, o ano de 2015 finalizou com o maior valor de compras do artesanato fluminense. Já os Estados Unidos apresentaram, em 2015, um crescimento de 900% se comparado ao ano de 2011, o que alavancou as exportações de artesanato fluminense. Vale ressaltar que embora Hong Kong, França e Suíça venham em seguida, seus números são bem inferiores em relação aos dois primeiros do *ranking*.

Por outro lado, no MERCOSUL, o Uruguai é o maior comprador de artesanato brasileiro, com US\$92.575 no ano de 2015, seguido da Argentina, que durante os cinco anos importou um total de US\$83.991. Já na América do Sul como um todo, o principal

comprador dos produtos no período é o Peru, com US\$ 21.369. Nesse mesmo ano, os países Guiana e Venezuela, também participaram da compra dos artesanatos.

Tabela 4 - Principais países compradores de artesanato do Rio de Janeiro nos últimos cinco anos (2011-2015)

País	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	1.010.256	2.134.443	7.502.900	3.214.487	10.032.789
Reino Unido	2.234.706	808.665	5.032.161	4.439.231	5.497.789
Hong Kong	844.396	0	47	23.703	3.262.726
França	446.135	894.903	472.022	414.855	256.423
Suíça	38.294	69.893	144.915	1.835.051	77.117

(*) Valores em US\$/milhões. Fonte: FuncexData, 2016.

1.2. PREÇO MÉDIO

Será apresentado nesta seção o preço médio do produto nos últimos cinco anos (2011-2015). Durante esse período, o preço por quilograma dos artesanatos apresentou uma variação positiva, como pode ser observado na Tabela 5. Em 2011, o preço médio era de US\$ 2.565,95/kg, e em 2015 atingiu US\$ 8.031,26/kg.

Tabela 5 - Preço médio de artesanato nos últimos cinco anos (2011-2015)

Ano	Preço (US\$)/Kg
2011	2565,95
2012	3436,16
2013	5030,96
2014	5476,22
2015	8031,26

Fonte: FuncexData, 2016.

1.3. PAÍSES EXPORTADORES DE ARTESANATO

Nesta seção serão analisados os principais países exportadores de artesanato no mundo nos últimos cinco anos (2011-2015). Os Estados Unidos se destacam no comércio internacional como o maior exportador de artesanato, apresentando um crescimento significativo com retração apenas no ano de 2014. Neste mesmo ano, com exceção da Espanha, todos os demais países da tabela registraram queda nas exportações desse produto.

A Espanha e a França ocupam o 2º e 3º lugares, respectivamente. Porém, o volume das exportações em ambos os países oscilou ao longo dos anos. Em 2011, a Espanha exportou US\$ 8.591.421 milhões, passando para US\$ 1.973.141 milhões em 2015. Já a França, registrou um desempenho parecido, em 2011 exportou US\$ 7.138.513 milhões e em 2015 esse valor caiu para US\$ 1.956.835 milhões.

O Reino Unido se destaca pelo crescimento expressivo nas exportações do setor, como pode ser observado na Tabela 6. Em 2011, o país exportou US\$ 4.899.148 milhões e em 2015 atingiu a marca de US\$ 31.777.636 milhões. Em contrapartida, a Alemanha, que fechou o ano de 2011 exportando US\$ 2.554.774 milhões em produtos artesanais, em 2015, registrou vendas de US\$ 230.933 mil. Ou seja, observa-se uma queda expressiva.

Tabela 6 - Principais países exportadores de artesanato nos últimos cinco anos (2011-2015)

País	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	29.240.164	26.133.744	58.556.996	44.059.588	60.482.805
Espanha	8.591.421	781.749	1.892.466	3.773.405	1.973.141
França	7.138.513	2.528.916	3.230.850	1.723.385	1.956.835
Reino Unido	4.899.148	6.889.725	48.609.460	27.767.856	31.777.636
Suíça	3.083.618	9.584.687	7.990.144	6.929.092	7.289.252
Alemanha	2.554.774	388.487	802.216	1.372.558	230.933

(*) Valores em US\$/milhões. Fonte: FuncexData, 2016.

1.4. DINAMISMO DO MERCADO

Será analisado, nesta seção, o dinamismo do mercado de artesanato. O dinamismo indica a evolução das importações de um produto por um determinado país em análise ou pelo mundo. Se as importações do produto cresceram acima da medida das importações totais do país ou do mundo (no período em análise), o produto é “dinâmico” naquele mercado; se cresceram abaixo da média, o produto é “estável”; se reduziu o produto está “em declínio” (RADAR COMERCIAL, s/a).

Foram tomados como análise, nesta seção, os principais países compradores de artesanatos fluminenses e o triênio 2011-2013, por ser o último disponível na base de dados Radar Comercial. É importante ressaltar que não foram considerados os seguintes produtos: 4601.10 - tranças e artigos semelhantes, de matérias para entrançar; 4601.20 - esteiras, capachos e divisórias, de materiais vegetais; 4601.91 - tranças/etc., de matérias vegetais, tecidas/paralelizadas; 4602.10 - obras de cestaria, de matérias vegetais; 4601.22 - esteiras, capachos e divisórias, de rotim; 4601.93 - outras matérias para entrançar, de rotim; 4601.94 - outras matérias para entrançar de matérias vegetais. Os quatro primeiros pelo fato de o estado do Rio não os ter exportado no período, e os demais por não haver, para o período, dados do dinamismo dos principais parceiros fluminenses.

Ao analisar os resultados obtidos, observa-se que há, em linhas gerais, uma maior quantidade de produtos do segmento artesanato que apresentam mercado dinâmico, representando, portanto, um crescimento acima da média das compras dos principais parceiros fluminenses de artesanatos. Os produtos que apresentaram os melhores resultados foram: 4421.10.00 - Cabides de madeira para vestuário; 4420.10.00 - Estatuetas e outros objetos de madeira para ornamentação; 5804.30.00 - Rendas de fabricação manual; 9701.10.00 - Quadros, pinturas e desenhos, feitos inteiramente à mão; 5702.10.00 - Tapetes denominados “Kelim”, “Schumacks”, “Karamanie” e tapetes semelhantes tecidos à mão. Todos esses produtos apresentaram apenas mercado dinâmico com relação aos seus principais parceiros.

Por outro lado, é importante ressaltar que muitos produtos do setor analisado apresentaram mercado em declínio, com queda do valor importado por determinado parceiro. Os dados detalhados podem ser averiguados na Tabela 7.

Tabela 7 - Dinamismo do mercado de artesanato (2011-2013)

NCM	Países	Dinamismo
4601.10.00 - Tranças e artigos semelhantes, de matérias para entrançar.	Japão	Dinâmico
	Estados Unidos	Em declínio
	Coréia do Sul	Dinâmico
	França	Dinâmico

NCM	Países	Dinamismo
4601.29.00 – Esteiras, capachos e divisórias, de outras matérias vegetais.	Japão	Em declínio
	Alemanha	Em declínio
	Estados Unidos	Dinâmico
	França	Em declínio
	Espanha	Em declínio
4601.92.00 – Outras matérias para entrançar, de bambu.	Rússia	Dinâmico
	Estados Unidos	Em declínio
	Japão	Dinâmico
4601.99.00 – Tranças/etc., de outras matérias, tecidas ou paralelizadas	Canadá	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico
	Japão	Dinâmico
	Alemanha	Dinâmico
	China	Em declínio
4602.11.00 – Obras de cestaria, de bambu	Estados Unidos	Em declínio
	Japão	Dinâmico
	Alemanha	Em declínio
	França	Em declínio
4602.12.00 – Obras de cestaria, de rotim	Alemanha	Em declínio
	Estados Unidos	Em declínio
	Japão	Dinâmico
	França	Em declínio
4602.19.00 – Obras de cestaria, de outras matérias vegetais.	Estados Unidos	Em declínio
	Japão	Em declínio
	Alemanha	Em declínio
	França	Em declínio
4602.90.00 – Obras de cestaria, de outras matérias para entrançar, etc.	Alemanha	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico
	Japão	Em declínio
	França	Dinâmico
5702.10.00 – Tapetes denominados “Kelim”, “Schumacks”, “Karamanie” e tapetes semelhantes tecidos à mão.	Estados Unidos	Dinâmico
	Alemanha	Dinâmico
5702.31.00 – Tapete, etc., de lã ou de pelos finos, aveludado, não confeccionado.	Estados Unidos	Dinâmico
	Austrália	Em declínio
	Alemanha	Dinâmico
5702.32.00 – Tapete, etc., de matérias têxteis sintéticas ou artificiais, aveludado, não confeccionado.	Estados Unidos	Dinâmico
	Polônia	Dinâmico
	França	Em declínio
	Alemanha	Em declínio
5702.39.00 – Tapete, etc., de outras matérias têxteis, aveludado, não confeccionado	Suécia	Dinâmico
	Estados Unidos	Em declínio
	Noruega	Dinâmico
	Espanha	Dinâmico
	Alemanha	Dinâmico

NCM	Países	Dinamismo
7117.19.00 – Outras bijuterias de metal comum	Estados Unidos	Dinâmico
	França	Dinâmico
	Alemanha	Dinâmico
	Singapura	Dinâmico
	Japão	Dinâmico
	Canadá	Estável
7117.90.00 – Outras bijuterias	Estados Unidos	Dinâmico
	Alemanha	Em declínio
	França	Dinâmico
9701.10.00 – Quadros, pinturas e desenhos, feitos inteiramente à mão	Estados Unidos	Dinâmico
	Suíça	Dinâmico
9701.90.00 – Colagens e quadros decorativos semelhantes	Estados Unidos	Dinâmico
	Alemanha	Em declínio
	França	Dinâmico
9703.00.00 – Produções originais de arte estatutária ou de escultura, de quaisquer matérias.	Estados Unidos	Dinâmico
	Suíça	Dinâmico
	China	Dinâmico
	Alemanha	Estável
6913.10.00 – Estatuetas e outros objetos de ornamentação, de porcelana.	Estados Unidos	Em declínio
	Alemanha	Em declínio
	Japão	Em declínio
6913.90.00 – Estatuetas e outros objetos de ornamentação, de cerâmica.	Estados Unidos	Dinâmico
	Alemanha	Em declínio
	Indonésia	Dinâmico
5810.91.00 – Bordados em peça, em tiras ou em motivos.	Estados Unidos	Em declínio
	França	Em declínio
	Espanha	Em declínio
5804.30.00 – Rendas de fabricação manual	Tunísia	Dinâmico
	Indonésia	Dinâmico
5805.00.00 – Tapeçarias de algodão, tecidas à mão ou feitas à agulha.	Estados Unidos	Em declínio
	França	Em declínio
	Suíça	Em declínio
4414.00.00 – Molduras de madeira para quadros, fotografias, espelhos ou objetos semelhantes.	Alemanha	Dinâmica
	Estados Unidos	Em declínio
	Japão	Dinâmico
4420.10.00 – Estatuetas e outros objetos de madeira para ornamentação.	Estados Unidos	Dinâmico
	Alemanha	Dinâmico
4420.90.00 – Madeira marchetada e madeira incrustada; cofres e estojos para joalheria, e outras obras semelhantes, de madeira.	Estados Unidos	Dinâmico
	Suíça	Dinâmico
	Alemanha	Em declínio
	Japão	Dinâmica
4421.10.00 – Cabides de madeira para vestuário.	Alemanha	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico

NCM	Países	Dinamismo
4421.90.00 – Outras obras de madeira.	Estados Unidos	Em declínio
	Alemanha	Dinâmico
	França	Em declínio

Fonte: Radar Comercial, 2016.

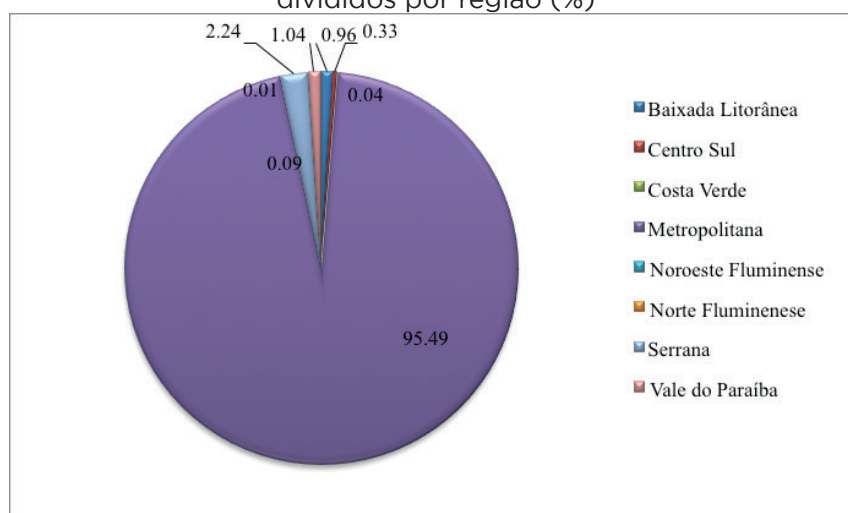
1.5. REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DE ARTESANATO

O maior produtor e exportador de artesanato do Estado é o município do Rio de Janeiro, responsável, entre 2011 e 2015, por 94,5% do total embarcado pelo Rio de Janeiro. A cidade de Petrópolis vem em seguida, com 2%, acompanhada da cidade de Cabo Frio (0,8%), Itatiaia (0,8%) e outros (1,86%). É possível observar que o total exportado pelo Rio de Janeiro e Petrópolis representa 96,5% do que foi embarcado pelo estado no setor de artesanato.

Ao analisar o âmbito regional do estado, a Região Metropolitana concentra o maior número de cidades exportadoras de artesanato. Os doze municípios desse grupo representam 95,49% do que foi exportado pelo Rio de Janeiro nesse setor entre 2011 e 2015. Essa preponderância se dá pelo fato de a região concentrar capital, infraestrutura e força de trabalho.

Na questão da representatividade de empresas, o setor exportador de artesanato da Região Serrana está concentrado, principalmente, nas cidades de Petrópolis e Cordeiro. No âmbito da produção dessa região, a Secretaria Estadual de Agricultura e Pecuária inaugurou uma sala de costura e artesanato na sede da Associação de Moradores e Produtores Rurais de Ribeirão Santíssimo (Amapruris), no município de Santa Maria Madalena, a fim de fortalecer a atividade na cidade, facilitando, assim, a produção, o armazenamento e a comercialização dos produtos.

Gráfico1 - Municípios produtores e exportadores de biotecnologia divididos por região (%)



Fonte: AliceWeb, 2016.

Tabela 8 - Total exportado em artesanato pelos municípios fluminenses (2011-2015)

MUNICÍPIOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Angra dos Reis	2.114	12.209	2.533	3.432	1.544	21.832
Armação de Búzios	0	1.119	0	0	2.094	3.213

MUNICÍPIOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Barra do Piraí	0	0	221	0	0	221
Cabo Frio	50.690	32.257	238.662	188.193	0	509.802
Campos dos Goytacazes	4.418	949	150	25.379	1.013	31.909
Cantagalo	0	0	0	0	6.084	6.084
Carapebus	0	0	2.165	11.812	0	13.977
Cordeiro	29.405	51.054	20.299	0	0	100.758
Duque de Caxias	330.183	514.513	571.145	1.274.223	624.004	3.314.068
Itaboraí	0	8.252	0	0	0	8.252
Itaperuna	0	0	0	4.025	0	4.025
Itatiaia	0	0	0	442.084	0	442.084
Japeri	0	0	1.228	15.136	4.200	20.564
Macaé	10.424	2.085	1.291	0	352	14.152
Mage	1.725	17.206	0	0	0	18.93
Mangaratiba	0	0	0	0	2.408	2.408
Niterói	37.934	6.249	1.782	64.027	4.630	114.622
Nova Friburgo	1.109.012	767.726	485.901	338.729	74.523	2.775.891
Nova Iguaçu	8.243	10.853	0	0	0	19.096
Paty do Alferes	0	0	0	96.371	48.855	145.226
Petropolis	0	337.497	395.374	294.022	248.224	1.275.111
Pinheiral	0	0	5.786	0	0	5.786
Piraí	0	0	23.693	124.949	0	148.642
Porto Real	67.222	0	0	0	0	67.222
Quatis	0	694	0	0	0	694
Queimados	0	20.943	0	0	0	20.943
Resende	0	0	45	40	294	379
Rio das Ostras	0	0	0	33.322	48.288	81.610
Rio de Janeiro	9.540.309	10.685.993	17.034.471	14.670.627	18.020.873	69.952.273
São Gonçalo	26.113	59.046	90.147	53.967	14.375	243.648
São João de Meriti	7.141	0	0	22.011	145.373	174.525
Saquarema	16	11.134	1.244	3.637	4.576	20.607
Teresópolis	16.544	382	29.893	0	0	46.475
Três Rios	3.823	47.940	13.898	0	0	65.655
Vassouras	1.412	0	0	0	0	1.412
TOTAL	11.246.728	12.588.101	18.919.928	17.665.986	19.251.710	79.672.453

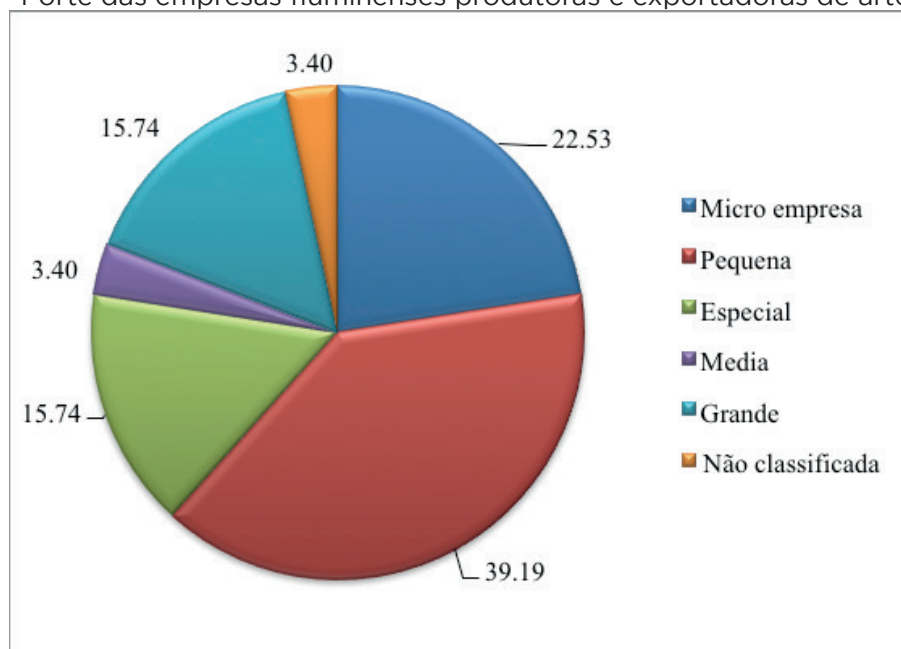
(*) Valores em US\$. / Fonte: AliceWeb, 2016.

1.6. PORTE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DE ARTESANATO

Nesta seção, foram utilizados como fonte de pesquisa os NCMs disponibilizados na Tabela 3 da introdução deste estudo.

Com relação ao tamanho das firmas fluminenses exportadoras de artesanato, as de pequeno porte têm maior participação, figurando em 39,19% do total exportado pelo Estado entre 2011-2015. Posteriormente, têm-se as microempresas (22,53%) acompanhadas das grandes empresas e especiais, ambas com 15,74%. Em seguida, as empresas de porte médio (3,4%) e não classificadas (3,4%).

Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de artesanato (%)



Fonte: FuncexData, 2016.

Tabela 9 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de artesanato (dados detalhados)

Porte das empresas	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Microempresa	16	14	13	14	16	73
Pequena	26	27	22	27	25	127
Especial	3	10	12	12	14	51
Média	2	5	4	-	-	11
Grande	14	11	9	8	9	51
Não Classificadas	2	4	4	-	1	11
Total	63	71	64	61	65	324

Fonte: FuncexData, 2016.

1.7. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DESSES PRODUTOS

Nesta seção são apresentadas alfabeticamente as firmas responsáveis pela exportação de artesanato no estado do Rio de Janeiro, o tamanho de cada uma e o tipo de negócio que desenvolvem.

Tabela 10 - Empresas fluminenses exportadoras de artesanato

Razão social	CNPJ	Tamanho	Tipo
A.M.M.Krekcza Comercio De Roupas - Me	13633823000104	Microempresa	Comercial
Afg - Inspecao E Reparo Em Risers S.A.	17343589000123	Média	Indústria
AgnutProducoesArtisticas Ltda. - Me	10441007000100	Pequena	Comercial
Anglo American Minério De Ferro Brasil S/A	02359572000278	Grande	Indústria

Razão social	CNPJ	Tamanho	Tipo
Armazém Paraty CuriositeLtda- Me	11149059000162	Pequena	Serviços
Art Metal De Teresópolis Ltda - Me	04452114000123	Pequena	Indústria
Artesanato Lameirão Pequeno Ltda - Me	07601268000128	Microempresa	Comercial
Asta Corp Produtos Sustentáveis Ltda-Epp	14525308000165	Pequena	Comercial
AtelienaveLtda-Epp	04981946000137	Pequena	Serviços
Belles Confecções Ltda - Me	39242649000154	Pequena	Indústria
Bhs - BrazilianHelicopter Services Taxi Aéreo S/A	67750463000141	Grande	Serviços
Bhs - BrazilianHelicopter Services Taxi Aéreo S/A	67750463000656	Grande	Serviços
Brasil Comercial Importadora Exportadora, Assessoria Ad	10632251000142	Pequena	Comercial
Celacanto Comercializadora De Arte Contemporânea Ltda	14750757000107	Especial	Comercial
Cildo Meireles Artes Plásticas Ltda-Epp	06167796000158	Especial	Comercial
Construtora Norberto Odebrecht S A	15102288008248	Grande	Construção Civil
Cotrade Comercio E Representações Ltda - Me	05025423000180	Pequena	Comercial
Css Exportação E Importação Ltda.	04830894000106	Microempresa	Comercial
Decio Rodrigues Antiguidades Ltda- Me	05970044000168	Microempresa	Comercial
Donna Si Design Ltda.	18443141000144	Microempresa	Indústria
EFX Assessoria Internacional Rep. Com. e Transportes Ltda.	15701392000193	Especial	Comercial
G Trading Comercio Exterior HqLtda	04504200000213	Pequena	Comercial
Galeria A Schwartz Ltda - Me	01095275000119	Pequena	Serviços
Galeria De Arte Ipanema Ltda-Epp	34125435000184	Microempresa	Comercial
Galeria De Artes A Gentil Carioca Ltda-Epp	06967561000140	Pequena	Comercial
Gw Internacional Comercio Ltda- Me	19343968000149	Microempresa	Comercial

Razão social	CNPJ	Tamanho	Tipo
H. Stern Com. e Ind. S.A.	33388943000192	Grande	Comercial
Honav Do Brasil Importação E Exportação Ltda.	18595548000197	Microempresa	Comercial
Ideia E Arte Eventos Ltda - Me	40304040000141	Microempresa	Serviços
Império do Sol Comércio de Roupas Ltda	36091452000173	Microempresa	Comercial
Industria E Comercio EspabraLtda-Epp	32178428000115	Pequena	Indústria
Inndispensabile Comercio De BijouteriasLtda-Epp	03864090000157	Microempresa	Comercial
Instituto Casa Daros	12976689000173	Pequena	Serviços
KamaqMaki Comercio E Importação Ltda - Me	19903674000124	Microempresa	Comercial
Kriskan Trading Ltda	02594654000116	Pequena	Comercial
Lcg South American Trading Representação Importação E E	09465381000159	Não Classificadas	Demais Atividades
Le Soleil Industria E Comercio De Bijouterias Artesanais	09066947000170	Pequena	Indústria
Legep Mineração Ltda	88531629000290	Especial	Indústria
Luiz Filipe Comercio De Aquários Ltda - Me	05097437000109	Pequena	Comercial
Lurixs Arte Contemporânea Ltda	05895363000156	Especial	Comercial
Lvmh Fashion Group Brasil Ltda.	32331472000628	Média	Comercial
Lvmh Fashion Group Brasil Ltda.	32331472001276	Média	Comercial
MbexIndustria E Comercio Ltda	13808320000114	Microempresa	Comercial
Mercedes Viegas Arte Contemporânea Ltda - Me	05355509000170	Microempresa	Serviços
Moineau Comercio ArtesanalLtda- Me	03774110000107	Microempresa	Comercial
Mon Cher Acessórios Ltda - Me	19674897000167	Microempresa	Comercial
Morganite Brasil Ltda.	57008948000615	Média	Indústria
Mundo Novo Comercio De Artes Ltda	13505645000128	Pequena	Comercial

Razão social	CNPJ	Tamanho	Tipo
Nara Roesler Galeria, Comercio, Importação E Exportação	60518354000316	Especial	Comercial
New BijouteriasEireli - Epp	39445804000130	Pequena	Indústria
Novinet Comercio E Serviços Ltda-Epp	03532154000112	Pequena	Comercial
Odebrecht Serviços De Exportação S.A	09358355000121	Especial	Serviços
Pa Objetos De Arte - Eireli	27602713000181	Pequena	Comercial
PatriciaSadaVillarreal Comercio De Arte - Me	05872716000100	Microempresa	Comercial
Pe De Boi Galeria De Arte Popular Ltda - Me	29298122000198	Microempresa	Comercial
Periquita Artes Ltda. - Epp	07102930000103	Especial	Serviços
Peugeot-Citroen Do Brasil Automóveis Ltda	67405936000173	Grande	Indústria
S.G Cavalcante Artesanato - Me	14673557000106	Microempresa	Comercial
Selleb Comercio De Roupas Ltda - Me	07369579000375	Pequena	Indústria
Stam Metalúrgica S.A.	30560205000192	Pequena	Indústria
Studex Do Brasil Eireli - Me	73267387000110	Pequena	Comercial
TamborésBrazil Comercio Internacional Ltda - Me	18617622000129	Microempresa	Comercial
Terras de Aventura Ind. de Artigos Esportivos Ltda.	35943604000156	Grande	Indústria
Terras De Aventura Industria De Artigos Esportivos S.A	35943604000580	Grande	Indústria
Trade All - Comercio De Acessórios De Decoração Ltda -	08587052000118	Microempresa	Comercial
Tururi Artesanato Ltda - Epp	07194670000135	Pequena	Indústria
Unimil Uniformes Militares Ltda-Epp	03262645000190	Especial	Comercial
Vega Industria E Comercio De Vestuário E Facções Ltda	09527112000250	Grande	Indústria
Virzionair Produções Ltda - Me	15501064000143	Microempresa	Comercial
Wrj Comercio De Bijuterias E Design Eireli-Epp	08422544000153	Pequena	Comercial

Fonte: FuncexData, 2016.

CONCLUSÃO

Como exposto neste estudo, a exportação de artesanato no Brasil mostrou um grande salto nos anos de 2012 e 2013, em todo o país, fato que se explica em parte pela demanda de lojas varejistas ao redor do mundo. Essa alta procura pelos produtos artesanais brasileiros se manteve com a vinda de grandes eventos em solo brasileiro. Acompanhando esse crescimento, a comercialização do artesanato fluminense também conseguiu manter-se em elevação no período de 2013 a 2015. Os mercados norte-americanos e britânicos vêm alavancando as exportações fluminenses.

Por outro lado, neste estudo pode ser observado que, além da capital, os municípios fluminenses têm pouca representatividade nas exportações. O maior produtor e exportador de artesanato do estado é a cidade do Rio de Janeiro, seguida por Petrópolis. O total exportado dos dois municípios representa cerca de 96% do total embarcado pelo Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. Artesanato brasileiro em alta no mercado internacional. *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios*. São Paulo, 4 jan. 2017. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI280897-17180,00-ARTESANATO+BRASILEIRO+EM+ALTA+NO+MERCADO+INTERNACIONAL.html>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

FUNCEXDATA. Disponível em: <<http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 4 mar. 2016.

KEMPNER, Priscila. *Artesanato brasileiro concorrido no mercado internacional*. Blog Universo MarketplacebyOlist. Disponível em: <<http://blog.olist.com/artesanato-brasileiro-concorrido-no-mercado-internacional/>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

RADAR COMERCIAL. Disponível em: <<http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

VIEIRA, Marta. Exportação de produtos brasileiros feitos à mão chega a US\$ 38 milhões: Minas Gerais responde por metade das vendas ao exterior. *Estado de Minas*. Minas Gerais, 26 nov. 2013. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2013/11/26/internas_economia,473524/Exportação-de-produtos-brasileiros-feitos-a-mao-chega-a-us-38-milhoes.shtml>. Acesso em: 19 nov. 2016.

Capítulo 6

Biotecnologia

Rafael Araujo
Hélio Farias
Caíque de Holanda
Nathália Teixeira
Douglas Ritter Baptista
Nicole Torres
Débora Bedim



INTRODUÇÃO

A biotecnologia consiste na exploração de processos celulares e biomoleculares com a finalidade de desenvolver tecnologias e produtos que possam ajudar e melhorar a vida e a saúde das pessoas. Atualmente, os avanços biotecnológicos trazem benefícios em diversas áreas, tais como saúde, meio ambiente, agricultura e infraestrutura. Os produtos biotecnológicos são inovações que contribuem para combater doenças, alimentar a população, usar energia mais limpa e em menor quantidade, reduzir o passivo ambiental e proporcionar processos industriais mais seguros, limpos e eficientes. Na área da saúde, a biotecnologia utiliza recursos já encontrados na natureza e a própria composição genética dos seres humanos para orientar linhas de pesquisa que ajudam, entre outras coisas, a reduzir a incidência de erros, minimizar os riscos, criar instrumentos de detecção e combater as taxas de doenças infecciosas (FIESP, s/p).

Em 2011, no Brasil, apenas 11 estados tinham companhias biotecnológicas, sendo São Paulo o estado com o maior número de empresas desse segmento (40%), seguido de Minas Gerais (24,5%), Rio de Janeiro (13,1%) e Rio Grande do Sul (8%). A maior parte dessas empresas são novas. Aproximadamente 153 companhias (60%) foram criadas após o ano 2000 e 51 (37%) na década de 1990 (BIO-RIO, 2011). Em 2006, o Brasil ocupou o 5º lugar entre os países que mais empregam no setor de biotecnologia, seja em empresas privadas, públicas ou em institutos de pesquisas. Embora seja considerado um país com grande potencial em termos de desenvolvimento e pesquisa na área de biotecnologia, o Brasil ainda não apresentou indicadores significativos no que se refere à incorporação desse conhecimento em produtos e processos em escala industrial (ABDI, s/a).

A Tabela 2 ilustra, entre 2011 e 2015, a participação da biotecnologia nas exportações do Brasil e do Rio de Janeiro. É observada uma crescente parcela desse setor, que, desde 2006, vem recebendo mais investimentos do governo brasileiro. Aprovando a Estratégia Nacional de Biotecnologia, com o objetivo de incentivar a competitividade da indústria brasileira no comércio internacional, foram criados novos postos de trabalho, o que incentivou o crescimento econômico (BRUNACCI, 2006). Em 2013, ano de destaque em âmbito nacional (0,23%), foi quando as exportações de produtos transgênicos, principalmente soja, aumentaram junto com a quantidade de empregados nas indústrias nacionais. Na conjuntura estadual, as exportações de biotecnologia vêm aumentando, com destaque para os investimentos no ano de 2013 (0,03%), principalmente pelo projeto BIORIO²⁷, que fez com que as maiores empresas de biotecnologia da atualidade investissem em cursos preparatórios e na mão de obra qualificada do estado do Rio de Janeiro (GEVIC).

Tabela 1 - Participação da biotecnologia fluminense nas exportações brasileiras desse setor (2011-2015)

Ano	Brasil	Rio de Janeiro	%
2011	528,0	4,1	0,78
2012	517,3	8,6	1,66

²⁷ É um parque tecnológico, criado em 1988, que está situado dentro do campus da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e abriga mais de 40 empresas que desenvolvem biotecnologia industrial e ambiental com foco em promover a pesquisa, o desenvolvimento e a engenharia de produtos voltados para a indústria e centros acadêmicos. Para promover o empreendedorismo, nas áreas da Biotecnologia e Biodiversidade, são integradas as comunidades científica, tecnológica, empresarial e demais parceiros e órgãos de fomento.

2013	567,9	15,3	2,71
2014	517,4	5,5	1,06
2015	390,7	6,1	1,56
Total	2.521,5	39,8	1,58

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2016.

Tabela 2 - Participação da biotecnologia nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2011-2015)

Ano	Brasil			Rio de Janeiro		
	Total Exp.	Biotec	%	Total Exp.	Biotec	%
2011	256.039,5	528,0	0,20	29.445,5	4,1	0,01
2012	242.578,1	517,3	0,21	28.761,1	8,6	0,03
2013	242.033,5	567,9	0,23	21.273,0	15,3	0,07
2014	225.100,8	517,4	0,23	22.619,3	5,5	0,02
2015	191.134,3	390,7	0,20	17.125,5	6,1	0,04
Total	1.156.886,3	2.521,5	0,21	119.125,5	39,8	0,03

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2016.

Este estudo setorial tem a finalidade de analisar o mercado fluminense de biotecnologia e as possibilidades de crescimento das exportações das empresas estaduais do setor. Serão analisados os seguintes fatores: participação da biotecnologia nas exportações do estado do Rio de Janeiro, o preço médio dos produtos de biotecnologia, seus principais compradores internacionais, o dinamismo do mercado, regiões fluminenses produtoras e exportadoras e as características das empresas que comercializam internacionalmente esses produtos. Nesse estudo serão analisados os anos de 2011-2015 e serão considerados os seguintes NCMs²⁸:

Tabela 3 - Lista dos NCMs utilizados neste estudo setorial

NCM	Produto
3002	Sangue humano; sangue animal preparado para usos terapêuticos, profiláticos ou de diagnóstico; anti-soros, outras frações do sangue e produtos imunológicos, mesmo modificados ou obtidos por via biotecnológica; vacinas, toxinas, culturas de microrganismos (exceto leveduras) e produtos semelhantes.
3003	Medicamentos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados entre si, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, mas não apresentados em doses nem acondicionados para venda a retalho.
3004	Medicamentos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados ou não misturados, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, apresentados em doses (incluindo os destinados a serem administrados por via percutânea) ou acondicionados para venda a retalho.
3507	Enzimas; enzimas preparadas não especificadas nem compreendidas noutras posições.

Fonte: Radar Comercial, 2016.

²⁸ A partir de 1997, o Brasil passou a utilizar, para efeito de classificação de mercadorias, a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), utilizada igualmente pelos demais países partícipes (Argentina, Paraguai e Uruguai). Este critério de classificação é baseado no Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias (SH), metodologia adotada pela quase totalidade dos países. Disponível em: < <http://aliceweb.mdic.gov.br//menu/index/item/metodologia>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

1. A BIOTECNOLOGIA NAS EXPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1.1. PAÍSES COMPRADORES DE BIOTECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO

Em relação à exportação, o setor de biotecnologia apresenta peculiaridades que devem ser levadas em consideração. Seu mercado é altamente especializado e competitivo, especialmente na Europa e nos Estados Unidos. Para entrar na disputa, as empresas devem apresentar um diferencial robusto, geralmente uma base tecnológica inovadora, devidamente protegida por patentes internacionais. Resumindo, não é uma ação pontual que permite a uma empresa de biociências tornar-se exportadora, mas todo um processo de adaptação prévia.

Tabela 4: Principais compradores do produto SH 3002²⁹

País	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
França	265.929	175.579	4.810.717	0	0	525.2225
Costa do Marfim	4.140.000	221.000	0	0	471.813	4.832.813
Sudão	0	0	1.716.000	0	1.030.000	2.746.000
Colômbia	374.259	727.531	698.290	9.992	740	1.810.812
Venezuela	167.500	707.964	711.436	0	206.000	1.792.900
Total em US\$	4.947.688	1.832.074	7.936.443	9.992	1.708.553	16.434.750

Fonte: AliceWeb, 2016; FuncexData, 2016

É possível notar que a área da saúde é uma das que mais exportam biotecnologia no estado do Rio de Janeiro. Com grandes números em 2011, o comércio internacional do produto SH 3002 caiu drasticamente em 2014, mas teve uma recuperação de seus números em 2015. Junto com o mercado de etílicos, seria importante essa área perseguir um desenvolvimento internacional e se estruturar para isso, com mais investimentos do governo do estado para a estruturação tecnológica e avanços em pesquisas. Tendo em vista que seu principal comprador é a França, o produto pode ampliar suas exportações para outras regiões além de América Latina e África.

Tabela 5 - Principais compradores do produto SH 3003³⁰

País	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Venezuela	1.022.867	1.764.693	2.502.612	2.873.914	3.248.282	11.412.368
México	782.376	1.085.255	711.436	1.474.605	0	4.053.672
Uruguai	520.447	666.120	495.067	36.376	0	1.718.010
Dinamarca	0	0	969.102	334.479	0	1.303.581
Panamá	264.473	213.176	173.526	11.902	0	663.077
Total em US\$	2.590.163	3.729.244	4.851.743	4.731.276	3.248.282	19.150.708

Fonte: AliceWeb, 2016; FuncexData, 2016.

²⁹ Sangue humano; sangue animal preparado para usos terapêuticos, profiláticos ou de diagnóstico; anti-soros, outras frações do sangue e produtos imunológicos, mesmo modificados ou obtidos por via biotecnológica; vacinas, toxinas, culturas de microrganismos (exceto leveduras) e produtos semelhantes em US\$.

³⁰ Medicamentos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados entre si, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, mas não apresentados em doses nem acondicionados para venda a retalho em US\$.

Com a tabela 6, mais uma vez é identificável o lucro que a área da saúde representa ao comércio exterior fluminense de biotecnologia. As exportações vinham crescendo ao longo dos anos, mas o produto SH 3003 sofreu queda de exportação no ano de 2015, quando estabeleceu negociações internacionais apenas com um país, a Venezuela.

Tabela 6 - Principais compradores do produto SH 3004³¹

País	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Venezuela	24.486.691	23.326.221	18.133.727	16.828.482	16.324.766	99.099.887
Argentina	25.218.696	26.817.307	2.502.612	21.577.712	22.121.731	982.380.58
Chile	9.055.976	8.306.836	9.061.080	7.856.933	16.727.245	51.008.070
México	9.948.700	10.056.864	8.634.092	8.593.545	10.421.819	47.655.020
Colômbia	11.354.938	6.700.263	7.877.124	7.161.658	6.880.565	39.974.548
Total em US\$	80065001	75207491	46208635	62018330	72476126	335.975.583

Fonte: AliceWeb, 2016; FuncexData, 2016.

O produto SH 3004 é o mais exportado em todo o setor, com números bastante expressivos se comparado aos outros setores. Os países para os quais o estado do Rio de Janeiro mais exporta tal SH são todos latino-americanos, o que indica que o mercado fluminense deve procurar expandir sua pauta tanto para sua esfera de comércio mais proeminente, a sul-americana, quanto para outros países fora do continente americano. Isso expandiria os lucros, além de diversificar os destinos.

Como se trata de uma área promissora para o estado fluminense, também é fundamental a ênfase em investimentos em tecnologia e estudos para o setor, a fim de alcançar bons resultados e alavancar os rendimentos.

Tabela 7 - Principais compradores do produto SH 3507³²

País	2011	2012	2013	2014	2015	Total em US\$
Portugal	6.697	121.295	7.666	0	16.386	152.044
Colômbia	0	0	3.813	6.065	8.067	17.945
Equador	0	2.876	9.347	1.338	0	13.561
Bolívia	485	4.574	2.915	838	4.253	13.065
Cingapura	0	0	0	0	4.896	4.896
Total em US\$	7.182	128.745	23.741	8.241	33.602	201.511

Fonte: AliceWeb, 2016; FuncexData, 2016.

O produto SH 3507 é o menos exportado no setor de biotecnologia. No entanto, nota-se certo crescimento do setor de 2011 para 2015, com destaque para o ano de 2012, quando o produto obteve seus números mais expressivos no comércio exterior. É importante o investimento em variados setores para que as exportações do estado não fiquem restritas a apenas um setor, como o do petróleo. A boa notícia é que a maioria das empresas de biotecnologia conhece os seus competidores e preços e, assim, tem definido estratégias de mercado. Dessa forma, é promissor para o estado do Rio de Janeiro investir nessa área a fim de proporcionar melhor logística, comércio e sistemas

³¹ Medicamentos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados ou não misturados, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, apresentados em doses (incluindo os destinados a serem administrados por via percutânea) ou acondicionados para venda a retalho em US\$.

