

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

RAFAEL DURGANTE DA CUNHA CINTRA

**DESENVOLVIMENTO E PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA
DO BRASIL NO MERCOSUL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE OS SEGMENTOS
DE TVS E MONITORES PRODUZIDOS NA ZONA FRANCA DE MANAUS**

SÃO PAULO

2007

RAFAEL DURGANTE DA CUNHA CINTRA

**DESENVOLVIMENTO E PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA
DO BRASIL NO MERCOSUL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE OS SEGMENTOS
DE TVS E MONITORES PRODUZIDOS NA ZONA FRANCA DE MANAUS**

Dissertação apresentada à Escola de
Administração de Empresas de São Paulo
da Fundação Getúlio Vargas, como
requisito para a obtenção do título de
Mestre em Administração de Empresas

Campo do Conhecimento:

Administração Mercadológica

Orientadora: Profa. Dra. Ligia Maura Costa

SÃO PAULO

2007

RAFAEL DURGANTE DA CUNHA CINTRA

**DESENVOLVIMENTO E PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA
DO BRASIL NO MERCOSUL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE OS SEGMENTOS
DE TVS E MONITORES PRODUZIDOS NA ZONA FRANCA DE MANAUS**

Dissertação apresentada à Escola de
Administração de Empresas de São Paulo
da Fundação Getúlio Vargas, como
requisito para a obtenção do título de
Mestre em Administração de Empresas

Campo do Conhecimento:

Administração Mercadológica

Data de Aprovação:

__/__/__

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Ligia Maura Costa
(Orientadora) – FGV EASP

Prof. Dr. Arthur Barrionuevo

FGV – EASP

Prof. Dr. Hermes Marcelo Huck

FAD - USP

Para Maria Victoria, Isabella e Gabi

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Profa. Ligia Maura Costa, por sua paciência, motivação e confiança no resultado desta dissertação.

Ao Prof. Juracy Parente, pela atenção dedicada no início deste projeto.

Aos professores Hermes Marcelo Huck e Arthur Barrionuevo, membros da banca, pela análise, contribuição e debate produtivo durante a apresentação desta dissertação.

À Philips, pelo patrocínio, incentivo e flexibilidade durante todo o projeto.

Ao Ricardo Teixeira, pela atenção e suporte, essenciais à conclusão do estudo.

A meus pais, pelo apoio que sempre deram a meus projetos e desafios, por mais diferentes que pudessem parecer.

A meu avô, Paulo Cunha Cintra (*in memoriam*), que sempre me incentivou e, muitas vezes, viabilizou meu desenvolvimento pessoal.

A Gabriela, minha esposa e incentivadora, e, principalmente às minhas filhas, Maria Victoria e Isabella, que aceitaram minha ausência em uma fase tão importante de suas vidas.

RESUMO

A criação do MERCOSUL em 1990 solidificou o relacionamento comercial entre os países membros do bloco, fazendo com que o intercâmbio comercial Brasil – Argentina obtivesse um forte crescimento no período, em quase todos os setores da economia.

No entanto, o setor de eletroeletrônicos não se desenvolveu da mesma forma, tornando-se alvo de disputas freqüentes entre os dois países citados, além de ter seu desenvolvimento fortemente impactado por diversas crises econômicas.

Este trabalho apresenta uma análise do desempenho recente do setor, relacionando a sua estrutura de custos, impostos e operações à sua baixa competitividade nas exportações, a partir de estudo de caso com dados fornecidos por uma empresa multinacional.

O estudo de caso sugere a existência de um mercado potencial que sustente a implantação de fabricantes de componentes na região, aumentando a competitividade dos produtos fabricados de forma sustentável, com o objetivo de transformar as operações fabris de eletroeletrônicos das zonas francas de Manaus e da Terra do Fogo em pólos exportadores para outros países da América Latina.

Palavras-chave: 1. MERCOSUL. 2. Indústria Eletroeletrônica – Brasil e Argentina. 3. Exportação 4. Competitividade 5. Zona Franca de Manaus. 6. Zona Franca da Terra do Fogo.

ABSTRACT

The introduction of the MERCOSUL in 1990 improved the commercial relationship of its members, specifically providing a strong and sustainable growth of the foreign trade between Brazil and Argentina, in almost all of its economy sectors.

In the electronics market we cannot see the same trend and development, as this has been a critical market for both countries, especially because of its factories established in Free Trade Zones, with several kinds of benefits provided by its governments, and also because of several economic crisis that happened in both countries in the past decades.

This study comprises data of the recent development and results of both electronics markets, linking its cost structure, duties, taxes and its operations with its low competitiveness in exports, mainly via a case study with data provided by a well known multinational consumer electronics company.

The case study proposes the existence of a big potential market, with enough volume to sustain the attractiveness of components manufacturers to the region, as a way to increase production competitiveness of the locally manufactured products, transforming the region in an important electronics export zone to Latin America and other regions.

Keywords: 1. MERCOSUL. 2. Consumer Electronics Industry - Brasil and Argentina. 3. Exports 4. Competitiveness 5. Manaus Free Trade Zone. 6. Terra do Fogo Free Trade Zone.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
1.1 Apresentação do tema.....	9
1.2 Situação, problemas e objetivos.....	11
1.3 Objetivos Específicos	12
1.4 Estrutura do Trabalho.....	14
 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	 15
2.1 Formação de Blocos Econômicos.....	15
2.2 Teoria das Vantagens Comparativas.....	17
2.3 Nova Teoria do Comércio.....	21
2.4 Integração Econômica e Harmonização de Políticas.....	26
2.4.1 Etapas da Integração.....	27
2.4.2 Livre Comércio e Coordenação de Políticas.....	28
2.5 Histórico da Integração Econômica na América Latina.....	34
2.5.1 ALAC.....	34
2.5.2 Pacto Andino.....	36
2.5.3 Mercado Comum Centro Americano.....	36
2.5.4 ALADI.....	37
2.5.5 Acordo de Complementação Econômica Brasil e Argentina – Ata de Iguaçu.....	38
2.6 Mercosul – Análise do Tratado de Assunção.....	40
2.7 Modelos de Estratégias das Empresas Fabricantes Eletroeletrônicos.....	46
 3. A INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA DO BRASIL NO MERCOSUL.....	 49
3.1 Perfil da Indústria Eletroeletrônica Mundial.....	49

3.2 Histórico e Contexto atual da Indústria Eletroeletrônica – Brasil.....	52
3.3 Aspectos Legais da Zona Franca de Manaus.....	59
3.3.1 Incentivos Fiscais da Zona Franca de Manaus.....	61
3.4 Aspectos Legais das Zonas Francas do Mercosul.....	66
3.5 Desempenho das Exportações da Indústria Eletroeletrônica do Brasil para o Mercosul.....	69
3.5.1 Desempenho das Exportações da Zona Franca de Manaus.....	77
3.6 Desempenho Regional das Empresas Exportadoras do Mercosul.....	85
 4. ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE – INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA NO MERCOSUL.....	 88
4.1 Análise de Caso – Monitores e Televisões.....	88
4.2 O Mercado Argentino de Monitores de Computador.....	89
4.3 Análise do Custo de Produção de Monitores – Manaus x China.....	92
4.4 Análise do Custo de Importação ao Mercado Argentino – Manaus x China.....	98
4.5 O Mercado Argentino de TVs.....	100
4.6 Análise de Custos de Produção e Importação – Zona Franca da Terra do Fogo e Outros Países.....	102
 5. CONCLUSÃO.....	 108
 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 113
6.1 Alternativas para o Desenvolvimento da Indústria Regional do Mercosul.....	113
 BIBLIOGRAFIA.....	 115
 APÊNDICE 1.....	 121

1. INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação do Tema

O mercado latino-americano de eletroeletrônicos de consumo constitui importante parcela do mercado eletroeletrônico mundial. Com a possibilidade de saturação e conseqüente redução da rentabilidade nos mercados desenvolvidos, existe a tendência de que as empresas multinacionais, *players* mundiais desses mercados, estejam mudando seu foco de atuação para o desenvolvimento de novos negócios nas regiões ainda pouco exploradas dos países em desenvolvimento.

Países como Brasil, Rússia, Índia e China, ou *BRICs*, entre outros, como México, Malásia, Indonésia, tornaram-se importantes participantes das estratégias globais de determinadas empresas do segmento nos anos recentes.

Porém, grande parte dos negócios desenvolvidos para esses países utiliza plataformas de produtos globais, desenvolvidas com foco nos consumidores de maior poder aquisitivo de países desenvolvidos, como os da União Européia dos Estados Unidos.

Para que estas empresas possam implementar estratégias bem sucedidas para esses mercados em desenvolvimento, o investimento em produtos e manufaturas locais, ou regionais, pode representar grandes diferenciais. No entanto, as estruturas econômicas, políticas e jurídicas desses países ainda estão longe de lhes oferecer ambientes estáveis e atrativos para investimentos de longo prazo.

De qualquer maneira, a maioria dos países citados, em função de suas características e peculiaridades, já apresenta base instalada de produção e operações com foco local. Na América Latina, o Mercosul representa uma iniciativa de integração econômica recente, e dispõe de mercados de porte que justifiquem operações especializadas, além de já existirem operações fabris em suas Zonas Francas.

Analisando a concentração de fábricas de produtos eletroeletrônicos no mundo, há uma expressiva concentração nos países asiáticos, algumas fábricas recentes em países do Leste Europeu, como Hungria, Polônia e República Tcheca; e, na América Latina, operações fabris no México, Brasil e Argentina.

Transformar as operações fabris da Argentina e do Brasil em pólos exportadores competitivos, como já acontece com as fábricas no México, que estão voltadas ao mercado dos Estados Unidos e do Canadá, e alinhar suas estratégias de forma a criar sinergias, atraindo investimentos externos e desenvolvimento regional, são alternativas para a manutenção e crescimento dessas fábricas no longo prazo e representam grandes desafios para os próximos anos.

Portanto, o tema abordado neste trabalho refere-se ao desempenho recente da indústria eletroeletrônica brasileira no âmbito do Mercosul, sua competitividade, às oportunidades de expansão e à atratividade de investimentos das operações já implementadas nas suas Zonas Francas, especificamente no Brasil e na Argentina, ampliando sua representatividade e sua capacidade exportadora para o mercado externo.

1.2 Situação, problemas e objetivos

Atualmente os mercados eletroeletrônicos de bens de consumo do Brasil e da Argentina são abastecidos, principalmente, por suas fábricas na Zona Franca de Manaus e na Zona Franca da Terra do Fogo, respectivamente. Para determinados segmentos de produtos, esses países são abastecidos por importações de fábricas localizadas na Ásia. Nos anos recentes, o desempenho da indústria eletroeletrônica desses países está relacionado às suas condições econômicas vigentes, e ao crescimento e variações de desempenho dos seus mercados nacionais.

A partir da implementação do Mercosul em 1990, a expectativa de crescimento do intercâmbio comercial entre os dois países se tornou realidade em diversos setores, pela importação e exportação de bens complementares, trazendo benefícios mútuos.

Esta realidade, porém, não condiz com a do setor eletroeletrônico. Enquanto a balança comercial de diversos segmentos apresentou crescimento e superávits constantes, principalmente no Brasil, no caso dos eletroeletrônicos não foi observado crescimento consistente e expressivo. Em paralelo, nesse período o setor foi alvo de várias discussões econômicas e diplomáticas, com âmbito protecionista, impactando a implementação de quotas de importação/exportação, além de dificultar seu desenvolvimento intrabloco.

Enquanto os representantes do setor dos dois países discutem políticas e impõem regras protecionistas, a redução prevista da TEC (Tarifa Externa Comum), de acordo com o previsto no Tratado de Assunção, beneficia ou facilita a importação de determinadas categorias de produtos eletroeletrônicos de fabricantes asiáticos.

O acordo regional de integração econômica do Mercosul, que deveria gerar sinergias e conseqüente aumento da competitividade de diversos setores da economia dos seus países membros, acabou por dividir os interesses desses países em determinados segmentos.

Neste trabalho, discute-se não só a análise dos fatores geradores de competitividade dos produtos fabricados nas Zonas Francas de Manaus e da Terra do Fogo para seus mercados locais, mas também os motivos que os impedem de causar competitividade externa, obrigando as Zonas Francas citadas a reduzirem seu papel exportador em relação ao mercado local e a seu potencial.

O objetivo geral do trabalho é estudar as razões da baixa competitividade em relação ao mercado externo dos produtos fabricados nas Zonas Francas citadas, mapear e entender o recente desenvolvimento das exportações e fluxos comerciais no segmento eletroeletrônico, entre Brasil e Argentina sob o âmbito do Mercosul, e ainda relacionar esses resultados com os aspectos macroeconômicos de ambos os países, no período.

1.3 Objetivos Específicos

Para atingir o objetivo geral proposto, foi necessário realizar os seguintes objetivos específicos, apresentados a seguir:

- a) rever o conhecimento sobre a Teoria da Vantagem Comparativa, Nova Teoria do Comércio e Teorias de Harmonização de Políticas de Integração Econômica;
- b) rever o histórico da Integração Econômica na América Latina e as bases do acordo do Mercosul;

- c) rever o histórico e contexto atual da indústria eletroeletrônica do Brasil
- d) identificar a estrutura e os aspectos legais das Zonas Francas de Manaus e da Terra do Fogo;
- e) analisar o desempenho recente das exportações de produtos eletroeletrônicos do Brasil para os países do Mercosul, especificamente a Argentina;
- f) desenvolver estudo de caso no segmento de produtos de TVs e Monitores para Computadores, de forma a identificar problemas estruturais nas operações de produção das Zonas Francas citadas;

1.4 Estrutura do Trabalho

O trabalho está organizado em quatro capítulos.

Iniciamos o primeiro capítulo pela introdução, a partir da apresentação geral do tema, ilustrando o problema identificado, sua importância e as justificativas para estudá-lo.

O segundo capítulo refere-se à revisão teórica. Os principais conceitos que darão embasamento teórico ao fundamento do trabalho são: vantagens e benefícios gerados pela abertura do comércio, vantagens da formação de blocos econômicos, políticas de integração econômica, políticas comerciais estratégicas e modelos de estratégias de empresas fabricantes de eletroeletrônicos.

O terceiro capítulo descreve o perfil da indústria eletroeletrônica mundial, o histórico recente da indústria eletroeletrônica brasileira, os aspectos legais das Zonas Francas de Manaus e do Mercosul e suas estruturas de impostos e benefícios, além do desempenho regional das empresas brasileiras exportadoras para o Mercosul.

O quarto capítulo apresenta estudo de caso de dois segmentos do mercado de eletroeletrônicos – TVs e Monitores de Computador, descrevendo sua estrutura de custos, formação de preços e comparando os produtos importados e os fabricados localmente.

O quinto e o sexto capítulos apresentam as conclusões do trabalho e sugestões de alternativas para o desenvolvimento da indústria regional no Mercosul.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Formação de Blocos Econômicos

Com o fim da 2ª. Guerra Mundial e a conseqüente reconstrução dos países envolvidos no conflito, a economia mundial inicia um ciclo de abertura e liberalização, marcado pelo multilateralismo.

Países envolvidos direta e indiretamente no conflito iniciam trocas comerciais intensas, algumas das quais nunca antes realizadas. Impulsionando este novo ciclo, criou-se o GATT em 1947, cujos principais objetivos foram impulsionar a liberalização comercial, combater práticas protecionistas de países desenvolvidos realizadas desde a década de 30, ampliar o uso dos recursos mundiais e implementar o conceito de desenvolvimento sustentável.

Dentro deste conceito, 23 países signatários do acordo GATT-47 desenvolveram negociações tarifárias que resultaram em aproximadamente 45.000 concessões, baseadas na cláusula de nação mais favorecida (NMF), reduzindo a tarifa média de importação nos países industrializados de 35% para 6%. O acordo GATT lançou as bases para a criação da OMC, posteriormente em 1994, durante a Rodada Uruguai. Esta abertura, aliada à forte necessidade de reconstrução e desenvolvimento da economia pós-guerra resultou no crescimento das transações comerciais a taxas bem superiores ao crescimento da renda mundial. Entre 1953 e 1973, o crescimento da renda mundial alcançou média de 4,8% ao ano, enquanto o comércio internacional cresceu 7,8% no mesmo período (Silber, 1995).

Porém, este processo de crescimento econômico relacionado à liberalização do comércio não obteve êxito em dois seguimentos importantes: o setor agrícola nos países desenvolvidos e a indústria criada a partir da substituição de importações nos países em desenvolvimento, reflexo dos elevados níveis de proteção via elevação de impostos de importação e taxas alfandegárias no período.

Apesar dos diversos acordos regionais celebrados no período (apenas na América Latina podemos citar alguns como ALALC, ALADI, Mercado Comum Centro Americano, Mercado Comum do Caribe, G-3), apenas a Comunidade Econômica Européia apresentou desenvolvimento e consolidação ao longo das últimas décadas, o que demonstra que predominantemente o comércio mundial até os anos 80 realizava-se fora de acordos regionais. O baixo desempenho dos acordos regionais indica um descompasso entre os objetivos de livre comércio dos países envolvidos e suas políticas industriais de substituição às importações, bem como políticas macroeconômicas com prioridades diferenciadas, muitas vezes ligadas ao contexto político e econômico pelo qual estavam passando.

O aumento do comércio entre países também contribuiu para o aparecimento de novas formas de protecionismo por meio de restrições não tarifárias como: ações *anti-dumping*, direitos compensatórios, quotas, acordos de restrições às exportações, licenças não automáticas de importação, entre outros.

Segundo Silber (1995), “deve-se destacar que no período mais recente, o dinamismo do comércio mundial está muito mais vinculado a arranjos regionais de comércio, com nova característica: os principais atores do minilateralismo são os países desenvolvidos. Estima-se que 50% do comércio mundial se realize dentro de blocos regionais”.

Seguindo esta tendência, vemos a formação de três grandes blocos mundiais: a Comunidade Econômica Européia, introduzindo novos países-membros como Romênia e Hungria, os Estados Unidos buscando a composição da ALCA como bloco regional para as Américas e os países da Ásia a partir dos NIEs (Coréia do Sul, Taiwan, Hong Kong e Cingapura), ASEAN (Indonésia, Filipinas, Tailândia, Malásia, Cingapura e Brunei), Japão e China. Possivelmente o sucesso do desenvolvimento destes blocos, bem como seus fatores protecionistas direcionarão a evolução futura do comércio internacional, contudo seu desenvolvimento tende a fortalecer barreiras ou restrições existentes ao livre comércio, em âmbito regional.