³² Enzimas; enzimas preparadas não especificadas nem compreendidas noutras posições em US\$.

de qualidade, que são as dificuldades do setor para conquistar mais mercados internacionais³³.

1.2. PREÇO MÉDIO

Será analisado, nessa seção, o preço médio do setor biotecnológico entre os anos de 2011 e 2015. Durante esse período, o preço por quilograma desse segmento oscilou e apresentou variação tanto positiva quanto negativa, como se pode observar na tabela 8. Dentre os dados coletados, destaca-se o ano de 2015, em que o preço médio alcançou o valor de US\$ 190,60 /kg, apresentando uma variação de 201,74% em relação ao ano anterior. Esse crescimento significativo se deu, sobretudo, pelos efeitos de estudos realizados entre os anos de 2011 a 2015 sobre agriculturas de transgênicos, gerando desenvolvimentos dessa biotecnologia no Brasil. Essa evolução levou o país, de acordo com o Conselho de Informações sobre Biotecnologia, a ficar atrás somente dos Estados Unidos no ranking mundial. Houve uma queda na produção em 2014, mas o ritmo de crescimento das lavouras voltou a crescer, aumentando o preço das mercadorias no ano seguinte.

Tabela 8 - Preço médio de biotecnologia nos cinco anos analisados (2011-2015)

Ano	Preço (US\$)
2011	94,91
2012	106,46
2013	121,21
2014	94,48
2015	190,60

Fonte: FuncexData, 2016.

Durante as Olimpíadas, o Espaço RJ - no Boulevard Olímpico do Cais do Porto - recebeu não apenas a visita do público em geral, mas também foi palco de eventos que debateram o potencial e as vocações econômicas do Rio de Janeiro, dentre elas a biotecnologia na área da saúde.

Tatiane Lima, da Axis Biotec, apresentou números do mercado farmacêutico global e alternativas para o aproveitamento desse potencial de investimentos. “Podemos dizer que inovação tem CEP, por assim dizer. As empresas se concentram em determinado território, basta olhar o que ocorre no segmento de tecnologia e informática no Vale do Silício (EUA)”, afirmou. De acordo com Tatiane, o Rio de Janeiro pode ser um polo de desenvolvimento biotecnológico, trazendo benefícios para todo o país. “Nosso déficit na balança comercial de medicamentos fechou 2015 em R\$ 22 bilhões, em grande parte devido aos medicamentos biológicos. Esse cenário tende a crescer se algo não for feito, devido às doenças crônicas e ao envelhecimento da população”, ressaltou³⁴.

Sendo assim, além de destacar que os medicamentos biológicos são os mais exportados nesse setor, é visível o potencial que o setor biotecnológico pode vir a ter no comércio exterior do estado do Rio de Janeiro, ou seja, vale o investimento tecnológico e intelectual do governo.

³³ Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/Relata/ArtigosCompletos/ID%20151.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

³⁴ Disponível em: <<https://www.bio.fiocruz.br/index.php/noticias/1286-bio-e-a-busca-do-rj-pela-medalha-de-ouro-na-biotecnologia>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

1.3. PAÍSES EXPORTADORES DE BIOTECNOLOGIA

Nesta seção serão analisados os principais países exportadores de biotecnologia no mundo durante os cinco anos analisados (2011-2015).

Tabela 9 - Principais exportadores do produto SH 3002

Países	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	19,9	16,9	13,7	13,3	13,9
Venezuela	3,4	4,9	8,1	7,0	5,2
Paraguai	5,8	4,7	5,5	6,7	5,2
Holanda	3,3	3,7	5,8	5,6	8,2
Tailândia	4,7	4,7	2,9	4,2	3,9

Fonte: AliceWeb (*) Valores em US\$/milhões.

Nas exportações correspondentes aos produtos SH4 3002, a Argentina ganha destaque com um total US\$ 77.978.071 de 2011 até 2015. Apesar de os valores embarcados para Argentina serem quantitativamente superiores aos demais da tabela, esse número vem decaindo a partir de 2012, chegando em 2015 a US\$ 13.970.182. Isso ocorre devido a algumas medidas protecionistas do governo argentino que restringiram o comércio do país e aumentaram os impostos, que, conseqüentemente, drenaram o lucro dos produtores (REUTERS, 2015).

Tabela 10 - Principais compradores do produto SH 3003³⁵

Países	2011	2012	2013	2014	2015
Venezuela	1,0	1,7	4,9	3,2	3,5
Argentina	1,4	1,0	0,7	1,4	1,9
México	1,7	1,5	2,0	0,4	0,5
Suíça	0,1	0	0,2	1,0	0,9
Uruguai	0,5	0,6	0,5	0,5	0,1

Fonte: AliceWeb (*) Valores em US\$/milhões.

Para os produtos de SH 3003, o país que mais se destaca é a Venezuela, com US\$ 14.584.263 de 2011 até 2015, seguido da Argentina com US\$ 6.679.316. A Venezuela se destaca neste NCM, pois a crise que atinge o país gerou um colapso no abastecimento de produtos básicos e remédios, forçando o Estado venezuelano a produzir esses bens.

Tabela 11 - Principais compradores do produto SH 3004³⁶

País	2011	2012	2013	2014	2015
Dinamarca	240,4	283,1	303,1	332,9	189,1
Venezuela	134,8	170,2	181,9	183,9	89,9
Argentina	110,1	107,3	107,6	111,0	105,6

³⁵ Medicamentos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados entre si, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, mas não apresentados em doses nem acondicionados para venda a retalho em U\$D.

³⁶ Medicamentos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados ou não misturados, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, apresentados em doses (incluindo os destinados a serem administrados por via percutânea) ou acondicionados para venda a retalho em U\$D.

Estados Unidos	64,8	74,6	65,1	81,4	104,9
México	64,9	59,4	70,3	74,7	80,5

Fonte: AliceWeb, 2016 (*) Valores em US\$/milhões.

Nas exportações de produtos SH 3004 e SH 3507, podemos perceber o despontar da Dinamarca no mercado biotecnológico, dado o investimento público neste setor por anos, tornando-a um ícone na área, tanto para estudos quanto para produção. Ademais, apesar da sensibilidade deste segmento e da crise econômica sofrida por países como Argentina e Venezuela, houve resiliência no embate comercial internacional, como demonstrado nas tabelas abaixo. Os números demonstram os valores exportados para cada país, que somam, nos dois NCMs (3003 e 3004), aproximadamente US\$ 791 milhões e US\$ 594 milhões, da Venezuela e Argentina, respectivamente.

Tabela 12 - Principais compradores do produto SH 3507³⁷

Países	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	7,4	10,7	10,9	11,3	11,7
Dinamarca	7,2	4,5	6,2	16,8	11,2
Venezuela	7,3	6,1	8,6	7,0	1,5
Peru	2,9	4,5	6,5	9,6	6,3
Chile	2,6	3,9	4,4	3,3	3,2

Fonte: AliceWeb, 2016 (*) Valores em US\$/milhões.

Podemos verificar nessa tabela a proeminência da América do Sul no setor biotecnológico, em especial nesse NCM, que corresponde a produtos como coagulantes, amaciantes, etc. Esse destaque ocorre devido a um *spillover effect* originado no setor agrário, que muito se utiliza de biotecnologia para usos cotidianos e industriais. Como se vê, Argentina, Dinamarca e Venezuela regem o setor, com exportações no valor aproximado de US\$ 130 milhões.

1.4. DINAMISMO DO MERCADO

Será analisado nessa seção o dinamismo do mercado internacional de biotecnologia do Rio de Janeiro. O dinamismo aponta a evolução das importações de um produto por um determinado país em análise ou pelo mundo. Se as importações do produto cresceram acima da média das importações totais do país ou do mundo (no período em análise), o produto é “dinâmico” nesse determinado mercado. Se cresceram abaixo da média, o produto é “estável” e, caso reduza, o produto é “em declínio” (RADAR COMERCIAL, s/a).

Nessa seção, foram tomados como focos de análise os principais países importadores do setor biotecnológico fluminense (evidenciados na seção 3.2) e o triênio 2011-2013, por ser o último disponível na base de dados. Não foram inclusos os dinamismos da Argentina, Angola, México, Bolívia, Costa do Marfim, Sudão, Venezuela, Dinamarca e Cingapura por não haver dados desses países.

Ao analisar os dados recolhidos, pode-se mencionar que há uma maior quantidade de produtos do setor biotecnológico em que os principais parceiros fluminenses apresentaram mercado dinâmico, ou seja, houve um crescimento acima da média das compras desses parceiros. Os produtos que apresentaram os melhores resultados fo-

³⁷ Enzimas; enzimas preparadas não especificadas nem compreendidas noutras posições em USD.

ram: 300210 - Anti-soros, outras frações do sangue, produtos imunológicos modificados, mesmo obtidos por via biotecnológica; 300220 - Vacinas para medicina humana; 300230 - Vacinas para medicina veterinária; 300420 - Medicamento contendo outros antibióticos, em doses, para venda a retalho; 300431 - Medicamentos contendo insulina, mas não antibióticos, em doses, para venda a retalho; 300432 - Medicamentos contendo hormônios corticosteróides, mas não antibióticos, seus derivados e análogos estruturais, em doses, para venda a retalho e 300440 - Medicamentos contendo alcalóides ou seus derivados, mas não contendo hormônios nem outros produtos da posição 2937 nem antibióticos, em doses, para venda a retalho. Todos esses produtos apresentaram apenas mercado dinâmico com relação aos seus principais parceiros fluminenses. Também vale mencionar o produto 350790 - Outras enzimas preparadas, que apresentou mercado estável com todos os seus principais parceiros.

Por outro lado, o produto 300339 - Outros medicamentos contendo hormônios ou outros produtos da posição 2937, mas não antibióticos e não para venda a retalho apresentou mercado em declínio com todos os seus principais parceiros fluminenses.

Os dados detalhados podem ser observados na tabela abaixo.

Tabela 13 - Dinamismo do mercado de biotecnologia (2011-2013)

NCM	Produto	Países	Dinamismo
300210	Anti-soros; outras frações do sangue; produtos imunológicos modificados, mesmo obtidos por via biotecnológica	Colômbia	Dinâmico
		França	Dinâmico
300220	Vacinas para medicina humana	Colômbia	Dinâmico
		França	Dinâmico
300230	Vacinas para medicina veterinária	Colômbia	Dinâmico
		França	Dinâmico
300290	Outras toxinas, culturas de microorganismos e produtos semelhantes	Colômbia	Estável
		França	Em declínio
300310	Medicamentos contendo penicilinas ou seus derivados, com estrutura de ácido penicilânico, ou estreptomycinas ou seus derivados, mas não para venda a retalho	Uruguai	Em declínio
		Paraguai	Dinâmico
300320	Medicamento contendo outros antibióticos, mas não para venda a retalho	Uruguai	Dinâmico
		Paraguai	Em declínio
300339	Outros medicamentos contendo hormônios ou outros produtos da posição 2937, mas não antibióticos e não para venda a retalho	Uruguai	Em declínio
		Paraguai	Em declínio
300340	Medicamentos contendo alcalóides ou seus derivados, mas não contendo hormônios nem outros produtos da posição 2937, nem antibióticos, e não para venda a retalho	Uruguai	---
		Paraguai	Dinâmico
300390	Outros medicamentos contendo produtos misturados, para fins terapêuticos ou profiláticos, mas não para venda a retalho	Uruguai	Estável
		Paraguai	Dinâmico
300410	Medicamentos contendo penicilinas ou seus derivados, com estrutura de ácido penicilânico, ou estreptomycinas ou seus derivados, em doses, para venda a retalho	Chile	Em declínio
		Colômbia	Dinâmico
300420	Medicamento contendo outros antibióticos, em doses, para venda a retalho	Chile	Dinâmico
		Colômbia	Dinâmico

NCM	Produto	Países	Dinamismo
300431	Medicamentos contendo insulina, mas não antibióticos, em doses, para venda a retalho	Chile Colômbia	Dinâmico Dinâmico
300432	Medicamentos contendo hormônios corticosteróides, mas não antibióticos, seus derivados e análogos estruturais, em doses, para venda a retalho	Chile Colômbia	Dinâmico Dinâmico
300439	Outros medicamentos contendo hormônios ou outros produtos da posição 2937, mas não antibióticos, em doses, para venda a retalho	Chile Colômbia	Estável Dinâmico
300440	Medicamentos contendo alcalóides ou seus derivados, mas não contendo hormônios nem outros produtos da posição 2937, nem antibióticos, em doses, para venda a retalho	Chile Colômbia	Dinâmico Dinâmico
300450	Outros medicamentos contendo vitaminas ou provitaminas, em doses, para venda a retalho	Chile Colômbia	Estável Estável
300490	Outros medicamentos contendo produtos misturados, para fins terapêuticos ou profiláticos, em doses, para venda a retalho	Chile Colômbia	Estável Dinâmico
350710	Coalho e seus concentrados	Portugal Colômbia Equador	Em declínio Em declínio Estável
350790	Outras enzimas preparadas	Portugal Colômbia Equador	Estável Estável Estável

Fonte: Radar Comercial, 2016.

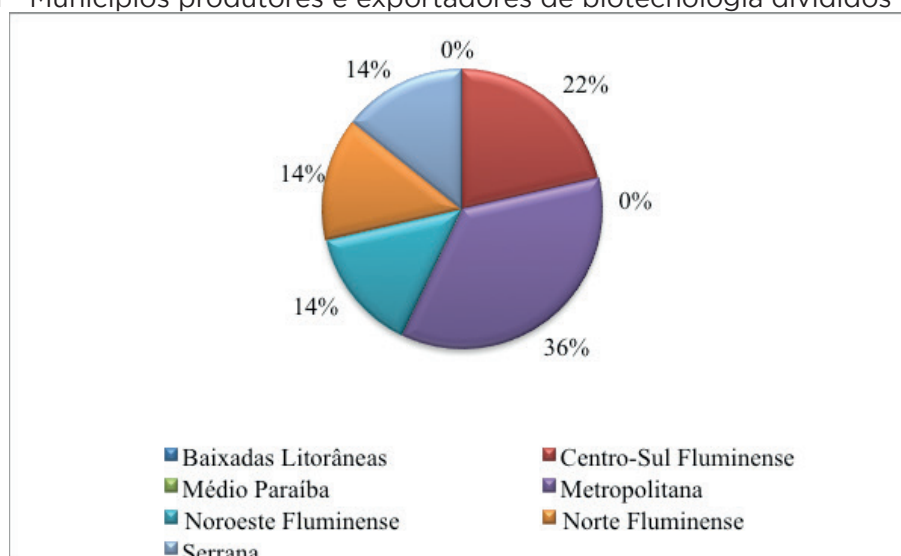
1.5. REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DE BIOTECNOLOGIA

Entre 2011 e 2015, o maior produtor e exportador de biotecnologia do estado foi o Rio de Janeiro, figurando em 94,21% dos embarques biotecnológicos fluminenses. O município de Resende vem em seguida, figurando em 2,85%, acompanhado de São Gonçalo (1,46%), Campos dos Goytacazes (0,59%) e Nova Friburgo (0,33%). Numa perspectiva regional de análise do estado, a Região Metropolitana concentra o maior número de cidades produtoras e exportadoras de biotecnologia. Os cinco municípios desse grupo representam 36% do que foi exportado pelo Rio de Janeiro nesse setor entre 2011 e 2015.

Como foi observado, a cidade do Rio de Janeiro é origem da maioria dos embarques biotecnológicos fluminenses. Isso pode ser justificado pela atuação do Polo BIO-RIO na cidade, uma entidade privada sem fins lucrativos, situada dentro do campus da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). O Polo BIO-RIO é um parque tecnológico criado em 1988, que abriga mais de 40 empresas que desenvolvem biotecnologia industrial e ambiental com foco em promover a pesquisa, o desenvolvimento e a engenharia de produtos voltados para a indústria e centros acadêmicos. Em linhas gerais, o Polo BIO-RIO busca promover o empreendedorismo nas áreas da biotecnologia e biodiversidade, integrando as comunidades científica, tecnológica, empresarial e demais parceiros e órgãos de fomento (BIO-RIO, s/a).

Seguem, abaixo, os dados detalhados.

Gráfico 1 - Municípios produtores e exportadores de biotecnologia divididos por região



Fonte: FuncexData, 2016.

Tabela 14 - Total exportado em biotecnologia pelos municípios fluminenses (2011-2015)

MUNICÍPIOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Areal	0	0	0	270,1	0	270,1
Campos dos Goytacazes	378,1	2.456,6	3.844,5	886,4	0	7.565,6
Carmo	114,9	129,5	0	0	0	244,4
Comendador Levy Gasparian	22,1	88,1	22,2	124,1	6,6	184,1
Duque de Caxias	7,6	45,9	3.725,8	24,4	24,4	3.828,2
Japeri	2,9	8,9	2,6	0	0	145,8
Niterói	0	21,1	22,5	25,7	24,9	94,2
Nova Friburgo	756,1	939,2	882,8	773,4	841,1	4.192,7
Petropolis	0	232,3	0	0,9	0	233,3
Resende	4.817,6	7.786,1	8.523,6	8.456,9	6.794,4	36.378,9
Rio das Flores	0	0	5,8	0	0	5,8
Rio de Janeiro	252.189,1	196.653,4	242.562,8	252.468,5	256.481,8	1.200.355,8
São Gonçalo	6.702,8	5.015,3	1.963,8	3.455,5	1.528,9	18.666,5
São João da Barra	229,1	317,7	430,6	224,7	217,4	1.419,8
Vassouras	200,1	122,2	123,8	52,7	155,5	654,5
TOTAL GERAL	265.420,5	213.737,6	262.111,4	266.763,8	266.075,4	1.274.109,1

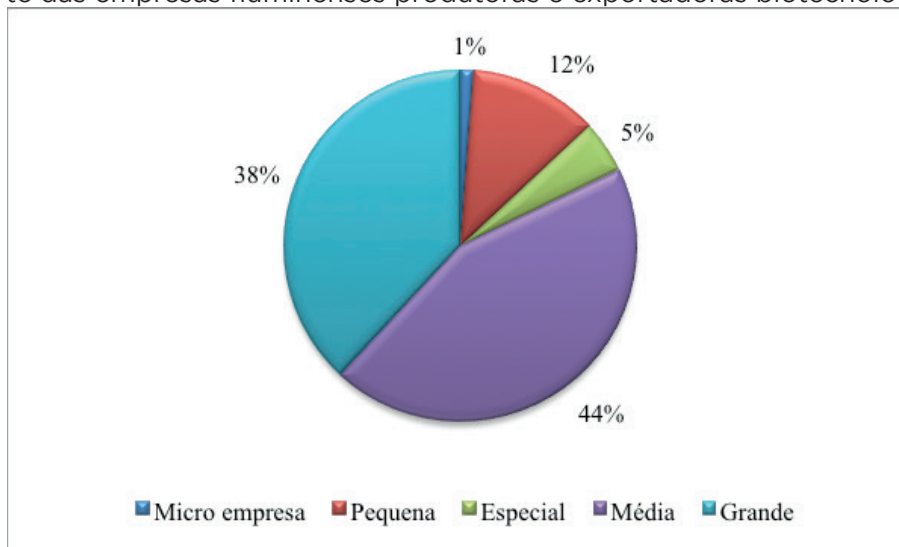
(*) Valores em US\$/mil. / Fonte: AliceWeb, 2016.

1.6. PORTE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DE BIOTECNOLOGIA

Com relação ao tamanho das firmas fluminenses exportadoras de biotecnologia, em 2015, as de porte médio obtiveram maior participação, representando 44% das empresas exportadoras desse segmento. Em seguida, com uma pequena variação, tem-se as empresas de porte grande (38%) acompanhadas das de porte pequeno (12%), especial (5%) e micro (1%).

Os dados detalhados podem ser observados a seguir:

Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras biotecnologia em 2015 (%)



Fonte: FuncexData, 2016.

Tabela 15 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de biotecnologia (2015)

Porte das Empresas	Nº
Micro empresa	1
Pequena	10
Especial	4
Média	37
Grande	32
Total	84

Fonte: FuncexData, 2016.

1.7. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DE BIOTECNOLOGIA

Nesta seção, são apresentadas alfabeticamente as firmas responsáveis pela exportação de biotecnologia no estado do Rio de Janeiro, os municípios em que se encontram estabelecidas, o CNPJ, o tamanho de cada uma e o tipo de negócio que desenvolvem.

Tabela 16 - Empresas fluminenses exportadoras de biotecnologia

Razão social	Município	CNPJ	Tamanho	Tipo
Abbott Laboratorios Do Brasil Ltda	Rio de Janeiro	56998701001279	Grande	Indústria
Alcotra Do Brasil Exportacao E Importacao Ltda	Rio de Janeiro	01313834000110	Especial	Comercial
Ambev S.A.	Rio de Janeiro	07526557004601	Grande	Serviços
Arbor Brasil Industria De Bebidas Ltda	Teresópolis	29588019000182	Média	Indústria
Bayer S.A.	Belford Roxo	18459628003300	Grande	Indústria
Casa Granado Laboratorios Farmacias E Drogarias S A	Japeri	33109356000460	Grande	Indústria
Cervejaria Petropolis S/A	Teresópolis	73410326000918	Grande	Indústria
Comando Da Marinha	Rio de Janeiro	00394502038206	Grande	Serviços

Razão social	Município	CNPJ	Tamanho	Tipo
Construtora Norberto Odebrecht S A	Rio de Janeiro	15102288008248	Grande	Construção Civil
Cotrade Comercio E Representacoes Ltda - Me	Rio de Janeiro	05025423000180	Pequena	Comercial
Dfl Ind. e Com. Ltda.	Rio de Janeiro	33112665000146	Média	Indústria
Diffucap-Chemobras Química e Farmacêutica Ltda.	Rio de Janeiro	42457796000156	Média	Indústria
EFX Assessoria Internacional Rep. Com. e Transportes Ltda.	Rio de Janeiro	15701392000193	Especial	Comercial
Fazenda Da Quinta Agronegocios Ltda. - Me	Carmo	06330840000107	Micro empresa	Indústria
Fazenda Soledade Ltda.	Nova Friburgo	29565470000184	Pequena	Indústria
Fiotec - Fundacao Para O Desenvolvimento Cientifico E T	Rio de Janeiro	02385669000174	Especial	Serviços
Fundacao Oswaldo Cruz	Rio de Janeiro	33781055001611	Pequena	Serviços
Fundacao Oswaldo Cruz	Rio de Janeiro	33781055004980	Pequena	Serviços
Glaxosmithkline Brasil Ltda	Rio de Janeiro	33247743003569	Grande	Indústria
Hahnstadt Immunotech Farmacia De Manipulacao Eireli - E	Rio de Janeiro	11028251000109	Pequena	Comercial
Iff Essências e Fragrâncias Ltda.	Rio de Janeiro	33043951000105	Média	Indústria
Indústrias de Bebidas Joaquim Thomas de Aquino Filho S.A.	São João da Barra	31901382000239	Média	Indústria
Instituto Biochimico Ind. Farmacêutica Ltda.	Rio de Janeiro	33258401000103	Média	Indústria
JLF Agropecuária Ltda / Magnífica Cachaça do Brasil	Rio de Janeiro	10823951000114	Pequena	Indústria
Kovalent Do Brasil Ltda	São Gonçalo	04842199000156	Pequena	Comercial
L2G Industrial Ltda	Comendador Levy Gasparian	03883438000153	Média	Indústria
Laboratorio Bravet Ltda	Rio de Janeiro	42486076000119	Pequena	Indústria
Laboratórios B. Braun S.A.	São Gonçalo	31673254000102	Média	Indústria
Merck S.A. Indústrias Químicas	Rio de Janeiro	33069212000184	Grande	Indústria
Merck S/A	Rio de Janeiro	33069212001237	Grande	Indústria
Ministerio Da Saude	Rio de Janeiro	00394544017150	Grande	Serviços
Mylan Laboratorios Ltda.	Campos dos Goytacazes	11643096000122	Média	Indústria
Novartis Biociencias Sa	Resende	56994502012901	Grande	Indústria
Odebrecht Servicos De Exportacao S.A	Rio de Janeiro	09358355000121	Especial	Serviços
Pernod Ricard Brasil Industria E Comercio Ltda	Resende	33856394001377	Média	Indústria
Procter & Gamble Do Brasil S.A.	Queimados	59476770003769	Grande	Indústria
Procter & Gamble Do Brasil S.A.	Seropédica	59476770003920	Grande	Indústria
Procter & Gamble Do Brasil S.A.	Rio de Janeiro	59476770003840	Grande	Indústria

Razão social	Município	CNPJ	Tamanho	Tipo
Produtos Roche Químicos E Farmaceuticos S A	Rio de Janeiro	33009945002339	Grande	Indústria
Ranbaxy Farmaceutica Ltda	São Gonçalo	73663650000190	Média	Comercial
Sdbci Importacao E Exportacao De Maquinas Industriais L	Rio de Janeiro	06222968000149	Pequena	Comercial
Seadrill Servicos De Petroleo Ltda	Rio de Janeiro	09521059000108	Grande	Indústria
Seadrill Servicos De Petroleo Ltda	Duque de Caxias	09521059000361	Grande	Indústria
Sigma-Aldrich Brasil Ltda	Duque de Caxias	68337658000399	Grande	Comercial
Smith Kline Beecham Brasil Ltda.	Rio de Janeiro	33247743000110	Grande	Indústria
Smith Kline Beecham Brasil Ltda.	Rio de Janeiro	33247743000110	Grande	Indústria
Spice Industria Quimica Ltda.	Duque de Caxias	17701516000328	Média	Indústria
Spice Industria Quimica Ltda.	Resende	17701516000409	Média	Indústria
Zydus Nikkho Farmaceutica Ltda	Rio de Janeiro	05254971000181	Média	Indústria

Fonte: FuncexData, 2016.

CONCLUSÃO

Como foi exposto, o estado do Rio de Janeiro possui pouco rendimento econômico-comercial no segmento de biotecnologia. Vemos que a participação desta área nas exportações fluminenses é da ordem de 0,03% e que, mesmo com o crescimento de empresas de biotecnologia e correlatas, especialmente a partir dos anos de 1990, o estado abriga apenas 13,1% destas; ou seja, ainda há pouco investimento.

Apesar de os números não serem suntuosos, é um setor de enorme potencial, dado que lida com materiais sensíveis ao cotidiano, tanto urbano quanto rural, como medicamentos e fertilizantes. Não por outra circunstância, são ligações de vastas possibilidades a indicar um crescimento conjunto, permitido por um *spillover effect*. Caberia ao poder público, por exemplo, um papel de gerador de *know-how* nesta vislumbrada área, desonerando algumas empresas que, hoje, fazem esse investimento em capital humano para melhorar sua eficiência e competitividade, juntamente com os polos educadores técnicos e universitários, desde a Região Metropolitana ao Norte Fluminense.

Percebe-se também, através deste estudo setorial, que países que investiram em pesquisa e desenvolvimento em biotecnologia, como a Dinamarca, por exemplo, tornaram-se símbolos de eficiência produtiva e competitividade comercial a baixos custos, o que lhes permite auferir mercados externos. O estado fluminense, com expertise local e em concomitância com o governo federal, através de um planejamento estratégico, pode e deve reproduzir o mesmo processo para maximizar os ganhos em regiões onde já se tem vantagem, como América Latina e alguns países africanos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ABDI. *Panorama da biotecnologia no Mundo e no Brasil*. Disponível em: <<http://www.abdi.com.br/Estudo/Panorama%20Setorial%20Biotecnologia.pdf>>. Acesso em: 16 out 2016

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

BIO-RIO. *Brazil Biotech Map 2011*. Disponível em: <http://www.biorio.org.br/wp-content/uploads/2015/11/download_Brazil_Biotec_Map_2011.pdf>. Acesso em: 16 out 2016.

_____. *Sobre o Polo BIO-RIO*. Disponível em: <<http://www.biorio.org.br/sobre-o-polo-bio-rio/>>. Acesso em: 16 out 2016.

FIESP. *O que é biotecnologia*. Disponível em: <<http://www.fiesp.com.br/o-que-e-biotecnologia/>>. Acesso em: 16 out 2016.

FUNCEXDATA. Disponível em < <http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 6 jul. 2016.

XXIV SEMINÁRIO NACIONAL DE PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS DE EMPRESAS, 2014. *Estudo de Maturidade das Empresas Brasileiras de Biotecnologia*. Belém. XXII Workshop Anprotec. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/Relata/ArtigosCompleto/ID%20151.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

LOUGH, Richard. Reconstrução de relações comerciais com Brasil seria prioridade de argentino Macri. *Reuters*. 13 de nov. de 2015. Disponível em < <http://br.reuters.com/article/businessNews/idBRKCN-0T22KW20151113>>. Acesso em: 13 de nov. 2015.

RADAR COMERCIAL. Disponível em: <<http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

SCHUELER, Paulo. Bio e a busca do RJ pela “medalha de ouro” na biotecnologia. *Fiocruz*. Rio de Janeiro, 30 ago. 2016 Disponível em: <<https://www.bio.fiocruz.br/index.php/noticias/1286-bio-e-a-busca-do-rj-pela-medalha-de-ouro-na-biotecnologia>>. Acesso em: 19 nov. 2016

Capítulo 7

Design

Rafael Araujo
Hélio Farias
Beatriz Mota
Murilo Agostinho
Thamyres Coelho



INTRODUÇÃO

Muitos são os conceitos acerca do design, podendo ser pensado como uma melhoria nos aspectos funcionais e visuais de um produto, ou até mesmo como arte. No design, os produtos se diferenciam de acordo com o país de origem, da demanda e do que o designer busca expressar. São muitas as esferas, como o Design de Moda, o Design Thinking, o Design de Móveis, o Design de Negócios, o Web Design, o Sound Design, o Design Gráfico, o Design de Interfaces, o Design de Interiores, o Design de Joias, entre outros.

Atualmente os empresários vêm reconhecendo no design uma forma de influenciar a inovação e o desenvolvimento. No Brasil, esse processo está ocorrendo lentamente. No entanto, ações estão sendo tomadas para uma melhor compreensão e uso dessa ferramenta. “Há mais informação e conhecimento circulando, por meio da rede e de um sistema de design razoavelmente irrigado – com salões, cursos, escolas, premiações, exposições, publicações – que acolhe e valoriza pesquisas em muitas direções” (GAMA, 2014). Este estudo setorial será focado na atuação do Design de Móveis e Design de Serviços no Rio de Janeiro.

O Design de Móveis explora as funções e necessidades dos móveis – bancos, poltronas, camas, mesas, sofás, luminárias, estantes – em determinado espaço, agregando conceitos estéticos para completar o mobiliário. Sendo assim, esse tipo de design vai além do uso do objeto em si, e se integra ao cotidiano humano, dependendo da época e dos costumes. Essa é uma área de grande importância no design brasileiro, pois é um dos poucos bens de consumo não-duráveis que é exportado (DESIGN.IN, 2010).

Já o Design de Serviços é a atividade de planejar e organizar atividades pessoais, infraestrutura, comunicação e componentes materiais de um serviço para melhorar a qualidade e a interação entre a empresa provedora e os consumidores. Ou seja, é um produto intangível que trabalha para entender os consumidores e suas necessidades para que um serviço seja assegurado (TEIXEIRA, 2011).

Em março de 2012 foi apresentado no Seminário Exportar é Inovar – promovido pela Agência Brasileira de Promoção às Exportações, a Apex-Brasil –, um convênio de cooperação técnica e financeira entre a Apex-Brasil e a Sindmóveis – Sindicato da Indústria de Móveis –, assinado para a promoção da exportação de insumos, componentes, tecnologia e serviços de design para a indústria de móveis. O convênio visou investimentos de R\$ 4,88 milhões, com uma série de ações de promoção comercial e de posicionamento do setor no exterior, no período de 2012-2013. Os países alvos das iniciativas foram os Estados Unidos, México, Colômbia, Peru, Chile, Argentina, Paraguai, Uruguai, África do Sul, Canadá e Turquia (MOVEISUL, 2012).

O Brasil vem sofrendo uma diminuição na produção de móveis nos últimos anos. Esse setor teve uma queda de 20% na produção em janeiro de 2016 em relação ao ano anterior. Esse fato se dá por dois motivos: retração do mercado interno em razão da crise econômica e o baixo índice de exportação produto, que gira em torno de 4% da sua produção. Para ilustrar a baixa exportação do setor, destacamos que o Brasil é o quinto maior fabricante mundial de móveis, mas ocupa a 28ª colocação nas exportações do setor (SINDMÓVEIS, 2017).

Este estudo setorial tem o objetivo de analisar o mercado fluminense do design e suas possibilidades de crescimento, sobretudo, no que tange às exportações. Serão analisados os seguintes fatores: participação do setor de design nas exportações do estado do Rio de Janeiro, o preço médio dos produtos comercializados nesse setor, seus principais compradores internacionais, o dinamismo do mercado, regiões flumi-

nenses produtoras e exportadoras e as características das empresas que comercializam internacionalmente esses produtos. Neste estudo, serão analisados os anos de 2012-2016 e considerados os seguintes NCMs³⁸ e NBS³⁹.

Tabela 1 - Lista dos NCMs e NBSs utilizados nesse estudo setorial

NCM/NBS	Descrição
11402	Serviços de arquitetura, de planejamento urbano e de áreas rurais e de paisagismo.
11402.1	Serviços de arquitetura
11408	Serviços fotográficos, videográficos e de processamento de fotografias.
11408.1	Serviços fotográficos e videográficos.
11408.20.00	Serviços de processamento de fotografias.
1.1409.1	Serviços especializados de projetos - design
1.1409.11	Serviços de projeto (design) de interiores
1.409.11.10	Serviços de projetos (design) de espaços comerciais e públicos
1.1409.11.90	Outros serviços de projeto (design) de interiores
1.1409.12.00	Serviços de desenho industrial
1.1409.13	Projetos (design) originais
1.1409.13.10	Serviços de projetos (design) de marcas, imagens, objetos gráficos e digitais.
1.1409.13.20	Serviços de projetos (design) de embalagens, expositores de loja e objetos promocionais para comunicação e vendas.
1.1409.13.30	Serviços de projetos (design) de produtos, utensílios, equipamentos, vestuário, calçados, ornamentos, joias e objetos pessoais.
1.1409.13.40	Serviços de projetos (design) de máquinas, equipamentos, acessórios e objetos de uso industrial de qualquer natureza,
1.1409.13.90	Outros serviços projetos (design) originais
1.1409.13.10	Serviços de projetos (design) de marcas, imagens, objetos gráficos e digitais
1.1409.19	Outros serviços especializados de projeto (design)

³⁸ A partir de 1997, o Brasil passou a utilizar, para efeito de classificação de mercadorias, a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), utilizada igualmente pelos demais países partícipes (Argentina, Paraguai e Uruguai). Este critério de classificação é baseado no Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias (SH), metodologia adotada pela quase totalidade dos países. Disponível em: < <http://aliceweb.mdic.gov.br//menu/index/item/metodologia>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

³⁹ Em 14 de dezembro de 2011, foi editada a Lei nº 12.546, que autoriza o Poder Executivo a instituir a Nomenclatura Brasileira de Serviços, Intangíveis e outras Operações que Produzam Variações no Patrimônio (NBS), bem como as suas respectivas Notas Explicativas (NEBS), elemento subsidiário para a interpretação da Nomenclatura. A NBS e a NEBS foram publicadas em 02 de abril de 2012 através do Decreto nº 7.708. Em 29 de Novembro de 2012, através da Portaria Interministerial MF / MDIC nº385, foi instituída a comissão com membros da RFB e da SCS com a função de propor alterações na NBS e na NEBS a partir de interesses do setor público ou privado. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs-13>>. Acesso em 7 mai. 2017.

NCM/NBS	Descrição
9402.10.00	Cadeiras de dentista, cadeiras para salões de cabeleireiro e cadeiras semelhantes, e suas partes.
9402.90.10	Mesas de operação
9402.90.20	Camas dotadas de mecanismos para usos clínicos
94.03	Outros móveis e suas partes.
9403.10.00	Móveis de metal, do tipo utilizado em escritórios.
9403.20.00	Outros móveis de metal.
9403.30.00	Móveis de madeira, do tipo utilizado em escritórios.
9403.40.00	Móveis de madeira, do tipo utilizado em cozinhas.
9403.50.00	Móveis de madeira, do tipo utilizado em quartos de dormir.
9403.60.00	Outros móveis de madeira.
9403.70.00	Móveis plásticos
9403.80.00	Móveis de outras matérias, incluindo rotim, vime, bambu ou matérias semelhantes.
9403.81.00	De bambu ou rotim
94.05	Aparelhos de iluminação (incluindo os projetores) e suas partes, não especificados nem compreendidos noutras posições; anúncios, cartazes ou tabuletas, placas indicadoras luminosas, e artigos semelhantes, que contenham uma fonte luminosa fixa permanente, e suas partes não especificadas nem compreendidas noutras posições.
9405.10.10	Lustres e outros aparelhos de iluminação, elétricos, próprios para serem suspensos ou fixados no teto ou na parede, exceto os dos tipos utilizados na iluminação pública.
9405.10.91	De pedra
9405.10.92	De vidro
9405.10.93	De metais comuns
9405.20.00	Abajures de cabeceira, de escritório e lampadários de interior, elétricos
9405.40.10	Outros aparelhos elétricos de iluminação, de metais comuns
9405.50.00	Aparelhos não elétricos de iluminação

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Tabela 02 - Participação do setor de design fluminense nas exportações brasileiras (2012-2016)

Ano	Brasil	Rio de Janeiro	% das exportações
2012	514.719,9	0,513	0,0009
2013	500.794,1	0,628	0,0012
2014	520.559,6	1,3	0,0024
2015	460.513,7	1,2	0,0027
2016	451.517,4	0,431	0,0009
Total	2.448.104,9	4,1	0,010

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2017; Siscoserv/MIDC, 2017.

Tabela 3 - Participação do setor de design no total das exportações do Estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2012-2016)⁴⁰

Ano	Brasil			Rio de Janeiro		
	Total Exp.	Design	%	Total Exp.	Design	%
2012	242.578,0	514,7	0,0021	28.761,1	0,513	0,0017
2013	242.033,5	500,8	0,0020	21.273,0	0,628	0,0029
2014	225.100,9	520,5	0,0023	22.619,3	1,3	0,0056
2015	191.134,3	460,5	0,0024	17.026,5	1,2	0,0073
2016	185.235,9	451,5	0,0024	17.185,7	0,431	0,0025
Total	1.086.082,2	2.448,1	0,011	106.865,6	4,1	0,020

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2017; Siscoserv/MIDC, 2017.

1. O SETOR DE DESIGN NAS EXPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1.1. PAÍSES COMPRADORES DO SETOR DE DESIGN DO RIO DE JANEIRO

Nessa seção analisamos os principais países compradores de design do Rio de Janeiro, considerando os últimos cinco anos (2012-2016). Destacaremos, especialmente, quais foram os valores pagos por esses países. Os resultados obtidos tiveram como base os NCMs e NBSs listados na tabela 3 da introdução deste estudo. Assim, constata-se que os principais destinos de design do estado fluminense são: Estados Unidos, Trinidad e Tobago, Uruguai, Ilhas Turcas e Caicos, e China.

Os Estados Unidos mantiveram o primeiro lugar na importação dos produtos relacionados ao design do estado do Rio de Janeiro durante os cinco anos desse estudo. Diferente da China, a qual sempre manteve uma compra elevada, chegando a ser a primeira no ranking em 2014, embora tenha diminuído drasticamente o volume de importações em 2015. Essa variação na demanda chinesa pode decorrer da desaceleração da sua economia, visto que após três décadas de intenso crescimento, há indicativos, desde 2015, de uma possível diminuição da pujança econômica do gigante asiático.

Com a retração econômica da China, o Uruguai, que ocupa o terceiro lugar, ganhou uma maior visibilidade, pois se tornou o maior comprador do segmento no Rio de Janeiro. Desde 2013, o lucro para o estado fluminense com compras desse país aumentou, principalmente de 2015 para 2016.

A partir de 2016, Trinidad e Tobago e as Ilhas Turcas e Caicos apareceram com um papel relevante para exportação em relação ao design, os valores altos os colocaram em segundo e em quarto lugar, respectivamente, no ranking. Trinidad e Tobago é o maior importador de produtos brasileiros dentro do bloco CARICOM (Comunidade do Caribe/*Caribbean Community*) com US\$ 86 milhões; já as Ilhas Turcas e Caicos alcançam US\$ 44 milhões. Juntos, esses dois países somam quase metade das exportações fluminenses.

⁴⁰ O Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços - MDIC oferece apenas as estatísticas de comércio exterior de serviços para os anos de 2014 e 2015.

Tabela 4 - Principais países compradores do setor de design do Rio de Janeiro nos últimos cinco anos (2012-2015)

País	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	34.922	35.884	10.591	37.588	105.790
Trinidad e Tobago	614	0	0	0	86.384
Uruguai	0	1.086	2.416	12.465	60.509
Turcas e Caicos, Ilhas	0	0	0	0	44.621
China	12.932	20.681	309.236	8	40.594

(*) Valores em US\$/unidade própria. / Fonte: FuncexData, 2017.

Tendo em vista os cinco países que mais importam produtos de design do Rio de Janeiro nos últimos cinco anos, percebe-se que só os Estados Unidos mantêm quantidade significativa, considerando-se os valores arrecadados e o constante de compra, sendo o melhor importador. O Uruguai, por fazer parte do MERCOSUL, pode ser considerado um comprador em potencial dos produtos em razão das prerrogativas inerentes ao comércio facilitado.

1.2. PREÇO MÉDIO

Será analisado nesta seção o preço médio dos cinco anos considerados no estudo (2012-2016). Destacamos que o preço do design apresentou uma ascensão em 2014, chegando à casa dos US\$ 1.867,45. No entanto, após esse ano, houve uma considerável queda, atingindo US\$ 1.058,98 o quilograma em 2015, e US\$1.200,10 o quilograma em 2016.

Tabela 5 - Preço médio do setor de design nos últimos cinco anos (2012-2016)

Ano	Preço (US\$)/Kg
2012	1125,65
2013	1520,56
2014	1867,45
2015	1058,98
2016	1200,10

Fonte: FuncexData, 2017.

O auge do preço médio em 2014 pode ser analisado pela grande visibilidade mundial que o Brasil estava recebendo. Já a queda em 2015 é consequência da crise financeira mundial. Tal queda foi contornada no ano seguinte devido à diminuição do preço.

1.3. PAÍSES EXPORTADORES DE DESIGN

Nesta seção serão apresentados os principais países exportadores de design no mundo nos últimos cinco anos (2012-2016). Os Estados Unidos se destacam no comércio internacional como maior exportador de design, apresentando nos anos analisados um constante crescimento. Isso o difere dos outros países exportadores, que apresentaram queda em suas vendas externas no ano de 2015.

Angola, que se encontra em terceiro lugar no ranking, destaca-se pela brusca queda nas suas exportações entre 2015 e 2016. É possível observar na tabela que esse país sempre manteve um nível constante de exportações, que variaram entre US\$ 30

milhões e US\$ 49 milhões. Em contrapartida, os três países da América do Sul, Chile, Uruguai e Peru, mantiveram um bom e constante volume de exportação de design.

Tabela 6 - Principais países exportadores do setor de design nos últimos cinco anos (2012-2016)

País	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	73.692.644	83.462.807	95.885.093	108.383.504	113.723.722
Reino Unido	66.854.612	71.802.484	85.042.024	81.951.635	75.050.549
Angola	48.609.409	35.368.320	40.047.346	6.481.377	3.519.238
Chile	29.978.888	32.769.689	26.611.527	25.098.515	26.973.357
Uruguai	29.313.787	31.179.746	29.138.972	25.146.875	24.553.819
Peru	28.136.714	38.306.785	37.480.351	36.918.431	38.976.716

(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: FuncexData, 2017.

As exportações do Brasil em relação ao mundo, pelo menos no setor mobiliário, estão decrescendo, visto que em 2012 exportava US\$ 708 milhões e em 2016 passou a exportar US\$ 602 milhões – diferente de países como Chile e Uruguai, que se mantêm estáveis ou em crescimento. Porém, as exportações brasileiras de serviços de design só tendem a crescer e isso mostra o porquê de estar em 32º lugar no ranking mundial de exportação desse serviço.

1.4. DINAMISMO DO MERCADO

Será analisado nessa seção o dinamismo do mercado de design. O dinamismo indica a evolução das importações de um produto por um determinado país em análise ou pelo mundo. Se as importações do produto cresceram acima da medida das importações totais do país ou do mundo (no período em análise), o produto é “dinâmico” naquele mercado, se cresceram abaixo da média, o produto é “estável”, e se reduziu o produto está “em declínio” (RADAR COMERCIAL, s/a).

Foram considerados para análise nesta seção os principais países compradores de design fluminenses (evidenciados na seção 2.1) e o período de cinco anos (2012-2016), dentro do disponibilizado pela base de dados da Funcex Data. No entanto, é importante ressaltar que não foram analisados os seguintes NCM’s em razão da inexistência de dados de dinamismo sobre eles no período em questão:

- 9403.30.00 – Móveis de madeira, do tipo utilizado em escritórios;
- 9403.50.00 – Móveis de madeira, do tipo utilizados em quartos de dormir;
- 9403.80.00 – Móveis de outras matérias, incluindo rotim, vime, bambu ou matérias semelhantes;
- 9403.81.00 – De bambu ou rotim e nenhum ligado a serviços;

A partir dos resultados obtidos, observa-se que há, em linhas gerais, uma maior quantidade de produtos do segmento de design que apresentam mercado dinâmico, apesar de quase metade estar em declínio. Os produtos que apresentaram os melhores resultados foram: 9403.20.00 - Outros móveis de metal; 9403.40.00 - Móveis de madeira, do tipo utilizado em cozinhas; e 9403.60.00 - Outros móveis de madeira. Os dados detalhados podem ser averiguados na tabela 7.

Tabela 7 - Dinamismo do mercado de design (2012-2016)

NCM	Países	Dinamismo
9402.10.00 - Cadeiras de dentista, cadeira para salões de cabeleireiro e cadeiras semelhantes, e suas partes	Uruguai	Dinâmico
	Angola	Em declínio
9402.90.10 - Mesas de operação cirúrgica	China	Em declínio
9402.90.20 - Camas dotadas de mecanismos para usos clínicos	Uruguai	Dinâmico
9403.10.00 - Móveis de metal, do tipo utilizado em escritórios	Angola	Em declínio
	Estados Unidos	Em declínio
	Cingapura	Em declínio
9403.20.00 - Outros móveis de metal	Estados Unidos	Dinâmico
	Angola	Dinâmico
	Israel	Dinâmico
	México	Dinâmico
	Panamá	Dinâmico
9403.40.00 - Móveis de madeira, do tipo utilizado em cozinhas	Trinidad e Tobago	Dinâmico
	Turcas e Caicos, Ilhas	Dinâmico
	Estados Unidos	Dinâmico
	Suriname	Dinâmico
	Porto Rico	Dinâmico
9403.60.00 - Outros móveis de madeira	Estados Unidos	Dinâmico
	Trinidad e Tobago	Dinâmico
	Uruguai	Dinâmico
	Turcas e Caicos, Ilhas	Dinâmico
	Porto Rico	Dinâmico
9403.70.00 - Móveis de plásticos	China	Dinâmico
	México	Dinâmico
	Israel	Dinâmico
	Uruguai	Dinâmico
	Paraguai	Em declínio
9405.10.10 - Lâmpadas escialíticas (luzes sem sombra, do tipo utilizado em medicina, cirurgia, odontologia)	Alemanha	Dinâmico
	Peru	Em declínio
9405.10.92 - Lustre e aparelhos iluminadores elétricos, de vidro, para teto/parede	Angola	Em declínio
9405.10.93 - Lustre e aparelhos iluminadores elétricos, de metal comum, para teto/parede	Reino Unido	Dinâmico
	Emirados Árabes Unidos	Dinâmico
	Angola	Em declínio
	China	Em declínio
	Paraguai	Em declínio
9405.20.00 - Abajures de cabeceira, de escritório e lampadários de interior, elétricos	Angola	Em declínio
	Estados Unidos	Em declínio
	Suíça	Em declínio
	Uruguai	Em declínio

9405.40.10 - Outros aparelhos eletrônicos de iluminação, de metais comuns

China	Em declínio
Estados Unidos	Em declínio
Filipinas	Em declínio
Cingapura	Em declínio
Suíça	Em declínio

9405.50.00 - Aparelhos não elétricos

Paraguai	Dinâmico
Bolívia	Dinâmico
Estados Unidos	Em declínio
Angola	Em declínio
Austrália	Em declínio

Fonte: FuncexData, 2017.

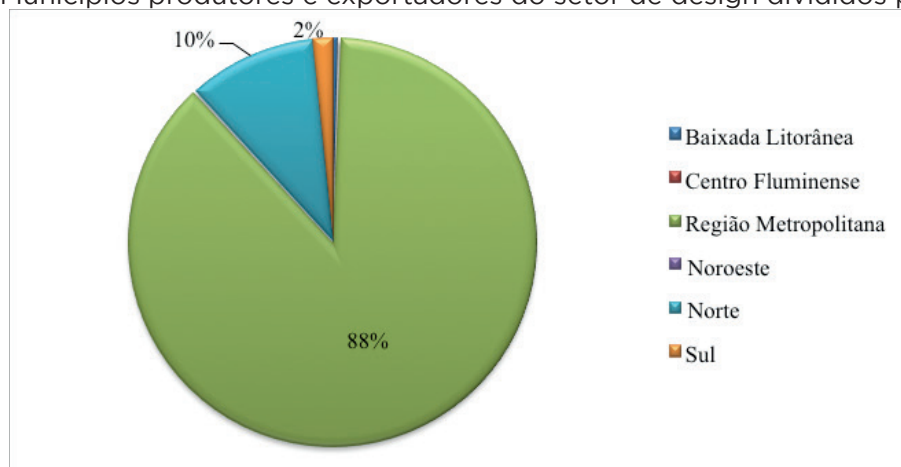
1.5. REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DO SETOR DE DESIGN

O maior produtor e exportador de design do estado é o município do Rio de Janeiro, que representou, entre 2012 e 2016, 69% do total embarcado. São Gonçalo vem em seguida, com 8%, acompanhado de Campos dos Goytacazes (7%), Duque de Caxias (5%) e Macaé (3%). É possível observar que o total exportado pelos dois principais municípios – Rio de Janeiro e São Gonçalo –, representa 77% do que foi embarcado pelo estado no setor de design.

A Região Metropolitana concentra o maior número de municípios exportadores de design. Os municípios dessa região representam 88% do que foi exportado entre 2012 e 2016. Essa preponderância decorre do fato de a região concentrar capital, infraestrutura e força de trabalho. Além disso, encontra-se na Região Metropolitana a maior parte das indústrias, formando um parque industrial bastante diversificado (CEPERJ, s/a).

Além da Região Metropolitana, o Norte Fluminense também apresenta significativa participação na exportação de design, principalmente em Campos dos Goytacazes e Macaé. A distribuição econômica nas demais regiões – Noroeste, Norte e Sul – tem seu foco em outros tipos de comércio, sendo os mais recorrentes o turismo, metal-mecânico, cerâmica vermelha e apicultura. Sendo assim, as regiões moveleiras apresentadas se destacam em relação às outras, concentrando a produção e exportação desse setor (CIÊNCIA DA MADEIRA, 2016).

Gráfico 01 - Municípios produtores e exportadores do setor de design divididos por região (%)



Fonte: AliceWeb, 2017

Tabela 8 - Total exportado no setor de design pelos municípios fluminenses (2012-2016)

MUNICÍPIOS	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
Rio de Janeiro	26.279.518	17.963.876	21.716.954	28.113.460	16.532.692	110.606.500
Campos dos Goytacazes	2.458.665	2.860.357	2.505.623	1.664.601	2.006.241	11.495.487
Duque de Caxias	1.479.015	1.701.414	1.673.815	1.666.357	1.267.535	7.788.136
Macaé	620.373	1.402.014	929.539	559.410	900.261	4.411.597
Porto Real	120.529	0	96.324	39	0	216.892
Angra dos Reis	191.104	58.560	197.361	194.719	70.788	712.532
Piraí	59.792	46.291	94.561	138.937	14.686	354.267
Niterói	657.345	1.192.340	1.227.126	440.996	399.343	3.917.150
Belford Roxo	21.295	0	0	0	0	21.295
São João de Meriti	18.400	22.212	200.906	779.717	1.979.423	3.000.658
São Gonçalo	75.841	1.037.468	3.894.979	5.110.683	3.114.439	13.233.410
Petrópolis	74.421	73.644	67.898	99.612	13.423	328.998
Teresópolis	241.818	5.153	82	25.736	3.364	276.153
Barra mansa	2.639	0	0	0	0	2.639
Quatis	2.201	0	0	0	0	2.201
Magé	107.840	125.110	114.007	198.499	106.876	652.332
Volta Redonda	49.429	0	0	0	0	49.429
Rio das Ostras	41.209	29.869	92.266	85.865	21.990	271.199
Itatiaia	1.384	763.434	38.123	5.953	2.010	810.904
Resende	1.205	172.556	376.244	130.199	0	680.204
Cabo Frio	934	1.193	793	10.780	0	13.700
Três rios	78.424	226.183	118.691	0	0	423.298
Nova Iguaçu	38.907	67.912	0	48.530	94	155.443
Barra do Piraí	5.645	6.641	6.493	83	5.604	24.466
Valença	4.995	51.528	50.046	0	0	106.569
Queimados	1.271	119.815	2.285	310.470	0	433.841
Armação dos Búzios	4	0	0	113	0	117
Saquarema	0	0	3.618	0	0	3.618
Itaperuna	0	79.600	221.009	0		300.609
Carapebus	0	351	3.021	17.701		21.073
Vassouras	0	12.886	20.698	13.250	0	46.834
Maricá	0	21.400	9.336	3.795	0	34.531
Seropédica	0	4.485	0	0	0	4.485
Mangaratiba	0	0	0	4.195	0	4.195

MUNICÍPIOS	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
Conceição de Macabu	0	0	0	0	3.086	3.086
Casimiro de Abreu	0	0	0	0	10.297	10.297
Cantagalo	0	0	0	4.499	0	4.499
São Pedro da Aldeia	5.300	0	0	0	0	5.300
Itaboraí	0	0	308	308.475	0	308.783
Rio Bonito	0	0	0	0	93	93
São João da Barra	0	0	0	416.716	0	416.716
TOTAL	32.639.503	28.042.619	33.853.370	40.395.427	28.418.192	161.157.154

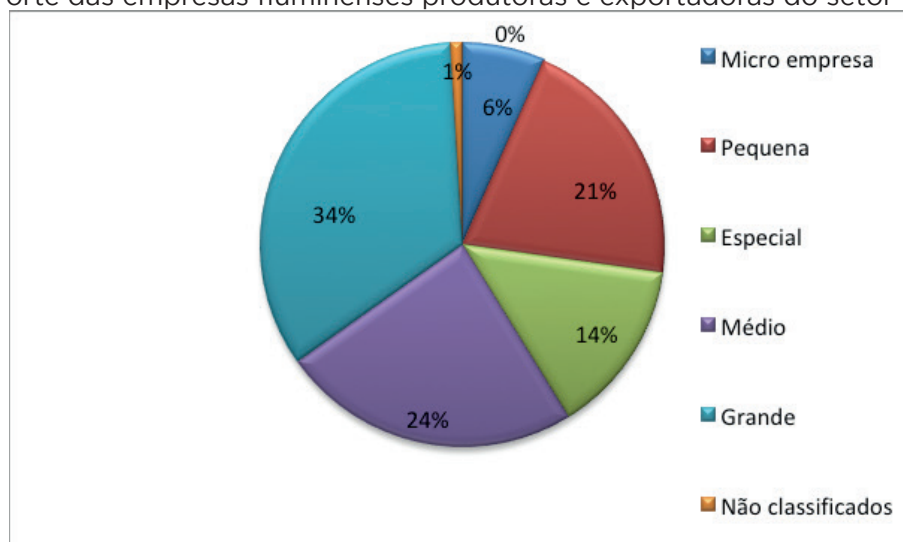
(*) Valores em US\$/milhões. / Fonte: AliceWeb, 2017

1.6. PORTE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DO SETOR DE DESIGN

Nesta seção, foram utilizados como fonte de pesquisa os NCMs disponibilizados da tabela 3 na introdução desse estudo.

Com relação ao tamanho das firmas fluminenses exportadoras de design, as de grande porte têm maior participação, figurando em 34% do total exportado pelo estado entre 2012-2016. Posteriormente, têm-se as de médio porte (24%), acompanhadas das pequenas (21%) e depois as especiais com 14%. Em seguida, estão as microempresas (6%) e não classificadas (1%).

Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras do setor de design (%)



Fonte: FuncexData, 2017.

Tabela 9 - Número das empresas fluminenses produtoras e exportadoras do setor de design

Porte das empresas	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Grande	1175	1045	842	845	781	4688
Média	831	962	1122	1050	1182	5147
Pequena	715	663	739	762	810	3689

Micro empresa	229	216	197	225	315	1182
Especial	484	469	515	529	623	2620
Não Classificadas	32	16	9	20	83	160
Total	3466	3371	3424	3431	3794	17486

Fonte: FuncexData, 2017

1.7. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DE DESIGN

Nesta seção são apresentadas alfabeticamente as firmas responsáveis pela exportação de design no estado do Rio de Janeiro, o tamanho de cada uma e o tipo de negócio que desenvolvem no período analisado (2012-2016).

Tabela 10 - Empresas fluminenses exportadoras do setor de design

Razão social	CNPJ	Tamanho	Tipo
Aeroleo Taxi Aéreo S/A	15209117000742	Grande	Serviços
Akzo Nobel Ltda	60561719005940	Grande	Indústria
Beneteau Brasil Construção de Embarcações Ltda.	13583522000105	Pequena	Comercial
Bhs - Brazilian Helicopter Services Taxi Aéreo S/A	67750463000141	Grande	Serviços
Bram Offshore Transportes Maritimos Ltda	07864634000131	Grande	Serviços
Brasdril Sociedade de Perfurações Ltda	42101311000197	Média	Indústria
Brasil Comercial Importadora Exportadora, Assessoria Ad	10632251000142	Micro empresa	Comercial
Comando da Marinha	00394502038206	Grande	Serviços
Companhia de Obras e Infra-Estrutura	09422564000278	Pequena	Construção Civil
Construtora Norberto Odebrecht S A	15102288008248	Grande	Construção Civil
Corib Importação e Exportação Ltda	03572199000110	Micro empresa	Comercial
Cotrade Comércio e Representacoes Ltda - Me	05025423000180	Pequena	Comercial
Decio Rodrigues Antiquidades Ltda - Me	05970044000168	Micro empresa	Comercial
Delly Kosmetic Comércio e Indústria Ltda	01567613000178	Média	Indústria
Ensco do Brasil Petroleo e Gas Ltda	04336088000178	Grande	Indústria
Farstad Shipping Ltda	02873539000180	Grande	Serviços
Fmc Technologies do Brasil Ltda.	48122295002491	Grande	Indústria
Fmc Technologies do Brasil Ltda.	48122295002572	Grande	Indústria
Galeria de Artes A Gentil Carioca Ltda - Epp	06967561000140	Micro empresa	Comercial
Globosat Programadora Ltda	00811990000148	Grande	Serviços
H Strattner e Cia Ltda	33250713000162	Grande	Comercial

Razão social	CNPJ	Tamanho	Tipo
H. Stern Com. e Ind. S.A.	33388943000192	Grande	Comercial
Hat Internacional S.A	01871124000105	Pequena	Comercial
Hossell Design e Comércio Ltda - Me	10519746000160	Pequena	Comercial
International Business Group Com. Imp. e Exp. Ltda.	39117189000132	Micro empresa	Comercial
Kriskan Trading Ltda	02594654000116	Pequena	Comercial
Lcg South American Trading Representação Importação e E	09465381000159	Micro empresa	Comercial
Lillo do Brasil Industria e Comércio de Produtos Infant	08895390000117	Média	Indústria
Limppano S.A.	33033556000133	Média	Indústria
Lvmh Fashion Group Brasil Ltda.	32331472000628	Média	Comercial
Lvmh Fashion Group Brasil Ltda.	32331472001276	Média	Comercial
Maccomevap Industria Comércio Tecnologia Iluminacao e S	04316457000160	Micro empresa	Indústria
Man Latin America Industria e Comércio de Veiculos Ltda	06020318000544	Grande	Indústria
Massena Comércio Exterior Ltda - Epp	05530482000105	Especial	Comercial
Mylan Laboratorios Ltda.	11643096000122	Média	Indústria
Novinet Comércio e Servicos Ltda - Epp	03532154000112	Pequena	Comercial
Odebrecht Servicos de Exportação S.A	09358355000121	Especial	Serviços
Paragon Offshore do Brasil Ltda	40330078000199	Pequena	Indústria
Petrobras Transporte S.A - Transpetro	02709449000159	Grande	Serviços
Peugeot-Citroen do Brasil Automoveis Ltda	67405936000173	Grande	Indústria
Polior Ind. e Com. de Produtos Ortopédicos Ltda.	30159164000127	Pequena	Indústria
Poly Trading Importação e Exportação Ltda	39542675000106	Micro empresa	Comercial
Qgsee Comércio e Construcao S.A.	40843021000193	Especial	Comercial
Safran Helicopter Engines Industria e Comércio do Brasi	48090120000153	Média	Indústria
Schlumberger Servicos de Petroleo Ltda	32319931000143	Grande	Indústria
Schlumberger Servicos de Petroleo Ltda	32319931000909	Grande	Indústria
Schlumberger Serviços de Petroleo Ltda	32319931001620	Grande	Indústria
Sdbci Importação e Exportação de Maquinas Industriais L	06222968000149	Pequena	Comercial
Spanset do Brasil Ltda	02728994000192	Pequena	Indústria
Studex do Brasil Eireli - Epp	73267387000110	Pequena	Comercial
Subsea7 do Brasil Serviços Ltda	04954351000192	Média	Indústria
Tap Manutencao e Engenharia Brasil S/A	04775827000128	Grande	Indústria

Razão social	CNPJ	Tamanho	Tipo
Terras de Aventura Industria de Artigos Esportivos S.A	35943604000156	Grande	Comercial
Transocean Brasil Ltda	40278681000179	Grande	Indústria
Ventura Petroleo S.A.	01785706000179	Grande	Indústria
White Martins Gases Industriais Ltda	35820448000640	Grande	Indústria
White Martins Gases Industriais Ltda	35820448017101	Grande	Indústria
Xerox Comércio e Industria Ltda	02773629000280	Grande	Indústria

Fonte: FuncexData, 2017.

CONCLUSÃO

Como exposto anteriormente, havia uma estimativa de que ocorresse um aumento na exportação de móveis e um maior empenho na melhoria do setor de design no Brasil, com a assinatura da cooperação entre a Apex-Brasil e Sindmóveis. No entanto, não houve o crescimento esperado. No Brasil, o nível de exportação de design varia de forma considerável, com uma leve queda em 2013, e a volta do aumento em 2014. O estado do Rio de Janeiro teve um crescimento considerável até 2014 e, a partir de então, registra uma grande queda nas exportações, em virtude da crise econômica mundial.

A queda das exportações de mobiliário nos últimos anos vem sendo intensificada principalmente pelo desempenho negativo nos mercados latino-americanos como Peru, Chile, Venezuela, além de Moçambique, Reino Unido e Emirados Árabes Unidos (SINDMÓVEIS, 2017).

Acredita-se que o principal problema que contribui para a queda nas exportações fluminenses seja o mesmo que envolve todo o país: há, atualmente, uma grande crise que abalou o mundo todo, e, conseqüentemente, diminuiu o poder de compra dos principais compradores internacionais que comercializavam com o estado do Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). *Diagnóstico do Design Brasileiro*. Brasília, 2014. p 02-221. Disponível em:<http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1435234546.pdf>. Acesso em 09 mai. 2017.

_____. *Estatísticas do Comércio Exterior de Serviços*. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-servicos/estatisticas-do-comercio-exterior-de-servicos>>. Acesso em 09 mai. 2017.

_____. *NBS - Nomenclatura Brasileira de Serviços, Intangíveis e outras Operações que produzam Variações no Patrimônio*. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs-13>>. Acesso em 09 mai. 2017.

CÉSAR, Marcos. Plan B University. *Um pouco sobre a história do design no Brasil*. 2014. Disponível em: <<http://u.planb.com.br/blog/design/o-dia-nacional-do-design>>. Último acesso em 09 mai. 2017

DESIGN.IN. *Design do Mobiliário - O que é?* 27 mai 2010. Disponível em: <<https://interioresdesignin.wordpress.com/2010/05/27/design-do-mobiliario-o-que-e/>>. Acesso em 09 mai. 2017.

FUNCEXDATA. Disponível em< <http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 6 jul. 2017.

FUNDAÇÃO CEPERJ – Centro Estadual de Estatísticas Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro. *Estados do Rio de Janeiro, Regiões de Governo*. Disponível em: <http://www.ceperj.rj.gov.br/ceep/info_territorios/divis_regional.html>. Acesso 09 mai. 2017.

GAMA, Mara. Análise: Mercado atual de design é mais aberto a experimentações. *Folha de São Paulo*. São Paulo: 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/06/1469446-analise-mercado-atual-de-design-e-mais-aberto-a-experimentacoes.shtml>>. Acesso em 09 mai. 2017.

MOVELSUL, Feira de Móveis – Brasil. *Novos rumos para a exportação dos móveis brasileiros*. 20 mar 2012. Disponível em: <<http://www.movelsul.com.br/imprensa/noticia/novos-rumos-para-a-exportacao-dos-moveis-brasileiros-/>>. Acesso 09 mai. 2017.

PATROCÍNIO, Gabriel. *Diagnóstico do Design Brasileiro – Uma resenha*. 2014. Disponível em: <<http://www.adg.org.br/opiniao/diagnostico-do-design-brasileiro>>. Acesso em 09 mai. 2017.

SINDMÓVEIS – Bento Gonçalves. *Oito mercados em foco para as exportações brasileiras de móveis*. 31 mar 2017. Disponível em: <<http://www.sindmoveis.com.br/portal/imprensa/noticias/oito-mercados-em-foco-para-as-exportacoes-brasileiras-de-moveis/>>. Acesso em 09 mai. 2017.

SOUZA, Natália; CARVALHO, Alexandre; Silva, Eduardo; YAMAJI, Fábio; JÚNIOR, Ananias. *Ciência da Madeira (Brazilian Journal of Wood Science)*: Perfil das indústrias moveleiras da região Metropolitana do Rio de Janeiro. Rio Grande do Sul, 2016. V. 7, n. 3. p 127-140. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/cienciadamadeira/article/view/7733>>. Acesso 18 mai. 2017.

TEIXEIRA, Fabricio. UX Design Brasil. *O que é Service Design?* 2011. Disponível em: <<https://brasil.uxdesign.cc/o-que-%C3%A9-service-design-70543ff20e19>>. Acesso em 09 mai. 2017.

Capítulo 8

Joias e Bijuterias

Rafael Araujo
Caíque Leite de Holanda



INTRODUÇÃO

O mercado mundial de joias, semi-joias e bijuterias tem crescido continuamente. As estimativas são de que as vendas terão um aumento de 6% anualmente até 2020. Em 2014, foram US\$ 148 bilhões em vendas, revelando um mercado aquecido. De acordo com um relatório da McKinsey Global Institute, é esperado que as vendas anuais desse setor alcancem US\$ 250 bilhões/ano até 2020 (JOIALERISMO, 2015).

O Brasil é o 11º produtor de ouro primário do mundo (80 t), 12º fabricante mundial de joias de ouro (30t), 12º país consumidor de joias de ouro (37t), 15º país fabricante de joias de prata (52 t), 2º maior fabricante de joias folheadas (11t ouro consumidas no folheamento) e um dos três maiores países produtores de pedras coradas, em volume (IBGM, 2014).

A cada dia, a indústria de joalheria de ouro enfrenta maior competitividade no mercado, fazendo com que as empresas busquem oferecer produtos de qualidade e impor preços bastante competitivos, principalmente, para produtos de design exclusivo, utilizando a diversidade das pedras brasileiras (IBGM, 2014).

Segundo o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM), o varejo de joias e bijuterias se encontra espalhado por todo Brasil, sobretudo, em microempresas, que contabilizam um total estimado de 18 mil estabelecimentos comerciais (IBGM, 2014). Ademais, o Brasil possui mais de 3 mil empresas de semijoias e bijuterias que, juntas, faturaram cerca de R\$ 600 milhões em 2013 (IBMEC, 2015).

No decorrer dos últimos anos, esse setor vem ganhando relevância no cenário nacional, principalmente pela elevação do preço do ouro, pela ampliação do consumo brasileiro, bem como pela melhoria de qualidade e produtividade da indústria. Além disso, algumas estatísticas internacionais mostram que, em 2013, o Brasil alcançou o 2º lugar na indústria de folheados, sendo responsável por cerca de 10% das exportações desse setor no mundo. Embora essa indústria esteja pulverizada, concentrando-se, sobretudo, em São Paulo e Rio Grande do Sul, atualmente vem aparecendo também em outros estados, como Rio de Janeiro e Minas Gerais (IBGM, 2014).

Neste estudo setorial serão utilizados os NCMs “7113 – Artefatos de joalheria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)” e “7114 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)” para joias, e “7117 – Bijuterias” para bijuterias. É conveniente ressaltar que em algumas seções, para uma melhor análise, foram utilizados as subposições desses capítulos, que serão abordados novamente ao decorrer do estudo setorial.

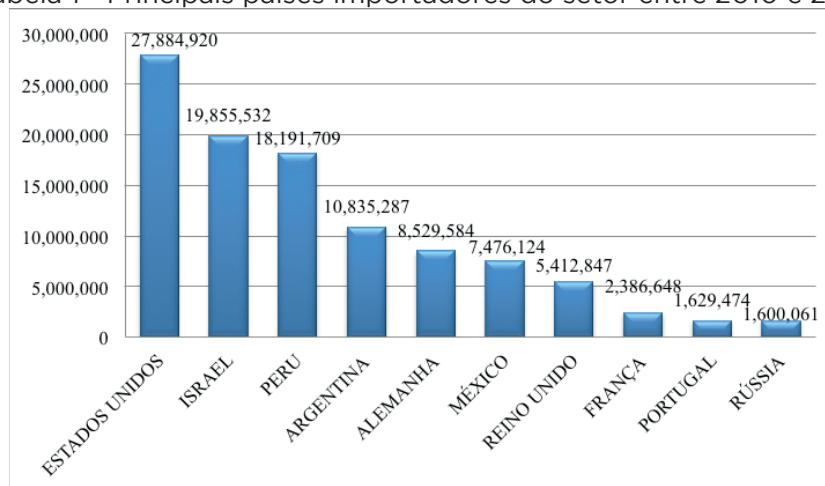
Considerando os NCMs citados acima como joias e bijuterias, dentro do período de 2010 a 2014, o papel desses produtos nas exportações brasileiras e fluminenses foi significativo. No Brasil, as joias atingiram as posições 321º (NCM 7113) e 1000º (NCM 7114), ao passo que as bijuterias atingiram a 491º posição (NCM 7117). Já nos embarques fluminenses, nesse mesmo período, as joias atingiram as posições 52º (NCM 7113) e 970º (NCM 7114), enquanto que as bijuterias atingiram a posição 199º (NCM 7117). Visto que os principais produtos da pauta de exportação tanto do Brasil quanto do Rio de Janeiro são petróleo, óleo, ferro, *commodities* em geral, entre outros, o papel das joias e bijuterias mostrou-se relevante nos últimos anos levando em conta suas altas posições, sobretudo no Rio de Janeiro.

1. PRINCIPAIS COMPRADORES INTERNACIONAIS DE JOIAS E BIJUTERIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTRE 2010-2014

Nessa seção foram considerados os NCMs “7113 – Artefatos de joalheria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos

(plaquê)” e “7114 - Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)” para joias, e “7117 - Bijuterias” para bijuterias. Além disso, foi considerado o período de cinco anos, de 2014 a 2010, e os valores estão em dólares estadunidenses (US\$).

Tabela 1 - Principais países importadores do setor entre 2010 e 2014

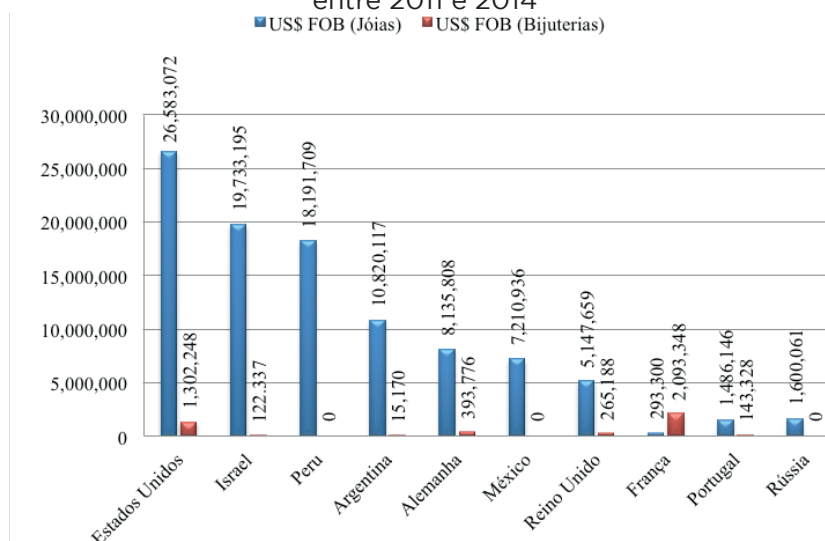


Fonte: AliceWeb, 2017.

Durante os últimos cinco anos (2011-2014), os dez principais destinos das joias e bijuterias fluminenses foram: Estados Unidos, Israel, Peru, Argentina, Alemanha, México, Reino Unido, França, Portugal e Rússia. É importante ressaltar que Rússia, México e Peru não importaram bijuterias do estado do Rio de Janeiro dentro do período analisado. Igualmente é necessário relatar a relevância das joias no levantamento de dados, constituindo, no geral, mais da metade das exportações com relação às bijuterias (exceto na França, em que o valor de importação das bijuterias é maior que o das joias). Isso se dá, principalmente, pelo maior valor agregado das joias frente às bijuterias.

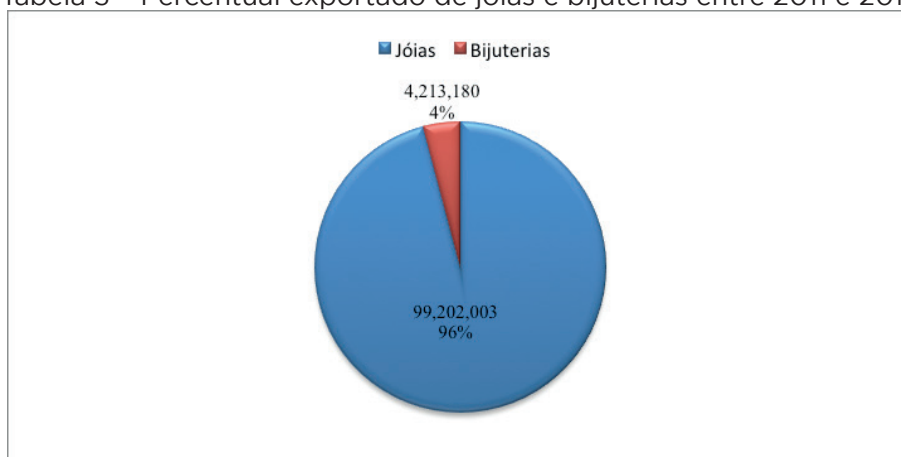
Analisando os cinco principais destinos das exportações de joias e bijuterias do estado do Rio de Janeiro, é oportuno citar a participação de países latino-americanos (Argentina, Peru e México) e dos Estados Unidos. Sobretudo, é conveniente ressaltar a presença da Argentina, Peru e Israel.

Tabela 2 - Relação quantitativa dos principais países exportadores de joias e bijuterias fluminenses entre 2011 e 2014



Fonte: AliceWeb, 2017.

Tabela 3 - Percentual exportado de joias e bijuterias entre 2011 e 2014



Fonte: AliceWeb, 2017.

Dados detalhados:

PAÍS	US\$ FOB (Joias)	US\$ FOB (Bijuterias)
Estados Unidos	26.583.072	1.302.248
Israel	19.733.195	122,337
Peru	18.191.709	-
Argentina	10.820.117	15.170
Alemanha	8.135.808	393.776
México	7.210.936	-
Reino Unido	5.147.659	265.188
França	293.300	2.093.348
Portugal	1.486.146	143.328
Rússia	1.600.061	-
Total:	99.202.003	4.213.180

Fonte: AliceWeb, 2017.

2. PREÇOS MÉDIOS DO SETOR ENTRE 2010-2014

Nesta seção, analisaremos o preço médio das joias e bijuterias brasileiras durante o período de 2009 a 2013 nas transações internacionais. Serão considerados os cinco maiores preços pagos em cada ano do período analisado. Vale lembrar que o valor é demonstrado em dólares (US\$) e a unidade de medida é a KGL. Para uma análise mais rica e detalhada, serão consideradas as subposições dos NCMs das joias e bijuterias. Sendo assim, serão analisados os seguintes produtos/NCMs:

§ 7113 - Artefatos de joalheria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê):

- 711311 - Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos - joias;
- 711319 - Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos - joias;
- 711320 - Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos - joias.

§ **7114 - Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê):**

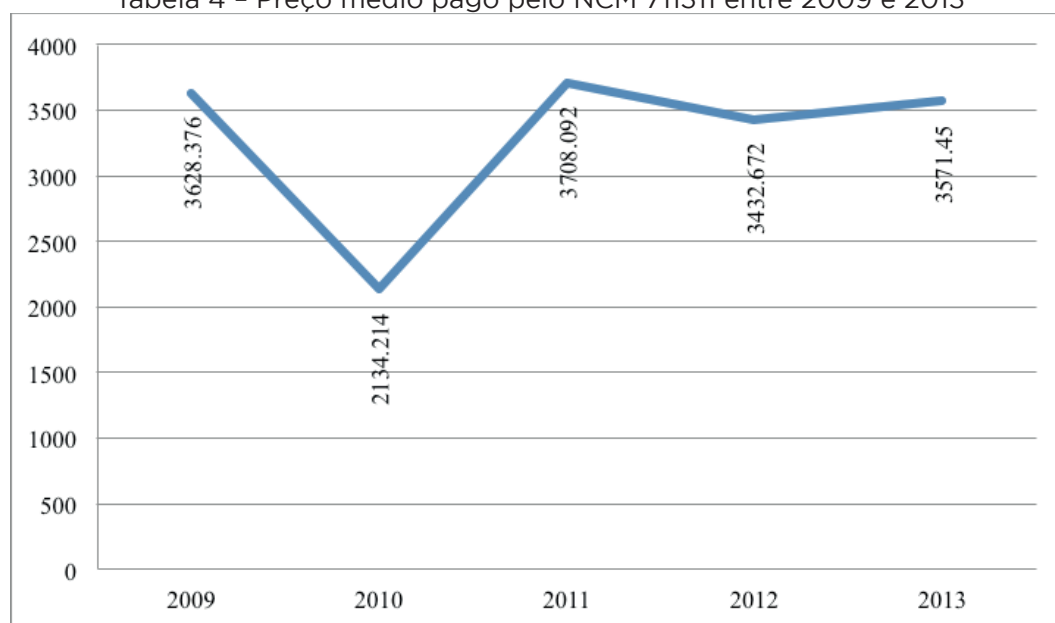
- 711411 - Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias;
- 711419 - Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias;
- 711420 - Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias.

§ **7117 - Bijuterias:**

- 711719 - Outras bijuterias de metais comuns;
- 711790 - Outras bijuterias.

711320 - Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias.