Portanto, analisar os aspectos relacionados a esses blocos, como a criação e o desvio de comércio, substituição das importações e alterações de mercado geradas pela integração econômica, pode contribuir para o entendimento dos seus benefícios e impactos.

2.2 Teoria das Vantagens Comparativas

A Teoria das Vantagens Comparativas, conhecida como visão tradicional, dá ênfase às vantagens geradas pela abertura unilateral do comércio entre todos os países, sem a imposição de quaisquer barreiras, criando um ambiente liberal onde todos ganham. Sob esta ótica, cada país deve se especializar nos segmentos em que apresenta vantagens comparativas, obtendo benefícios em relação aos demais competidores por meio da exportação desses bens, gerando divisas para a obtenção de produtos de diferentes segmentos, fabricados em países mais eficientes.

A importação destes produtos ocorreria a um custo mais barato, gerando bem estar para os consumidores desses países. Este modelo apresenta os seguintes pressupostos:

- 1- Concorrência perfeita no mercado mundial;
- 2- Empresas operam com rendimentos constantes;
- 3- Padrão de comércio de determinado país é dado por sua dotação de fatores produtivos e nível de desenvolvimento tecnológico;
- 4- Tecnologia de fácil acesso para todos;
- 5- Perfeita mobilidade de produção, assim como plena utilização dos recursos;

O objetivo final do comércio é o aumento do consumo. Portanto, os países deveriam se especializar em produzir e comercializar bens que lhes proporcionem vantagens em relação a outros países ou parceiros comerciais. Neste caso, alguns setores da

economia se ampliarão em detrimento de outros que tendem à substituição por produtos importados. De qualquer maneira o consumidor continua se beneficiando, uma vez que tem acesso a produtos mais baratos, aumentando seu consumo.

Supondo dois países especializados na produção de diferentes bens de consumo, em que um tem vantagem comparativa em dotação de trabalho (A) e outro em dotação de capital (B). O país A venderá no mercado internacional bens intensivos em trabalho por um custo menor do que os mesmos bens fabricados no país B, obtendo divisas para adquirir bens intensivos em capital fabricados pelo país B. Neste caso os preços relativos se alteram. Os bens exportados por A têm seu preço aumentado e os bens de importação comprados de A têm seu preço reduzido.

Como conclusão, em uma economia liberal, os países passarão por uma especialização na produção dos bens que apresentem maior vantagem comparativa. Conseqüentemente, alguns setores da economia se ampliarão, enquanto outros se reduzirão ou até mesmo se extinguirão. Os consumidores saem beneficiados quando têm a possibilidade de adquirir os mesmos bens por valores mais baixos, aumentando sua cesta de consumo. Este aumento da cesta de consumo se traduz em ganhos de bem-estar e, principalmente, aumento da renda real.

Para a Teoria das Vantagens Comparativas, a União Aduaneira é uma alternativa pior que o livre comércio, uma vez que esta pode sobrepor um desvio de comércio ao invés de gerar sua criação. Muitas vezes esse desvio leva países membros desta união a adquirir produtos de fabricantes ineficientes, favorecidos pelo ambiente criado pela União Aduaneira, ao invés de comprarem de terceiros mais eficientes.

O impacto destas trocas comerciais é a redução do bem-estar dos consumidores e sua cesta de consumo reduzida. No entanto, se a criação de comércio se sobrepuser ao desvio do comércio, a união aduaneira será favorável a seus países membros.

Exemplificando, uma união aduaneira entre dois países que aumente o consumo de determinado produto, gera economias de escala. Com a concentração do comércio e o fim do multilateralismo em determinada categoria de produto e, ainda, pela possibilidade de existir a concentração de poucos fabricantes, o país onde se estabelecerem esses produtores obterá ganhos de redução de custos de produção, tornando seus produtos mais competitivos. O ganho de competitividade e o surgimento de barreiras alfandegárias criadas pela união aduaneira, levarão o país a não comprar mais de terceiros, suprimindo o comércio.

Esta supressão do comércio pode determinar perda para o consumidor se não houver uma redução suficiente de custos que gere a competitividade desse produto fora da união aduaneira, uma vez que esta economia de escala possa ser insuficiente para permitir que o preço interno seja competitivo ou menor que o preço pago anteriormente à criação dessa união.

Seguindo esse conceito, uma união aduaneira pode levar seus países membros à substituição das importações por meio da imposição de barreiras protecionistas, desenvolvendo políticas industriais voltadas para suas economias internas. Por determinado período, estas políticas podem trazer benefícios caso seus objetivos sejam a industrialização dos países em que estão inseridas. Porém, em poucos casos os governos à frente dessas políticas foram capazes de realizar a diminuição gradual dessas barreiras protecionistas após a concretização de seus objetivos. Definidas as barreiras protecionistas pelos governos, espera-se que as mesmas não sofram interrupções no futuro, uma vez que prejudicariam os setores estimulados. Como resultados, as empresas não investem (ou investem menos do que o necessário) na busca de competitividade em relação ao setor externo.

De qualquer maneira, uma união aduaneira pode apresentar benefícios a seus países membros frente ao mercado internacional, uma vez que gera o aumento do intercâmbio comercial entre esses países devido a mudanças nos preços relativos de seus produtos a partir do aumento da produção interna buscando os novos mercados.

Os ganhos gerados por essas trocas podem ser a melhoria da alocação de recursos, a melhoria da distribuição de renda entre países em situação econômica semelhante e o conseqüente aumento do bem-estar individual, mesmo que para isso a sociedade tenha que aceitar determinado grau de ineficiência em sua economia.

Todos esses fatores, aliados a força de um bloco econômico formado por vários países aumentam o poder de negociação deste bloco junto ao mercado internacional, objetivando seu desenvolvimento. Os países se unem em busca de objetivos que provavelmente não conseguiriam atingir de forma isolada.

Alguns fatores que fragilizam a Teoria das Vantagens Comparativas na busca do livre comércio são:

- 1- Não há pleno emprego.
- 2- Uma queda da produção interna gerada pela abertura da economia em função das importações de produtos mais eficientes pode não ser compensada por um fluxo superior de exportações, reduzindo o produto interno e, conseqüentemente, criar recessão e desemprego.
- 3- Não há disponibilidade abundante de tecnologia e, principalmente, recursos livres para sua aquisição, de forma a compensar ineficiências de determinados setores da economia que serão fortemente afetados pela liberalização do comércio, em tempo hábil.

2.3 A Nova Teoria do Comércio

Ao contrário da Teoria das Vantagens Comparativas, a Nova Teoria do Comércio busca um modelo melhor para um mercado globalizado, no qual os fluxos de capital tenham livre mobilidade, em que não exista concorrência perfeita e haja poucas barreiras de entrada. Neste sentido, o comércio mundial não é regido com base na especialização e conseqüente busca de vantagens competitivas específicas locais, mas por investimentos com escala de produção suficiente, dado o tamanho do mercado a ser explorado, para especialização ao produzir determinados bens que favoreçam os custos decrescentes, tornando estes produtos competitivos no mercado internacional.

Portanto, blocos econômicos e uniões aduaneiras podem gerar mercados suficientemente grandes para a implementação de políticas econômicas e industriais que levem ao desenvolvimento sustentável de novas indústrias e sua conseqüente competitividade frente ao mercado externo, independentemente de sua localização e recursos específicos.

Para que estes blocos se desenvolvam, a imposição de barreiras protecionistas pode melhorar ou piorar a sua situação inicial, uma vez que uma proteção adotada por determinado país pode gerar aumento de ganhos de escala e conseqüente redução de custos. Porém, esta mesma proteção pode levar a retaliações por parte de outros países, por meio da implementação de novos produtores beneficiados por subsídios concedidos, fortalecendo a concorrência e reduzindo as economias de escala; e, conseqüentemente trazendo aumento de custos e preços.

A Nova Teoria do Comércio se baseia no comércio intra-indústria, ou seja, dentro de cada indústria de determinado país existe razoável diversidade de bens produzidos em condições de retorno crescente. Quanto mais similares em sua estrutura industrial forem os países participantes do comércio, maiores serão as trocas intra-indústria.

Essas trocas entre mesmos segmentos de indústrias se explicam pela especialização da gama de produtos e, conseqüentemente, pela especialização de seus consumidores, buscando diversidade de produtos pela otimização dos custos das transações referentes a eles (transportes, cadeia logística, matérias-primas, aumento no volume de produção, especialização de mão-de-obra, melhoria nos níveis de qualidade), reexportação desses produtos (Sistema de Draw-Back) para outros países, bem como pela sazonalidade de mercados consumidores em outras regiões.

Outros fatores importantes geradores do comércio intra-indústria entre os países são a distribuição de renda e as diferenças tecnológicas. Países como o Brasil, que apresentam uma pequena parcela da sua população de aproximadamente 170 milhões de habitantes no segmento de consumo A, têm um razoável potencial de consumo para produtos fabricados em países desenvolvidos para seus consumidores de classes A e B, como televisões de Plasma de grande tamanho e com a mais moderna tecnologia disponível, fabricados pela Bélgica, por exemplo. Neste caso não existe economia de escala suficiente para a produção destas TVs no Brasil, e a venda acontece pela importação, gerando o comércio intra-indústria entre estes países. Em contrapartida, produtos de baixo custo como televisores de tubo catódico (CRT) e tecnologia ultrapassada têm sua fabricação em larga escala na Zona Franca de Manaus – Brasil, para atendimento à maior parcela do seu mercado consumidor de baixa renda, bem como para exportações a países da América Latina com o mesmo perfil de distribuição de renda.