Tabela 4 - Preço médio pago pelo NCM 711311 entre 2009 e 2013

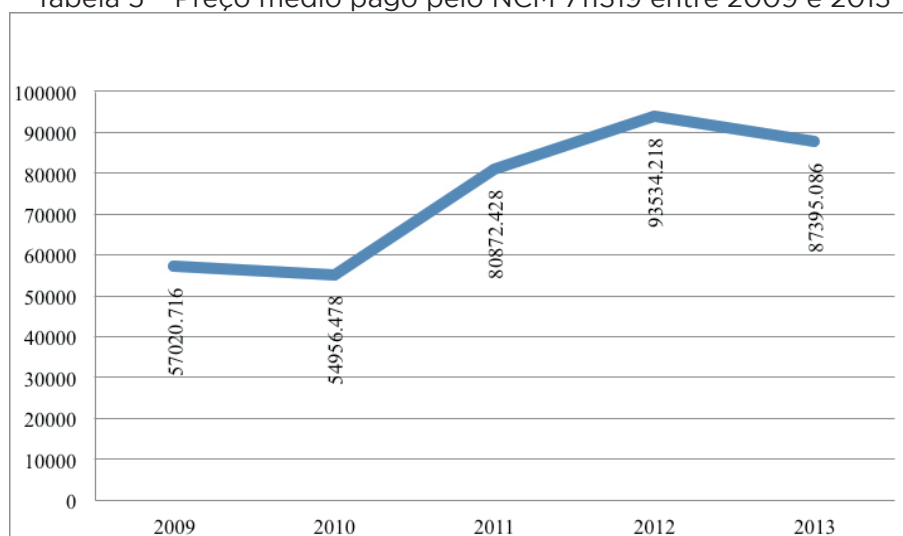


Fonte: Radar Comercial, 2017.

Ao analisar o gráfico, é possível observar uma certa constância no preço médio pago pelo NCM 711311 durante o período de 2009 a 2013, ocorrendo uma pequena queda em 2010 (US\$ 2,2 mil/KGL). Nesse período, o maior resultado foi no ano de 2009 (US\$ 3,6 mil/KGL) e a média de preços pagos entre 2013 a 2009 foi de US\$ 3,3mil/KGL. Entre os países que pagaram os maiores preços pelo produto, é importante ressaltar o papel da Bélgica, que esteve presente na lista dos principais países compradores em todos os anos, e também do Egito, que em 2009 pagou o maior preço pelo produto, considerando-se todo o período analisado (US\$ 11mil/KGL). Por fim, é necessário expor que os principais países que pagaram os melhores valores ao produto se encontram na Ásia (Paquistão, Armênia, Filipinas e Malásia) e Europa Oriental (Moldávia, Letônia e Estônia).

711319 - Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias

Tabela 5 - Preço médio pago pelo NCM 711319 entre 2009 e 2013

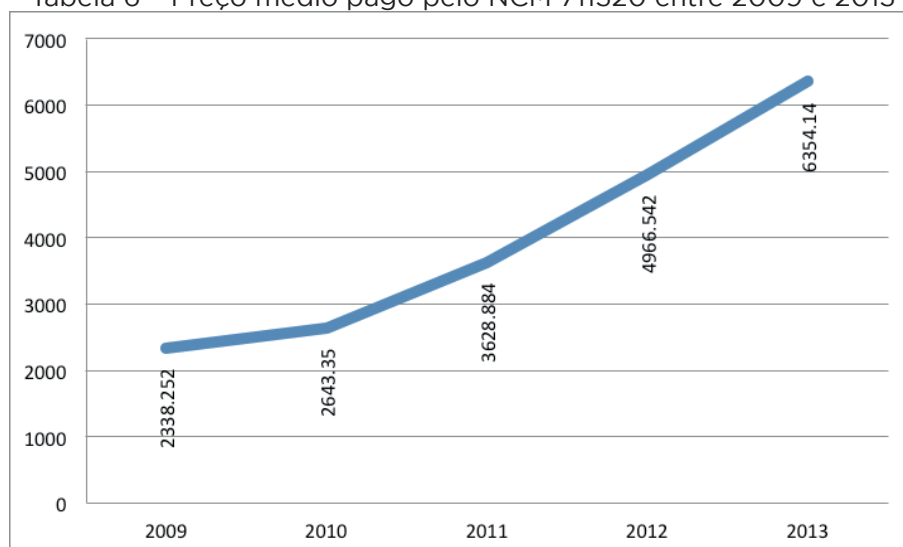


Fonte: Radar Comercial.

Ao analisar o gráfico, é possível observar que a partir de 2011 houve uma constante elevação do preço médio pago pelo “*NCM 711319 - Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias*”, havendo apenas uma pequena queda em 2013. Entre 2009 e 2013, o maior preço médio pago pelo produto foi em 2012 (US\$ 93,5mil/KGL) e a média de preços desse período é de US\$ 74,7 mil/KGL. É importante registrar a performance da França e da Suíça no valor pago nesse produto. Esses países destacaram-se em todos os anos do período analisado, pagando preços elevados (acima de US\$ 100mil/KGL ao ano) em comparação com os demais. Além disso, é necessário mencionar que tanto a China quanto a Índia aumentaram, respectivamente, cerca de 250% e 30% o valor médio pago, aproximando-se, da França e Suíça, embora ainda haja distância expressiva. Em suma, os principais preços médios desse período vêm, sobretudo, da Europa (França, Suíça, Sérvia, Portugal, Montenegro, Ucrânia e Armênia) e Ásia (China, Índia e Japão).

711320 - Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias.

Tabela 6 - Preço médio pago pelo NCM 711320 entre 2009 e 2013

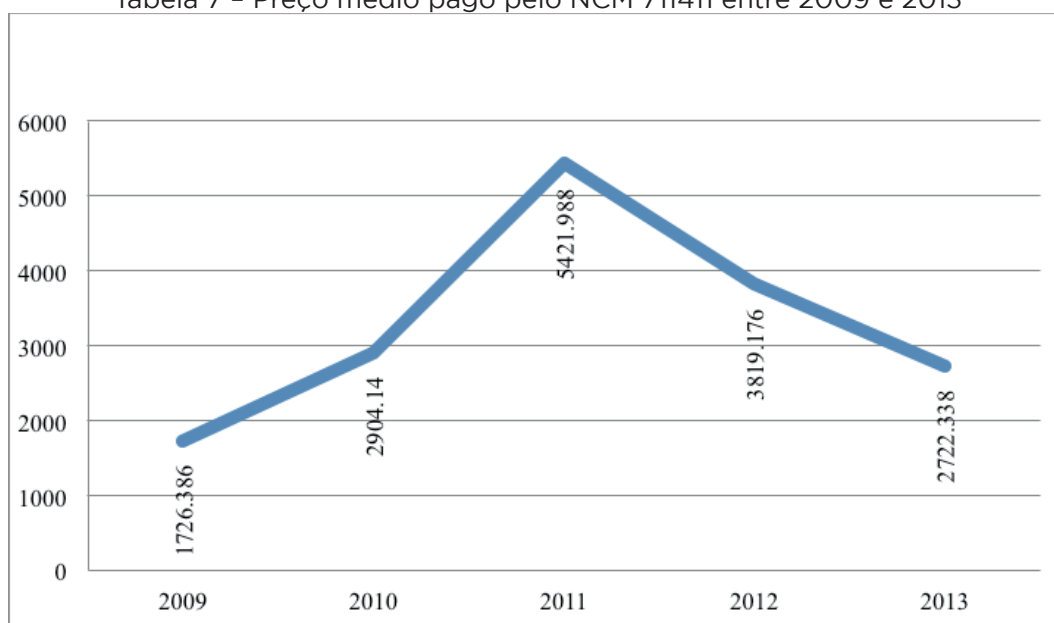


Fonte: Radar Comercial.

Ao analisar o gráfico, é possível observar o crescimento constante do preço médio pago pelo “*NCM 711320 – Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – jóias*”, em que o valor pago pelo produto quase triplicou, considerando para comparação o ano inicial de análise (2009) e o final (2013). No período analisado, a média de preços desse produto é de US\$ 3,9mil/KGL. Barbados foi o país que melhor pagou durante todo o período, chegando a pagar, em 2013, o valor de US\$ 20,9mil/KGL, preço extremamente acima da média. Vale ressaltar a grande participação de países subdesenvolvidos entre os maiores pagadores, destacando-se as Ilhas Maurício e o Chipre. Ademais, o papel da China e da Rússia foi fundamental no comércio do produto nesse período pelo alto preço pago. Por fim, outros países que pagaram os maiores valores a esse produto encontram-se na Europa (Portugal, Rússia, Eslováquia, Ucrânia, Letônia e Moldávia), Ásia (Japão, Líbano e Cazaquistão) e África (Nigéria).

711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias.

Tabela 7 – Preço médio pago pelo NCM 711411 entre 2009 e 2013

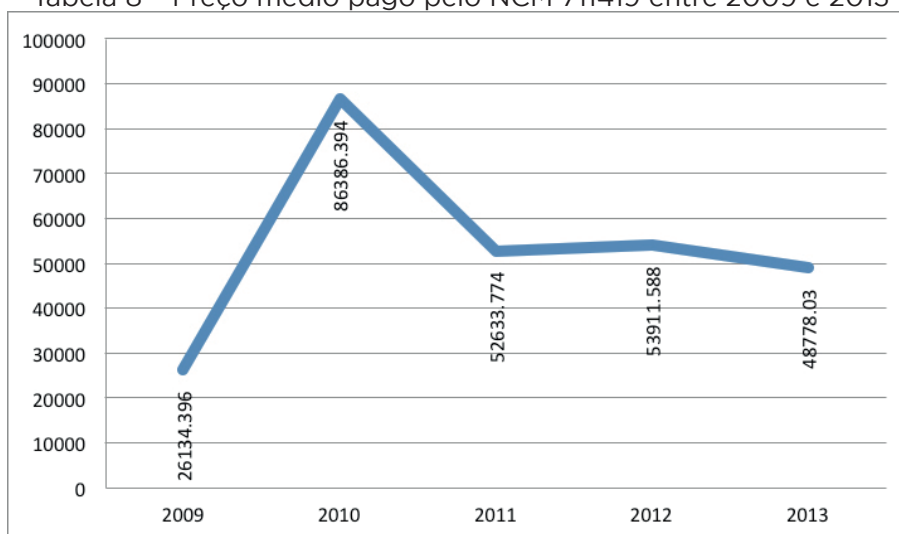


Fonte: Radar Comercial.

Ao analisar o gráfico, é possível observar o crescimento constante do preço médio do “*NCM 711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias*” até 2011, quando se inicia uma queda gradativa, que se seguiu nos anos subsequentes. O preço médio pago pelo produto no período analisado foi de US\$ 3,3mil/KGL. O maior valor pago no produto foi o da Malásia em 2011 (US\$ 14,4 mil/KGL), ano que celebrou o início de uma maior participação do país na compra do produto, pagando os maiores preços desde então. Além disso, é importante ressaltar o papel de países da Europa (Lituânia, França, Portugal e Estônia) e da Ásia (Paquistão), que também estiveram entre os maiores pagantes do produto no período analisado.

711419 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias

Tabela 8 – Preço médio pago pelo NCM 711419 entre 2009 e 2013

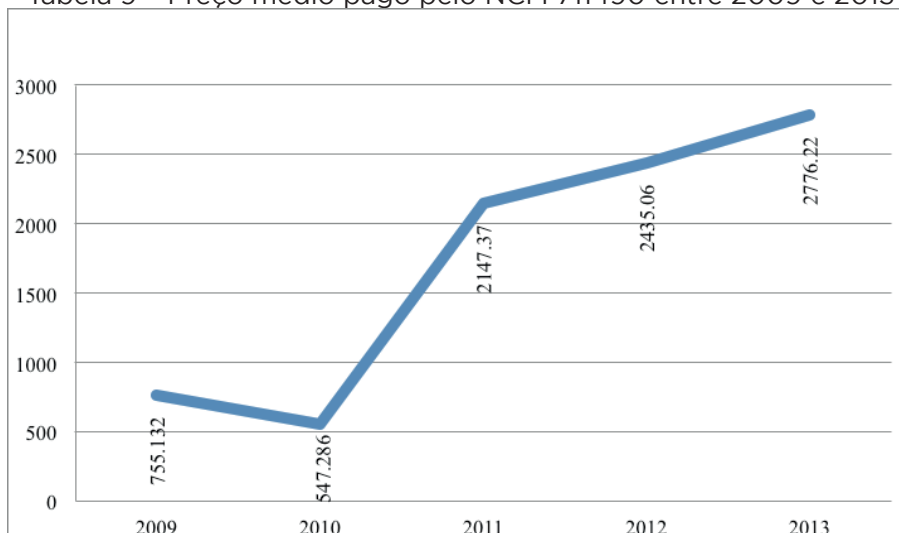


Fonte: Radar Comercial.

Ao analisar o gráfico, é possível observar um salto do preço médio do “*NCM 711419* – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias” de 2009 a 2010 e, logo em seguida, uma queda constante a partir do ano subsequente, ficando em US\$ 53,5mil/KGL o valor médio pago durante o período analisado. O maior preço foi pago pela França em 2010 (US\$ 166,2 mil/KGL, mais que o dobro do valor médio do período analisado), porém o país só se destacou na compra do produto nos anos de 2010 e 2011. Além disso, é necessário registrar o papel relevante dos países europeus (França, Eslovênia, Estônia, Suíça, Lituânia, Macedônia e Portugal), que pagaram os maiores preços pelo produto no período analisado.

711420 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias.

Tabela 9 – Preço médio pago pelo NCM 711490 entre 2009 e 2013

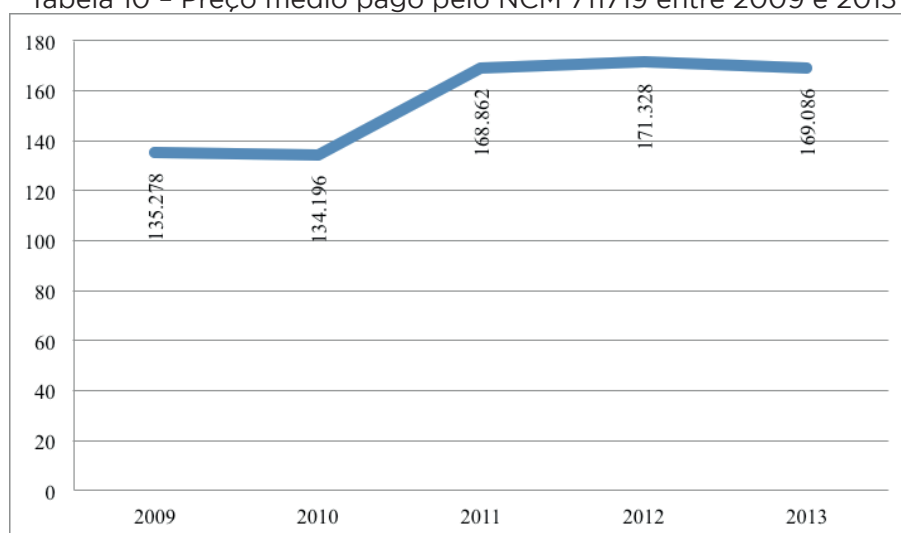


Fonte: Radar Comercial, 2017.

Ao analisar o gráfico, é possível observar uma queda do preço médio do “NCM 711420 - Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapados de metais preciosos - joias” de 2009 a 2010, seguido de um constante salto a partir do ano seguinte, ficando em US\$ 1,7mil/KGL o valor médio pago durante o período analisado. O Egito e a Malásia pagaram, respectivamente, em 2013 e 2011, os maiores preços pelo produto, ambos US\$ 7mil/KGL, o que representa quase sete vezes do preço médio pago no período analisado. É necessário, também, registrar a participação do Chile, que pagou o 4º maior preço pelo produto em 2011, US\$ 760/KGL, representando o primeiro vizinho latino-americano do Brasil a aparecer entre os maiores preços pagos por joias e bijuterias entre 2009 e 2013. Além disso, a República Eslovaca e a Hungria também tiveram papel essencial, no período analisado, entre os maiores preços pagos pelo produto.

711719 - Outras bijuterias de metais comuns

Tabela 10 - Preço médio pago pelo NCM 711719 entre 2009 e 2013

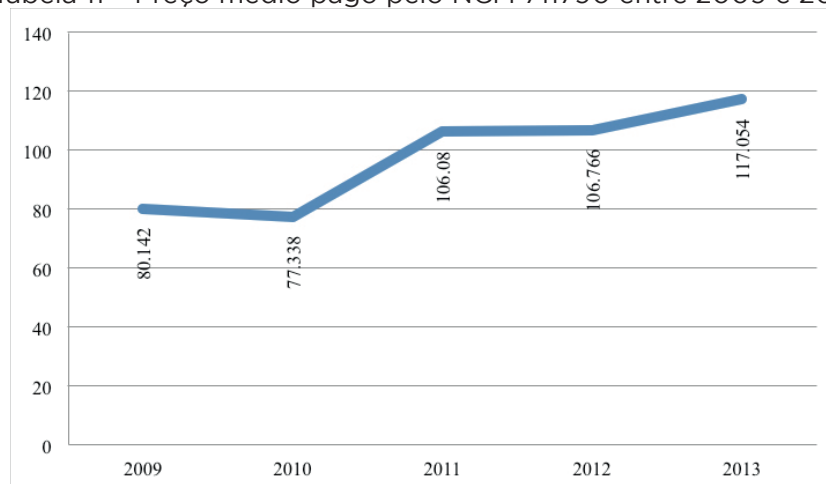


Fonte: Radar Comercial, 2017.

Ao analisar o gráfico, é possível observar o crescimento constante do preço médio pago pelo “NCM 711719 - Outras bijuterias de metais comuns”, a partir de 2011. Mesmo que pouco, cerca de US\$ 30/KGL no período de análise, o crescimento do valor pago é significativo e seu preço médio entre 2009 e 2013 é de US\$ 169/KGL. Ao analisar esse produto, é possível observar, novamente, o grande papel desempenhado pela Suíça, que pagou todos os maiores preços do produto no período analisado, acima de US\$ 200/KGL. No entanto, os valores pagos por esse país permaneceram próximos à média. Por fim, também é necessário destacar a importância da China, Moldávia, Groelândia, Japão e Sérvia, países que estiveram entre os maiores preços pagos pelo produto no período analisado.

711790 - Outras bijuterias

Tabela 11 - Preço médio pago pelo NCM 711790 entre 2009 e 2013



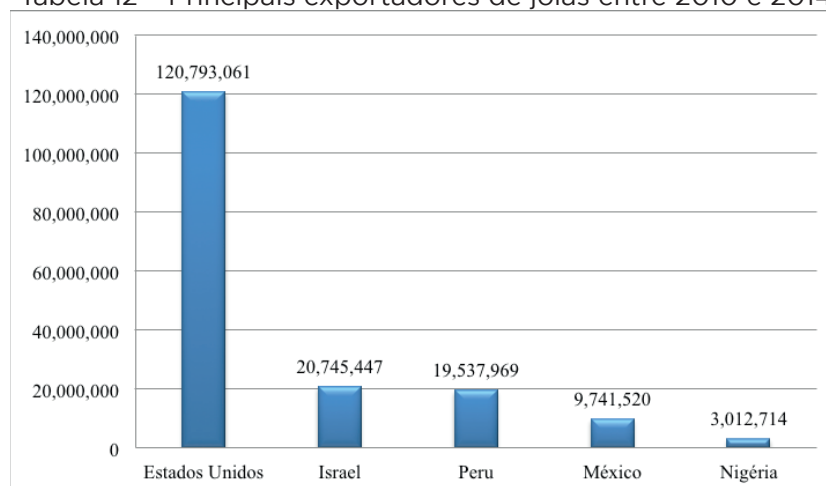
Fonte: Radar Comercial, 2017.

Ao analisar o gráfico, é possível observar o crescimento pequeno, porém constante do preço pelo “*NCM 711790 - Outras bijuterias*”, a partir de 2011. O maior valor pago pelo produto, no período analisado, foi o de Luxemburgo, em 2013 (US\$ 148,5/KGL). É importante ressaltar o papel de destaque que o país desempenhou no período de análise, pagando os maiores preços. Entre os países que pagam os maiores valores, encontram-se alguns já citados, como: Japão, Suíça, Lituânia, Groelândia, China e, ineditamente, tem-se a Nova Zelândia. O preço médio pago no período analisado desse produto é de US\$ 97,4/KGL.

3. PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE JOIAS E BIJUTERIAS

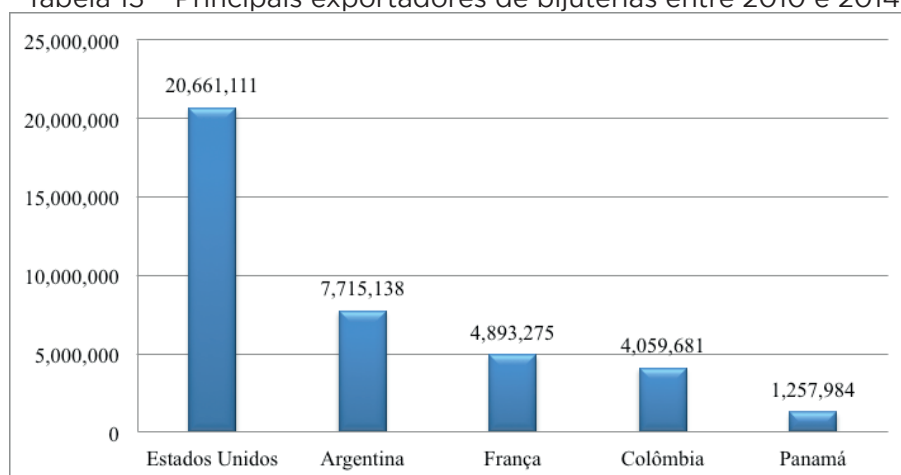
Para essa análise, foram utilizados os NCMs “*7113 - Artefatos de joalheria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)*” e “*7114 - Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)*” para joias e “*7117 - Bijuterias*” para bijuterias. Além disso, considerou-se o período de cinco anos (2010 a 2014), e os valores estão em dólares estadunidenses (US\$).

Tabela 12 - Principais exportadores de joias entre 2010 e 2014



Fonte: AliceWeb, 2017.

Tabela 13 – Principais exportadores de bijuterias entre 2010 e 2014



Fonte: AliceWeb, 2017.

Como pode ser observado, os Estados Unidos são o principal exportador tanto de joias quanto de bijuterias no período analisado. Em ambos os casos, o valor estadunidense exportado equivale a mais da metade do segundo maior país exportador dos produtos (Israel, no caso das joias, e Argentina, no caso das bijuterias). Convém ressaltar a presença de diversos países latino-americanos entre os maiores exportadores de joias e bijuterias (Argentina, Colômbia, Panamá, Peru e México), representando maioria entre os principais países.

4. DINAMISMO DO MERCADO

Nessa seção, será utilizado como linha de análise o dinamismo dos cinco principais países no mercado do produto de joias e bijuterias de acordo com o FOB⁴¹. O dinamismo indica a evolução das importações do produto pelo país em análise ou pelo mundo. Se as importações do produto cresceram acima da média das importações totais do país ou do mundo (no período em análise), o produto é “dinâmico” naquele mercado. Se cresceram abaixo da média, o produto é “estável”. Se reduziram, o produto está “em declínio”. Os períodos analisados foram os triênios de 2009 a 2011 e 2011 a 2013. Assim como na análise do preço médio, serão utilizadas as seguintes subposições para joias e bijuterias:

§ Joias

- 711311 – Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos – joias;
- 711319 – Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias;
- 711320 – Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias;
- 711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias;

⁴¹ FOB é uma sigla em inglês que significa “Free on Board” (Livre a Bordo). Esta é a modalidade de *Incoterms** (Termos Internacionais de Comércio) em que o exportador entrega a carga já desembarçada a bordo do navio no porto de embarque indicado pelo importador. Todas as despesas no país de origem ficam a cargo do exportador. Os demais gastos, como frete e seguro, além da movimentação da carga no país de destino, correm por conta do importador. Disponível em: <<http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

- 711419 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias;
- 711420 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias.

§ Bijuterias

- 711719 – Outras bijuterias de metais comuns;
- 711790 – Outras bijuterias.

§ Joias

711311 – Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos – joias.

PAÍS:	Dinamismo (2011 - 2013):	Dinamismo (2009 - 2011):
Alemanha	Dinâmico	Dinâmico
Canadá	Dinâmico	Dinâmico
Estados Unidos	Em declínio	Dinâmico
França	Estável	Estável
Japão	Em declínio	Estável

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Ao observar os dois triênios em questão (2011 a 2013 e 2009 a 2011), é possível concluir que, em linhas gerais, o mercado do NCM 711311 é dinâmico. No entanto, alguns países em que o mercado desse produto esteve dinâmico e estável (respectivamente, Estados Unidos e Japão) no primeiro triênio analisado (2009-2011), encontram-se em declínio no triênio mais atual. Os países que obtiveram resultado mais satisfatório foram, sobretudo, a França (mercado estável durante todo o período analisado), Alemanha e Canadá (mercados dinâmicos durante todo o período analisado).

711319 - Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias.

PAÍS:	Dinamismo (2011 - 2013):	Dinamismo (2009 - 2011):
Cingapura	Dinâmico	Dinâmico
Estados Unidos	Dinâmico	Estável
França	Dinâmico	Dinâmico
Japão	Dinâmico	Estável
Suíça	Em declínio	Dinâmico

Fonte: Radar Comercial, 2016.

É possível concluir que o mercado do NCM 711319, em linhas gerais, é dinâmico. O único país que apresentou mercado em declínio no período analisado foi a Suíça, no triênio mais recente analisado (2011 - 2013). No mais, todos os principais países mostraram mercado estável ou dinâmico.

711320 – Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias

PAÍS	Dinamismo (2011 - 2013):	Dinamismo (2009 - 2011):
Austrália	Em declínio	Estável
Canadá	Dinâmico	Dinâmico
Cingapura	Em declínio	Dinâmico
Estados Unidos	Estável	Estável
França	Em declínio	Em declínio

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Ao analisar os períodos em questão é possível concluir que o mercado do NCM 711319 está em declínio. Os únicos países que apresentaram mercado estável e dinâmico foram, respectivamente, Estados Unidos e Canadá, tornando-os, portanto, os países mais seguros para se fazer comércio do NCM 711320, de acordo com o Radar Comercial⁴². No mais, todos os principais países entraram em declínio no último triênio analisado. O caso da França merece destaque, visto que o mercado daquele país para esse produto está em declínio desde o ano inicial do período analisado (2009).

711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias.

PAÍS:	Dinamismo (2011 - 2013):	Dinamismo (2009 - 2011):
Alemanha	Em declínio	Dinâmico
Estados Unidos	Dinâmico	Dinâmico
Malásia	Em declínio	Dinâmico
Portugal	Em declínio	Dinâmico
Suíça	Em declínio	Dinâmico

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Após análise é possível concluir que, em geral, o mercado do NCM 711411 está em declínio. O único país que apresentou mercado estável no período analisado foi os Estados Unidos, tornando-o, portanto, o país mais seguro para se fazer comércio do NCM 711411. No primeiro triênio (2009-2011), todos os principais países mostraram mercado dinâmico com relação ao produto analisado; no entanto, no segundo triênio (2011-2013), o mercado do NCM 711411 desses países, salvo os EUA, entrou em declínio.

711419 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias.

⁴² O Radar Comercial é um instrumento de consulta e análise de dados relativos ao comércio exterior, que tem como principal objetivo auxiliar na seleção de mercados e produtos que apresentem maior potencialidade para o incremento das exportações brasileiras. Disponível em: < http://www.aprendendoaexportar.gov.br/maquinas/onde_apoio/radar.asp >. Acesso em 02 nov. 2015.

PAÍIS:	Dinamismo (2011 - 2013):	Dinamismo (2009 - 2011):
África do Sul	Dinâmico	Dinâmico
Cingapura	Dinâmico	Estável
Malásia	Dinâmico	Dinâmico
Portugal	Em declínio	Dinâmico
Suíça	Em declínio	Em declínio

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Ao observar a tabela anterior é possível concluir que o mercado do NCM 711419 está dinâmico, embora apresente alguns países com o mercado desse produto em declínio (Portugal e Suíça). Porém, os outros países (África do Sul, Cingapura e Malásia) apresentaram mercado da dinâmico ou estável.

711420 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias

PAÍIS:	Dinamismo (2011 - 2013):	Dinamismo (2009 - 2011):
Cingapura	Dinâmico	Dinâmico
Estados Unidos	Dinâmico	Em declínio
França	Em declínio	Dinâmico
Israel	Em declínio	Dinâmico
Malásia	Em declínio	Estável

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Após análise, é possível concluir que o mercado do NCM 711420 está dinâmico, em linhas gerais, embora haja alguns países principais com o mercado desse produto em declínio (França, Israel e Malásia) no último triênio. O único país que teve o mercado desse produto dinâmico ao longo dos dois triênios analisados foi Cingapura.

§ Bijuterias

711719 – Outras bijuterias de metais comuns

PAÍS	Dinamismo (2011 - 2013)	Dinamismo (2009 - 2011)
Alemanha	Dinâmico	Estável
Canadá	Estável	Estável
Estados Unidos	Dinâmico	Estável
França	Dinâmico	Estável
Japão	Dinâmico	Estável

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Ao observar os dois triênios (2011 a 2013 e 2009 a 2011) é possível concluir que o mercado do NCM 711719 está estável. No primeiro período de análise, todos os principais países exportadores tiveram mercado estável nesse produto. Já o último triênio marcou a mudança para mercado dinâmico entre os principais países. O único país que continuou com o mercado estável nesse produto foi o Canadá.

711790 – Outras bijuterias

PAÍS:	Dinamismo (2011 - 2013):	Dinamismo (2009 - 2011):
Alemanha	Em declínio	Dinâmico
Austrália	Dinâmico	Estável
Estados Unidos	Dinâmico	Estável
França	Dinâmico	Estável
Japão	Dinâmico	Estável

Fonte: Radar Comercial, 2016.

Pode-se observar que todos os principais países exportadores mostraram um resultado satisfatório – mercado estável no primeiro triênio analisado e dinâmico no segundo, apesar de a Alemanha ter apresentado declínio de 2011 a 2013.

Em suma, a partir dos resultados obtidos, é correto afirmar que, em geral, o mercado de joias e bijuterias encontra-se dinâmico.

5. REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DE JOIAS E BIJUTERIAS

Nesta seção, analisaremos as cidades exportadoras de joias e bijuterias do Rio de Janeiro. Em seguida, esses municípios serão agrupados de acordo com sua região dentro do estado para uma melhor análise. Os NCMs utilizados serão: “7113 – Artefatos de joalheria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)”, “7114 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)” e “7117 – Bijuterias”. Além disso, será considerado, sobretudo, o valor em dólares estadunidenses (US\$) que a cidade exporta do produto.

No Rio de Janeiro, encontra-se o Arranjo Produtivo Local de Joias e Bijuterias – APL Joia Carioca, que é uma iniciativa conjunta do SEBRAE/RJ e da AJORIO, em parceria com outras instituições relevantes para o setor no estado: Sindijoias/RJ, SNCAPP, IBGM, Sistema FIRJAN, governo do estado (pela SEDEIS – Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico), Fecomércio, SENAC Rio, PUC-Rio e INT. O Joia Carioca foi lançado em dezembro de 2004 e opera desde 2005 com o objetivo de ampliar e fortalecer as empresas participantes junto aos seus mercados, por meio da excelência de gestão e do desenvolvimento de produtos com design e valor agregado, para que se tornem referências no Brasil e no exterior.

Com relação às cidades produtoras de joias, há a predominância da cidade do Rio de Janeiro. No ano de 2014, a cidade de Nova Friburgo teve exportação desse setor, porém, foi uma quantidade muito menor que a da cidade do Rio de Janeiro. Além disso, em 2010, a cidade de Petrópolis também produziu joias. No entanto, assim como a cidade de Nova Friburgo, a produção de Petrópolis não teve muito impacto frente à produção carioca. Sendo assim, há uma supremacia da região Metropolitana, sobretudo da cidade do Rio de Janeiro, no que diz respeito a exportação de joias.

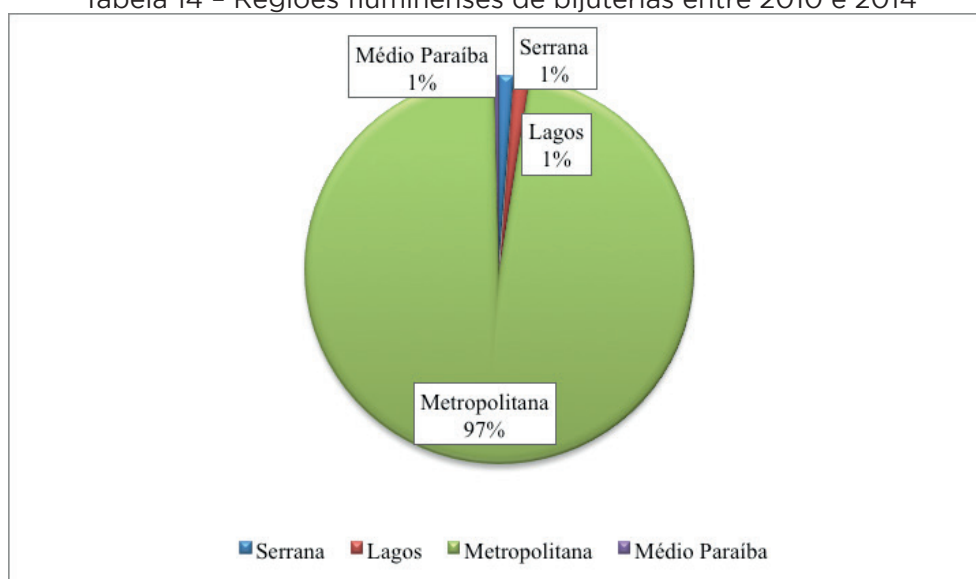
Cidades Fluminenses Exportadoras de Jóias (2010 - 2014)

Cidades	US\$
Rio de Janeiro	103.944.068
Petrópolis	21
Nova Friburgo	13

Fonte: AliceWeb, 2015.

No setor de bijuterias houve uma maior distribuição da exportação no estado do Rio de Janeiro no período analisado (2010 - 2014). As únicas regiões que não exportaram bijuterias foram as regiões Norte, Noroeste e Centro Sul fluminenses. Nesse setor, mais uma vez, a região Metropolitana tem destaque, sobretudo a cidade de Nova Iguaçu que, sozinha, foi responsável por quase metade das exportações de bijuteria fluminense no período, como mostra tabela a seguir. Ademais, as cidades do Rio de Janeiro e Japeri, também da região Metropolitana, tiveram destaque na exportação do setor de bijuterias.

Tabela 14 - Regiões fluminenses de bijuterias entre 2010 e 2014



Fonte: AliceWeb, 2015.

Dados detalhados:

Cidades Fluminenses Exportadoras de Jóias (2010 - 2014)

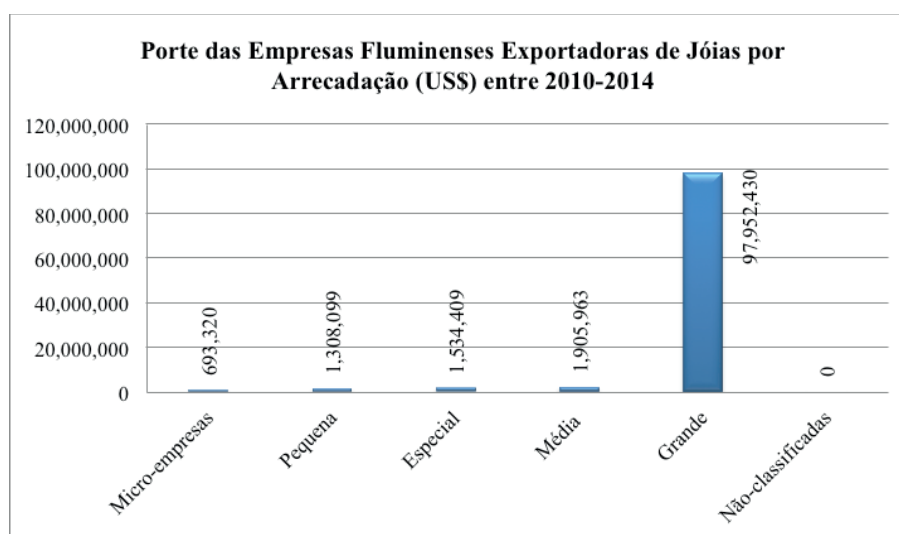
Cidade:	US\$:
Nova Iguaçu-RJ	2.195.403
Rio de Janeiro-RJ	1.643.975
Japeri-RJ	735.648
Cabo Frio-RJ	58.277
Teresopolis-RJ	46.969
Itatiaia-RJ	13.664
Duque de caxias-RJ	12.092

Petropolis-RJ	7.040
Armacao dos buzios-RJ	5.703
Niteroi-RJ	4.549
Barra do Pirai-RJ	2.540
Barra Mansa-RJ	1.080
Nova Friburgo-RJ	839
Parati-RJ	135

Fonte: AliceWeb, 2015.

6. PORTE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DE JOIAS E BIJUTERIAS

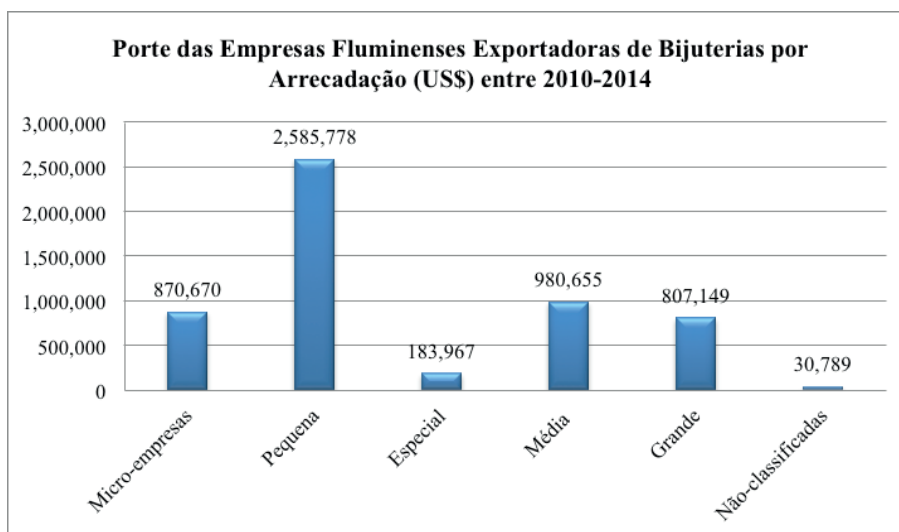
Nesta seção, será analisado o porte das empresas do setor de joias e bijuterias do Rio de Janeiro, de acordo com sua arrecadação, no período de 2010 a 2014. Os NCMs utilizados serão: “7113 – Artefatos de joalheria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)”, “7114 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)” e “7117 – Bijuterias”. Os valores se encontram em dólares estadunidenses (US\$).



Fonte: FuncexData, 2015.

Dados Compilados (Jóias):	
Porte da Empresa:	Arrecadação entre 2010-2014 (US\$):
Microempresas	693.320
Pequena	1.308.099
Especial	1.534.409
Média	1.905.963
Grande	97.952.430
Não-classificadas	0

Fonte: FuncexData, 2015



Fonte: Funcex Data, 2015.

Dados Compilados (Bijuterias):	
Porte da Empresa:	Arrecadação entre 2010-2014 (US\$):
Microempresas	870,67
Pequena	2.585.778
Especial	183.967
Média	980.655
Grande	807.149
Não-classificadas	30.789

Fonte: Funcex Data, 2015.

Ao observar os dados do setor de joias, encontra-se uma supremacia da arrecadação de lucros de exportação por empresas de grande porte que estão no Rio de Janeiro, tendo arrecadado quase US\$ 100 milhões no período analisado. Com relação às outras empresas, há um relativo equilíbrio entre elas, obtendo um resultado próximo entre si (em torno de US\$ 1 milhão). É importante ressaltar que não houve empresas “não classificadas” produtoras de joias.

Da mesma forma, no mercado de bijuterias também há uma certa supremacia de um porte de empresa, no caso, as de pequeno porte. Em seguida, vêm as empresas de porte grande, médio e microempresas, mostrando um resultado equivalente entre si durante o período analisado. As únicas empresas que obtiveram resultado distinto foram as empresas de porte especial e as “não classificadas”.

As descrições a seguir mostram, inicialmente, os produtos do setor de joias e, por último, do setor de bijuterias.

Dados detalhados:

Descrições	2010	2011	2012	2013	2014
	Valor (US\$ FOB)	Valor (US\$ FOB)	Valor (US\$ FOB)	Valor (US\$ FOB)	Valor (US\$ FOB)
Microempresas					
Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos	3.321	533		34.884	
Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos	329	134.530	58.019	941	7.197
Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos	105.557	61.924	68.751	146.750	68.394
Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos			2.190		
Outras bijuterias de metais comuns	22.732	19.360	26.435	19.422	18.621
Outras bijuterias	134.325	250.049	190.116	49.015	140.595
Pequena					
Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos	20.006	15.516	23.068	21.343	20.842
Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos	366.334	109.328	9.584	69.265	146.107
Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos	279.353	137.427	59.035	7.584	8.246
Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos				320	
Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos	13.741	1.000			

Descrições	2010	2011	2012	2013	2014
Outras bijuterias de metais comuns	104.777	72.708	124.002	48.785	29.141
Outras bijuterias	275.774	636.964	558.372	346.298	388.957
Especial					
Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos	198.192		959.508	376.482	
Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos		227			
Outras bijuterias de metais comuns		52	70	133.199	10.636
Outras bijuterias		4.024	2.878	28.875	4.233
Média					
Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos	28.915	21.810	26.483		
Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos	620.949	712.839	494.967		
Outras bijuterias de metais comuns	145	1.794	6.699	8.906	
Outras bijuterias	962.697	414			
Grande					
Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos	2.550	12.285	7.600	17.047	31.530
Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos	18.753.703	26.088.576	19.922.474	19.113.247	14.002.545
Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos			79		
Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos		794			

Descrições	2010	2011	2012	2013	2014
Outras bijuterias de metais comuns	66.551	32.591	34.695	32.719	35.542
Outras bijuterias	4.157	15.767	538.207	23.575	23.345
Não classificadas					
Outras bijuterias de metais comuns	682		40		985
Outras bijuterias	17.724	348	2.058	8.952	

Fonte: Funcex Data, 2015.

Na tabela acima, é possível analisar detalhadamente o porte das empresas exportadoras de joias e bijuterias no estado do Rio de Janeiro. Como base de pesquisa, foram utilizados os NCMs “7113 – Artefatos de joalheria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)”, “7114 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê)” e suas subposições para joias; e “7117 – Bijuterias”, com suas subposições para bijuterias.

Analisando os dados de forma detalhada, é possível confirmar, no setor de joias, que a maior parte das exportações vem de empresas de grande porte. Pode-se observar a ausência de algumas subposições do setor joias na tabela, indicando que, durante o período analisado, esses NCMs ausentes não tiveram nenhuma exportação em determinado porte de empresa. Sendo assim, não houve exportação por microempresas dos NCMs “711419 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias” e “711420 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias”; por empresa de pequeno porte do NCM “711419 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias”; por empresa de porte especial dos NCMs “711311 – Artefatos de joalheria, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de metais preciosos – jóias”, “711419 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – jóias”, “711420 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias” e “711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias”; por empresa de médio porte os NCMs “711419 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias”, “711320 – Artefatos de joalheria, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias”, “711420 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias” e “711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias; por empresas de grande porte os NCMs “711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias” e “711420 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de metais comuns folheados ou chapeados de metais preciosos – joias”; e por empresas de porte não classificado não houve exportação alguma desse setor.

Ao analisar os dados detalhados das subposições de bijuterias (NCMs “711719 – Outras bijuterias de metais comuns” e “711790 – Outras bijuterias”) é possível confirmar o grande papel das empresas de pequeno porte nas exportações do setor nos últimos cinco anos (2010-2014). Ademais, é importante ressaltar que houve exportação de

ambas subposições de bijuterias em todos os portes de empresa durante o período analisado, diferente do setor de joias que apresentou heterogeneidade nessa questão.

7. EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DE JOIAS E BIJUTERIAS

CNPJ	Razão Social
13633823000104	A.M.M.Krekcza Comercio De Roupas - Me
03022494000101	Adripel Comercio E Servicos Ltda - Me
11149059000162	Armazem Paraty Curiosite Ltda - Me
04452114000123	Art Metal De Teresopolis Ltda - Me
07601268000128	Artesanato Lameirao Pequeno Ltda - Me
06251092000169	Atelie Ibo Comercio E Confeccoes E Modas Ltda
09123774000184	Azai Comercio De Biquinis Ltda - Me
18459628003300	Bayer S.A.
10632251000142	Brasil Comercial Importadora Exportadora, Assessoria Ad
13579262000102	Brir Bijoux E Acessorios Ltda - Me
00411210000849	Carisma Comercial Ltda.
32159543000142	Cobra Ind. e Com. de Bijuterias Ltda.
09422564000278	Companhia De Obras E Infra-Estrutura
15102288008248	Construtora Norberto Odebrecht S.A.
15102288033862	Construtora Norberto Odebrecht S.A.
05025423000180	Cotrade Com. e Representações Ltda.
09258561000160	Creative Brazil Ltda - Me
00629050000132	Diamantine Cristais Ltda - Me
18443141000144	Donna Si Design Ltda.
34028316000294	Empresa Brasileira De Correios E Telegrafos
14049141000103	Fifa World Cup Brazil Assessoria Ltda
36236164000160	Gembras Com. e Ind. Ltda.
33388943027805	H. Stern Com. e Ind. S.A.
33388943001750	H. Stern Com. e Ind. S.A.
33388943000192	H. Stern Com. e Ind. S.A.
33388943023567	H. Stern Com. e Ind. S.A.
33388943024610	H. Stern Com. e Ind. S.A.
31641871000118	Hb Adornos Ltda
32178428000115	Industria E Comercio Espabra Ltda - Epp
03864090000157	Inndispensabile Comercio De Bijouterias Ltda - Epp
36092112000167	Jose C D M Bastos - Me
33331687000288	Lapidação Amsterdam Ltda.
09066947000170	Le Soleil Industria E Comercio De Bijouterias Artesanai
05068604000193	M. Gold Industria e Comercio Ltda - EPP
13808320000114	Mbex Industria E Comercio Ltda
03774110000107	Moineau Comercio Artezanal Ltda - Me

CNPJ	Razão Social
19674897000167	Mon Cher Acessorios Ltda - Me
40279820000189	Namaste Comercio Ltda - Me
03532154000112	Novinet Com. e Serviços Ltda.
12893041000133	Oiticica Comercio De Artigos Para Presentes Ltda - Me
14673557000106	S.G Cavalcante Artesanato - Me
73267387000110	Studex Do Brasil Ltda - Me
35943604000580	Terras de Aventura Ind. de Artigos Esportivos Ltda.
35943604000156	Terras de Aventura Ind. de Artigos Esportivos Ltda.
01136082000169	Thomaz Confeccoes Ltda - Me
09527112000250	Vega Ind. e Com. de Vestuario e Facções Ltda
15501064000143	Virzionair Producoes Ltda - Me
08422544000153	Wrj Comercio De Bijuterias E Design Eireli - Epp

Fonte: FuncexData, 2015.

CONCLUSÃO

O período total de análise deste estudo setorial foi de 2009 a 2014. Buscou-se entender de que maneira o setor fluminense de joias e bijuterias vem se comportando nos últimos anos. Foram apresentados os principais compradores desse setor, o preço médio pago, principais destinos, o dinamismo do mercado, as regiões e cidades fluminenses exportadoras, o porte das empresas do Rio de Janeiro que comercializam esses produtos e, ao final, foi apresentada uma lista de empresas do estado que exportam joias e bijuterias.

Com relação aos principais compradores internacionais dos produtos fluminenses desse setor, destacam-se os Estados Unidos, Israel, Peru, Argentina e Alemanha. Nesse tópico de análise também foi apresentado que, no setor de joias e bijuterias, as joias representaram 96% do total exportado pelo Rio de Janeiro, ao passo que as bijuterias representaram 4%. Isso mostra que as joias exercem maior peso no desempenho desse setor.

Ao analisar o preço médio pago pelo setor de joias e bijuterias, concluiu-se que os maiores preços pagos a esses produtos são dos países europeus e asiáticos, com destaque, sobretudo, para França, Suíça, Portugal, Malásia e Lituânia e China. No entanto, embora os principais preços pagos nesse setor sejam de países eurasiáticos, os principais exportadores de bijuterias no mundo são os Estados Unidos (como principal exportador tanto em joias quanto em bijuterias), alguns países latino-americanos e africanos (Argentina, Peru, Colômbia, Panamá, México e Nigéria), Israel e França (único país que se destacou em ambas as análises).

Já na questão do dinamismo do mercado de joias e bijuterias, é correto afirmar, a partir dos dados coletados e analisados, que, em boa parte, o mercado de joias e bijuterias encontra-se dinâmico, salvo o mercado dos NCMs “711411 – Artefatos de ourivesaria e suas partes, de prata, mesmo revestida, folheada ou chapeada de outros metais preciosos – joias” e “711319 – Artefatos de joalheria, de outros metais preciosos, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos – joias”, que se encontram em declínio.

Entre as regiões fluminenses, a Metropolitana foi a principal produtora do setor joias e bijuterias, destacando-se a cidade do Rio de Janeiro no setor de joias e Nova Iguaçu no de bijuterias. Com relação ao porte das empresas exportadoras, tem-se a supremacia de empresas de grande porte do setor de joias. No setor de bijuterias, embora haja

maior produção de empresas de pequeno porte, há um certo equilíbrio entre os outros portes de empresa na exportação desse produto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 jun. 2015.

BRASIL. Aprendendo a Exportar. Disponível em: < http://www.aprendendoaexportar.gov.br/maquinas/onde_apoio/radar.asp >. Acesso em 02 nov. 2015.

FUNCEXDATA. *Home*. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

IBGM. Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos. *Painel Setorial - INMETRO: Teor de Cádmio e Chumbo em Jóias e Bijuterias*. 01 out. 2014. Disponível em <http://www.inmetro.gov.br/painelsetorial/palestras/Panorama-do-Setor-de-Bijuterias_H%C3%A9cliton-Santini-Henriques.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2015.

IBMEC. Os mercados mais promissores para 2015, segundo o SEBRAE. *IBMEC*. Disponível em < <http://ibmec.org.br/os-negocios-mais-promissores-para-2015-segundo-o-sebrae/>>. Acesso em 28 ago. 2015.

JOIALERISMO. *Mercado mundial de jóias cresce a cada ano; Brasil se destaca no setor*. Disponível em: < <http://www.joialerismo.com/2015/01/mercado-mundial-de-joias-cresce-cada.html>>. Acesso em: 25 ago 2015.

RADAR COMERCIAL. *Glossário*. Disponível em: <<http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

SISTEMA AJORIO. *Institucional*. Disponível em: < <http://www.sistemaajorio.com.br/site/index.php/institucional-mainmenu-63/apl-jcarioca-mainmenu-29>>. Acesso em: 31 ago. 2015.

Capítulo 9

Metal Mecânico

Rafael Araujo
Hélio Farias
Douglas Ritter Baptista
Débora Bedim Loures
Nicole de Oliveira Torres
Guimarães
Joyce Carolina Canelas
de Accioly



INTRODUÇÃO

O setor metalmeccânico pode ser compreendido como um conjunto de atividades econômicas que utiliza conhecimentos e técnicas relacionadas à produção e ao processamento de metais e seus derivados.

Esse complexo é constituído por um conjunto de atividades que utilizam ferro, o alumínio e outros metais, transformando-os em artefatos compostos, como o aço e as ligas metálicas de diversos tipos de especificações físicas e químicas. A siderurgia é a indústria de base do complexo metalmeccânico. A fabricação de produtos metalúrgicos constitui uma etapa intermediária e consome, além de produtos siderúrgicos, os produtos da metalurgia dos não ferrosos – produtos metalúrgicos são os insumos diretos e de maior valor em relação aos demais setores desse complexo. As atividades finais do complexo metalmeccânico destinam-se, por exemplo, à indústria automobilística e à fabricação de máquinas e equipamentos, além do comércio e serviços. No Brasil, o setor metalmeccânico tem tradição de exportação, o que lhe dá grande peso na balança comercial.

O estado do Rio abriga um dos mais importantes polos nacionais de metalurgia. Os municípios de Volta Redonda e Nova Friburgo são os que mais se destacam nessa área. Refletindo características do setor, como em todo o país, há forte integração entre grandes, pequenas e médias empresas. O setor metalmeccânico representa 25,3% da força de trabalho da indústria de transformação fluminense, sendo que as médias e grandes empresas são responsáveis por 65% da mão de obra empregada.

A mão de obra técnica empregada no setor metalmeccânico do Rio de Janeiro cresceu 21,2% entre os anos de 2006 e 2008, contra um crescimento de 8,5% na indústria de transformação no estado como um todo. A maior parte das empresas possui atuação local, sendo o próprio Rio de Janeiro um de seus três principais compradores.

O governo do estado estruturou um programa de desenvolvimento econômico do setor em 2010, cujo objetivo foi fomentar a expansão e a melhoria da produtividade do polo metalmeccânico em todo o do Rio de Janeiro, fortalecendo e articulando a integração dos principais municípios em desenvolvimento no setor – Volta Redonda, Três Rios, Petrópolis e Nova Friburgo –, além de ações específicas para as regiões Norte e Noroeste fluminenses. A expectativa era aumentar em 15% o volume de compras das empresas âncoras no mercado fluminense, além de diversificar o tipo de indústria, aumentando a competitividade das existentes.

De acordo com dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o estado do Rio de Janeiro gerou aproximadamente 21 mil empregos diretos em atividades de base metalmeccânica, distribuídos em três principais cadeias produtivas:

- Metalurgia e Siderurgia
- Fabricação de Veículos Automotores e Veículos Ferroviários
- Fabricação de Artefatos de Metal

Os polos de base metalmeccânica presentes nas regiões do Médio Paraíba, Centro-Sul e Serrana participam com aproximadamente 27% do PIB da indústria de transformação do estado e, com a Zona Oeste do município do Rio de Janeiro, formam um complexo metalmeccânico relevante para a economia fluminense, atraindo assim significativos investimentos.

As principais metas desse setor são: I - apoio a programas de capacitação de fornecedores e qualificação de mão de obra; II - realização de rodadas de negócios para

melhor comercialização dos produtos dentro do setor; III - apoio para a realização de feiras regionais que promovam os setores proeminentes, incluído o setor metalmeccânico, atraindo investimentos regionais; IV - coordenação para a realização da 1ª feira estadual do setor metalmeccânico; V - realização de oficinas para a identificação das principais demandas do setor e VI - apoio no levantamento de dados e diagnósticos para a identificação das oportunidades de melhorias do ambiente de negócio entre as empresas âncoras e micro e pequenas empresas.

1. PARTICIPAÇÃO DO SETOR METALMECCÂNICO NAS EXPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO E DO BRASIL NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

A avaliação da participação do setor metalmeccânico nas exportações fluminenses e do Brasil, no período de 2012 a 2016, será feita com base nos quatro primeiros dígitos do sistema harmonizado (SH)⁴³, considerando o que é compreendido por metalmeccânico e o que está presente nas pautas exportadoras, tanto fluminense quanto brasileira, para melhor visualização dos dados. Seguem as subposições e suas respectivas descrições:

- 8307 Tubos flexíveis de metais comuns
- 8703 Automóveis de passageiros
- 8481 Torneiras, válvulas e dispositivos semelhantes
- 8479 Máquinas e aparelhos, mecânicos, com função própria
- 8704 Veículos automóveis para transporte de mercadorias
- 8413 Bombas para líquidos; elevadores de líquidos
- 8407 Motores de pistão, alternativo ou rotativo
- 8421 Centrifugadores, aparelhos para filtrar ou depurar líquidos ou gases
- 8706 Chassis, com motor
- 8708 Partes e acessórios dos veículos automóveis

Tabela 1 - Exportação brasileira do setor metalmeccânico entre 2012-2016
(Valores em US\$ bilhões)

NCM	Descrição	Valor em US\$
8307	Tubos flexíveis de metais comuns	2.411.386.260,00
8703	Automóveis de passageiros	2.248.830.061,00
8481	Torneiras, válvulas e dispositivos semelhantes	1.357.917.965,00
8479	Máquinas e aparelhos, mecânicos, com função própria	928.709.141,00
8704	Veículos automóveis para transporte de mercadorias	902.928.564,00
8413	Bombas para líquidos; elevadores de líquidos	339.555.971,00
8407	Motores de pistão, alternativo ou rotativo	290.175.881,00
8421	Centrifugadores, aparelhos para filtrar ou depurar líquidos ou gases	269.363.965,00
8706	Chassis, com motor	186.852.613,00
8708	Partes e acessórios dos veículos automóveis	168.605.348,00
Total dos dez principais NCM's		9.104.325.769,00
Total de todos os NCM's		10.643.759.435,00

Fonte: FuncexData, 2017.

⁴³ Sistema Harmonizado (SH) é um método internacional de classificação de mercadorias, baseado em uma estrutura de códigos e respectivas descrições, foi criado para promover o desenvolvimento do comércio internacional, assim como para aprimorar a coleta, a comparação e a análise das estatísticas, particularmente as do comércio exterior.

Tabela 2 - Participação comercial do setor metalmeccânico nas exportações fluminense e brasileira

2012-2016 (Acumulado)	Part. (%) dos 10 principais NCM's nas Export. Fluminenses	Part. (%) dos 10 principais NCM's nas Export. Brasileiras
	8,44%	0,84%
2012-2016 (Acumulado)	Part. (%) no valor total do setor nas Export. Fluminenses	Part. (%) no valor total do setor nas Export. Brasileiras
	9,87%	0,98%

Fonte: FuncexData, 2017.

Como pode ser visto nas tabelas acima, os principais produtos do setor de metalmeccânico, sozinhos, exportaram mais de US\$ 9 bilhões no período observado. Os três principais produtos – tubos flexíveis, automóveis e torneiras válvulas e semelhantes – embarcaram mais de US\$ 1 bilhão cada. Vale salientar que esses produtos são parte das principais cadeias produtivas na economia fluminense: petroquímica, automóveis e a indústria como um todo, que usa a categoria de torneiras válvulas e semelhantes.

Também se pode observar a importância do setor metalmeccânico tanto na economia brasileira, quanto na economia fluminense. Os dez principais produtos dentro da categoria representam 8,44 % das exportações do estado do Rio de Janeiro; e 0,84 % das exportações brasileiras. E todos os produtos do setor representam, nas exportações fluminenses e brasileiras, 9,87 % e 0,98 %, respectivamente.

2. PRINCIPAIS COMPRADORES DE METALMECÂNICO DO RIO DE JANEIRO

Nesta seção analisaremos os maiores compradores de metalmeccânico do Rio de Janeiro, considerando os últimos cinco anos (2012-2016). Os resultados obtidos tiveram base os NCMs listados na introdução deste estudo. A partir dos dados levantados, constata-se que os cinco principais destinos dos metais mecânicos do estado fluminense são: Holanda, Argentina, Chile, Suíça e Peru.

O setor metalúrgico é um dos grandes componentes da balança comercial brasileira. No Rio de Janeiro, encontramos um dos mais importantes centros de metalmeccânico nacional. O município de Volta Redonda se destaca na produção fluminense, pois integra pequenas, médias e grandes empresas.

O principal importador do setor é a Holanda, apesar da queda de 25% das compras holandesas entre os anos de 2012 e 2016. O período entre 2012 e 2015 foi o de maior participação do país no mercado metalúrgico fluminense, com um volume que ultrapassou US\$ 1 bilhão exportados.

A Argentina, ao contrário da Holanda, experimenta um crescimento nas importações de metalmeccânico do Brasil, principalmente por conta do sólido setor automobilístico. Em 2016, o governo brasileiro e o argentino reafirmaram o apoio às relações de livre comércio no setor de automóveis, o que beneficiava, inclusive, o estado do Rio de Janeiro, já que muitas empresas estão localizadas na região Sul fluminense. O fim das barreiras protecionistas fez com que o governo de Maurício Macri, presidente argentino, comprasse mais peças e automóveis no Brasil. O aumento da exportação brasileira para a Argentina, além das taxas de câmbio favoráveis, foram possíveis, também, pela renovação de acordos comerciais bilaterais. Em 2017, os dois países voltam a se reunir para construir o fortalecimento do MERCOSUL.

Tabela 3 - Principais Compradores de Metalmeccânico do Rio de Janeiro

País	2012	2013	2014	2015	2016
Holanda	1,15	0,07	0,06	1,09	0,09
Argentina	0,04	0,09	0,05	0,04	0,06
Chile	0,07	0,04	0,03	0,04	0,04
Suíça	0,07	0,01	0,03	0,04	0,005
Peru	0,06	0,03	0,03	0,01	0,02

Fonte: FuncexData, 2017.

3. PREÇO MÉDIO

Será analisado, nesta seção, o preço médio do setor de metais mecânicos nos últimos cinco anos (2012-2016). Durante esse período, o preço por quilograma dos produtos desse segmento oscilou e apresentou variação tanto positiva quanto negativa, como se pode observar na tabela 4. Dentre os dados coletados, destaca-se o ano de 2016, cujo preço médio fora de US\$ 55,09; no ano anterior (2015), o valor pago era de US\$ 38,41 – ou seja, a variação foi de 43,42%.

Esse crescimento significativo se deu, sobretudo, pelos efeitos do programa para o apoio aos negócios da indústria mecânica desenvolvido pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Juntamente com o Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial), o projeto analisa a qualidade dos produtos e dos sistemas de gestão, mapeando as necessidades de cada empresa das áreas petrolífera e energética, naval, rododiferroviária e aeroespacial. Com um acordo de cooperação técnica, o projeto visa aumentar a competitividade desse setor fluminense através do acesso e da inserção sustentável em programas de avaliação da conformidade, estabelecidos para produtos, serviços, processos e profissionais. Devido a esse movimento interno, as empresas ganharam mais qualificação para o mercado exterior, e houve aumento nas vendas.

Tabela 4 - Preço médio de metais mecânicos nos últimos cinco anos (2012-2016)

Ano	Preço (US\$)
2012	38,56
2013	27,94
2014	31,40
2015	38,41
2016	55,09

Fonte: FuncexData, 2017.

A indústria metalmeccânica foi identificada pelo Sistema FIRJAN como uma das mais estratégicas para a evolução econômica do estado do Rio de Janeiro. O projeto da FIRJAN, chamado de Grupo Metalmeccânico, é formado pelos nove sindicatos filiados à FIRJAN, Simme, Sindmmep, Sindmetal, Sinmetal, Metalsul, Sindmetal-NO, Sindmec, Simmmerj e Simmec. Esse plano foi lançado em 2009, mas começou a ganhar notoriedade em meados de 2014. O objetivo era promover a indústria fluminense em outros mercados nacionais e internacionais, capacitar as indústrias para acessar esses mercados e conectar demandantes e ofertantes.

O Sistema FIRJAN estimula o encontro de empresas do setor com o objetivo de mapear focos de atuação, desafios, oportunidades de investimentos e definir meios para

o desenvolvimento setorial. Fomentar a qualidade da produção e o aumento da produtividade das empresas reduz custos e aumenta a competitividade. É nesse sentido que o Sistema FIRJAN, através do Sindicato das Indústrias Mecânicas e de Material Elétrico do Município do Rio de Janeiro (Simme), promove consultorias, compartilha conhecimentos e estimula o uso de metodologias e ferramentas. Por meio desses projetos de qualificação, o setor de metais mecânicos pode crescer internacionalmente de 2014 a 2016, demonstrando os dados vistos na tabela acima.

4. PRINCIPAIS EXPORTADORES DE METALMECÂNICO

Nesta seção serão analisados os cinco principais exportadores de metalmeccânico para o Rio de Janeiro nos últimos cinco anos (2012-2016).

País	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	7,01	5,23	4,06	3,30	2,23
China	4,98	4,14	3,36	3,75	3,77
Índia	3,29	1,52	2,13	0,89	0,59
Holanda	2,78	2,29	1,44	1,46	2,15
Cingapura	1,62	0,51	1,60	1,01	1,64

Fonte: FuncexData, 2017. Valores da tabela em bilhões de dólares.

Como destaque, entre os países apresentados na tabela acima, estão os Estados Unidos que, em 2012, que arrecadaram US\$ 7 bilhões no setor. A diminuição da importação metalúrgica brasileira por parte dos EUA faz parte de uma política americana que visa proteger esse setor no território americano contra produtos mais competitivos, como é o caso do aço e de produtos metalúrgicos derivados brasileiros.

Em segundo lugar está a China que, desde 2012, tenta sua inserção comercial no setor de metalmeccânico, obtendo, nesse mesmo ano, o maior resultado nas exportações mundiais para o estado, totalizando quase US\$5 bilhões. Recentemente, a China criou uma subsidiária de energia solar para que a presença chinesa no mercado brasileiro e latino-americano crescesse mais. Os chineses acreditam que esses mercados serão os que terão aumento nos próximos anos no setor metalúrgico.

“O escritório da JA Solar Brasil deverá iniciar operações no início de julho. O mercado latino-americano é um mercado emergente com grande potencial de crescimento nos próximos anos, e a JA Solar está trabalhando ativamente para expandir sua presença na região”, disse em nota o presidente da JA Solar, Baofang Jin.

Para os demais países, Índia, Holanda e Cingapura, a participação no mercado internacional de metais mecânicos continua constante, apesar de, a partir de 2015, a exportação da Índia ter caído drasticamente devido à queda dos preços agrícolas e mineradores, importantes para economia indiana.

5. ANÁLISE DINÂMICA DO SETOR

Nesta seção será analisado o dinamismo do setor metalmeccânico no mundo e da relação dos principais países exportadores com o Brasil.⁴⁴

⁴⁴ A análise desta seção foi feita com auxílio dos dados do site Radar Comercial que disponibiliza seus dados em triênios. O último triênio disponível foi o de 2011 - 2013.

O dinamismo indica a evolução do comércio do produto pelo país em análise ou pelo mundo. Se o comércio do produto cresceu acima da média total do país ou do mundo, o produto é “dinâmico” naquele mercado. Se cresceram abaixo da média, o produto é “estável”. Se reduziram, o produto é “em declínio”.

Mundo Agregado 2011 - 2013	
Setor	Dinamismo
Máquinas e Motores	Em declínio
Produtos Metálgicos	Em declínio
Veículos Automotores	Estável
Brasil - Índia	
Máquinas e Motores	Em declínio
Produtos Metálgicos	Em declínio
Veículos Automotores	Em declínio
Brasil - Cingapura	
Máquinas e Motores	Em declínio
Produtos Metálgicos	Estável
Veículos Automotores	Em declínio
Brasil - Estados Unidos	
Máquinas e Motores	Dinâmico
Produtos Metálgicos	Estável
Veículos Automotores	Dinâmico
Brasil - China	
Máquinas e Motores	Em declínio
Produtos Metálgicos	Em declínio
Veículos Automotores	Dinâmico

Fonte: FuncexData, 2017.

Ao tomarmos como base o triênio de 2011-2013 podemos observar que o setor metalmeccânico, referenciado pelos seus produtos – Máquinas e Motores; Produtos Metálgicos; e Veículos Automotores – está majoritariamente em declínio.

Ao observarmos o comércio de produtos metais mecânicos entre Brasil e Índia, podemos verificar que todos eles estão em declínio, o que configura um caso único entre os países analisados. Acreditamos que isso ocorreu pela desaceleração econômica interna nas duas nações.

No comércio entre Cingapura e Brasil, encontram-se em declínio os produtos “Máquinas e Motores” e “Veículos Automotores”; já os “Produtos Metalúrgicos” encontram-se estáveis. Entre Brasil e Estados Unidos, apenas “Produtos Metalúrgicos” encontram-se como estáveis, e os produtos “Máquinas e Motores” e “Veículos Automotores” são analisados como dinâmicos. Finalmente, no comércio entre Brasil e China, “Máquinas e Motores” e “Produtos Metalúrgicos” estão em declínio; apenas os produtos “Veículos Automotores” estão dinâmicos.

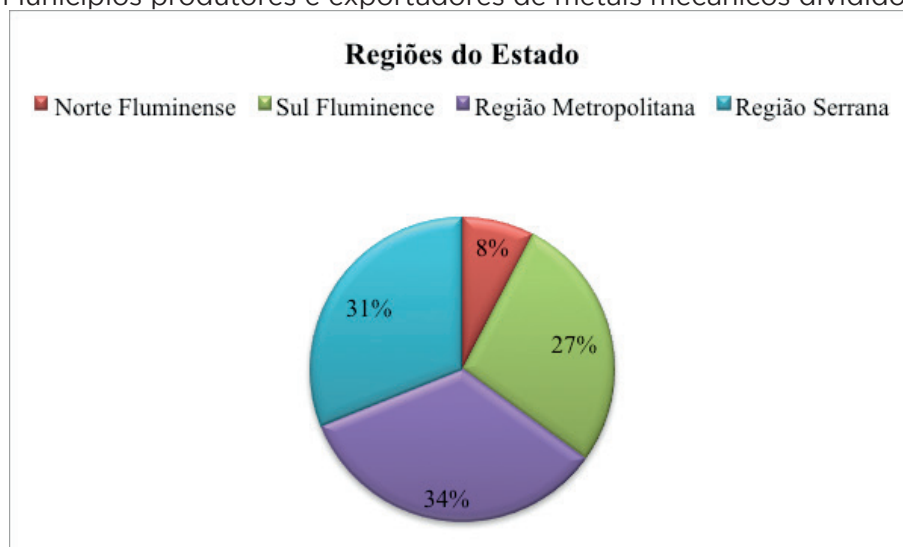
6. REGIÕES DO ESTADO PRODUTORAS E EXPORTADORAS DE METALMECÂNICOS

Entre 2012 e 2016, o maior produtor e exportador de metais mecânicos do estado do Rio de Janeiro foi o município de Petrópolis, figurando em 26,74% dos embarques no setor metalmeccânico fluminense. A cidade do Rio de Janeiro veio em seguida, figurando em 24,64% das exportações, marcando a competitividade dessa área. Pouco mais distantes do valor comercializado pela capital, encontramos as cidades de Resende (12,09%), Porto Real (11,46%) e Macaé (6,57%), esta em um empate técnico com Duque de Caxias (4,59%), devido ao aumento de exportação do município da Baixada Fluminense nos últimos dois anos pesquisados.

Por outro lado, fazendo uma análise local, as regiões Metropolitana e Sul fluminenses concentram o maior número de cidades produtoras e exportadoras de metais mecânicos. Os cinco municípios desse grupo representam 81,5% do que foi exportado pelo Rio de Janeiro nesse setor entre 2012 e 2016.

Em 2014 Petrópolis cresceu em 97% nas exportações no total, com empresas sendo responsáveis por 7,5% das exportações do estado do Rio de Janeiro. Seguem, abaixo, os dados detalhados:

Gráfico 1 - Municípios produtores e exportadores de metais mecânicos divididos por região



Fonte: FuncexData, 2017.

Tabela 5 - Total exportado em metais mecânicos pelos municípios fluminenses (2012-2016)

Municípios	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Petropolis-RJ	877,21	1.037,24	1.546,22	1.787,91	2.126,15	7.374,73
Rio de Janeiro-RJ	1.725,30	1.765,64	1.388,18	1.197,71	720,54	6.797,37
Resende-RJ	560,07	870,42	959,38	422,79	522,25	3.334,91
Porto Real-RJ	1.015,41	993,79	431,54	394,07	328,25	3.163,05
Duque de Caxias-RJ	138,66	150,66	383,59	388,91	204,34	1.266,16
Macaé-RJ	399,53	445,46	395,21	370,22	202,85	1.813,28
Angra dos Reis-RJ	39,45	39,78	128,04	145,16	123,91	476,34
Itatiaia-RJ	202,72	286,46	116,00	94,81	101,18	801,17
Niterói-RJ	153,87	356,70	348,53	252,51	60,92	1.172,53

Queimados-RJ	67,02	49,98	49,73	34,57	47,21	248,52
Sao João de Meriti-RJ	0,78	1,40	0,24	9,97	26,62	39,02
Sao Gonçalo-RJ	41,93	54,69	54,77	34,14	17,89	203,41
Tres Rios-RJ	14,77	20,19	35,89	51,59	16,66	139,09
Sao João da Barra-RJ	0,86	86,17	41,90	60,70	11,43	201,06
Volta Redonda-RJ	19,87	29,59	127,49	18,90	11,39	207,23
Paracambi-RJ	0,30	17,35	29,19	8,77	6,62	62,23
Seropedica-RJ	8,89	106,73	82,68	3,36	4,45	206,10
Japeri-RJ	0,78	0,11	2,14	1,49	3,71	8,23
Rio das Ostras-RJ	20,61	20,08	13,76	6,25	3,26	63,95
Total Geral:	5.288,03	6.332,42	6.134,50	5.283,82	4.539,60	27.578,37

Fonte: FuncexData, 2017.

7. ANÁLISE DAS EMPRESAS FLUMINENSES EXPORTADORAS DO SETOR

Nesta seção serão analisadas as empresas exportadoras do conjunto metalmeccânico fluminense. Será apresentada a quantidade de empresas que exportaram, bem como o valor por elas exportados. As empresas estão distinguidas por porte – micro, pequena, média e grande. Os setores foram classificados segundo divisões da CNAE (CNAE 2 dígitos).

Empresas Exportadoras (por porte) entre 2012-2016

Empresas Exportadoras (por porte) entre 2012-2016					
Tipo	Referência Total: 538 empresas	Micro	Pequena	Média	Grande
Fabricação de Produtos de Metal, Exceto Máquinas e Equipamentos	Qtd	25	54	49	19
	%	4,65%	10,04%	9,11%	3,53%
Fabricação de Máquinas e Equipamentos	Qtd	42	66	83	36
	%	7,81%	12,27%	15,43%	6,69%
Fabricação de Veículos Automotores, Reboques e Carrocerias	Qtd	3	24	47	51
	%	0,56%	4,46%	8,74%	9,48%
Fabricação de Outros Equipamentos de Transporte, Exceto Veículos Automotores	Qtd	3	11	14	11
	%	0,56%	2,04%	2,60%	2,04%

Fonte: FuncexData, 2017.

Como pode ser visto na tabela acima, o estado do Rio de Janeiro teve uma quantidade razoável de empresas exportando os produtos que formam o setor metalmeccânico – Fabricação de Produtos de Metal, Exceto Máquinas e Equipamentos; Fabricação de Máquinas e Equipamentos; Fabricação de Veículos Automotores, Reboques e Carrocerias; e Fabricação de Outros Equipamentos de Transporte, Exceto Veículos Automotores.

Tendo em vista a quantidade de empresas avaliadas (micro, pequena, média e grande), os mais relevantes valores exportados ficam restritos às grandes empresas. Estas comer-

cializaram, internacionalmente, pelo menos US\$ 300 milhões em cada produto. Somente o setor automobilístico, que possui importância estratégica e comercial para o estado do Rio de Janeiro, vendeu mais de US\$ 4 bilhões (soma dos os valores para o setor).

CONCLUSÃO

Como observado neste estudo, o setor metalmeccânico possui importância tanto para o cenário brasileiro quanto para o estado do Rio de Janeiro. É um setor que abarca diversos quadros da economia, inclusive do setor civil, pois movimenta a educação técnica e tecnológica ligada à área. Ou seja, no setor de metalmeccânico, quanto maior o investimento efetuado pelas indústrias e pelo estado fluminense, maior o desenvolvimento das técnicas de produção, já que essas indústrias demandam grande quantidade de tecnologia de ponta, e, conseqüentemente, impulsionam o aperfeiçoamento tecnológico e a melhoria da economia.

No estado, com exceção intencional da região Metropolitana, que possui variedade comercial em diversos setores, as regiões Serrana e Sul fluminenses são expoentes no setor metalmeccânico, principalmente Volta Redonda. A “Cidade do Aço” possui, desde o século passado, uma forte produção industrial ligada ao setor, empregando diversas pessoas e servindo de sede para metalurgias, montadoras de automóveis e fabricantes de diversas peças metalúrgicas, além de ser também sede da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN).

Como mostrado na introdução, existem projetos da FIRJAN, do SEBRAE e de outros, que visam o aperfeiçoamento e aumento da eficiência produtiva para o setor metalmeccânico, que por si só demanda muita mão de obra, emprega bastante e é gerador de inovação científica e tecnológica, fundamental para o desenvolvimento sustentável de um país.

Portanto, o investimento em engenharias e produtos metalúrgicos é de grande importância para o estado e para o Brasil. Quadros de crise econômica, principalmente, podem ser evitados porque investir em tais tecnologias significa arrecadar mais dólares para a balança de pagamento, já que a demanda por esses produtos, no mercado internacional, é alta.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 jun. 2015.

BBC. *India's economic growth rate slowest for two years*. India: Aug. 31th 2016. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/business-37231394>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). *Brasil e Argentina renovam acordo automotivo por mais quatro anos*. 27 jun. 2016, Brasília. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/noticias/1611-brasil-e-argentina-renovam-acordo-automotivo-por-mais-quatro-anos>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

CODIN. Companhia de Desenvolvimento Industrial do Rio de Janeiro. Setores de Negócio - Metalmeccânico. Disponível em <<http://www.codin.rj.gov.br/Paginas/SetoresNegocio/SetorMetalMecanico.aspx>> Acesso em: 09 nov. 2017.

COSTA, Luciano. Centro de Informações Metalmeccânico. “*Chinesa JA Solar cria subsidiária no Brasil de olho em negócios em energia solar*”. Santa Catarina, 13 jun. 2017. Disponível em: <http://www.cimm.com.br/portal/noticia/exibir_noticia/15679-chinesa-ja-solar-cria-subsidiaria-no-brasil-de-olho-em-negocios-em-energia-solar#at_pco=cfd-1.0>. Acesso em: 21 jun. 2017.

CUCOLO, Eduardo. Exportações brasileiras cresceram pela primeira vez em 17 meses. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 01 mar. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1745041-exportacoes-brasileiras-crescem-pela-primeira-vez-em-17-meses.shtml>> Acesso em: 12 jul. 2017.

FIEP. Federação das Indústrias do Estado do Paraná. *Cadeias Produtivas - Complexo Metalmeccânico*. Paraná. Disponível em <[http://www.fiepr.org.br/fomentoeddesenvolvimento/cadeiasprodutivas/uploadAddress/metalmecanico\[19560\].pdf](http://www.fiepr.org.br/fomentoeddesenvolvimento/cadeiasprodutivas/uploadAddress/metalmecanico[19560].pdf)> Acesso em: 09 nov. 2017.

FUNCEXDATA. *Home*. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

G1. *Brasil questiona EUA na OMC por sobretaxas a exportações de aço*. 11 nov. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/11/brasil-questiona-eua-na-omc-por-sobretaxas-exportacoes-de-aco.html>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico Energia Indústria e Serviços. *Desenvolvimento econômico: Complexo metalmeccânico do Estado do Rio de Janeiro*. Disponível em <<http://www.rj.gov.br/web/sedeis/exibeConteudo?article-id=320412>> Acesso em 5 de Julho de 2017.

MENDES, Marcos. Faz sentido o BNDES financiar investimentos em infraestrutura em outros países? *Jusbrasil* < <https://ferreiramacedo.jusbrasil.com.br/noticias/306223905/faz-sentido-o-bndes-financiar-investimentos-em-infraestrutura-em-outros-paises>> Acesso em: 01 jul. 2017.

RADAR COMERCIAL. Disponível em: <<http://radar.desenvolvimento.gov.br/glossario>>. Acesso em: 6 jul. 2017.