Este tipo de comércio intra-indústria é favorecido por alguns fatores de semelhança entre os países participantes do comércio. Quanto mais semelhante for o produto interno bruto e a renda *per capita* entre os países, provavelmente mais intenso será esse comércio. A distância entre os países também passa a ser importante, pois a proximidade de mercados, e conseqüentes custos reduzidos de transporte e matérias-primas fazem com que os bens produzidos por ambos os países não apresentem grandes diferenciais de custos.

Fatores como fronteiras comuns, baixas tarifas de importação, poucas restrições tarifárias também facilitam o fluxo de trocas entre os países.

Do ponto de vista tecnológico, mercados protegidos podem incentivar o investimento em pesquisa e desenvolvimento, em função das necessidades locais de seus consumidores e uma perspectiva maior de retorno com pouca concorrência. Uma vez desenvolvida a indústria em patamares internacionais, estes determinados segmentos protegidos estão aptos a comercializar seus produtos no mercado internacional, ampliando suas exportações.

Sob esta ótica, muitos governos interagem com sua indústria local, subsidiando determinados setores e tornando o país competitivo no mercado internacional. Estes subsídios ocorrem em segmentos concentrados, como a indústria da aviação, por exemplo, e em mercados abertos como a agricultura.

Segundo Krugman (1990), quanto maior o investimento interno em pesquisa e desenvolvimento, menor será o custo marginal de produção e maior será o produto. Quanto maior o produto, menor o custo marginal efetivo. Portanto, se determinado país decide proteger determinado mercado, incentivando o produtor interno em detrimento do produtor externo, o investimento em pesquisa e desenvolvimento tende a aumentar, gerando custos marginais decrescentes, aumentando sua venda interna. Este aumento de investimento em pesquisa e desenvolvimento gera melhoria e otimização dos processos por meio da experiência proporcionada pelo aumento da produção e escala.

Baseando-se na proteção dos mercados, como aborda a teoria, políticas industriais e comerciais estratégicas têm que ser desenvolvidas pelos governos envolvidos. Essas políticas geralmente são relacionadas à busca de aumento na renda do país obtendo economia de escala pelos produtores internos.

Estes dois objetivos só podem ser alcançados a partir de mecanismos protecionistas que reduzam a atuação de outros países neste segmento, fazendo com que os trabalhadores internos desta indústria obtenham ganhos superiores a outros setores da economia. Este tipo de política pode eliminar determinados concorrentes.

Em contrapartida, a obtenção de renda maior por determinado segmento da indústria acaba transferindo benefícios para outros segmentos econômicos neste país, aumentando a renda nacional. A utilização de subsídios se justifica, portanto, em casos cujo retorno em ganhos tanto para a economia, quanto para a sociedade sejam superiores ao subsídio praticado. Se não forem capazes de impulsionar os setores onde foram aplicados, haverá perda efetiva para o país.

O incentivo por meio de subsídios também causa a distribuição desigual de rendas, uma vez que concentra renda proveniente de impostos pagos por todos os cidadãos em determinados setores escolhidos de acordo com o interesse do governo, concentrando um aumento de renda em um setor específico da economia. É importante ressaltar que a política industrial e comercial estratégica, aplicada por meio de subsídios e medidas protecionistas difere do modelo de substituição de importações; essa política é defendida pela Nova Teoria do Comércio de forma seletiva e baseia-se em critérios econômicos que possam beneficiar a economia como um todo do país praticante, bem como a melhorar sua competitividade e inserção no comércio internacional. São setores que devem utilizar esses subsídios para seu desenvolvimento e que, posteriormente, estejam aptos a competir nos mercados, apesar da retirada desses subsídios.

Portanto, para a Teoria do Novo Comércio, a união aduaneira pode ser uma alternativa à abertura da economia de determinado país para o livre mercado, trazendo ganhos de escala, de aprendizado e tecnológicos, além da ampliação de mercados antes protegidos para seu país e a conseqüente ampliação de exportações. Por outro lado, uma união aduaneira com parceiros pouco desenvolvidos ou economias frágeis não desenvolverá as economias envolvidas aos

níveis mínimos requeridos para que obtenham competitividade no mercado internacional.

O protecionismo puro pode levar a indústria a ineficiências e impedir seu desenvolvimento, fato que aconteceu em alguns setores do Brasil durante as décadas de 70 e 80, como no setor de informática, por causa da reserva de mercado. Em contrapartida, a liberalização do comércio de forma não planejada pode levar setores inteiros da economia que não se prepararam, a se extinguirem, fato que aconteceu na década de 90, com o setor têxtil, por causa da liberalização das importações, e em função da baixa competitividade.

A alternativa para o crescimento e industrialização de países em desenvolvimento pode ser um composto de liberalização de determinados setores da economia, abrindo o comércio a países com grande similaridade por meio do comércio intra-industrial e definindo políticas industriais e comerciais claras e rígidas para o desenvolvimento e o aumento da competitividade de determinados setores, sem que exista o protecionismo ou a substituição de importações. O protecionismo como plataforma de exportações só pode ser utilizado em países que tenham mercados internos suficientemente grandes para gerar economias de escala.

2.4 Integração Econômica e Harmonização de Políticas

De forma geral, a constituição de um processo de integração econômica entre determinados países tem como objetivo criar novo espaço econômico, territorial e institucional. Para justificar sua constituição, temos a ampliação dos mercados e o conseqüente aumento da concorrência interna, com melhorias em ganhos de escala e produção mais eficiente, redução de custos e elevação de salários, aumentando o bem-estar dos consumidores. (Aragão, J. M. 1993)

Para que esses pressupostos se concretizem, é necessário que em um horizonte de tempo pré-determinado, sejam reduzidas gradativamente as diferenças entre os países-membros desta área de integração econômica, que afetam a produção e a livre circulação de bens e serviços entre os países. O objetivo da redução dessas discriminações é garantir iguais oportunidades aos agentes produtivos que atuam nesse espaço, de forma a aproveitar os benefícios da ampliação do mercado, evitando o surgimento de vantagens competitivas que não sejam derivadas da eficiência econômica ou que sejam atribuídas a ações unilaterais de determinado país com o objetivo de colocar-se em posição superior ou mais favorável em relação aos outros, para operar bens e serviços nos demais territórios.

Portanto, condições eqüitativas estruturais de competição entre os países-membros de determinado bloco que decidam liberar seu comércio são as bases para sua criação e funcionamento. Todas as distorções na capacidade competitiva dos agentes de produção membros do bloco devem ser eliminadas como condição para o desenvolvimento e consolidação deste bloco no mercado internacional. Conflitos gerados por essas distorções, que não tenham sua solução estabelecida prontamente, podem gerar reações dos países integrantes do bloco que levem a restrições de comércio e conseqüentemente a uma ruptura no funcionamento do mercado comum.

2.4.1 Etapas da Integração

Acordos de integração econômica são geralmente compostos de etapas sucessivas, nas quais seus sócios estabelecem cronogramas graduais de alterações de políticas e legislação. Desta forma, temos:

- 1- **Zona de Livre Comércio**: primeira etapa de integração, na qual se eliminam as restrições ao intercâmbio de bens e serviços, via eliminação de tarifas de importação entre seus membros, como forma de incentivo ao crescimento do fluxo do comércio na região. Cada país mantém, no entanto, seu próprio sistema tarifário em relação aos demais países não pertencentes ao bloco.
- 2- **União Aduaneira**: segunda etapa, na qual se agrega à liberação do comércio uma tarifa externa comum ou TEC. Portanto, temos uma área de livre comércio em conjunto com um sistema de tarifa externa única dos países participantes do bloco em relação aos demais países.
- 3- **Mercado Comum**: terceira etapa, sendo uma união aduaneira agregada à livre circulação de capitais e de mão-de-obra. Há liberdade de entrada e saída de bens, capital e pessoas dentro da região. Para que obtenha êxito, demanda um alto grau de harmonização das políticas sociais e macroeconômicas por parte destes países, como harmonização das regras fiscais, previdenciárias, políticas, etc.
- 4- **União Econômica**: É o mercado comum trabalhando com a unificação de políticas econômicas, com o estabelecimento de uma moeda comum e de instituições comunitárias, como um Banco Central único, por exemplo, e que transfere o poder decisório dos estados para instituições supranacionais próprias de uma zona de integração política.

2.4.2 Livre comércio e coordenação de políticas

O estabelecimento de uma zona de livre comércio tem como objetivo principal a melhoria dos fatores de produção e bem-estar do espaço integrado. Para que isso seja possível, é necessária a extinção de barreiras impostas ao livre movimento destes fatores. Estas barreiras geralmente se apresentam sob a forma de restrições à entrada e saída de capitais vinculados ao financiamento de atividades produtivas no interior da zona, controle das remessas de lucros e dividendos das empresas, além da imposição de tratamento discriminatório à aquisição ou a investimentos por parte de outros países participantes do bloco em determinados segmentos da economia.