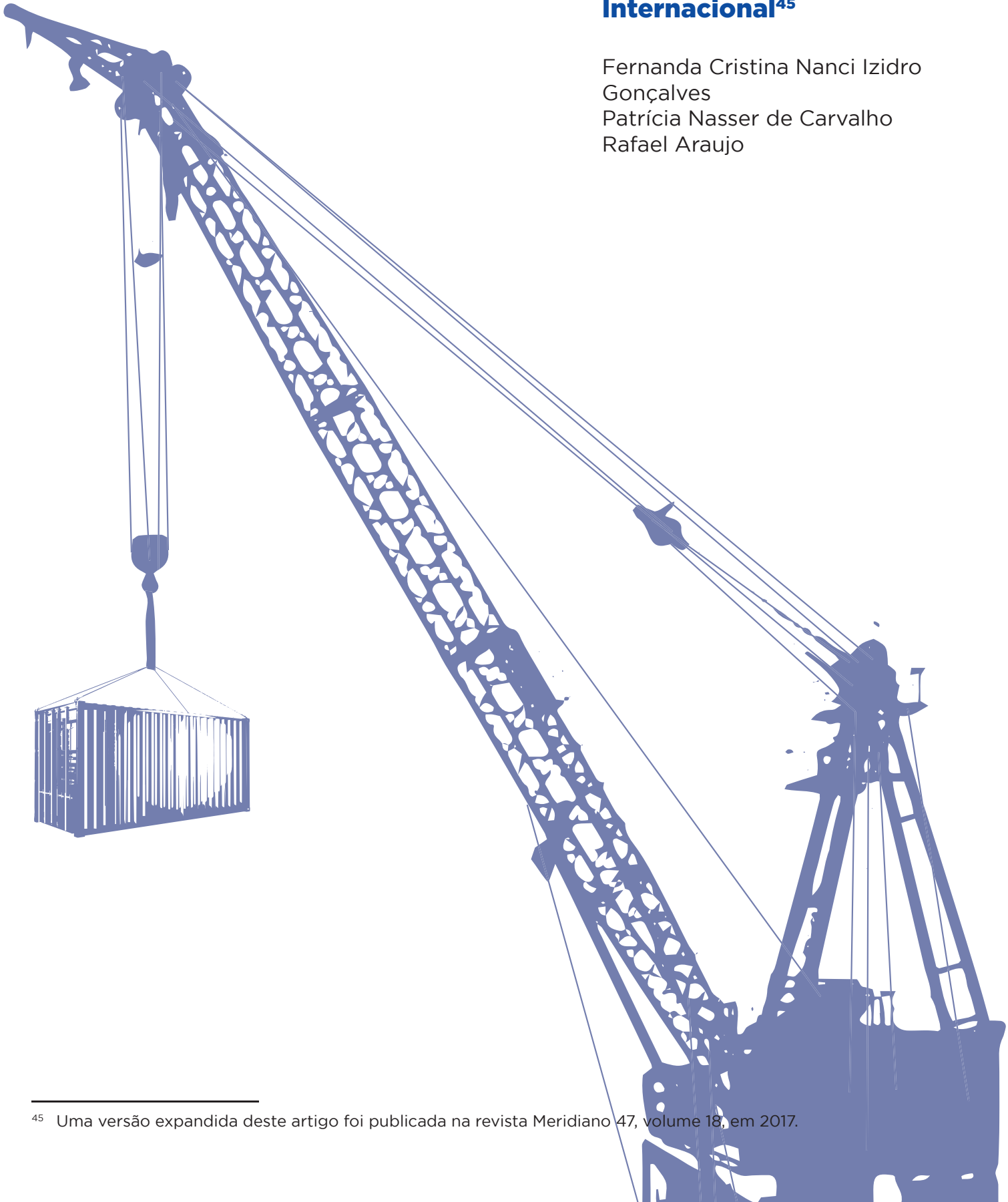
Parte III

Resultados do Projeto

Capítulo 1

O Projeto de Pesquisa e seus Resultados para o Ensino-Aprendizagem em Comércio Internacional⁴⁵

Fernanda Cristina Nanci Izidro
Gonçalves
Patrícia Nasser de Carvalho
Rafael Araujo



⁴⁵ Uma versão expandida deste artigo foi publicada na revista Meridiano 47, volume 18, em 2017.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, estudos sobre o Ensino e a Pesquisa em Relações Internacionais no Brasil vêm destacando o desenvolvimento e a institucionalização da área acadêmica, a criação e a expansão de inúmeros cursos de graduação, pós-graduação e extensão, o histórico da produção científica e do debate intelectual, além dos desafios e perspectivas existentes no ensino e na inserção dos estudantes no mercado de trabalho (Herz, 2002; Miyamoto, 2003; Lessa, 2005; Ribeiro, Kato & Rainer, 2013; Vigevani, Thomáz & Leite, 2014). A criação de um subcampo temático sobre Ensino e Pesquisa na Associação Brasileira de Relações Internacionais (ABRI), que congrega acadêmicos e pesquisadores em prol do estímulo à produção científica no Brasil na área de Relações Internacionais, é um sinal do esforço que vem sendo feito no país para estimular discussões e trocas de experiências, permitindo que o ensino seja aperfeiçoado.


No entanto, comparativamente a temáticas mais sedimentadas, como Segurança Internacional, Análise de Política Externa, História das Relações Internacionais, Economia Política Internacional, entre outras, os estudos investigativos sobre métodos de ensino em Relações Internacionais ainda são poucos.

Compreendendo a relevância de ampliar as discussões acerca dos desafios e caminhos do Ensino e da Pesquisa em Relações Internacionais no Brasil, este artigo busca contribuir para a disseminação de práticas positivas de ensino-aprendizagem. O objetivo deste trabalho é apresentar a experiência de pesquisa da Unidade de Inteligência Comercial do Unilasalle-RJ e discutir como é possível associar o ensino de Comércio Internacional à preparação dos estudantes para o mercado de trabalho por meio de atividades práticas na área de comércio.

O projeto de pesquisa apresentado é desenvolvido desde 2015 em parceria com a Subsecretaria de Relações Internacionais do Estado do Rio de Janeiro (SSRI), com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ). O projeto originou a Unidade de Inteligência Comercial na instituição, formada por alunos do curso de Relações Internacionais que integram uma equipe de pesquisadores orientada por docentes. O trabalho deste grupo abarca a elaboração de estudos técnicos, como análises do desempenho comercial de bens e de setores-chave da economia do Estado do Rio de Janeiro ao longo dos anos, a fim de apoiar o planejamento e a execução de política comercial e industrial em nível subnacional, além da prospecção de novos mercados, de modo a alavancar as exportações fluminenses. Desse modo, os produtos da pesquisa têm o objetivo de identificar as condições para que o Estado do Rio de Janeiro continue a aprofundar as suas relações com parceiros comerciais, elemento fundamental para o seu crescimento econômico e a sua positiva reinserção internacional.

Diante da excelente oportunidade de unir o ensino teórico de sala de aula às atividades práticas em um modelo mais dinâmico de ensino, no qual os alunos desenvolveriam pesquisas e elaborariam estudos para auxiliar a tomada de decisão dos gestores públicos do Estado do Rio de Janeiro, os professores da instituição apostaram no projeto, lançado no final de 2014 pela SSRI. De imediato, entenderam que a pesquisa técnica complementar a formação acadêmica do alunado, auxiliando a preparação dos estudantes para o mercado de trabalho, a partir do treinamento de análise e da elaboração de pesquisas em inteligência comercial, área em expansão e com inúmeras oportunidades nos setores público e privado.

Se na visão dos professores, a pesquisa foi e está sendo positiva para a transmissão de conhecimento teórico e conceitual em Comércio Internacional, uma vez que



aproxima a teoria da realidade, a análise apresentada ao final deste trabalho, acerca da percepção dos estudantes que participam ou já participaram do projeto, permite avaliar o quanto a investigação foi ou está sendo proveitosa em termos de aprendizado, formação e preparação para as exigências acadêmicas e do mercado de trabalho. Assim, acredita-se que a experiência descrita neste trabalho poderá ser emulada e aperfeiçoada por outras instituições, tanto para o aprimoramento do ensino-aprendizagem em Comércio Internacional, contribuindo para a maior interação academia-mercado de trabalho, quanto para oferecer aos alunos atividades práticas que somente em sala de aula não teriam.


Na primeira seção deste artigo, discute-se os desafios e as oportunidades no Ensino das Relações Internacionais no Brasil no bojo das transformações que marcaram as relações internacionais no pós-Guerra Fria e da crescente internacionalização da economia brasileira a partir dos anos 1990. Na segunda seção são debatidos os principais desafios do ensino-aprendizagem, especificamente na disciplina de Comércio Internacional no curso de Relações Internacionais. Na terceira seção são apresentadas as diretrizes do Projeto de Cooperação em Pesquisa sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro da SSRI com a referida instituição de ensino superior e os seus resultados nos dois primeiros anos do projeto (ainda em curso). Na quinta seção, debatem-se as percepções dos estudantes-pesquisadores no que se refere à importância da pesquisa para o aprendizado em Comércio Internacional, formação e preparação para vida profissional.

1. DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO ENSINO DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A área de Relações Internacionais é relativamente nova no Brasil. O primeiro curso de graduação surgiu em 1974 na Universidade de Brasília (UNB) e até então, os estudos da área estavam associados a outros correlatos no campo das Ciências Sociais, como História, Economia, Ciência Política (Vigevani, Thomáz & Leite, 2014). Com efeito, a proliferação dos cursos de graduação na área se deu durante os anos 1990 e 2000 no bojo das transformações que marcaram as relações internacionais no pós-Guerra Fria e da crescente internacionalização da economia brasileira (Miyamoto, 2003; Lessa, 2005).

Nesse contexto, o interesse por compreender a inserção internacional do Brasil e preparar massa crítica para as oportunidades criadas em organizações internacionais e não-governamentais, na carreira diplomática, em assessorias internacionais do setor público e privado, em comércio exterior e negócios internacionais, na academia e em setores que fazem análises de riscos e de investimentos para empresas estimularam a criação de diversos cursos de graduação em Relações Internacionais em todo o território nacional. Esses cursos, que possuem bases multidisciplinares e ênfases diversas (como comércio exterior ou estudos diplomáticos, por exemplo), buscavam – e buscam – preparar profissionais com formação competitiva no mercado de trabalho, de forma que pudessem atuar em múltiplas frentes. Na esteira da expansão da graduação e aproveitando a maior visibilidade da política externa brasileira e o crescente interesse internacional sobre a emergência do Brasil como potência econômica e política, além da atração de investimentos estrangeiros, diversos cursos de pós-graduação em Relações Internacionais, apoiados pelas agências federais e estaduais de fomento ao ensino e à pesquisa, também se proliferaram no país a partir dos anos 2000. Desse modo, o campo das Relações Internacionais começou a se estruturar e a se expandir no Brasil.

Todavia, como aponta Miyamoto (2003), a multidisciplinaridade dos cursos de Relações Internacionais gerou questionamentos sobre a inserção do profissional formado



na área no mercado de trabalho, visto que não existia uma profissão específica para o chamado “internacionalista”, mas um leque de opções na área (Almeida, 2006). O profissional com formação plural de um curso acadêmico relativamente recente, como é o caso do bacharel em Relações Internacionais, teve e ainda tem de competir com os formados em cursos de graduação mais tradicionais às vistas dos empregadores do mercado de trabalho, como Administração de Empresas e Direito. Além disso, constantemente ele foi, e ainda é cobrado, para mostrar suas competências e diferenciais nos recrutamentos e seleções. Aos poucos, o profissional formado em Relações Internacionais marca seu espaço no rol das carreiras da área de Ciências Sociais Aplicadas.

Se os estudantes enfrentam esses desafios, os professores precisam estar preparados para orientar alunos capazes de se integrar de forma competitiva no mercado de trabalho, tarefa que envolve diversas questões de natureza institucional e acadêmica. No âmbito institucional, nem todos os centros de ensino possuem estrutura adequada (como bibliotecas atualizadas, laboratórios equipados) e corpo docente especializado e com experiência profissional na área (Miyamoto, 2003). Na seara acadêmica, o modelo de ensino-aprendizagem, ainda muito atrelado ao padrão de ensino adotado no Ensino Fundamental e Médio, com alunos pouco participativos e padrões de avaliação engessadores da capacidade criativa e crítica dos discentes, como provas e trabalhos acadêmicos, constitui um verdadeiro desafio à formação adequada de quadros que participarão de empresas e instituições que têm que lidar de forma analítica e ágil às mudanças que ocorrem nas relações internacionais e nos negócios internacionais. Desse modo, instigar o senso crítico, a capacidade analítica e propositiva dos discentes, a criatividade e o trabalho em equipe são desafios que se impõem aos docentes que integram os cursos da área.

No campo das Relações Internacionais, um incitamento adicional se impõe: lida-se com o internacional, o que aparentemente está muito distante do cotidiano e da realidade dos estudantes. É comum que os discentes questionem seus professores sobre a aplicabilidade dos conteúdos discutidos em sala de aula. Nesse sentido, é necessário que haja um esforço para aproximar o conteúdo apresentado aos estudantes – sobretudo no que tange às teorias, das Relações Internacionais ou de Comércio Internacional – aos acontecimentos reais da política internacional, aos efeitos da política exterior desenvolvida por um país e aos impactos da política comercial no comércio exterior de cada nação. Esse esforço pode se dar de diferentes maneiras, seja tanto através da discussão e análise de filmes, documentários e notícias de jornais, de atividades em laboratórios de pesquisa, da realização de visitas técnicas em instituições diversas como Embaixadas, Consulados, organizações internacionais e empresas multinacionais, quanto da realização de simulações e jogos, iniciativas que algumas instituições e docentes já têm feito. Assim, cabe aos professores e às instituições aplicarem novos métodos de ensino que desenvolvam habilidades e ofereçam aprendizado sobre ferramentas de trabalho úteis aos alunos a fim de que possam assimilar o conteúdo e aprimorarem suas habilidades de análise sem simplesmente memorizarem fatos e dados. Por meio de formas mais criativas e experiências práticas de ensino, eles aprenderão em que circunstâncias e áreas podem aplicar seus conhecimentos.

No Unilasalle-RJ, uma das formas encontradas para superar esses desafios foi aliar o ensino da disciplina Comércio Internacional às demandas práticas do projeto realizado na Unidade de Inteligência Comercial, conforme apresentado na seção a seguir. Entende-se que o Projeto de Pesquisa foi uma oportunidade para que os estudantes desenvolvessem sua capacidade investigativa, analítica e lógica, além de aprimorarem competências requeridas de um profissional competitivo, como capacidade de traba-

lho em grupo, cumprimento das tarefas e prazos, solução de problemas e superação de situações de insucesso. Embora o projeto não conte com a participação de todos os alunos que cursam a disciplina Comércio Internacional, visto o número limitado de vagas para pesquisador-estudante, entende-se que a experiência foi positiva para os que participaram, como mostrado na seção 5 deste artigo, sendo considerada válida sua exposição para a comunidade acadêmica.


2. DIFICULDADES NO ENSINO-APRENDIZAGEM NA DISCIPLINA COMÉRCIO INTERNACIONAL NO CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Em geral, as disciplinas do núcleo de Economia são percebidas pelos alunos de Relações Internacionais como matérias que apresentam maior grau de dificuldade, sejam elas as introdutórias ou aquelas que exigem maior conexão com conceitos de Relações Internacionais e Política. Talvez isso ocorra porque muitos deles pensam que, ao escolher um curso essencialmente da área de Humanidades, ficarão longe dos números ou gráficos. Mostrar que, ao contrário, os números são instrumentais e absolutamente úteis e necessários para o aprendizado de um futuro analista de Relações Internacionais é um desafio para o professor que ministra a disciplina Comércio Internacional.

Outro desafio refere-se ao fato de que o aluno normalmente cursa a disciplina Comércio Internacional pensando que ele será um curso técnico de Comércio Exterior e que, por isso, aprenderá conteúdo que engloba legislação e rotina aduaneira, Sistema integrado de comércio exterior (SISCOMEX) e Códigos do comércio exterior, os *International Commercial Terms* (Incoterms), entre outros itens. Dessa forma, para evitar falsas expectativas, o professor precisa explicar desde o início do curso que o conteúdo da disciplina Comércio Internacional não é igual a de Comércio Exterior. O comércio exterior *per se* das nações está incluído no conteúdo da matéria Comércio Internacional, mas a parte técnico-operacional de Comércio Exterior é discutida em outra disciplina e tem caráter operacional.

A despeito das variações que existem no ementário das instituições, normalmente, o núcleo-duro da disciplina Comércio Internacional inclui: Teorias de Comércio Internacional; liberalismo e protecionismo no comércio internacional e sua evolução histórica; instrumentos de política comercial; o Sistema Multilateral de Comércio Internacional: o Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT) e a Organização Mundial do Comércio (OMC); principais temas e obstáculos às negociações multilaterais; blocos econômicos regionais e acordos preferenciais de comércio internacional; análise do desempenho do comércio exterior brasileiro e de alguns dos principais *players* internacionais.

A introdução do curso aborda o debate sobre as trocas comerciais que, desde o século XV, realizaram-se cada vez mais no âmbito internacional à medida que o comércio se tornou de longa distância, quando as grandes navegações europeias moldaram as relações mercantis e o capitalismo selou seu modo de produção e funcionamento. Em seguida, parte-se para o item destinado às Teorias do Comércio Internacional: a Teoria das Vantagens Absolutas, a Teoria das Vantagens Comparativas e as Teorias Neoclássicas de Comércio. Neste ponto, precisa ficar claro para os estudantes que as primeiras são o germe analítico do liberalismo econômico e que dali se derivaram diversas outras teorias que tentaram explicar a realidade do comércio internacional e influenciar a formulação de políticas comerciais dos Estados em diversos períodos, sobretudo na Europa. Como esta parte introdutória tem um fundo histórico, está relacionada à ideologia hegemônica de cada momento e é essencialmente teórica, aos olhos dos alunos ela parece distante da realidade do século XXI.



Além disso, quando esses modelos são ensinados, é inevitável que se utilize cálculos dos custos de oportunidades para saber se há ou não comércio entre dois ou mais países, ainda que os modelos sejam simplificados. A fim de cativar a atenção e o interesse do discente, a todo o momento cabe ao professor remeter a exemplos mais recentes, ressaltando sempre o contexto em que cada pensador formulou tais abordagens, as críticas que elas sofreram posteriormente e as modificações implementadas ou as premissas refutadas. Nestas ocasiões, os alunos resistentes a fazer cálculos, mesmo que simples, podem compreender melhor a ideia central de cada teoria a partir da visualização de gráficos. A despeito de serem ilustrativos, os exercícios posteriores, que se recomenda que sejam feitos em grupo, são fundamentais para fixação do conteúdo.

Antes da discussão mais geral sobre o Sistema de Comércio Internacional do GATT/OMC, a conceituação de política comercial de um país e seus objetivos, a apresentação dos instrumentos de política comercial, tanto das barreiras para evitar as importações, quanto dos diversos tipos de subsídios para estimular as exportações, podem ser contemplados no debate em sala. Dado o grande número de barreiras ao comércio internacional, inclusive o de barreiras técnicas – muitas delas tão recentes e “camufladas” nas ações dos governos –, os exemplos reais são excelentes ferramentas para ilustração, uma vez que para o aluno é difícil memorizar tantos nomes ou mesmo identificar o que é uma barreira técnica ao comércio. Trazer para o debate em sala de aula exemplos dos instrumentos que o Brasil ou os Estados Unidos utilizam e que são mais explorados pela mídia para explicar como cada um desses países pode inibir a concorrência de bens e serviços estrangeiros ou estimular um ou outro setor exportador, e quais as implicações disso, constituem uma forma eficiente para mostrar para os estudantes que decorar tudo não é a melhor estratégia de aprendizado.

É importante que este conteúdo que não deixa de ter um caráter mais técnico, que geralmente é exigido em concursos de diversas carreiras da área pública, seja assimilado antes da discussão sobre o Sistema de Comércio Internacional, que agrega desde os objetivos do surgimento do GATT, em 1947, até os entraves mais recentes enfrentados pela OMC para a conclusão da Rodada Doha, a última das rodadas de negociações multilaterais, embora não concluída após quase dezesseis anos de negociações. Isso porque o aluno precisará pensar as barreiras comerciais e em suas implicações nas negociações em cada uma das rodadas, de modo que tenha uma visão crítica do discurso do livre comércio e das políticas protecionistas colocadas em prática pelos principais *players* do comércio internacional. Portanto, para analisar o GATT e a OMC do ponto de vista da Economia Política Internacional, o aluno terá complicações para compreender por que algumas barreiras são tão difíceis de serem eliminadas ou acordos de serem fechados, caso não tenha entendido bem cada uma das barreiras previamente, ou seja, sem saber como o protecionismo, de fato, é colocado em prática pelos governos, apesar da retórica de muitos deles em favor do livre comércio.

As configurações mais recentes de poder no Sistema Internacional e como elas se refletem na OMC podem ser abordadas a partir de um debate aberto pelos alunos. Dada a dificuldade de acompanharem o noticiário internacional, tanto porque geralmente não têm o hábito da leitura quanto porque, de fato, as mudanças são muito rápidas e concomitantes a vários outros acontecimentos, o professor precisa, na medida do possível, chamar a atenção para as atualizações. Este é o caso, por exemplo, dos acordos preferenciais de comércio que se proliferam bilateral e minilateralmente e que coexistem com os acordos regionais de comércio mais antigos. A rapidez com que eles são negociados e promulgados, ou até mesmo desfeitos, e suas inovações constituem temas cada vez mais instigantes em comércio internacional na atualidade e, por isso,

crescentemente debatidos e pesquisados. Decerto, mapas que ilustram como eles se distribuem e gráficos que mostram como se comportam e se espalham no mundo auxiliam esta etapa do aprendizado.

Por fim, apesar do interesse do alunado sobre o desempenho do comércio exterior da China e dos Estados Unidos, por exemplo, certamente ele deve ter domínio e crítica acerca do desempenho do comércio exterior brasileiro ao longo das décadas, considerando as mudanças em política comercial e as condições de competitividade internacional de bens, serviços e setores com melhor e pior *performance*, uma vez que eles estão diretamente relacionados às escolhas de política comercial e de política industrial dos governos eleitos e à conjuntura internacional.

Diante dos desafios que se impõem aos docentes para tornar o ensino de Comércio Internacional inteligível e interessante aos alunos, o estudo de caso apresentado a seguir expõe uma oportunidade de aproximar o conteúdo teórico discutido em sala de aula a atividades práticas de pesquisa em inteligência comercial, permitindo aos estudantes correlacionar conceitos, desenvolver capacidade analítica e outras habilidades valorizadas no mercado de trabalho. Quanto aos docentes, este projeto permite que conceitos abstratos possam ser ilustrados com exemplos práticos e que seja demonstrado que o trabalho na área de Comércio Internacional é mais amplo que Comércio Exterior e pode ser utilizado para apoiar a formulação de políticas comerciais que tenham impacto na economia, seja do Estado ou do país.

3. O PROJETO DE COOPERAÇÃO EM PESQUISA SOBRE PARCERIAS COMERCIAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

No ano de 2015, teve início o trabalho estruturado e sistemático do Unilasalle-RJ com os parceiros da SSRI. Para tanto, foi necessário que a Coordenação do Curso de Relações Internacionais da instituição fizesse um processo seletivo para preenchimento das vagas de pesquisador-estudante. Em princípio seis alunos foram selecionados para compor a Unidade de Inteligência Comercial, supervisionados por quatro professores. À medida que a equipe concluía suas tarefas, novas seleções de estudantes foram realizadas, totalizando 18 alunos envolvidos no projeto até o presente momento.

No que se refere ao comércio, a instituição acadêmica ganhadora ficou designada para trabalhar na área de Inteligência Comercial, buscando apontar novas maneiras de fazer negócios, a partir do fornecimento de informações contínuas e análises comparativas e setoriais sobre o desempenho do comércio exterior fluminense, apontando perspectivas em novos mercados.

A cooperação com a SSRI, pouco tempo depois de firmada por acordo, rendeu para a instituição acadêmica a montagem de uma sala aparelhada com computadores com acesso anual à base de dados de comércio exterior – o Funcexdata – da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex). A partir daí, estava pronta para funcionar, em março de 2015, a Unidade de Inteligência Comercial, um espaço para o desenvolvimento da pesquisa e realização de reuniões pela equipe envolvida no projeto. Poucos meses depois, foram aprovadas duas bolsas de iniciação científica da FAPERJ para discentes do curso de Relações Internacionais, que compunham o grupo de pesquisadores.

Juntamente com os professores, os estudantes realizaram imediatamente curso de capacitação em base de dados de comércio ministrado por funcionário estatístico da Funcex e, em seguida, receberam treinamento dos assessores da própria SSRI sobre a utilização das bases de dados abertas de comércio disponíveis na internet: AliceWeb⁴⁶

⁴⁶ O site do AliceWeb é: < <http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2017. A base é mantida pelo MDIC.

e Radar Comercial⁴⁷. Alguns deles haviam participado, em 2014, de outro curso de treinamento oferecido por um técnico do MDIC, no âmbito do Programa Redeagentes, com conteúdo focado no tema exportação⁴⁸. O curso e o material didático foram totalmente gratuitos e, como contrapartida, o MDIC demandou local de treinamento e apoio administrativo durante a realização das atividades. Mais uma vez, a oportunidade foi alcançada com intermediação da SSRI, que colocou a Coordenação do Curso de Relações Internacionais em contato com o responsável pelo Programa Redeagentes, em Brasília.

Desde que a parceria entrou em vigor, foi acordada a entrega de sete “produtos” entre as partes, seguindo um cronograma definido de trabalho. O primeiro produto foi o *Panorama Comercial do Estado do Rio de Janeiro*, que envolvia análise mais abrangente das condições econômicas do Estado, levando-se em consideração as suas relações comerciais; análise dos parceiros comerciais; análise dos bens produzidos pelo Estado; análise das cidades produtoras e das Micro, Pequenas e Médias Empresas. O segundo produto era o *Boletim de Comércio Exterior do Estado do Rio de Janeiro*, que consistia na apresentação dos principais acontecimentos no âmbito comercial, tendo como foco os anos de 2014, 2015 e 2016. O terceiro produto era composto pelos *Estudos Setoriais de Potenciais Mercados*, considerando os mercados de Jóias e Bijuterias, Bebidas Destiladas, Moda Praia, Moda Íntima, Rochas Ornamentais, Biotecnologia, Design, Artesanato, Metal-mecânico. Tais setores foram escolhidos pela SSRI em razão de estudos anteriores sobre seu potencial.

O quarto produto era o *Observatório de tradings*, cujo fim era o mapeamento das *tradings* e a análise do seu desempenho em termos comparativos entre os anos 2013, 2014 e 2015. O quinto produto versava sobre a *participação em eventos* para apresentação dos resultados, com o intuito de conferir visibilidade ao projeto. Embora os alunos tenham participado pouco dos eventos ocorridos na SSRI, as *publicações*, que compunham o sexto produto da pesquisa, renderam bons frutos. Além do Boletim de Comércio Exterior, a produção de artigos técnicos, elaborados a partir dos produtos supracitados, trouxe informações e dados inéditos e de interesse da comunidade de gestores do setor público e privado, de empresários do Rio de Janeiro e, ainda, de interessados em investir no Estado. Por fim, o último produto envolvia a *organização de eventos* de divulgação e discussão dos resultados.

No que tange à participação em eventos, a equipe do projeto participou da XI Semana de Relações Internacionais, em outubro de 2015, e da VI Semana de Prática e Pesquisa em Relações Internacionais, em maio de 2016, ambos aconteceram na própria instituição de ensino. Na primeira ocasião, os discentes puderam aprender com a exposição do Programa ExportaFácil dos Correios. Na última, o coordenador do Projeto apresentou os principais resultados, bem como um aluno bolsista expôs sua hipótese e conclusões descritas em artigo acadêmico sobre os efeitos do choque do petróleo para o Estado do Rio de Janeiro, considerando a grande dependência fluminense deste produto em sua pauta de exportação e a crise econômica que afetou o Estado mais recentemente.

Os discentes também participaram do lançamento do PNCE na Casa do Empresário no Rio de Janeiro, em 2016, com o objetivo de representar o Projeto e principalmente

⁴⁷ O site do RadarComercial, desenvolvido pela Secretaria de Comércio Exterior (Secex) do Brasil, é: <<http://radar-comercial.mdic.gov.br/o-que-e-o-radar>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

⁴⁸ As informações sobre o Programa estão disponíveis em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/pnce/1626-redeagentes>>. Acesso em: 13 fev. 2017.

compreender as implicações dele para o Estado do Rio de Janeiro. Participaram, ademais, do 3º Seminário de Relações Internacionais da ABRI, em setembro de 2016, em Florianópolis, apresentando pôster relacionado à pesquisa. Com relação às publicações, em 2015 e 2016 foram divulgados os resultados da pesquisa na Revista Economia Rio, com artigos ilustrados. Atualmente, os discentes estão elaborando artigos científicos, visando à publicação em revistas acadêmicas e congressos.

Para cumprir o cronograma e desenvolver os produtos a serem entregues, durante os anos de 2015 e 2016 foram realizados encontros periódicos com membros da SSRI, a fim de delimitar os objetivos específicos de cada produto ou mesmo corrigi-los ou ainda adaptá-los às necessidades do órgão público, fosse alinhando-os às necessidades da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico ou das Subsecretarias da Casa Civil, da qual a SSRI faz parte. Também ocorreram reuniões quinzenais entre os docentes e discentes envolvidos no projeto, com a finalidade de organizar e desenvolver os relatórios de pesquisa, assim como readequar o calendário de entrega dos produtos, a divisão de tarefas e o modo de trabalho de acordo com os pedidos da SSRI. Nesse mesmo período, os discentes, sob supervisão dos professores, elaboraram Panoramas Comerciais do Estado do Rio de Janeiro dos anos 2014 e 2015, Boletins de Comércio Exterior com periodicidade mensal acerca do desempenho do comércio exterior do Estado em cada trimestre a partir de 2015, Estudos Setoriais de Potenciais Mercados para as Pequenas e Médias empresas do Rio de Janeiro, contemplando os setores Jóias e Bijuterias, Bebidas Destiladas, Moda Praia, Moda Íntima e Rochas Ornamentais.

Após apresentação do projeto e discussão de seus objetivos, principais produtos e resultados, a seção a seguir discute como o projeto está auxiliando e pode auxiliar os alunos a relacionarem os conceitos aprendidos em sala de aula, com a prática, conectando teoria com a elaboração da pesquisa na área de Inteligência Comercial.

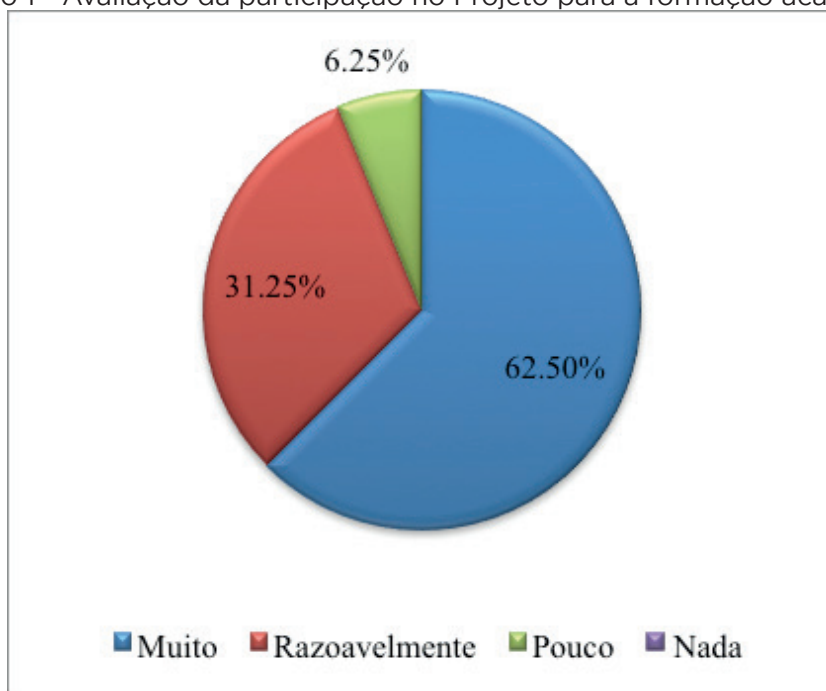
4. AVALIANDO O PROJETO DE PESQUISA A PARTIR DA PERSPECTIVA DOS ESTUDANTES-PESQUISADORES

Como os alunos que participam ou já participaram do Projeto de Pesquisa o avaliam? Um questionário a respeito de alguns temas relacionados à pesquisa foi enviado para todos os 18 alunos que participaram do Projeto entre 2015 e 2016 ou que dele participam atualmente. Abaixo, foram agrupadas as respostas dos 16 alunos que responderam ao questionário. As questões foram relacionadas: a) à experiência prática e à formação acadêmica; b) ao aprendizado e à aplicação de Comércio Internacional; c) às perspectivas dos alunos. Para todas, as alternativas para resposta eram: *Muito*; *Razoavelmente*; *Pouco*; *Nada*. As respostas categorizadas como *Muito* significam alto grau de satisfação dos alunos; as respostas na categoria *Razoavelmente* significaram um resultado satisfatório, de impacto mediano. Em contraposição, as respostas na categoria *Pouco* demonstraram baixo grau de satisfação e na categoria *Nada* não houve impacto positivo para o estudante ou o resultado da pesquisa não foi satisfatório segundo suas percepções.

4.1. EXPERIÊNCIA PRÁTICA E FORMAÇÃO ACADÊMICA

Sobre este tema, foram feitas quatro indagações. A primeira pergunta era: (i) como você avaliaria a sua participação no Projeto de Pesquisa para sua formação acadêmica geral em Relações Internacionais: ela foi/é proveitosa? Como pode ser observado no gráfico 1, cerca de 60% dos alunos avaliaram como *Muito* proveitosa, cerca de 30% como *Razoavelmente*, aproximadamente 6% como *Pouco* e nenhum estudante avaliou como *Nada* proveitosa.

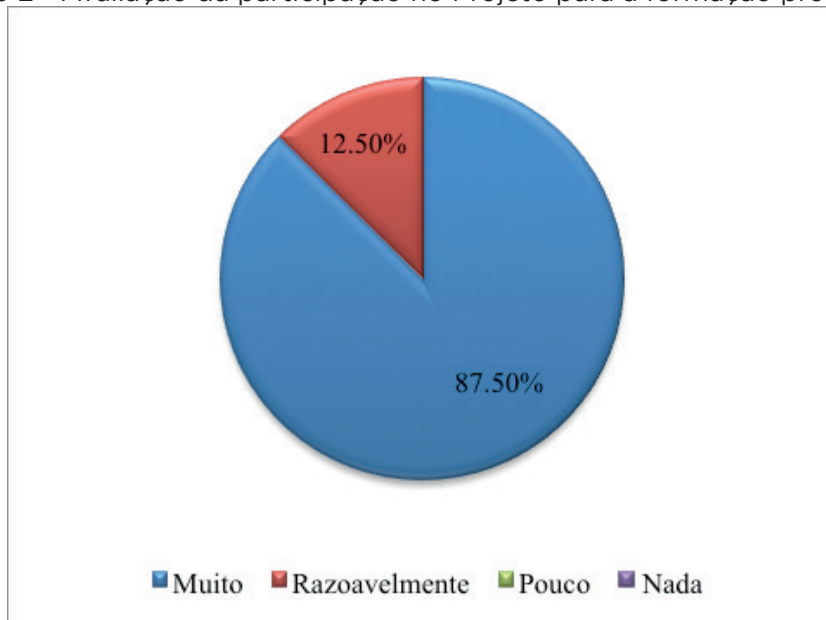
Gráfico 1 - Avaliação da participação no Projeto para a formação acadêmica



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

A segunda questão apresentada foi: (ii) como você avaliaria a sua participação no Projeto de Pesquisa para sua formação profissional: ela foi/é importante para ampliar seus conhecimentos e melhorar seu currículo? Conforme gráfico 2, aproximadamente 90% dos discentes responderam *Muito* e pouco mais de 10% *Razoavelmente*.

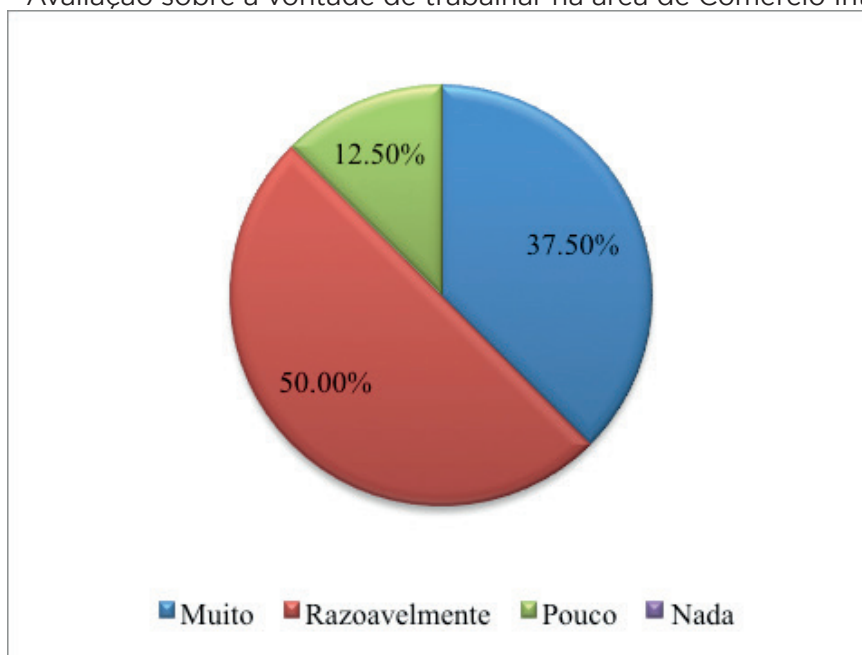
Gráfico 2 - Avaliação da participação no Projeto para a formação profissional



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

A terceira questão proposta foi: (iii) a sua experiência no Projeto de Pesquisa lhe instigou/instiga a querer trabalhar na área de Comércio Internacional/Comércio Exterior de uma forma geral e na área de inteligência comercial em particular? Cerca de 40% dos entrevistados responderam *Muito*, 50% *Razoavelmente* e próximo de 10% *Pouco*, como demonstrado no gráfico 3.

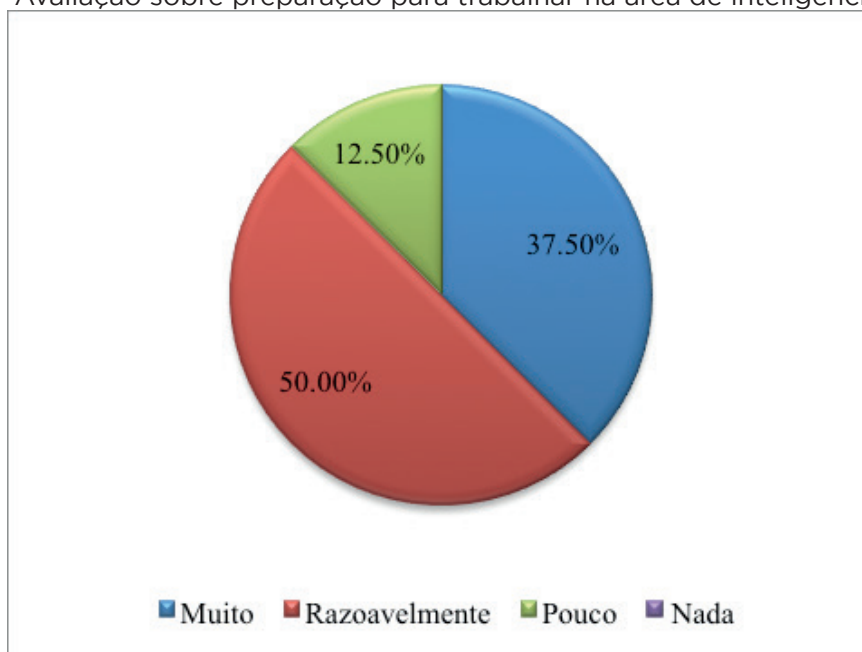
Gráfico 3 - Avaliação sobre a vontade de trabalhar na área de Comércio Internacional



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

A pergunta seguinte apresentada sobre o tema foi: (iv) após/ao participar do Projeto de Pesquisa você se sente mais preparado para trabalhar na área de inteligência comercial? Próximo de 40% dos alunos respondeu *Muito*, 50% *Razoavelmente* e pouco mais de 10% *Pouco*.

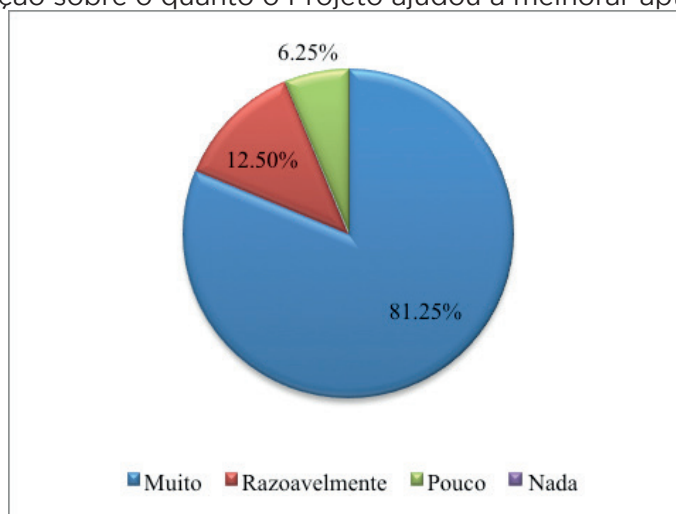
Gráfico 4 - Avaliação sobre preparação para trabalhar na área de inteligência comercial



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

A última pergunta sobre a temática foi: (v) o Projeto de Pesquisa lhe ajudou a melhorar suas aptidões para trabalhar em equipe, cumprir compromissos com prazos e enfrentar desafios quando os resultados não foram/são esperados? Como verificado no gráfico 5, mais de 80% dos estudantes respondeu muito, 12,5% *Razoavelmente* e 6,25% *Pouco*.

Gráfico 5 - Avaliação sobre o quanto o Projeto ajudou a melhorar aptidões profissionais



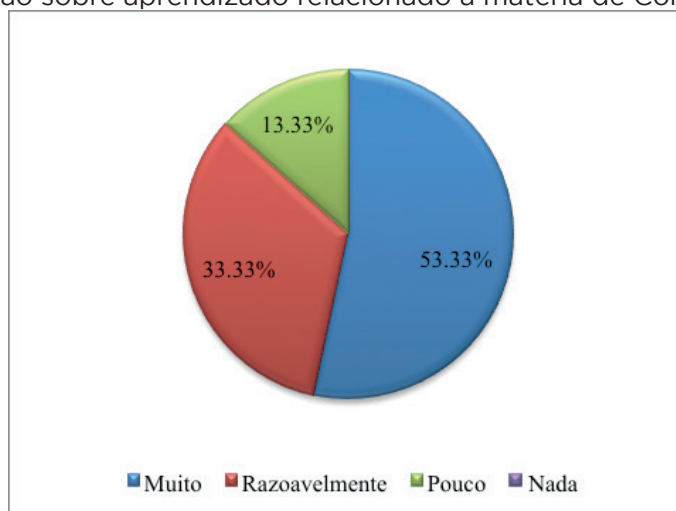
Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

Como visto, no que tange à experiência prática e formação acadêmica, os resultados do questionário apontam para uma avaliação positiva do Projeto. Todas as perguntas relacionadas à relevância da experiência para formação acadêmica e profissional e para vontade de trabalhar na área de Comércio Internacional ou sentir-se mais preparado para desenvolver atividades nesse campo obtiveram resultados satisfatórios, como apresentam as categorias predominantes de resposta (*Muito* e *Razoavelmente*) dos estudantes. Nesse sentido, entende-se que aproximar os discentes de atividades práticas pode auxiliar na descoberta de novas aptidões e campos de atuação, estimulando o aperfeiçoamento acadêmico e profissional.

4.2. APRENDIZADO E APLICAÇÃO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL

Sobre o aprendizado e a aplicação dos conhecimentos em Comércio Internacional, os alunos foram questionados se: (vi) o projeto de pesquisa o auxiliou/auxilia no aprendizado prático sobre a matéria de Comércio Internacional dada em sala de aula? O gráfico 5 aponta que pouco mais de 50% dos estudantes responderam *Muito*, cerca de 30% *Razoavelmente* e aproximadamente 10% *Pouco*.

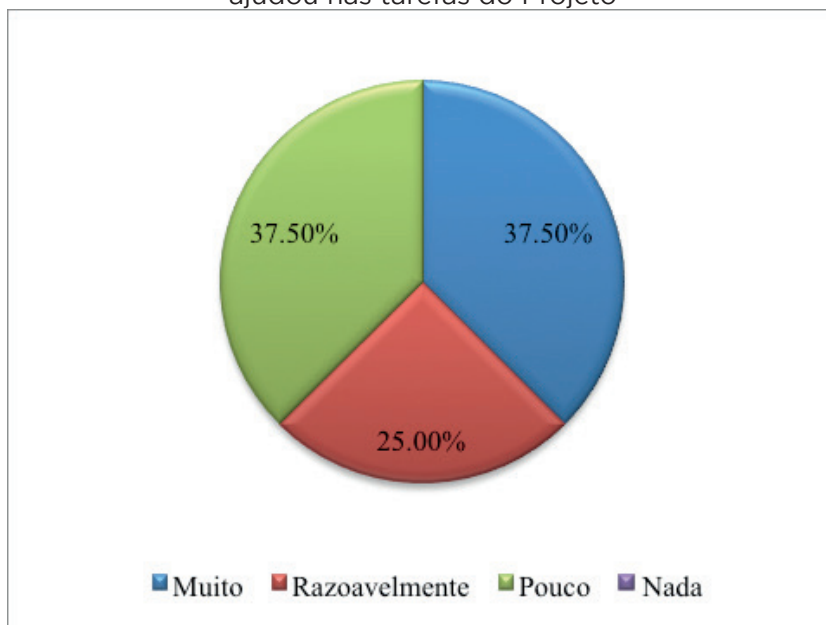
Gráfico 6 - Avaliação sobre aprendizado relacionado à matéria de Comércio Internacional



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

A segunda questão sobre o tema foi: (vii) a matéria de Comércio Internacional dada em sala aula lhe ajudou/ajuda na elaboração das tarefas técnicas do Projeto de Pesquisa? Conforme observado no gráfico 6, aproximadamente 40% responderam *Muito*, 25% *Razoavelmente* e cerca de 40% *Pouco*.

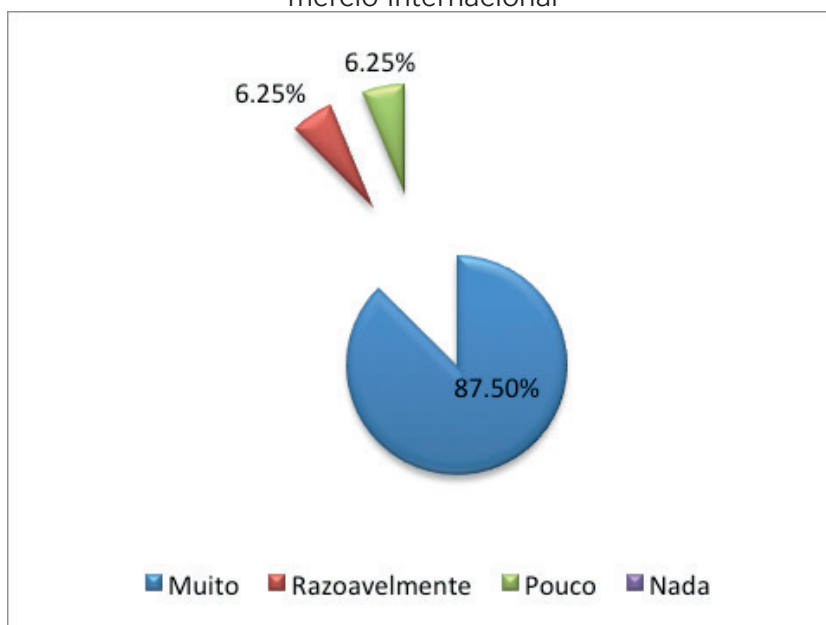
Gráfico 7 - Avaliação sobre o quanto a matéria de Comércio Internacional ajudou nas tarefas do Projeto



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

A última pergunta sobre a temática foi: (viii) a sua participação no Projeto de Pesquisa lhe ajudou/ajuda a compreender melhor e a ter uma visão mais crítica dos acontecimentos relacionados ao comércio internacional e a política comercial de um Estado ou país? Do total, 87,5% dos estudantes responderam *Muito*, enquanto 6,25% responderam *Razoavelmente* e *Pouco*, como verificado no gráfico a seguir.

Gráfico 8 - Avaliação sobre o quanto a participação no Projeto ajudou a compreender melhor o Comércio Internacional



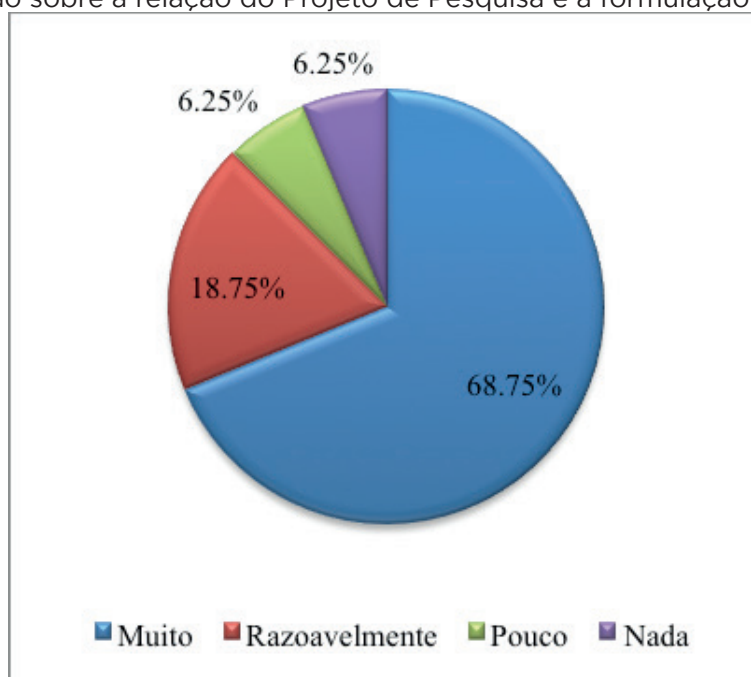
Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

Infere-se, a partir das respostas acima, que embora a experiência do Projeto de Pesquisa tenha sido percebida de forma otimista pelos alunos em termos gerais no quesito Aprendizado e Aplicação dos conhecimentos de Comércio Internacional, dado que *Muito* e *Razoavelmente* obtiveram os maiores percentuais relativos nas respostas das três questões acima descritas – 58,66% na pergunta (vi); 62,5% na (vii) e 93,75% na (viii) –, percebe-se que parte do alunado participante entende que o projeto de pesquisa pouco os auxiliou no aprendizado prático sobre a matéria de Comércio Internacional dada em sala de aula (13,33%) e que os ensinamentos passados não foram tão proveitosos para a sua aplicação nas tarefas técnicas do Projeto de Pesquisa (37,5% respondeu *Pouco*). Essa compreensão reforça os desafios do docente ao relacionar o conteúdo programático da disciplina à sua aplicação, mesmo que inteligência comercial seja um tipo particular de trabalho possível no universo de um profissional formado em Relações Internacionais. Ele deve levar em consideração com maior cuidado o potencial prático do conteúdo e continuar encontrando caminhos para suprir suas dificuldades neste sentido. Por outro lado, sem dúvida, a confiança dos alunos de que a sua participação no Projeto de Pesquisa ajudou/ajuda a compreender melhor e a ter uma visão mais crítica dos acontecimentos relacionados ao comércio internacional e à política comercial de um Estado ou país é um dado positivo que assevera que a persistência do professor em encontrar soluções didáticas valem a pena e que o conteúdo teórico é necessário para instigar uma visão crítica e abrangente dos estudantes.

4.3. PERSPECTIVA DOS ALUNOS

No que se refere às questões relacionadas às perspectivas dos alunos, eles foram indagados sobre duas questões. A primeira foi: (ix) o resultado do seu trabalho de pesquisa pode auxiliar a formulação de políticas públicas voltadas ao Comércio Exterior do Estado do Rio de Janeiro? Conforme gráfico 8, aproximadamente 70% dos estudantes responderam *Muito*, cerca de 20% *Razoavelmente*, cerca de 10% *Pouco* e próximo a 10% *Nada*.

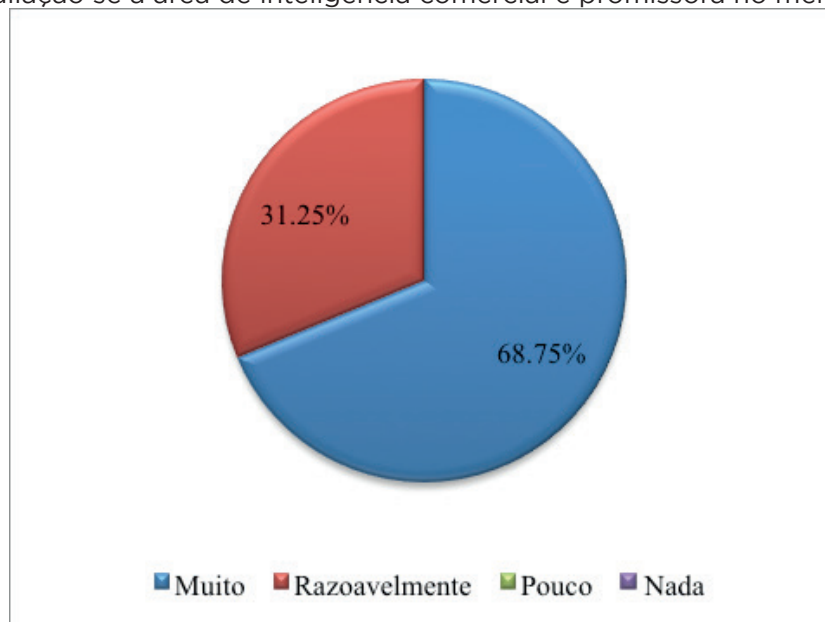
Gráfico 9 - Avaliação sobre a relação do Projeto de Pesquisa e a formulação de políticas públicas



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

A outra pergunta sobre o tema foi: (x) você considera inteligência comercial uma área promissora no mercado de trabalho nos próximos anos? Cerca de 70% dos alunos responderam *Muito* e pouco mais de 30% *Razoavelmente*, como verificado no gráfico 9.

Gráfico 10 - Avaliação se a área de inteligência comercial é promissora no mercado de trabalho



Fonte: GONÇALVES, CARVALHO e ARAUJO, 2017.

Neste último grupo temático, também é nítido que a experiência foi assertiva no sentido de que a maioria do alunado que participou dela constatou que o resultado do seu trabalho rendeu frutos reais e que pode influenciar as decisões de gestores públicos. Mesmo assim, destaca-se que essa avaliação positiva não tenha expressividade tão notória na avaliação da pergunta (ix), uma vez que alguns deles não percebem de forma contundente que o seu trabalho de análise auxiliará decisões que resultarão em ações práticas do poder público (categorias *Pouco* e *Nada* somam 20%). O mesmo se pode dizer sobre as opiniões sobre a área inteligência comercial como atividade promissora para o trabalho de um profissional formado em Relações Internacionais. Embora a maioria a veja com bons olhos, um percentual significativo (31,25%) parece não ter se convencido totalmente disso, como se observa no Gráfico 10.

CONCLUSÃO

Ensinar para que os alunos alcancem formação sólida, ampla e crítica não é uma tarefa simples para educadores em qualquer nível. Ainda mais quando se trata de um curso de graduação relativamente recente no Brasil frente a uma gama enorme de novos cursos e de outros de forte tradição no país. Por isso, a todo o momento, o estudante e o bacharel em Relações Internacionais precisam buscar oportunidades que confirmem seu diferencial e seu nicho em um mundo que está em constante transformação e cujo mercado de trabalho se mostra cada vez mais exigente. Ao mesmo tempo, esse mesmo mercado demanda tarefas que não são estáticas ou triviais e tampouco pré-determinadas e rotineiras, como antigamente, mas estão em constante metamorfose e exigem ações rápidas, dinâmicas e eficientes de seus profissionais.

Neste âmbito, tanto ensinar quanto aprender são desafios cada vez maiores e que devem ser pensados e reformulados para evitar momentos monótonos em sala de aula

e para superar a falta de interesse dos alunos por certos temas ou disciplinas. Assim, entende-se que é possível superar métodos ultrapassados e que estão muito longe da realidade dos alunos. Especialmente em razão do enorme fluxo de informações e das mudanças sociais e comportamentais, mais do que nunca, é preciso refletir e trocar experiências exitosas que podem ser difundidas e até mesmo aperfeiçoadas por outras instituições de ensino e em outros campos de estudo.

Pensando neste contexto, o Projeto de Pesquisa conjunta com a SSRI foi apresentado e foram discutidos sua operacionalização e resultados. Ademais, destacaram-se os principais desafios e oportunidades no ensino e na aprendizagem no Curso de Relações Internacionais, de forma geral, e na disciplina Comércio Internacional, em particular, a partir de uma experiência exitosa na visão de alunos e professores participantes. Apesar das repercussões positivas, este é um estudo de caso que demonstra que, acima de tudo, deve ser constante a procura pela renovação do ensino, tanto em resposta aos estudantes na rotina das aulas, quanto ao rigoroso e competitivo mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALICEWEB. Disponível em: <http://aliceweb.mdic.gov.br/>. Acesso em 14/02/2017.

ALMEIDA, Paulo Roberto. As relações internacionais como oportunidade profissional: Respostas a algumas das questões mais colocadas pelos jovens que se voltam para as carreiras de relações internacionais. *Meridiano 47*, v. 67, 2006, p. 5-10.

EXPORTAFÁCIL. Disponível em: <<http://www2.correios.com.br/exportafacil/interna.html>>. Acesso em 13/02/2017.

HERZ, Mônica. O Crescimento da Área de Relações Internacionais no Brasil. *Contexto Internacional*, v. 24, n.1, 2002, p.7-40.

LESSA, Antônio Carlos. Instituições, atores e dinâmicas do ensino e da pesquisa em Relações Internacionais no Brasil: o diálogo entre a história, a ciência política e os novos paradigmas de interpretação (dos anos 90 aos nossos dias). *Revista Brasileira de Política Internacional*, v.48, n.2, 2005, p.169-184.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/galeria-de-videos?videoid=bLk9opqu4gw>>. Acesso em 13/02/2017.

MIYAMOTO, Shiguenoli. O Ensino das Relações Internacionais no Brasil: problemas e perspectivas. *Revista de Sociologia e Política*, v.20, 2003, p. 103-114.

PROGRAMA REDEAGENTES. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/pnce/1626-redeagentes>>. Acesso em 13/02/2017.

RADARCOMERCIAL. Disponível em: <<http://radarcomercial.mdic.gov.br/o-que-e-o-radar>>. Acesso em 10/02/2017.

RIBEIRO, Pedro Feliú; KATO, Mariana; RAINER, Gary. Mercado de Trabalho e Relações Internacionais no Brasil: um estudo exploratório. *Boletim Meridiano 47*, v. 14, n. 135, 2013 p. 10-18.

SUBSECRETARIA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <<http://www.rj.gov.br/web/internacional/exibeconteudo?article-id=2480949>>. Acesso em 13/02/2017.

VIGEVANI, Tullo; THOMÁZ, Laís Forti; LEITE Lucas Batista. As Relações Internacionais no Brasil: notas sobre o início de sua institucionalização. *Inter-Relações*, ano 14, n.40, 2014, p. 5-11.

Capítulo 2

**Resultados da Unidade
de Inteligência Comercial
na Perspectiva da
Subsecretaria de
Relações Internacionais**

Maira Segura
Patrícia Oliveira



INTRODUÇÃO

Grande parte do trabalho desenvolvido pela Assessoria de Comércio e Investimentos da Subsecretaria de Relações Internacionais (SSRI) requer o levantamento de informações provenientes de fontes confiáveis. Essa Assessoria possui duas frentes de competência: a primeira diz respeito à promoção dos produtos e serviços fluminenses e estreitamento comercial bilateral entre o Estado do Rio de Janeiro e demais estados, países, regiões e blocos econômicos; a segunda trata da atração de Investimentos Estrangeiros Diretos (IED) para o Estado. Tais competências foram definidas no Artigo 61 da Resolução Interna da Casa Civil nº 303 de 06/05/2013 que redefiniu as áreas de atuação da Subsecretaria de Relações Internacionais. De acordo com essa resolução, é de competência da Assessoria de Comércio e Investimentos:

I - atuar na promoção de investimentos em parceria com as Secretarias de Estado, governo federal, seções econômicas e comerciais de embaixadas e consulados estrangeiros e entidades do setor privado envolvidas no trabalho de atração de investimentos estrangeiros diretos para o Estado do Rio de Janeiro.

II - promover o comércio exterior, visando à ampliação das exportações e das importações fluminenses da realização de missões econômicas e comerciais, organização de rodadas de negócios, participação em feiras internacionais, em parceria com o governo federal e com o setor privado, entre outras iniciativas.

O presente trabalho será focado na área de comércio internacional da Assessoria, relacionado à apresentação dos pontos fortes do Estado, seus setores estratégicos e ao incessante trabalho de levantamento de informações perante outras Secretarias e entidades setoriais. Desta forma, se faz necessário que os dados já disponíveis em plataformas online – como o AliceWeb⁴⁹ do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) e o FuncexData⁵⁰ da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex) – sejam coletados e interpretados, gerando análises e diagnósticos capazes de guiar a criação de diretrizes de atuação.

Pode-se afirmar que a atuação da Assessoria é baseada em 3 Bs: *Image Building*, *Business Intelligence* e *Business Promotion*. O primeiro B se refere ao trabalho de construção da imagem internacional do Estado, demonstrando o estado como local atrativo e competitivo para receber investimentos. Além disso, é feito um trabalho de inteligência (*Business Intelligence* – BI) para se encontrar oportunidades de negócios no exterior e principais parceiros setoriais internacionais. Por fim, é realizado um trabalho de promoção do Estado (*Business Promotion* – BP) para apresentar suas oportunidades por meio da participação em feiras internacionais e realização de missões *outreach* e *roadshows*. Todas as iniciativas têm como objetivo o desenvolvimento econômico local, geração de emprego e aumento de renda.

Foi a necessidade de incrementar os resultados atribuídos ao *Business Intelligence* que estimulou a criação da Unidade de Inteligência Comercial, dado que, com dois colaboradores dedicados exclusivamente às atividades da Assessoria de Comércio e Investimentos, esbarrava-se na precariedade de tempo para a realização das pesquisas que se faziam necessárias. Sendo assim, surgiu a proposta de um parceiro externo para ajudar a suprir essa demanda. Nesse sentido, buscar uma universidade para a

⁴⁹ Este ano o MDIC substituiu o AliceWeb pela nova plataforma Comex Stat.

⁵⁰ <http://aliceweb.mdic.gov.br/> e <http://www.funcexdata.com.br/>

criação da Unidade cumpriria um objetivo triplo: sanar as demandas por informações da Assessoria, contribuir para a formação acadêmica dos alunos e estreitar os laços governo-academia na área internacional.

A atividade internacional de governos subnacionais ainda é pouco debatida no ambiente da academia apesar de ser um fenômeno global e em ampla expansão no Brasil. Além disso, essa aproximação foi importante para mostrar aos alunos da graduação de Relações Internacionais mais um possível caminho de atuação profissional em uma área ainda subvalorizada no país. O Centro Universitário La Salle (Unilasalle-RJ) acreditou na ideia e embarcou no projeto, gerando uma parceria extremamente frutífera.

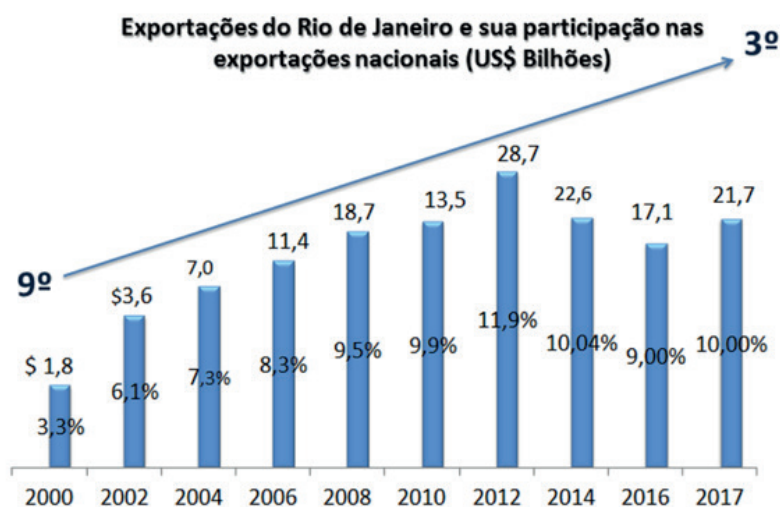
Buscando fazer um registro dessa parceria e mostrar seus resultados pela ótica da SSRI, esse artigo será dividido em 3 partes. A primeira discutirá o cenário do comércio exterior do Estado e a atuação da Assessoria de Comércio e Investimentos no tema. A segunda seção abarcará o processo de criação da Unidade de Inteligência Comercial e, por fim, serão debatidos seus resultados.

1. COMÉRCIO EXTERIOR FLUMINENSE E A ATUAÇÃO DA SSRI

A Assessoria de Comércio e Investimentos atua buscando promover o comércio exterior fluminense, desempenhando o papel de incentivadora e apoiadora dos micros, pequenos e médios empresários (MPMEs) no que tange à exportação de seus produtos e serviços.

Vale a pena destacar a evolução do papel do estado como exportador nos últimos anos. Em 2000, o Rio de Janeiro exportou o valor de US\$ 1,8 bilhão (3,3% do total nacional), ocupando a 9ª posição entre os estados brasileiros. Em 2012, passou a ocupar a 3ª posição com um valor exportado de US\$ 28,7 bilhões (12% do total nacional)⁵¹. Apesar da queda no valor das exportações em 2016, devido à queda do preço do petróleo (que afetou também as exportações nacionais), o estado se manteve como o 3º maior exportador brasileiro. Em 2017 já foi possível notar sinais de recuperação com as exportações fechando em US\$ 21,7 bilhões.


Gráfico 1 - Exportações do Rio de Janeiro e sua participação nas exportações nacionais (US\$ Bilhões)



Fonte: AliceWeb⁵²- SECEX/MDIC, 2018.

⁵¹ AliceWeb- SECEX/MDIC/ Análise SSRI

⁵² O sistema AliceWeb foi desativado e substituído por uma nova plataforma reformulada para simplificar consultas e extrações de dados estatísticos do comércio exterior brasileiro: Comex Stat.



Além da Unidade de Inteligência Comercial, uma das iniciativas apoiadas pela Assessoria em prol da diversificação tanto do porte das empresas, quanto da pauta exportadora do estado, é o Plano Nacional de Cultura Exportadora (PNCE). Lançado em 2012 pelo Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), o Plano tem o objetivo de “aumentar o número de empresas que operam no comércio exterior, além de promover o crescimento das exportações de produtos e serviços, com ênfase em bens manufaturados, com maior valor agregado”.

Para tanto, o PNCE oferece, através das instituições parceiras, ações capazes de mobilizar e capacitar gestores públicos, empresários de pequeno e médio porte, além de profissionais de comércio exterior. Em 2015, o Plano passou por uma reestruturação que, entre outras medidas, classificou essas ações em cinco etapas que passaram a integrar a trilha de internacionalização: sensibilização, inteligência comercial, adequação de produtos e processos, promoção comercial e comercialização.

Com a reestruturação foram criados Comitês Gestores Estaduais do PNCE e a SSRI, através da Assessoria de Comércio e Investimentos, vem ocupando a posição de Coordenadora do Comitê no estado do Rio de Janeiro desde 2016, posto para o qual foi eleita pelas instituições que o compõe.

Atualmente, participam das reuniões periódicas do Comitê Gestor do PNCE RJ 18 instituições que lidam com comércio exterior, tanto no âmbito estadual, quanto no federal (com sede no Rio), quais sejam: Secretaria da Casa Civil e Desenvolvimento Econômico (através da SSRI e da Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico), ACRJ (Associação Comercial do Rio de Janeiro), AEB (Associação de Comércio Exterior do Brasil), ABGF (Agência Brasileira Gestora de Fundos Garantidores e Garantias), AgeRio (Agência Estadual de Fomento), Banco do Brasil, BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), CAIXA, CIBCI (Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria do Rio de Janeiro), Correios, FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), FUNCEX (Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior), FCCE (Federação das Câmaras de Comércio Exterior), INMETRO, MDIC (Ministério de Indústria, Comércio Exterior e Serviços), PEIEX (Apex-Brasil/PUC-Rio), SEBRAE RJ e SENAC RJ.

Entre 2013 e 2016, essas instituições realizaram em conjunto no estado do Rio de Janeiro 169 ações em 34 cidades, 12.547 atendimentos e 28 reuniões do Comitê. Além disso, o Rio de Janeiro foi o primeiro estado a criar um site exclusivo para o PNCE com o objetivo de disponibilizar no mesmo ambiente todos os cursos e eventos voltados ao comércio exterior oferecidos pelas instituições parceiras. O site contava ainda com áreas de biblioteca virtual, links interessantes e um ambiente de fale conosco para contato direto com o empresário e direcionamento para instituição competente do tema demandado.

Durante as reuniões de alinhamento do Comitê são discutidos temas como: estratégias para a sensibilização das MPMEs para exportação, estratégias de promoção das exportações fluminenses, ações conjuntas entre as instituições, participação e apoio a eventos, entre outros.

Outra importante iniciativa voltada ao comércio exterior é o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), para o qual a Assessoria oferece suporte. O PEIEX é um programa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) que tem como principal objetivo “estimular a competitividade e promover a cultura exportadora nas empresas, qualificando e ampliando os mercados para as indústrias iniciantes em Comércio Exterior”. Os técnicos ficam alocados em Núcleos Operacionais (NO) espalhados pelo Brasil e atendem às MPMEs oferecendo um diag-

nóstico gratuito com o objetivo de apresentar soluções a fim de impactar seu desempenho competitivo para a exportação.

A Assessoria de Comércio e Investimentos é o ponto focal no estado com a Apex-Brasil para a instalação desses Núcleos Operacionais. Nesse sentido, a Assessoria identifica, em parceria com a Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico, as principais regiões e setores que possuem demanda e estão aptas a receberem o Núcleo. Ao mesmo tempo, entra em contato com as instituições acadêmicas que possuem os requisitos para receber o NO e faz a intermediação da instituição e a Apex-Brasil para a assinatura do convênio.

O estado do Rio atualmente conta com um Núcleo do PEIEX em parceria com PUC-Rio, responsável por atender prioritariamente a Região Metropolitana. Essa unidade atendeu 260 empresas com diagnósticos e consultorias gratuitas voltadas à exportação. Além de oferecer suporte de acordo com as demandas do Núcleo, a Assessoria também é membro de seu Conselho Consultivo e realiza palestras para os empresários que o compõe.

A Assessoria também atua em ações pontuais com foco na promoção das exportações de produtos e serviços fluminenses, através do contato com SECOMs (Setores de Promoção Comercial/MRE) para atender demandas específicas durante atendimento às empresas. Além de atuar na sensibilização para o comércio exterior dentro do estado. Um exemplo foi a realização da capacitação em comércio exterior para representantes municipais, que contou com a participação de um palestrante do MDIC. O evento ocorreu em 2017, no âmbito das comemorações dos 10 anos da SSRI.

Além das iniciativas já em andamento, a Assessoria de Comércio e Investimentos está trabalhando para lançar alguns projetos que visam incentivar as exportações das MPMEs, como a criação de uma marca internacional do Rio de Janeiro, que está em fase de aprovação interna e a Assessoria pretende lançá-la em um futuro próximo.

Em resumo, a Assessoria de Comércio e Investimentos trabalha no sentido de incentivar as exportações de micro, pequenas e médias empresas fluminenses, buscar mercados compradores para seus produtos e serviços, estimular a diversificação da pauta exportadora do estado, gerar emprego e renda, fomentar o desenvolvimento econômico local e mostrar ao mundo o estado do Rio de Janeiro como local de produtos e serviços de qualidade.


2. A UNIDADE DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Nesta seção, retomaremos o trabalho de *Business Intelligence* (BI) de competência dessa Assessoria e trataremos da criação da Unidade de Inteligência Comercial e a cooperação com o Centro Universitário La Salle (Unilasalle-RJ).

Vale ressaltar que a atuação da Assessoria de Comércio e Investimentos, assim como da Unidade de Inteligência Comercial, se inicia na fronteira do Estado para o internacional. Já os estudos de inteligência voltados para o desenvolvimento de setores produtivos e regiões fluminenses para dentro das fronteiras nacionais é de competência da Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico.

Sendo assim, a identificação de setores estratégicos e regiões a serem priorizadas é passada à Assessoria pelos representantes de dada Subsecretaria, cabendo à Assessoria dar continuidade ao trabalho, identificando no âmbito internacional as condições para intensificação das relações comerciais entre o estado e entes internacionais. Um exemplo é a identificação de compradores internacionais.

Conforme mencionado, a demanda para criação de produtos de inteligência sempre se fez presente na Assessoria e a aspiração em desenvolver produtos mais elaborados tornou-se viável por meio do Edital Prioridade Rio da Fundação de Amparo à Pesqui-



sa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ). O Edital Prioridade Rio tem por objetivo o apoio ao estudo de temas prioritários para o Governo do Estado do Rio de Janeiro, entre eles: Planejamento, Gestão, Tributação e Informação; Desenvolvimento Regional, Agricultura, Abastecimento e Pesca; Desenvolvimento Urbano e Defesa Civil; Administração Penitenciária e Segurança Pública; Saúde; Educação; e, Cultura.

Por meio dele, as Secretarias de Estado enviam suas propostas de projetos a serem desenvolvidas, aquelas aprovadas são publicadas pela FAPERJ em seu Portal com o fim de encontrar uma instituição de ensino com interesse em desenvolvê-la. Tal edital oferece auxílio entre 100 mil e 200 mil reais para Despesas de Capital e Despesas de Custeio das atividades a serem realizadas, além de bolsas de Iniciação Científica (IC) para os estudantes que trabalharem na confecção dos produtos. A FAPERJ determina que o projeto seja coordenado por um professor contratado da instituição de ensino postulante que tenha concluído o Doutorado.

A instituição selecionada para ser a parceira neste projeto foi o Unilasalle-RJ, localizada no município de Niterói, podendo assim abrir a Unidade e oferecer aos alunos de seu curso de Graduação em Relações Internacionais a oportunidade de aprofundamento no tema e, por outro lado, à Assessoria de Comércio e Investimentos a oportunidade de passar seus conhecimentos à academia, auxiliando na formação de profissionais de Relações Internacionais no estado, além de divulgar o tema de paradiplomacia econômica junto à academia.

As negociações com o Unilasalle-RJ para a criação da Unidade de Inteligência Comercial tiveram início em 2013. Foi assinado um Acordo de Cooperação entre a Subsecretaria de Relações Internacionais (SSRI) e a instituição de ensino, contendo o Plano de Trabalho e seu cronograma. Os alunos selecionados deveriam cumprir alguns pré-requisitos, entre eles: cursar a graduação em Relações Internacionais entre o 3º e 6º período, possuir um Coeficiente de Rendimento (C.R.) acima de 7,0; não possuir vínculo empregatício.

A universidade selecionou um grupo de 6 alunos que produziram, a pedido da SSRI, perfis socioeconômicos dos 15 principais *players* globais em uma espécie de “projeto piloto” do que viria a se tornar a Unidade.

O Plano de Trabalho era composto por treinamentos, panoramas comerciais anuais, boletins comerciais trimestrais e estudos setoriais, todos com ênfase em exportação a serem desenvolvidos ao longo de 4 anos, tempo de duração do Edital Prioridade Rio da FAPERJ e, conseqüentemente, do Acordo de Cooperação assinado entre o Governo do Estado e a instituição de ensino.

Os produtos que deveriam ser elaborados totalizavam 26, entre eles, 16 boletins, 3 panoramas e 7 estudos setoriais (cachaça, artesanato, joias e bijuterias, rochas ornamentais, moda íntima, moda praia e biotecnologia). Além da Unidade ter realizado todos os estudos propostos, 2 novos produtos foram elaborados: o artigo “A Unidade de Inteligência Comercial do Curso de Relações Internacionais do Unilasalle-RJ: Uma Ferramenta de Análise para Potencializar as Exportações Fluminenses” no 3º Seminário de Relações Internacionais da Associação Brasileira de Relações Internacionais (ABRI) elaborado e apresentado pelos 2 professores responsáveis pela Unidade na instituição; e, este e-book com a coletânea dos produtos e apresentação dos resultados da Unidade para ambas as instituições que a compõe.

Para a criação dos produtos, foi necessária a contratação da ferramenta FuncexData da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX). Tal ferramenta funciona como um banco de dados com embasamento estatístico e forneceu informações necessárias para a elaboração dos estudos que a Unidade se propôs.

No mais, foram realizados 7 treinamentos da equipe da Assessoria para apresentar os produtos e principais ferramentas que seriam trabalhadas, além do treinamento

realizado pelo representante da FUNCEX para ensinar a manusear o FuncexData para os alunos que ingressavam na Unidade.

A seguir, serão relatados os resultados de todos os esforços empregados na Unidade e como os produtos auxiliam ao trabalho da Assessoria.

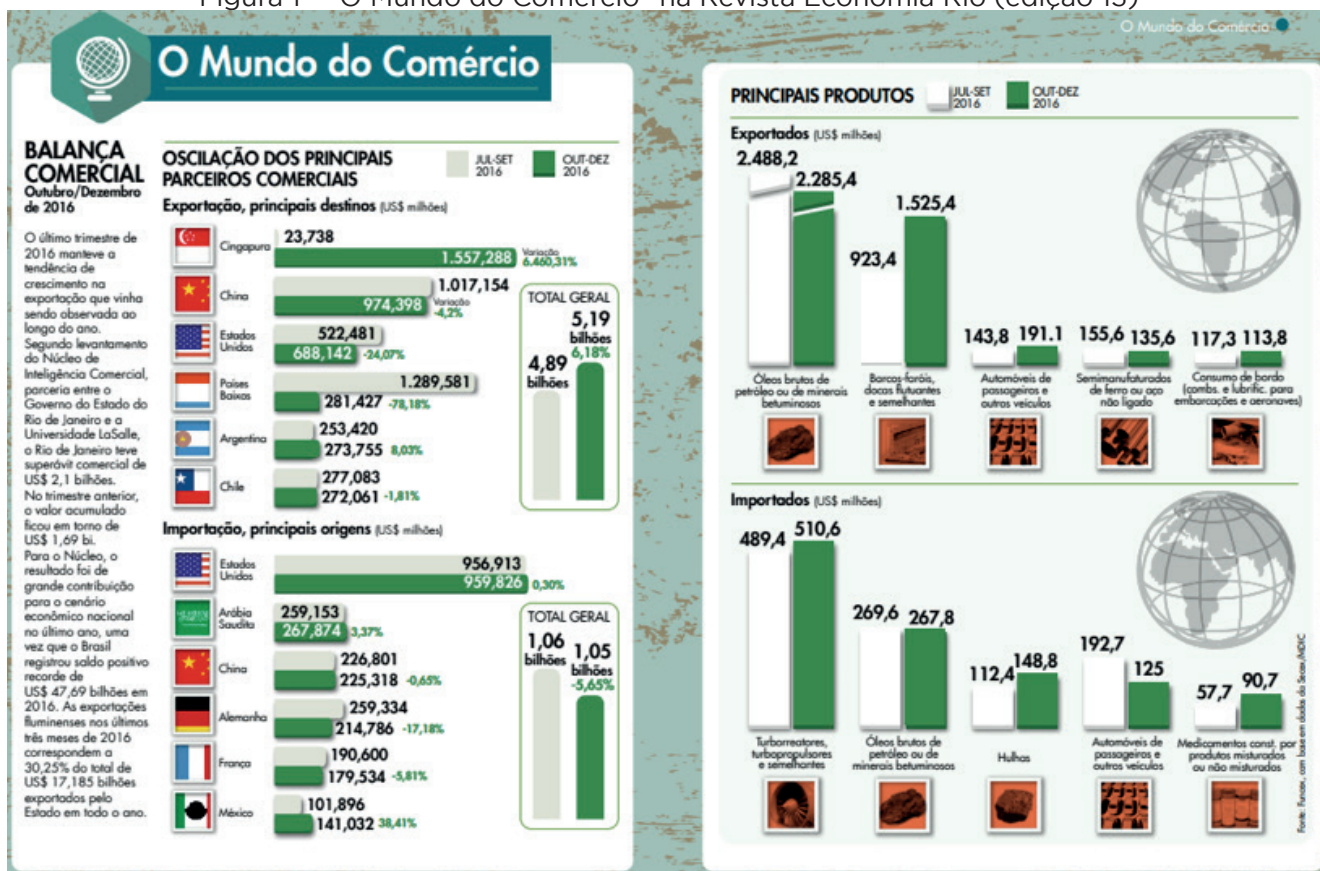
3. RESULTADOS DA PARCERIA

Alguns resultados provenientes dos estudos concluídos pela Unidade podem ser observados na prática. Os estudos setoriais foram distribuídos para demais órgãos da administração pública estadual, considerando a pertinência do tema para cada setor, além de parceiros institucionais da Assessoria para conhecimento dos produtos e possíveis considerações.

Os produtos também servem de subsídios para elaboração de apresentações e outros materiais elaborados pela Assessoria para reuniões, recepção de delegações, possíveis investidores internacionais, entre outros.