Com relação ao movimento de migração de pessoas na área de livre comércio, limitações como idioma, grau de escolaridade, família, tradições, etc, transformam a migração em decisão mais complexa. Políticas restritivas de absorção de mão-de-obra estrangeira por parte dos governos acabam distorcendo os preços relativos dos produtos, concentrando mão-de-obra menos eficiente em determinados setores e regiões, conseqüentemente limitando a ampliação do mercado e o aumento da concorrência. Este tipo de política pode levar instabilidade a determinados setores da economia, gerando desemprego aos menos eficientes. Para que o desemprego conjuntural concentrado nesses setores ineficientes não se estenda, é fundamental que os trabalhadores tenham liberdade para se estabelecerem nas regiões onde existam novas condições de mercado, geradas pelos impactos do aumento de comércio com a criação da zona de livre comércio, que tenham aumentado a demanda por mão-de-obra. (Aragão, J. M. 1993)

A liberação progressiva da circulação de mão-de-obra intrazona permite que os benefícios da integração econômica sejam estendidos aos trabalhadores, e não só aos fluxos de capital, por meio do acesso a atividades que demandem melhor qualificação e, conseqüentemente, melhor remuneração. Outro impacto a ser gerado por essa liberação de circulação de mão-de-obra é o desemprego para trabalhadores com qualificações abaixo das exigidas pelo novo mercado. Neste

caso as políticas governamentais devem levar em consideração esforços para a recapacitação dessa massa de trabalhadores, com objetivo de reincorporação à força de trabalho e à atividade produtiva.

Os governos também deverão assegurar a seguridade social desses trabalhadores em transição para fora do país de origem. Para isso, os países membros do bloco terão que desenvolver e formular suas políticas sociais em conjunto, levando em consideração o movimento migratório de trabalhadores induzidos pelo processo de integração econômica. Se políticas deste tipo não forem adotadas, a zona de livre comércio ficará vulnerável à atuação de grupos de trabalhadores ou sindicatos que atuem com pressão para retardar o processo de integração, forçando a aplicação de medidas de salvaguarda a determinados setores da economia, prejudicando a harmonização do bloco como um todo.

Os produtos e bens negociados em uma área de livre comércio também estão ligados a políticas econômicas internas de cada país, refletidas em seus preços e competitividade. Um dos maiores impactos ao valor de determinados produtos é gerado pela definição da política cambial de cada país. Assimetrias geradas por taxas de câmbio díspares no momento da implementação da zona de livre comércio podem produzir distorções e desequilíbrios ao comércio dessa região, até mesmo anulando os benefícios trazidos pela união a determinados setores, como resultado de uma desvalorização cambial, por exemplo, sem que esses setores percam sua posição competitiva frente a outros mercados. Uma forma de restringir o problema gerado por disparidades de taxas de câmbio seria o estabelecimento de acordos prévios sobre a estabilidade ou administração planejada dos tipos de câmbio entre os países. Sem coordenação prévia, problemas gerados acabam sendo resolvidos por medidas restritivas à importação de produtos do país de moeda desvalorizada, comprometendo a eficácia do acordo de integração.

Portanto, em um processo de criação de uma zona de livre comércio ou mercado comum, a política econômica de seus países membros deixa de ser um assunto exclusivamente nacional, para se tornar tema coletivo dentro do bloco. A

sensibilidade comercial às variações de câmbio dos países formadores dessa nova zona será acentuada, em comparação com sua situação anterior.

Segundo Vieira Sá (2002), os sistemas tributários dos países envolvidos também deverão se aproximar o máximo possível, com o objetivo de serem neutros em relação à capacidade competitiva das empresas. Geralmente os produtos exportados são liberados de impostos pelo país exportador. Porém, para que se possa trabalhar de maneira imparcial dentro do bloco, é necessário identificar com clareza a carga tributária de cada produto. No caso do Brasil isto se torna quase impossível, uma vez que os impostos incidentes aos produtos são cumulativos sobre as diferentes etapas de produção e comercialização. A situação ideal para uma zona de livre comércio seria a substituição de todo o tipo de impostos cobrados nas etapas produtivas por um imposto único, de valor agregado.

Os desequilíbrios de desenvolvimento regionais são comuns em quase todos os países, fazendo com que os governos atuem sob a forma de programas específicos de subsídios e incentivos a determinadas regiões e setores da economia, dando apoio à atividade produtiva. Um acordo de livre comércio pode acentuar estes desequilíbrios, na medida em que o mercado ampliado, e com livre circulação de mercadorias, traga produtores mais eficientes de outros países para atuarem nas zonas menos desenvolvidas. Como consequência, o abandono desses programas pode gerar problemas institucionais e políticos para os governos. Uma alternativa para a solucioná-los seria harmonizar programas nacionais, estabelecendo uma coordenação entre os países, para promover o desenvolvimento sincronizado das zonas atrasadas.

Segundo Aragão, J.M. (1993), as principais medidas requeridas para a integração e harmonização de políticas em blocos comerciais são:

Zona de livre comércio intra-subregional

- 1- Eliminação de tarifas e restrições não tarifárias às importações originárias dos países membros.
- 2- Unificação do regime aplicado às importações procedentes de terceiros países, incluindo:
 - Nomenclatura aduaneira e respectivas normas de aplicação
 - Conceito de valor aduaneiro e critérios de aplicação
 - Alíquotas do imposto de importação
 - Regras para o cálculo do imposto de importação
 - Regimes aduaneiros especiais (*drawback*, admissão temporária, armazéns aduaneiros, zonas francas, etc.)
 - Administração de contingentes tarifários comuns
 - Normas e procedimentos para repressão ao *dumping* e para aplicação de direitos compensatórios
 - Normas e procedimentos para solução de controvérsias entre os contribuintes e as alfândegas
- 3- Coordenação de políticas nacionais de conjuntura (orçamentária, monetária e financeira internas) e das políticas cambiais
- 4- Eliminação de subsídios às exportações intra-subregionais
- 5- Harmonização das estruturas e da base de cálculo e aproximação das alíquotas dos impostos indiretos; adoção do imposto sobre o valor agregado; eliminação dos impostos incidentes sobre as exportações intra-subregionais
- 6- Harmonização das normas de sanidade vegetal e animal e dos sistemas nacionais de pesos e medidas

Mercado Comum

- 1- Harmonização da legislação tributária sobre o patrimônio e a renda das sociedades
- 2- Harmonização dos impostos sobre a circulação de capitais
- 3- Harmonização da legislação tributária sobre as operações financeiras
- 4- Eliminação da dupla tributação
- 5- Harmonização das normas sobre criação, funcionamento e liquidação de instituições financeiras
- 6- Eliminação de qualquer tipo de tratamento discriminatório entre trabalhadores nacionais e originários de países sócios
- 7- Eliminação progressiva das restrições ao direito de estabelecimento de empresas e profissionais liberais originários dos países membros
- 8- Criação de mecanismos de complementação e compensação entre os sistemas nacionais de seguridade social
- 9- Livre circulação de pessoas

Medidas para o incremento do intercâmbio e distribuição equilibrada dos benefícios da integração

- 1- Harmonização dos instrumentos relativos ao transporte internacional
- 2- Harmonização da legislação antimonopólica
- 3- Harmonização da legislação sobre a propriedade intelectual
- 4- Instalação de programas de reconversão de atividades produtivas
- 5- Programas para facilitar a reorientação da mão-de-obra afetada pela competição de empresas de outros países da sub-região
- 6- Programas para a redução das disparidades regionais de desenvolvimento ou a recuperação de áreas deprimidas

Medidas de fortalecimento da interdependência econômico-social dos países membros

- 1- Programas de cooperação em ciência e tecnologia
- 2- Programas de cooperação na área de educação
- 3- Harmonização das legislações em matéria de proteção ao meio ambiente
- 4- Programas de complementação / especialização produtiva

A implantação de áreas de livre comércio, e sua conseqüente integração econômica, excedem o âmbito comercial e tarifário, além de incluir elementos estruturais baseados na coordenação e harmonização de políticas econômicas e sociais voltadas para o desenvolvimento de longo prazo e para a diminuição de assimetrias entre os países.

2.5 Histórico da Integração Econômica na América Latina

A integração econômica entre os diversos países da América Latina é um objetivo antigo da região e tem sua intensificação no período pós-segunda guerra mundial, com o aumento da industrialização nos países da região e a instalação de diversos acordos bilaterais durante as décadas de 40 e 50, culminando com a criação da Associação Latino-Americana de Livre Comércio – ALALC na década de 60, passando por uma reorganização e surgimento da Associação Latino-Americana de Integração – ALADI em 1980, entre outras tentativas sub-regionais, como o Pacto Andino, Mercado Comum Centro-Americano e, posteriormente a criação do Mercosul.

2.5.1 ALALC

A ALALC tinha como sócios Brasil, Argentina, Chile, México, Paraguai, Peru, Uruguai, Equador, Colômbia, Venezuela e Bolívia, e foi criada em 1960 a partir do Tratado de Montevideu, com a finalidade de criar uma Zona de Livre Comércio no prazo de 12 anos.

Seus principais instrumentos de negociação eram:

- Listas Nacionais
- Lista Comum
- Acordo de Cooperação Industrial

No caso das listas nacionais, cada membro oferecia produtos que sofreriam redução tarifária de, pelo menos, 8% ao ano. As listas comuns incluíam bens em que os países membros se comprometiam a eliminar todas as barreiras tarifárias e não tarifárias em um período de 12 anos e deveriam ser revisadas a cada 3 anos.