No que tange aos boletins comerciais trimestrais e aos panoramas comerciais anuais, foi estabelecida uma parceria para publicação na revista Economia Rio, que auxiliou na divulgação da Unidade, além de incrementar a revista com a coluna “Mundo do Comércio”, que apresenta os dados do comércio exterior fluminense. A revista é distribuída às associações de classe e possui abrangência internacional, já que é bilíngue.

Figura 1 - “O Mundo do Comércio” na Revista Economia Rio (edição 13)

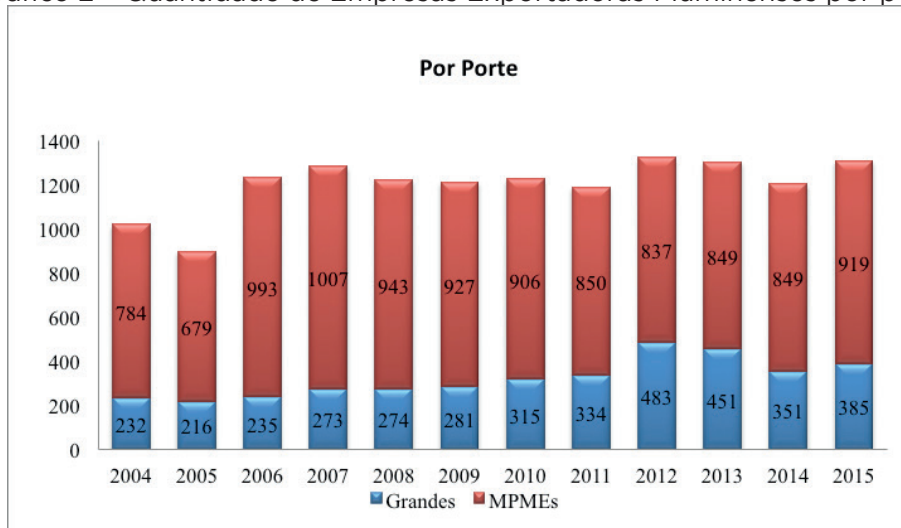


Fonte: Revista Economia Rio (2017, p. 36-37).

Diante dos estudos setoriais, é necessário uma explicação mais abrangente para que seja explicada a relação entre tais produtos e a estruturação de uma política pública estadual para exportação.

Considerando o porte das empresas exportadoras, observa-se que as micro, pequenas e médias empresas (MPME) compreendem a maior parte da pauta exportadora fluminense em relação às grandes empresas, conforme apresentado no gráfico abaixo.

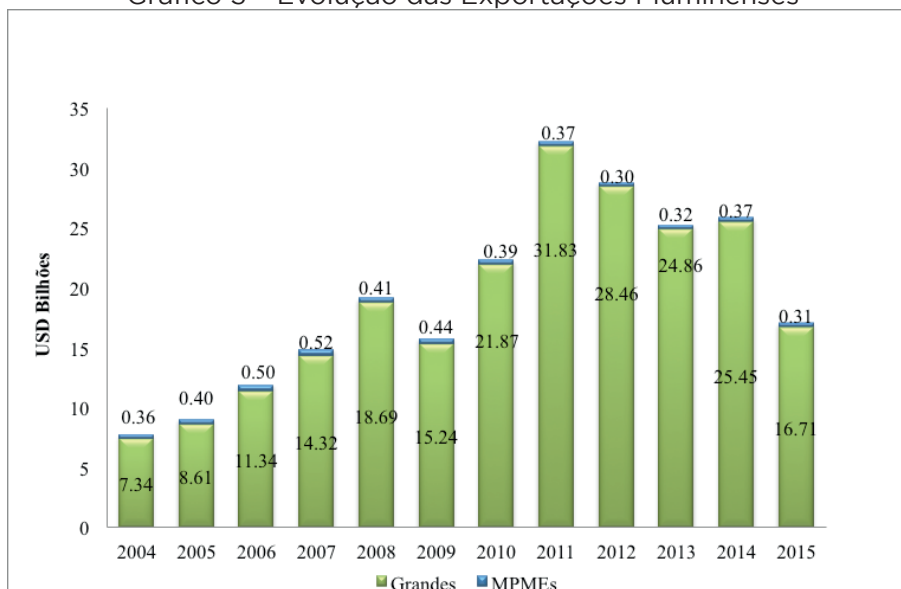
Gráfico 2 – Quantidade de Empresas Exportadoras Fluminenses por porte



Fonte: MDIC (2016)

Se observarmos, contudo, a porcentagem das exportações, a pauta exportadora fluminense possui dois grandes desafios: sua considerável concentração em *commodities* (especialmente a cadeia de petróleo) e o protagonismo das grandes empresas. Cerca de 60% das exportações do estado entre 2000 e 2017 foram óleos brutos de petróleo ou de metais betuminosos. Ao passo que, apenas uma pequena porcentagem das exportações do estado foi realizada por MPMEs (média de 2,9% entre 2002 e 2015), conforme demonstra o gráfico a seguir.

Gráfico 3 – Evolução das Exportações Fluminenses



Fonte: MDIC, 2016.

Após o levantamento desses dados pela Assessoria e a observação do comportamento das MPMEs fluminenses com os outros 4 principais estados exportadores brasileiros, observou-se a necessidade da criação de uma política pública estadual

para incentivo às exportações. Foi estruturado um programa e os setores considerados estratégicos para serem trabalhados nesta nova estrutura foram validados junto a Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico, considerando outros projetos que o estado já possui e analisando os resultados encontrados nos estudos setoriais da Unidade de Inteligência Comercial.

Tal programa já está finalizado e aguarda aprovação interna. Tão logo seja lançado, os empresários que compõe os setores previamente aprovados, começarão a ser atendidos.

Por fim, evidencia-se que o projeto foi produtivo para ambas as partes e em fevereiro de 2016, quando chegava ao fim seu prazo de duração, o mesmo foi renovado por mais um ano e tudo se encaminha para que seja renovado novamente no próximo ano.

Ao Unilasalle-RJ, à FAPERJ e à FUNCEX o agradecimento da Assessoria pela parceria, dado que a mão de obra qualificada e dedicação de alunos e professores do Unilasalle-RJ, o apoio financeiro da FAPERJ e a base de dados da FUNCEX permitiram que tal iniciativa deixasse de ser apenas uma boa ideia e se transformasse, de fato, em uma Unidade de Inteligência de resultado comprovado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

APEX BRASIL. Qualifique sua empresa – PEIEX. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/qualifique-sua-empresa-peieix>> Acesso em: 04 ago.2018.

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/pnce/838-plano-nacional-da-cultura-exportadora-pnce> > Acesso: 04 ago.2018.

FUNCEXDATA. *Home*. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.funcexdata.com.br/>>. Acesso: 04 ago.2018.

CONCLUSÃO

O livro Comércio Exterior do Estado do Rio de Janeiro: análise dos principais parceiros comerciais e setores estratégicos (2015-2017) apresentou aos seus leitores artigos, relatórios de pesquisa setoriais e panoramas comerciais relativos à economia fluminense. Consideramos que essa iniciativa, que uniu esforços de pesquisa dos docentes e discentes do Unilasalle-RJ, da equipe da Subsecretaria de Relações Internacionais (SSRI) do governo do Estado do Rio de Janeiro, da Fundação de Comércio Exterior (FUNCEX) e da Fundação Carlos Chagas de Auxílio à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), forjou um modelo a ser desenvolvido por agentes públicos e privados que tenham a preocupação com o desenvolvimento socioeconômico fluminense e nacional.

Unimos iniciativas e esforços de pesquisa que almejavam compreender a complexa economia fluminense com o intuito de proporcionar a SSRI dados quantitativos e elementos teóricos que impulsionassem o crescimento dos micro, pequenos e médios empresários do estado do Rio de Janeiro. Essa preocupação se acentuou com o forte colapso econômico vivido pelo estado a partir do segundo semestre de 2016.

Dessa forma, estudamos dados da economia fluminense e acreditamos ter contribuído com o desenvolvimento de políticas públicas de setores produtivos relevantes para a nossa economia e que estivessem fora dos dois grandes eixos econômicos do estado, como os setores de petróleo e gás e da indústria automobilística.

Ao final de três anos de pesquisa, consideramos que são impreteríveis as elaborações de políticas públicas que fomentem a capacidade produtiva dos micros, pequenos e médios empresários fluminenses. Possuímos uma economia extremamente dependente do setor de petróleo e gás, cujos royalties estão sendo comprometidos com empréstimos junto ao governo federal para amenizar a grave crise fiscal do estado do Rio de Janeiro. Em razão disso, torna-se fundamental a elaboração de políticas públicas direcionadas àqueles setores para que eles ampliem sua capacidade produtiva e contribuam para a saída do nosso estado do seu atoleiro econômico. Eles têm potencial para a geração de emprego e renda, sobretudo, nas cidades do interior do estado e devem, sim, ser fomentados.

Esperamos que esse trabalho tenha contribuído com a exposição de dados relevantes dos setores produtivos da economia fluminense e com um maior conhecimento da economia do estado do Rio de Janeiro nos últimos três anos. E, ao mesmo tempo, ansiamos ter colaborado com a sociedade civil e com as instituições governamentais sobre a relevância da união da academia, órgãos governamentais e setores produtivos para o desenvolvimento social e econômico do nosso estado e também do nosso país.

Rafael Araujo
Fernanda Cristina Nanci Izidro Gonçalves
(Organizadores)



Parte I: PANORAMAS COMERCIAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (2015, 2016 E 2017)

CAPÍTULO 1:

Tabela 1 - Principais parceiros por corrente de comércio (2015)	15
Tabela 2 - Principais parceiros por valor de exportação (Jan-Nov 2015)	17
Tabela 3 - Principais produtos exportados aos parceiros fluminenses	19
Tabela 4 - Principais produtos exportados pelos parceiros fluminenses	21
Tabela 5 - Principais parceiros comerciais por valor de importação	22
Tabela 6 - Principais parceiros comerciais por valor de importação	23
Tabela 7 - Principais produtos e origens	23
Tabela 8 - Principais municípios importadores	25
Tabela 9 - Principais produtos exportados pelo Estado do Rio de Janeiro (Jan-Nov 2015)	27
Tabela 10 - Principais embarques e destinos dos produtos exportados	28
Tabela 11 - Principais produtos e produtores	29
Tabela 12 - Percentual por valor exportado	30

CAPÍTULO 2:

Tabela 1 - Principais Parceiros por Corrente de Comércio (2016)	33
Tabela 2 - Comparação entre os anos de 2015 - 2016 por corrente de comércio	34
Tabela 3 - Principais Destinos por Valor de Exportação	35
Tabela 4 - Principais produtos exportados para os principais países	37
Tabela 5 - Principais municípios exportadores desses produtos	39
Tabela 6 - Principais destinos (países) por valor de importação	42
Tabela 7 - Principais produtos importados dos principais países	44
Tabela 8 - Principais municípios importadores destes produtos	46
Tabela 9 - Principais produtos exportados pelo estado do Rio de Janeiro	51
Tabela 10 - Principais Compradores dos Principais Produtos Exportados	52
Tabela 11 - Número de empresas fluminenses por porte	54
Tabela 12 - Número de empresas fluminenses por atividade	55



Tabela 13 - Número de empresas fluminenses por produtos	57
Tabela 14 - Empresas fluminenses por porte (US\$)	58
Tabela 15 - Empresas Fluminenses por atividade (US\$)	59

CAPÍTULO 3:

Tabela 1 - Balança Comercial 2017-2016	66
Tabela 2 - Principais Parceiros por Valor de Exportação	62
Tabela 3 - Principais Produtos Exportados Para os Principais Parceiros	68
Tabela 4 - Principais Produtos Exportados	69
Tabela 5 - Principais Municípios Exportadores	71
Tabela 6 - Principais Parceiros por Valor de Importação	73
Tabela 7 - Principais Produtos Importados dos Principais Parceiros	74
Tabela 8 - Principais Produtos Importados	76
Tabela 9 - Principais Municípios Importadores	77
Tabela 10 - Empresas Fluminenses Por Porte	80
Tabela 11 - Empresas Fluminenses Por Atividade	81
Tabela 12 - Empresas Fluminenses Por Categoria De Produto Exportado	83

PARTE II: ESTUDOS SETORIAIS

CAPÍTULO 1:

Tabela 1 - Exportações brasileiras de Moda Íntima em US\$, peso líquido e quantidade nos últimos seis anos (2010-2015), por ordem decrescente de valor	89
Tabela 2 - Exportações fluminenses de Moda Íntima US\$, peso líquido e quantidade nos últimos seis anos (2010-2015), por ordem decrescente de valor	90
Tabela 3 - Porcentagem das exportações de Moda Íntima do estado do Rio de Janeiro em relação ao Brasil, por ordem decrescente de valor (US\$) nos últimos seis anos (2010-2015)	91
Tabela 4 - Principais compradores do produto SH 621210 Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino em U\$S	92
Tabela 5 - Principais compradores do produto SH 610822 Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso feminino	93



Tabela 6 - Principais compradores do produto SH 621220	
Cintas e cintas-calças, mesmo de malha, de uso feminino	93
Tabela 7 - Principais compradores do produto SH 610712	
Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	94
Tabela 8 - Principais compradores do produto SH 610711	
Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	94
Tabela 9 - Principais compradores do produto SH 621230	
Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha, de uso feminino	95
Tabela 10 - Principais compradores do produto SH 610829	
Calcinhas de malha, de outras matérias têxteis	95
Tabela 11 - Principais compradores do produto SH 610821	
- Calcinhas de malha de algodão.....	96
Tabela 12 - Principais compradores do produto SH 610719	
- Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis	96
Tabela 13 - Principais compradores do produto SH 620711	
- Cuecas e ceroulas, de algodão	97
Tabela 14 - Principais compradores do produto SH 620719	
- Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis	97
Tabela 15 - Preço médio pago pelo por cada item de Moda Íntima em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2010 - 2015) e no período	104
Tabela 16 - Principais exportadores do SH 621210 - Sutiãs e bustiês (sutiãs de cóis alto)	106
Tabela 17 - Principais exportadores do produto SH 610822	
- Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	106
Tabela 18 - Principais exportadores do SH 621220 - Cintas e cintas-calça	107
Tabela 19 - Principais exportadores do SH 610712	
- Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino	108
Tabela 20 - Principais exportadores do produto SH 610711	
- Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	109
Tabela 21 - Principais exportadores do SH621230	
- Modeladores de torso inteiro (cintas sutiãs).....	109
Tabela 22 - Principais exportadores do SH 610829	
- Calcinhas de malha, de outras matérias têxteis	110



Tabela 23 - Principais exportadores do SH 610821	
- Calcinhas de malha, de algodão.....	110
Tabela 24 - Principais exportadores do SH 610719	
- Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis	111
Tabela 25 - Principais exportadores do SH 620711	
- Cuecas e ceroulas, de algodão	111
Tabela 26 - Principais exportadores do SH620719	
- Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis	112
Tabela 27 - Regiões produtoras do SH4 6212 – Sutiãs, cintas, espartilhos, suspensórios, ligas e artefatos semelhantes, e suas partes, mesmo de malha	115
Tabela 28 - Regiões produtoras do SH4 6108 – Combinações, saiotos, calcinhas, camisas de noite, pijamas, déshabillés, roupões de banho, robes de quarto e semelhantes, de malha, de uso feminino	116
Tabela 29 - Regiões produtoras do SH4 6107 – Cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de malha, de uso masculino	117
Tabela 30 - Regiões produtoras do SH4 6207 – Camisolas interiores, cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de uso masculino	117
Tabela 31 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de Moda Íntima por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2014)	118
Tabela 32 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de Moda Íntima por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2014) e por SH	119
Tabela 33 - Empresas fluminenses exportadoras da Moda Íntima	121

CAPÍTULO 2:

Tabela 1 - Participação da Moda Praia nas exportações brasileiras entre 2011 e 2015 (por ordem decrescente de valor)	127
Tabela 2 - Participação do setor nas exportações do Estado do Rio de Janeiro entre 2011 e 2015 (por ordem decrescente de valor)	127
Tabela 3 - Porcentagem das exportações do setor de moda praia do estado do Rio de Janeiro nas exportações brasileiras entre 2011 e 2015 (por ordem decrescente de valor)	128



Tabela 4 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611241 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2011 - 2015)	129
Tabela 5 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611249 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	130
Tabela 6 - Cinco principais compradores internacionais do SH 621112 (Maiôs e biquínis de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	131
Tabela 7 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611231 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2011 - 2015)	132
Tabela 8 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611239 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	133
Tabela 10 - Cinco principais compradores internacionais do setor Moda-Praia em US\$ FOB entre 2011 e 2015	135
Tabela 11 - Preço médio pago pelo por cada item de Moda Praia em US\$ FOB entre 2011 e 2015	139
Tabela 12 - Dinamismo de mercado do item: 611241 - “Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino”	143
Tabela 13 - Dinamismo de mercado do item: 611249 - “Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino”	144
Tabela 14 - Dinamismo de mercado do item: 621112 - “Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino”	144
Tabela 15 - 611231 - “Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino”	144
Tabela 16 - Dinamismo de mercado do item: 611239 - “Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino”	145
Tabela 17 - Dinamismo de mercado do item: 621111 - “Shorts e sungas, de banho, exceto de malha, de uso masculino”	145
Tabela 18 - Municípios fluminenses exportadores do SH 6112 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, de malha entre 2011 e 2015, em USS FOB	147



Tabela 19 - Municípios fluminenses exportadores do SH 6211 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, outro vestuário entre 2011 e 2015, em US\$ FOB	148
Tabela 22 - Empresas fluminenses exportadoras do setor moda praia	150

CAPÍTULO 3

Tabela 1 - Participação das rochas ornamentais fluminenses nas exportações brasileiras desse setor (2011-2015)	155
Tabela 2 - Participação das rochas ornamentais nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2011-2015)	156
Tabela 3 - Lista dos NCMs utilizados nesse estudo setorial	156
Tabela 4 - Principais países compradores de rochas ornamentais do Rio de Janeiro nos últimos cinco anos (2011-2015)	157
Tabela 5 - Preço médio das rochas ornamentais nos últimos cinco anos (2011-2015)	158
Tabela 6 - Principais países exportadores de rochas ornamentais nos últimos cinco anos (2011-2015)	158
Tabela 7 - Dinamismo do mercado de rochas ornamentais (2011-2013)	159
Tabela 8 - Total exportado em rochas ornamentais pelos municípios fluminenses (2011-2015)	162
Tabela 9 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de rochas ornamentais (dados detalhados)	164
Tabela 10 - Empresas fluminenses exportadoras de Rochas Ornamentais	164

CAPÍTULO 4

Tabela 1 - Principais países compradores da cachaça e valor pago no período de 2012 a 2016	169
Tabela 2 - Preço médio da Cachaça no período de 2012 - 2016 (por litro)	170
Tabela 3 - Principais países exportadores de cachaça no período de 2010 - 2016	170
Tabela 4 - Dinamismo do mercado da Cachaça no período de 2011-2013	171



Tabela 5 - Municípios produtores de Cachaça no período de 2010 - 2015	171
Tabela 6 - Número de empresas exportadores de cachaça segundo porte, no período de 2012 - 2016	172
Tabela 7 - Razão Social, porte, CNPJ e município das empresas exportadoras de cachaça	173

CAPÍTULO 5:

Tabela 1 - Participação do artesanato fluminense nas exportações brasileiras desse setor (2011-2015)	177
Tabela 2 - Participação do artesanato nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2011-2015)	177
Tabela 3 - Lista dos NCMs utilizados nesse estudo setorial	178
Tabela 4 - Principais países compradores de artesanato do Rio de Janeiro nos últimos cinco anos (2011-2015)	180
Tabela 5 - Preço médio de artesanato nos últimos cinco anos (2011-2015)	180
Tabela 6 - Principais países exportadores de artesanato nos últimos cinco anos (2011-2015)	181
Tabela 7 - Dinamismo do mercado de artesanato (2011-2013)	181
Tabela 8 - Total exportado em artesanato pelos municípios fluminenses (2011-2015)	184
Tabela 9 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de artesanato (dados detalhados)	186
Tabela 10 - Empresas fluminenses exportadoras de artesanato	186

CAPÍTULO 6:

Tabela 1 - Participação da biotecnologia fluminense nas exportações brasileiras desse setor (2011-2015)	192
Tabela 2 - Participação da biotecnologia nas exportações do estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2011-2015)	193
Tabela 3 - Lista dos NCMs utilizados neste estudo setorial	193
Tabela 4: Principais compradores do produto SH 3002.....	194



Tabela 5 - Principais compradores do produto SH 3003	194
Tabela 6 - Principais compradores do produto SH 3004	195
Tabela 7 - Principais compradores do produto SH 3507	194
Tabela 8 - Preço médio de biotecnologia nos cinco anos analisados (2011-2015)	196
Tabela 9 - Principais exportadores do produto SH 3002	197
Tabela 10 - Principais compradores do produto SH 3003	197
Tabela 11 - Principais compradores do produto SH 3004	197
Tabela 12 - Principais compradores do produto SH 3507	198
Tabela 13 - Dinamismo do mercado de biotecnologia (2011-2013)	199
Tabela 14 - Total exportado em biotecnologia pelos municípios fluminenses (2011-2015)	201
Tabela 15 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de biotecnologia (2015)	202
Tabela 16 - Empresas fluminenses exportadoras de biotecnologia	203

CAPÍTULO 7

Tabela 1 - Lista dos NCMs e NBSs utilizados nesse estudo setorial	208
Tabela 2 - Participação do setor de design fluminense nas exportações brasileiras (2012-2016)	209
Tabela 3 - Participação do setor de design no total das exportações do Estado do Rio de Janeiro e do Brasil (2012-2016)	210
Tabela 4 - Principais países compradores do setor de design do Rio de Janeiro nos últimos cinco anos (2012-2015)	211
Tabela 5 - Preço médio do setor de design nos últimos cinco anos (2012-2016)	211
Tabela 6 - Principais países exportadores do setor de design nos últimos cinco anos (2012-2016)	212
Tabela 7 - Dinamismo do mercado de design (2012-2016)	213
Tabela 8 - Total exportado no setor de design pelos municípios fluminenses (2012-2016)	215
Tabela 9 - Número das empresas fluminenses produtoras e exportadoras do setor de design	216
Tabela 10 - Empresas fluminenses exportadoras do setor de design	217



CAPÍTULO 8:

Tabela 1 - Principais países importadores do setor entre 2010 e 2014	223
Tabela 2 - Relação quantitativa dos principais países exportadores de joias e bijuterias fluminenses entre 2011 e 2014	223
Tabela 3 - Percentual exportado de joias e bijuterias entre 2011 e 2014	224
Tabela 4 - Preço médio pago pelo NCM 711311 entre 2009 e 2013	225
Tabela 5 - Preço médio pago pelo NCM 711319 entre 2009 e 2013	226
Tabela 6 - Preço médio pago pelo NCM 711320 entre 2009 e 2013	226
Tabela 7 - Preço médio pago pelo NCM 711411 entre 2009 e 2013	227
Tabela 8 - Preço médio pago pelo NCM 711419 entre 2009 e 2013	228
Tabela 9 - Preço médio pago pelo NCM 711490 entre 2009 e 2013	228
Tabela 10 - Preço médio pago pelo NCM 711719 entre 2009 e 2013	229
Tabela 11 - Preço médio pago pelo NCM 711790 entre 2009 e 2013	230
Tabela 12 - Principais exportadores de joias entre 2010 e 2014	230
Tabela 13 - Principais exportadores de bijuterias entre 2010 e 2014	231
Tabela 14 - Regiões fluminenses de bijuterias entre 2010 e 2014	236

CAPÍTULO 9:

Tabela 1 - Exportação Brasileira do Setor Metalmeccânico entre 2012-2016 - (Valores em US\$ bilhões)	247
Tabela 2 - Participação Comercial do Setor Metalmeccânico nas Exportações Fluminense e Brasileira	248
Tabela 4 - Preço médio de metais mecânicos nos últimos cinco anos (2012-2016) ...	249
Tabela 5 - Total exportado em metais mecânicos pelos municípios fluminenses (2012-2016)	252
Tabela 6: Empresas Exportadoras (por porte) entre 2012-2016.....	253

PARTE I: PANORAMAS COMERCIAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (2015, 2016 E 2017)

CAPÍTULO 1:

Gráfico 1 - Principais parceiros por valor de corrente comercial	16
Gráfico 2 - Oscilação da Corrente Comercial dos Principais Parceiros entre Jan-Mai e Jun-Nov de 2015	16
Gráfico 3 - Principais parceiros comerciais por valor de exportação (Jan-Nov 2015)	17
Gráfico 4 - Oscilação dos valores exportados pelo Rio de Janeiro entre Jan-Mai e Jun-Nov de 2015	18
Gráfico 5 - Porcentagem de municípios produtores de cada região fluminense	20
Gráfico 6 - Oscilação dos Valores dos principais produtos fluminenses Exportados entre Jan-Nov de 2015	28
Gráfico 7 - Representatividade das MPMEs nas exportações fluminenses por valor exportado (US\$) em 2014	30

CAPÍTULO 2:

Gráfico 1 - Oscilação entre os principais parceiros 2015 - 2016	34
Gráfico 2 - Oscilação entre os principais parceiros por valor de exportação	36
Gráfico 3 - Participação (US\$ milhões) dos principais municípios exportadores	41
Gráfico 4 - Oscilação entre os principais países por valor de importação	43
Gráfico 5 - Participação (US\$ Milhões) dos principais municípios importadores	49
Gráfico 6 - Oscilação entre os principais produtos exportados	52
Gráfico 7 - Participação dos principais compradores	54
Gráfico 8 - Participação (%) dessas empresas	56
Gráfico 9 - Participação (%) dessas empresas	56
Gráfico 10 - Participação (%) destas empresas - Importação	58
Gráfico 11 - Participação (US\$) destas empresas	59
Gráfico 12: Participação (US\$) destas empresas Importação	60

PARTE II: ESTUDOS SETORIAIS

CAPÍTULO 1

Gráfico 1 - Preço médio pago pelo SH 610821 - Calcinhas, de malha, de algodão, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	98
Gráfico 2 - Preço médio pago pelo SH 610822 - Calcinhas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	98
Gráfico 3 - Preço médio pago pelo SH 610829 - Calcinhas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	99
Gráfico 4 - Preço médio pago pelo SH 621210- Sutiãs e bustiês, mesmo de malha, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	99
Gráfico 5 - Preço médio pago pelo SH 621220 - Cintas e cintas-calças, mesmo de malha, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015) ..	100
Gráfico 6 - Preço médio pago pelo SH 621230 - Modeladores de torso inteiros, mesmo de malha, de uso feminino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015) ..	101
Gráfico 7 - Preço médio pago pelo SH 610711 - Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	101
Gráfico 8 - Preço médio pago pelo SH 610712 - Cuecas e ceroulas, de malha, de fibras sintéticas ou artificiais, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	102
Gráfico 9 - Preço médio pago pelo SH 610719 - Cuecas e ceroulas, de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	103
Gráfico 10 - Preço médio pago pelo SH 620711 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de algodão, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	103
Gráfico 11 - Preço médio pago pelo SH 620719 - Cuecas e ceroulas, exceto de malha, de outros materiais têxteis, de uso masculino em US\$ FOB nos últimos 6 anos (2010 - 2015)	104

Gráfico 12 - Principais exportadores do SH 621210	
- Sutiãs e bustiês (sutiãs de cóis alto)	106
Gráfico 13 - Principais exportadores do SH 610822	
- Calcinhas de malha, de fibras sintéticas ou artificiais	107
Gráfico 14 - Principais exportadores do produto SH 621220	
- Cintas e cintas-calças	108
Gráfico 15 - Principais exportadores do SH 610711	
- Cuecas e ceroulas, de malha, de algodão	109
Gráfico 16 - Principais exportadores do SH 610719	
- Cuecas e ceroulas, de malha, de outras matérias têxteis	111
Gráfico 17 - Principais exportadores do produto SH 620719	
- Cuecas e ceroulas, de outras matérias têxteis	112
Gráfico 18 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de Moda Íntima por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2014)	118

CAPÍTULO 2:

Gráfico 1 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611241 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	129
Gráfico 2 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611249 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	130
Gráfico 3 - Cinco principais compradores internacionais do SH 621112 (Maiôs e biquínis de banho, exceto de malha) em US\$ FOB nos últimos cinco anos (2011 - 2015)	131
Gráfico 4 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611231 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	132
Gráfico 5 - Cinco principais compradores internacionais do SH 611239 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	133

Gráfico 6 - Cinco principais compradores internacionais do SH 621111 (Shorts e sungas, de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	134
Gráfico 7 - Cinco principais compradores internacionais do setor Moda-Praia em US\$ FOB entre 2011 e 2015.....	135
Gráfico 8 - Preço médio pago pelo SH 611241 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015.....	136
Gráfico 9 - Preço médio pago pelo SH 611249 (Maiôs e biquínis de banho, de malha, de uso feminino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	136
Gráfico 10 - Preço médio pago pelo SH 621112 (Maiôs e biquínis de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015.....	137
Gráfico 11 - Preço médio pago pelo SH 611231 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de fibras sintéticas) em US\$ FOB entre 2011 e 2015.....	137
Gráfico 12 - Preço médio pago pelo SH 611239 (Maiôs, shorts - calções e sungas de banho, de malha, de uso masculino, de outras matérias têxteis) em US\$ FOB entre 2011 e 2015	138
Gráfico 13 - Preço médio pago pelo SH 621111 (Shorts e sungas, de banho, exceto de malha) em US\$ FOB entre 2011 e 2015.....	139
Gráfico 14 - Principais exportadores de “611241 - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino” no triênio 2011 e 2013.....	140
Gráfico 15 - Principais Exportadores de “611249 - Maiôs e biquínis, de banho, de malha, de outras matérias, de uso feminino” no triênio 2011 e 2013	141
Gráfico 16 - Principais exportadores de “621112 - Maiôs e biquínis, de banho, exceto de malha, de uso feminino” entre 2011 e 2013.....	141
Gráfico 17 - Principais exportadores de “611231 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso masculino” no triênio 2011 e 2013	142
Gráfico 18 - Principais exportadores de “611239 - Shorts e sungas, de banho, de malha, de outras matérias têxteis, de uso masculino” no triênio 2011 e 2013.....	142
Gráfico 19 - Principais exportadores de “621111 - Shorts e sungas, de banho, exceto de malha, de uso masculino” no triênio 2011 e 2013.....	143
Gráfico 20 - Participação dos municípios fluminenses exportadores do NCM 6112 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slips, de banho, de malha entre 2011 e 2015	146

Gráfico 21 - Participação dos municípios fluminenses exportadores do SH 6211 - Fatos de treino para desporto, fatos-macacos e conjuntos de esqui, maiôs, biquínis, calções (shorts) e slíps, de banho, outro vestuário entre 2011 e 2015.....	148
Gráfico 22 - Porte das empresas fluminenses exportadoras de moda-praia por arrecadação em US\$ FOB (2010 - 2016.....)	149

CAPÍTULO 3

Gráfico 1 - Municípios produtores e exportadores de rochas ornamentais divididos por região.....	162
Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de rochas ornamentais	163

CAPÍTULO 5:

Gráfico1 - Municípios produtores e exportadores de biotecnologia divididos por região	184
Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras de artesanato (%)	186

CAPÍTULO 6:

Gráfico 1 - Municípios produtores e exportadores de biotecnologia divididos por região.....	201
Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras biotecnologia em 2015 (%)	202

CAPÍTULO 7:

Gráfico 01 - Municípios produtores e exportadores do setor de design divididos por região (%)	214
Gráfico 2 - Porte das empresas fluminenses produtoras e exportadoras do setor de design (%)	216

CAPÍTULO 9:

Gráfico 1 - Municípios produtores e exportadores de metais mecânicos divididos por região	252
---	-----

PARTE III: RESULTADOS DO PROJETO

CAPÍTULO 1

Gráfico 1 - Avaliação da participação no Projeto para a formação acadêmica	266
Gráfico 2 - Avaliação da participação no Projeto para a formação profissional.....	266
Gráfico 3 - Avaliação sobre a vontade de trabalhar na área de Comércio Internacional	267
Gráfico 4 - Avaliação sobre preparação para trabalhar na área de inteligência comercial	267
Gráfico 5 - Avaliação sobre o quanto o Projeto ajudou a melhorar aptidões profissionais	268
Gráfico 6 - Avaliação sobre aprendizado relacionado à matéria de Comércio Internacional.....	268
Gráfico 7 - Avaliação sobre o quanto a matéria de Comércio Internacional ajudou nas tarefas do Projeto.....	269
Gráfico 8 - Avaliação sobre o quanto a participação no Projeto ajudou a compreender melhor o Comércio Internacional.....	269
Gráfico 9 - Avaliação sobre a relação do Projeto de Pesquisa e a formulação de políticas públicas	270
Gráfico 10 - Avaliação se a área de inteligência comercial é promissora no mercado de trabalho.....	271

CAPÍTULO 2

Gráfico 1 - Exportações do Rio de Janeiro e sua participação nas exportações nacionais (US\$ Bilhões).....	275
--	-----



Gráfico 2 - Quantidade de Empresas Exportadoras Fluminenses por porte..... 280
Gráfico 3 - Evolução das Exportações Fluminenses..... 280

CAPÍTULO 2

FIGURA:

Figura 1 - “O Mundo do Comércio” na Revista Economia Rio (edição 13).....279

AUTORES

Beatriz Mota: Graduanda em Relações Internacionais pela UniLaSalle do Rio de Janeiro. Pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2016 e 2017.

Bruna Malheiros: Bacharel em Relações Internacionais pela Unilasalle do Rio de Janeiro. Foi pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2014 e 2015.

Caíque Holanda: Graduado em Relações Internacionais Internacionais na Unilasalle do Rio de Janeiro. Foi pesquisador da Unidade de Inteligência Comercial do Unilasalle entre 2015 e 2016.

Carolina Mendes: Bacharel em Relações Internacionais pela Unilasalle do RJ. Foi pesquisadora da Unidade de Inteligência Comercial (UIC) entre 2014 e 2015.

Daiane Queiroz: Bacharel em Relações Internacionais pelo Unilasalle-RJ. Foi pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, em 2015.

Débora Bedim: Graduanda em Relações Internacionais pela Unilasalle do Rio de Janeiro. Pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2016 e 2017.

Douglas Ritter Baptista: Bacharel em Relações Internacionais pela UniLaSalle do Rio de Janeiro. Pesquisador e Bolsista do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ.

Fernanda Cristina Nanci Izidro Gonçalves: Doutoranda em Ciência Política pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP/UERJ). Mestre em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2011). É coordenadora adjunta do Núcleo de Estudos Atores e Agendas de Política Externa (NEAAPE), pesquisadora do Observatório Político Sul-Americano (OPSA), editora do Boletim NEAAPE, coordenadora e professora do curso de Relações Internacionais na Unilasalle do Rio de Janeiro e Coordenadora da Unidade de Inteligência Comercial do Unilasalle-RJ.

Flávio Medeiros: Mestrando em Relações Internacionais pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Bacharel em Relações Internacionais pelo Centro Universitário La Salle do Rio de Janeiro. Foi pesquisador do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2015 e 2016.

Giulia Stael: Bacharel em Relações Internacionais na Unilasalle do Rio de Janeiro. Foi pesquisadora bolsista do projeto de pesquisa “Cooperação

ção em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2014 e 2015.

Hélio Farias: Professor Adjunto do Programa de Pós-Graduação em Ciências Militares (PPGCM), na linha de pesquisa Estudos da Paz e da Guerra, do Instituto Meira Mattos (IMM) da Escola de Comando e Estado-Maior do Exército (ECEME). Doutor em Economia Política Internacional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestre em Geografia (2008) pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e graduado em Geografia, bacharelado (2005) e licenciatura (2005), pela mesma universidade. Foi Professor Substituto do curso de graduação em Defesa e Gestão Estratégica Internacional (DGEI) da UFRJ, de 2013 a 2015, e foi Professor do curso de Relações Internacionais da Unilasalle do Rio de Janeiro de 2016 a 2018. Tem interesse de pesquisa nas áreas de Economia Política Internacional, Geopolítica, Geografia Política e Economia de Defesa, com ênfase nas seguintes temáticas: Geopolítica do Desenvolvimento, Sistema Interestatal Capitalista, Cooperação Sul-Sul e Relações Brasil-África.


Joyce Accioly: Graduanda em Relações Internacionais pela UniLaSalle do Rio de Janeiro. Pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2016 e 2017.

Lauany Carvalho: Bacharel em Relações Internacionais pelo Centro Universitário La Salle do Rio de Janeiro. Foi pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2015 e 2016.

Lucas Akio: Bacharel em Relações Internacionais pelo Unilasalle-RJ. Foi pesquisador do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, em 2015.

Maira Carolina Candida Segura: Assessora-Chefe de Comércio e Investimentos na Subsecretaria de Relações Internacionais. Mestre em Relações Internacionais pela Universidade de Bologna (Itália e Argentina) e Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Cândido Mendes (UCAM). Trabalhou na Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria e na Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha. Foi estagiária da Câmara dos Deputados no Parlamento Italiano e no Centro Conjunto de Operações de Paz do Brasil (CCOPAB/Ministério da Defesa). Foi Membro do Conselho Executivo e Coordenadora de GT do Grupo de Análise e Prevenção de Conflitos Internacionais (GAPCon/IUPERJ). Coautora do livro “Mudanças Climáticas e Segurança Internacional: Desafio à Prevenção de Conflitos”.

Marcella Rocha: Bacharel em Relações Internacionais pela Unilasalle do Rio de Janeiro. Foi pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro” entre 2015 e 2016, financiado pela FAPERJ.



Murilo Agostinho: Bacharel em Relações Internacionais pelo Unilasalle-RJ. Foi pesquisador do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2015 e 2016.”

Nathalia Teixeira: Bacharel em Relações Internacionais pela Unilasalle do Rio de Janeiro. Pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2016 e 2017.

Nicole Torres: Graduanda em Relações Internacionais pela Unilasalle do Rio de Janeiro. Pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2016 e 2017.


Patrícia Cabral de Oliveira: Assessora de Comércio e Investimentos na Subsecretaria de Relações Internacionais (SSRI). Mestranda em Ciência Política pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e Bacharel em Relações Internacionais pela Unilasalle-RJ. Foi estagiária e assistente na SSRI. Trabalhou como coordenadora de idiomas e professora de inglês no curso IEBEU.

Patrícia Nasser de Carvalho: Graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP, 2006). Mestre em Relações Internacionais pela Universidade Federal Fluminense (UFF, 2008). Doutora em Economia Política Internacional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ, 2015). Atualmente é Professora Adjunta da Faculdade de Ciências Econômicas (FACE) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Tem interesse e experiência nas seguintes áreas: Economia Política Internacional, Comércio Internacional, Regionalismo e Integração Regional.

Rafael Pinheiro de Araujo: Professor do Instituto Federal de Sergipe (IFS). Doutor em História pelo PPGHC/UFRJ (2013). Participa como historiador convidado do projeto “1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War” organizado pela Freie Universität e pelo Friedrich-Meinecke-Institut. Pesquisador associado ao Núcleo de Estudos de História Política da América Latina (NEHPAL) da UFRRJ e ao Grupo de Estudos do Tempo Presente (GET) da UFS. Foi professor do Unilasalle-RJ entre 2010 e 2017. É coordenador do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, que é financiado pela FAPERJ.

Sarah Rosa: Mestranda em Relações Internacionais pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Bacharel em Relações Internacionais pela Unilasalle do Rio de Janeiro. Foi pesquisador do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2015 e 2016.

Sérgio Câmara: Possui graduação em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (1997), mestrado em História Social da



Cultura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2000) e doutorado em História Social da Cultura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2005). As suas principais linhas de pesquisa são história e poder, teoria política no mundo contemporâneo, Direitos Humanos e memória social. Tem trabalhos de história da cultura publicados no Brasil com ênfase na reflexão teórica sobre os temas da representação e da produção historiográficas. Atua como professor adjunto pela Unilasalle-RJ, ministrando as disciplinas de Teoria da História, Historiografia Brasileira, História Moderna e História Contemporânea e Teoria Política.

Thamyres Coelho: Graduanda em Relações Internacionais pela UniLasalle do Rio de Janeiro. Pesquisadora do projeto de pesquisa “Cooperação em Pesquisa Internacional sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro”, financiado pela FAPERJ, entre 2016 e 2017.