Esta estrutura de negociações produto a produto criava um desgastante processo de negociação em todos os setores, além da falta do princípio da reciprocidade, instalado com o objetivo de agilizar a liberalização do comércio na região, demandando elevado grau de coordenação política entre os países, fato que não ocorria.

A implementação da ALALC gerou um certo sucesso inicial, à medida que os países incluíam, nas listas, seus bens que já tinham pouca proteção tarifária. Porém, os países membros se apresentavam em diferentes estágios de desenvolvimento e não havia coordenação ou harmonização de políticas macroeconômicas entre eles. Este ambiente acabou ampliando a distância entre os países com maior grau de desenvolvimento e não havia, no tratado, um mecanismo de compensações aos países menos desenvolvidos. À medida que se negociavam bens estratégicos e mais sensíveis às importações, o tratado ia se enfraquecendo. A generalização compulsória das concessões a todos os membros impedia que um membro fizesse concessões a um parceiro em determinado setor, sob risco de ver sua economia ameaçada por outros países mais desenvolvidos nesse segmento.

Como resultado, temos a seguinte evolução na negociação de concessões:

- 1963 - 4347 concessões
- 1969 - 989 concessões
- 1970 – 149 concessões
- 1971 – 31 concessões

De qualquer maneira a ALALC gerou algum avanço no comércio intra-região, passando de 7,05% do total em 1950, para 13,28% do total em 1975. Seus membros porém, permaneceram com suas economias fechadas e protecionistas, impedindo seus mercados de se desenvolverem em níveis de concorrência internacional.

2.5.2 Pacto Andino

O Pacto Andino tem como membros Bolívia, Colômbia, Chile, Peru, Equador e Venezuela e foi fundado em 1968, para coordenar uma política de investimentos no setor petroquímico. Problemas políticos no Chile e Peru, bem como oportunidades externas na exploração de petróleo pela Venezuela e Equador tiraram o foco dos objetivos iniciais e levaram à quase falência do acordo. O Pacto Andino nunca apresentou um resultado efetivo e o comércio intrapacto nunca representou mais do que 5% das exportações totais.

Os países membros têm tentado reformular o Pacto (1987, 1991), transformando-o em união aduaneira, porém sem sucesso. Instabilidades políticas no Peru e Bolívia e discordâncias em relação ao ritmo de redução tarifária levaram à paralisação do Pacto em 1992.

2.5.3 Mercado Comum Centro-Americano

Foi criado em 1960 por Guatemala, Honduras, Nicarágua, Costa Rica e El Salvador. Seu principal objetivo era a criação de um mercado comum que permitisse a industrialização da região. Após algum sucesso inicial, o acordo também entrou em período de estagnação em função das dificuldades estruturais de industrialização da região e os diversos conflitos políticos ocorridos em seus membros (Guerras civis em El Salvador, Guatemala, Nicarágua na década de 80). Como resultado, o comércio intra-regional presenciou uma redução de U\$ 1,1 bilhão para U\$ 450 milhões na década de 80. Em 1993 o acordo foi revisado, com a inclusão do Panamá, buscando a revitalização do bloco.

2.5.4 ALADI

A ALADI surge em 1980 como alternativa aos erros que paralisaram a ALALC. Com estrutura mais atual e que atenda as necessidades regionais e as diferenças econômicas dos diversos países do bloco, a ALADI busca a liberalização do comércio intra-regional, reconhecendo as diferenças regionais e favorecendo os acordos sub-regionais e bilaterais, com os seguintes mecanismos:

Mecanismos Regionais

- PTR – Preferência Tarifária Regional
- PREC – Programa de Recuperação e Expansão do Comércio
- LAMS – Listas de Aberturas de Mercado

Mecanismos Bilaterais

- Acordos de Renegociação da ALALC
- Acordos Comerciais
- Acordos de Complementação Econômica (ACE)

Dentro desse contexto, o mecanismo que mais trouxe resultados foi o ACE, cujas concessões feitas não precisam ser estendidas a todos os membros do bloco. Como resultado, o comércio intra-regional, que representava 28% do intercâmbio total intra-ALADI ou U\$ 2,9 bilhões em 1980, passou a quase 40% ou U\$ 3,9 Bilhões em 1988, em um montante total de U\$ 10 bilhões. Este aumento corresponde principalmente à intensificação nas relações comerciais entre Brasil e Argentina após 1986, criada a partir de Acordo de Complementação Econômica (ACE).

Em contrapartida, os ACEs propiciaram um ambiente de disseminação de acordos bilaterais na região, criando diversas correntes de relações comerciais entre os seus membros, sob possibilidade de gerar ineficiências para países não participantes e agravando as distorções intra-regionais.

2.5.5 Acordo de Complementação Econômica Brasil e Argentina – Ata de Iguaçu

Em novembro de 1985 o Brasil e a Argentina firmam Acordo de Complementação Econômica – ACE, a partir da Ata de Iguaçu, e aprofundado em julho de 1986 pelo Programa de Integração e Cooperação Econômica Brasil-Argentina (PICE), com a adesão do Uruguai.

Foram firmados 12 protocolos, posteriormente ampliados para 24 protocolos, sendo os principais:

No. 1 – Bens de Capital

No. 2 – Trigo

No. 3 - Complementação do abastecimento alimentar

No. 4 – Expansão do Comércio

No. 5 – Empresas Binacionais

No. 6 – Assuntos Financeiros

No. 7 – Fundo de Investimentos

No. 8 – Energia

No. 9 – Biotecnologia

No. 10 – Estudos Econômicos

No. 12 – Cooperação Aeronáutica

No. 13 – Siderurgia

No. 14 – Transporte Terrestre

No. 15 – Transporte Marítimo

No. 16 – Comunicações

No. 17 – Cooperação Nuclear

Dentro do protocolo de Bens de Capital, os países negociaram uma lista comum que incorporou 265 posições tarifárias NALADI, dentre as 612 possíveis. Como mecanismos compensatórios, se houvesse déficit superior a 10% para uma das partes, o país deficitário incorporaria mais itens à lista comum.

A principal motivação da Argentina era aproveitar a oferta da indústria de bens de capital brasileira a custos competitivos para modernizar seu parque industrial. Por outro lado, o Brasil esperava se beneficiar das vantagens comparativas da Argentina na produção agropecuária.

Como resultado, o comércio Brasil-Argentina passou a crescer 12% ao ano. Este crescimento, no entanto, começa a dar sinais de esgotamento em função das dificuldades econômicas dos países no período, e a dificuldade de aumentar a lista comum no setor de bens de capital. Está aberto o caminho para a formação do Mercosul.

2.6 Mercosul – Análise do Tratado de Assunção – 1991

O crescente fluxo de comércio e negócios realizado na década de 80 entre Brasil e Argentina fomentou o surgimento do acordo de integração econômica assinado em 26 de março de 1991, denominado “Tratado de Assunção”, que estabeleceu as bases do Mercosul. O Tratado de Assunção tem como objetivo principal a criação de um Mercado Comum entre Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, eliminando todas as tarifas intra-região à partir de janeiro de 1995 para Brasil e Argentina e, em função de diferenças pontuais de ritmo, a supressão de tarifas para Uruguai e Paraguai em janeiro de 1996, bem como a adoção da tarifa externa comum (TEC) para terceiros países. Chile, Bolívia, Colômbia, Peru e Equador são os países associados. Em 2005, a Venezuela protocolou seu pedido de adesão ao bloco e, em 4 de julho de 2006 tornou-se um país membro através de protocolo assinado em Caracas. O Mercosul tem as seguintes características econômicas:

Tabela 1 - Características Econômicas Mercosul

País	PIB (PPC) em milhões	PIB (PPC) per capita	População(2007)	IDH
Brasil	\$1.507.106,00	\$8.049,00	190.011.861	0,792
Argentina	\$510.266,00	\$12.468,00	40.403.943	0,863
Venezuela	\$157.877,00	\$5.571,00	26.085.281	0,784
Uruguai	\$32.402,00	\$9.107,00	3.447.920	0,851
Paraguai	\$28.960,00	\$4.553,00	6.667.884	0,757
Total Mercosul¹	\$2.236.611,00	8.389*	266.616.849	0,809*
Colômbia	\$325.915,00	\$6.962,00	44.858.434	0,79
Chile	\$175.324,00	\$10.904,00	16.285.071	0,859
Peru	\$156.511,00	\$5.556,00	28.675.628	0,767
Equador	\$51.681,00	\$4.083,00	13.752.593	0,765
Bolívia	\$24.501,00	\$2.710,00	9.119.372	0,692
Total Mercosul²	\$2.970.543,00	8.126*	365.555.352	0,792*

1 Somente Estados Membros

2 Estados Membros e Associados

Fonte: CIA World Factbook 2004, IMF WEO Database – Valores US\$

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

O Mercosul compreende, portanto, um PIB total de US\$ 2.970.543 milhões e uma população de 365.555 milhões. Sua área em KM² é de 17.320.270 e em comparação com os demais blocos econômicos temos:

Tabela 2 - Comparativo Mercosul e Outros Blocos Econômicos

Bloco	Área Km	População	PIB	PIB per capita	Países membros
Mercosul (Ampliado)	17.320.270	365.555.352	\$2.970.543,00	\$8.389,00	10 (5 plenos)
NAFTA	21.588.638	430.495.039	\$12.889.900,00	\$29.942,00	3
União Européia	3.977.487	456.285.839	\$11.064.752,00	\$24.249,00	27
ASEAN	4.400.000	553.900.000	\$2.172.000,00	\$4.044,00	10

Fonte: CIA World Factbook 2004, IMF WEO Database

O Tratado de Assunção tem como seus propósitos, princípios e instrumentos as seguintes cláusulas a destacar:

Artigo I

“O Mercado Comum implica:

A livre circulação de bens, serviços e fatores produtivos entre os países, através, entre outros, da eliminação dos direitos alfandegários restrições não tarifárias à circulação de mercado de qualquer outra medida de efeito equivalente;

O estabelecimento de uma tarifa externa comum e a adoção de uma política comercial comum em relação a terceiros Estados ou agrupamentos de Estados e a coordenação de posições em foros econômico-comerciais regionais e internacionais;

A coordenação de políticas macroeconômicas e setoriais entre os Estados Partes – de comércio exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetária, cambial e de capitais, de serviços, alfandegária, de transportes e comunicações e outras que se acordem, a fim de assegurar condições adequadas de concorrência entre os Estados Partes;

O compromisso dos Estados Partes de harmonizar suas legislações nas áreas pertinentes, para lograr o fortalecimento do processo de integração”

Durante o período de transição, os Estados Partes adotarão um Regime Geral de Origem, um Sistema de Solução de Controvérsias e Cláusulas de Salvaguardas. Para relações com os demais países, citamos o artigo 4, abaixo:

Artigo 4

“Nas relações com terceiros países, os Estados Partes assegurarão condições eqüitativas de comércio. Para tal fim, aplicarão suas legislações nacionais, para inibir importações cujos preços estejam influenciados por subsídios, *dumping* ou qualquer outra prática desleal.”

Importante ressaltar o tratamento homogêneo de tarifas para todos os produtos originários do bloco:

Artigo 7

“Em matéria de impostos, taxas e outros gravames internos, os produtos originários do território de um Estado Parte gozarão, nos outros Estados Partes, do mesmo tratamento que se aplique ao produto nacional.”

A estrutura orgânica do Mercosul será composta por dois órgãos:

- Conselho Mercado Comum
- Grupo do Mercado Comum

O Conselho Mercado Comum é o órgão superior do Mercado Comum, correspondendo-lhe a condução da política e a tomada de decisões para assegurar o cumprimento dos objetivos estabelecidos no acordo.

O Grupo do Mercado Comum é o órgão executivo do Mercado Comum, coordenado pelos Ministérios das Relações Exteriores. Deve velar pelo cumprimento do Tratado, tomar medidas necessárias ao cumprimento das decisões adotadas pelo conselho e fixar programas de trabalho para o estabelecimento do Mercado Comum.

Foram criados dez subgrupos de trabalho pelo Grupo Mercado Comum:

- 1- Assuntos Comerciais
- 2- Assuntos Aduaneiros
- 3- Normas Técnicas
- 4- Políticas Fiscal e Monetária, relacionadas com o Comércio
- 5- Transporte Terrestre
- 6- Transporte Marítimo
- 7- Política Industrial e Tecnológica
- 8- Política Agrícola
- 9- Política Energética
- 10- Coordenação de Políticas Macroeconômicas

De acordo com o Tratado, a Tarifa Externa Comum (TEC), cobrada de terceiros países, ficará entre zero e 20%. Porém, os setores de bens de capital, informática e telecomunicações ficarão fora da TEC. O setor de bens de capital convergirá para uma tarifa única de 14% até o ano 2001. No caso dos bens de informática e telecomunicações, a alíquota convergirá para 22% de forma linear e automática até o ano 2001, e 16% até o ano 2006.

A TEC abrange 85% dos produtos negociados. Os 15% restantes estão dentro do regime de exceção, sendo 175 exceções para o Brasil, 232 para a Argentina, 210 para o Paraguai e 212 para o Uruguai. As zonas francas são consideradas como terceiros países e devem pagar a TEC. No entanto, as zonas francas de Manaus e da Terra do Fogo na Argentina são consideradas áreas aduaneiras especiais e poderão continuar funcionando até 2013. Brasil e Argentina poderão firmar acordo para que produtos desta região não paguem a TEC nesse período.

De acordo com o calendário original, todas as exceções deveriam ser eliminadas em 2001, a partir desse momento Argentina e Brasil adotariam uma TEC de 14% para bens de capital. O passo seguinte seria a união aduaneira plena em janeiro de 2006, com uma tarifa de 16% para a maioria dos grupos. Entretanto, as diversas crises e instabilidades econômicas pelas quais passaram os países do bloco nos últimos dez anos não permitiram que esta meta fosse cumprida. De qualquer maneira, o comércio intrabloco tem apresentado bons resultados. O bloco apresenta hoje um mercado de aproximadamente U\$ 2,2 trilhões, do qual o Brasil representa aproximadamente 70%. Este intercâmbio comercial tem sido bastante positivo para o Brasil, tendo superávit comercial com todos os países membros. Porém, estes números acabam gerando grandes assimetrias no bloco, resultando em atritos constantes.

Em 2006, o comércio do Brasil com o Uruguai movimentou U\$ 1,62 bilhão contra U\$ 1,34 bilhão em 2005. Deste valor, o Brasil exportou U\$ 1 bilhão, sendo 86% em produtos manufaturados como óleo diesel, automóveis, autopeças e celulares. Os produtos exportados pelo Uruguai foram, em sua maioria, *comodities*, como arroz, trigo, carne e leite em pó. No caso da Argentina, o comércio com o Brasil foi de U\$ 19,77 bilhões contra U\$ 16,15 bilhões no ano anterior. As exportações brasileiras representaram U\$ 11,7 bilhões, sendo prioritariamente produtos manufaturados como automóveis, autopeças, celulares. As importações foram da ordem de U\$ 8,05 bilhões, sendo em sua maioria trigo, petróleo e automóveis. Com o Paraguai o Brasil apresentou um comércio de U\$ 1,52 bilhão em 2006, com U\$ 1,23 bilhão de produtos manufaturados exportados pelo Brasil. No caso da Venezuela, o comércio

com o Brasil deu um salto após sua adesão ao Mercosul em 2006, passando de um patamar de U\$ 2,47 bilhões em 2005 para U\$ 4,16 bilhões em 2006, sendo que os manufaturados lideram a lista dos produtos exportados pelo Brasil. Apenas aparelhos celulares correspondem a 19,68% de todo o volume exportado pelo Brasil. As exportações da Venezuela em sua maioria são de derivados do petróleo.

2.7 Modelos de Estratégias das Empresas Fabricantes de Eletroeletrônicos

De forma geral, as empresas fabricantes de produtos eletroeletrônicos tendem a se diferenciar em função da faixa de mercado em que atuam e de que pretendem participar. No caso das empresas multinacionais, pode-se inferir que a estratégia dominante a ser utilizada por cada filial depende das condições econômicas do local onde esta será implantada, bem como do objetivo macro da matriz, em relação a ganhos de escala na cadeia de produção, principalmente insumos (exemplo: painéis de Plasma e LCD para TVs fabricados na Ásia).

Segundo Vieira Sá (2002), as estratégias de faixas de mercado de fabricantes de produtos eletroeletrônicos se dividem em:

Estratégia de Liderança tecnológica: consiste na introdução de inovações que possuam papel central no mercado. Visa a obter ganhos por meio de altas taxas de crescimento do mercado criado, bem como pela manutenção, quando possível, de margens elevadas de lucro, típicas de produtos em fase inicial. O objetivo de empresas que adotam esta estratégia é ocupar faixas de mercado cujo dinamismo tecnológico e rentabilidade sejam maiores.

Estratégia de baixo custo: aplicada por fabricantes com linha de produção intensivas em trabalho e focadas nas faixas *low-end* do mercado. O objetivo de empresas que adotam esta estratégia é buscar a rentabilidade por meio da elevada escala de produção de produtos baratos e com tecnologia madura. Pela venda de elevados volumes, os fabricantes compensam as baixas margens de lucro típicas deste segmento. Esta estratégia é adotada por unidades industriais estabelecidas em países com baixo custo de mão-de-obra, como exemplo países da Ásia e América Latina, principalmente México. A produção oriunda de países asiáticos dotados de mão-de-obra barata não se atém a empresas multinacionais. Parte dela se deve a fabricantes locais, de capital nacional que, em razão da estratégia de baixo custo, comercializam produtos simples em larga escala a preços baixos e

qualidade questionável. Geralmente fabricam para terceiros em regime de OEM e ODM, inclusive para multinacionais de primeira linha.

Estratégia Intermediária: tem como objetivo ocupar parcelas de mercado por meio da produção de produtos relativamente comuns ao mercado. Para que possa obter sucesso neste modelo de estratégia, a empresa tenta conquistar espaços subaproveitados pelas companhias líderes no segmento, em alguns casos até associando-se a elas. Geralmente resulta de esforços contínuos de aprimoramento de tecnologia de produtos e processos. Desta forma a empresa dilui seus custos e reduz o espaço gerado pelo rápido deslocamento das tecnologias no âmbito mundial. A estratégia pode ser associada ao processo de fabricação em sistema de *OEM* e *ODM*.

Apesar das diferentes estratégias mencionadas acima, uma empresa multinacional com operação em diversos países do Mercosul pode adotar diferentes estratégias em cada país onde atua, porém convergindo seus objetivos finais para a estratégia macro da sua matriz. A adoção de diferentes tipos de estratégias em cada localidade busca aproveitar o que as condições locais possam oferecer de melhor.

Segundo Vieira Sá (2002), na eletrônica de consumo podem-se identificar cinco fatores básicos de competitividade: inovação, qualidade, preços e custos, *marketing* e comercialização, políticas públicas. Estes fatores explicitam a necessidade de diversificação das empresas, especialmente as focadas em liderança tecnológica. Este tipo de diversificação ocorre verticalmente, pela produção de componentes e insumos diversos, bem como horizontalmente, pelo do aumento de *portfolio* de produtos, ultrapassando as fronteiras do segmento eletroeletrônico.

Por outro lado, o inverso também ocorre. Empresas de outros subsetores eletroeletrônicos acabam migrando para o mercado da indústria de bens eletrônicos de consumo. Este tipo de concorrência tem se intensificado, obrigando empresas antes líderes de mercado, a buscarem a diversificação de estratégias, muitas vezes em linhas de produtos com maior valor agregado, além de reestruturações que levam à diminuição do *portfolio* de produtos e da produção em função da erosão ocasionada nas margens de lucro.

3. A INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA DO BRASIL NO MERCOSUL

3.1 Perfil da indústria eletroeletrônica mundial

O complexo da indústria eletroeletrônica mundial responde por parcela expressiva do mercado global. Em 2002, este segmento obteve a cifra de U\$ 1,4 trilhão (*Electronics Industry Yearbook* 2002). A indústria relativa ao segmento de Áudio e Vídeo (TVs, DVDs, etc.) representa aproximadamente 7,6% deste valor. Neste cenário, o segmento Áudio e Vídeo representou, em 2002, um mercado de aproximadamente U\$ 107,5 bilhões.

De acordo com a tabela abaixo, de 2002, os maiores mercados para o segmento são os EUA e o Japão, tanto para todo o complexo eletrônico, quanto para a eletrônica de consumo. A China assume o terceiro posto, em um mercado equivalente ao japonês, fato que possivelmente pode ter mudado em um levantamento mais atual, em função do grande crescimento de seu mercado nos últimos anos. Outros representantes asiáticos de destaque e que estão entre o grupo dos 15 primeiros são Coréia do Sul, Cingapura, Taiwan e Malásia. Da América Latina temos o México e o Brasil em posições de destaque, dentro do grupo dos 15 primeiros, à frente de mercados desenvolvidos como Holanda, Suécia e Hong Kong, principalmente em função de seu tamanho e dimensões.

Tabela 3 - Complexo Eletrônico - Sumário dos Mercados Mundiais 2002 (US\$ Milhões)

Pos.	Países	Equip. Proc. Dados	Equip. Escritório	Equip. Medição	Equip. Médicos e Industriais	Equip. Móveis	Telecomunicações	Bens Eletrônicos	Componentes	Total
1	EUA	147.741	5.825	32.191	17.951	73.865	51.628	32.300	124.896	\$486.397
2	Japão	61.520	2.581	6.868	5.036	21.706	17.054	11.936	82.491	\$209.192
3	China	19.158	506	3.092	1.647	5.701	5.079	11.885	30.440	\$77.508
4	Alemanha	27.701	1.149	7.569	3.265	4.930	5.607	5.704	18.984	\$74.909
5	Reino Unido	22.267	811	3.664	1.519	14.023	3.577	5.258	15.150	\$66.269
6	França	12.078	661	2.973	1.487	8.053	4.391	3.587	11.415	\$44.645
7	Coreia do Sul	5.562	226	2.029	619	7.554	2.584	2.893	20.202	\$41.669
8	Itália	11.017	422	3.808	1.045	4.260	3.669	2.683	7.185	\$34.089
9	Canadá	10.720	378	3.536	1.072	2.894	2.293	2.503	6.442	\$29.838
10	Cingapura	8.551	253	1.610	167	1.160	812	985	13.195	\$26.733
11	Taiwan	4.055	89	2.010	323	2.209	870	696	15.988	\$26.240
12	México	4.014	150	2.313	581	1.724	1.152	1.976	14.304	\$26.214
13	Brasil	8.626	287	1.602	793	2.563	2.618	2.699	6.225	\$25.413
14	Holanda	8.764	368	1.959	844	1.275	1.319	1.367	3.556	\$19.452
15	Malásia	1.419	53	1.104	175	999	495	566	14.539	\$19.350
16	Espanha	4.496	217	829	701	2.477	4.204	2.480	3.000	\$18.404
17	Austrália	5.183	207	1.321	433	1.733	1.312	1.492	2.149	\$13.830
18	Suécia	3.217	85	1.090	347	1.265	1.055	643	4.172	\$11.874
19	Tailândia	2.244	87	604	213	858	618	697	5.622	\$10.943
20	Suiça	4.750	286	1.343	386	1.084	687	689	1.683	\$10.908
21	Irlanda	2.468	68	379	189	322	223	207	6.337	\$10.193
22	Bélgica	3.871	171	838	361	1.206	994	640	1.850	\$9.931
23	Hong Kong	3.474	71	337	178	611	420	974	3.521	\$9.586
24	Hungria	2.555	36	351	204	535	469	361	4.187	\$8.698
25	Índia	1.665	97	586	278	782	604	2.257	1.712	\$7.981
Total		387.116	15.084	84.006	39.814	163.789	113.734	97.478	419.245	\$1.320.266

Fonte: Vieira Sá, 2002, p. 10

Nota: Dados trabalhados pelo autor

Por ter como característica a necessidade de escala de produção para reduzir custos e margens, o segmento eletroeletrônico mundial está concentrado em poucas empresas multinacionais, em sua maioria asiáticas. Podemos destacar:

- Matsushita Panasonic / Sony / Toshiba
- Hitachi / Sharp / Samsung Electronics
- LG Eletronics / Philips
-

Em tabela elaborada por Vieira Sá (2002), com dados do *Electronics Industry Yearbook* 2002, podemos visualizar a presença dos principais *players* do segmento (grifados em amarelo) entre as 40 empresas do *ranking* do complexo eletrônico. Outro ponto a destacar é a reduzida margem de lucro com que trabalha a grande parte das empresas do segmento, em geral abaixo de 10%.

Tabela 4
40 Maiores Empresas do Complexo Eletrônico, Software e Serviços de Tecnologia da Informação - 2002

Class.	Empresa	Receita c/ Eletrônicos (US\$ Milhões)	Receita Total (US\$ Milhões)	Lucro Líquido %	Atividades	País
1	IBM	\$88.396	\$88.396	9,2%	Computadores / AE, Periféricos, Software	EUA
2	Matsushita Electric	\$71.658	\$71.658	1,4%	Comunicações, Componentes, Computadores, AE, BEC, Industrial, Semi.	Japão
3	Fujitsu	\$49.807	\$49.807	0,8%	Comunicações, Computadores / AE, Semicondutores	Japão
4	Hewlett Packard	\$49.057	\$49.057	6,6%	Computadores / AE, Periféricos, Software, Componentes, Industrial	EUA
5	NEC	\$48.460	\$48.460	0,2%	Comunicações, Computadores / AE, Semicondutores	Japão
6	Compaq Computer	\$42.383	\$42.383	1,3%	Computadores / AE, Software	EUA
7	Toshiba	\$40.324	\$54.492	-0,5%	Computadores / AE, BEC, Semicondutores	Japão
8	Sony	\$40.114	\$62.679	-0,7%	Componentes, Computadores, AE, BEC, Semi.	Japão
9	Motorola	\$37.580	\$37.580	3,5%	Comunicações, Semicondutores	EUA
10	Siemens	\$35.148	\$68.917	10,1%	Comunicações, Computadores, Semicondutores	Alemanha
11	Intel	\$33.726	\$33.726	31,2%	Comunicações, Periféricos, Semicondutores	EUA
12	Lucent Technologies	\$33.490	\$33.490	-1,3%	Comunicações, Semicondutores	EUA
13	Hitachi	\$31.962	\$77.956	0,2%	Computadores / AE, BEC, Semicondutores	Japão
14	Dell Computer	\$31.888	\$31.888	7,2%	Computadores, Software, Periféricos	EUA
15	Ingram Micro	\$30.715	\$30.715	0,7%	Distribuição	EUA
16	Nortel Networks	\$30.275	\$30.275	-11,5%	Comunicações	Canadá
17	Alcatel	\$29.580	\$29.580	4,2%	Comunicações, Componentes	França
18	Ericsson	\$29.026	\$29.026	7,7%	Comunicações	Suécia
19	Nokia	\$28.617	\$28.617	13,0%	Comunicações, Periféricos, BEC	Finlândia
20	Philips Electronics	\$27.822	\$35.669	23,9%	BEC, Componentes, Semi., Eq Insts. Médicos	Holanda
21	Samsung Electronics	\$27.145	\$27.145	17,5%	Comunicações, Cis, Computadores, AE, BEC	Coreia do Sul
22	Canon	\$24.272	\$24.272	4,8%	Computadores, / AE, BEC	Japão
23	Cisco Systems	\$23.931	\$23.931	12,9%	Comunicações	EUA
24	Microsoft	\$23.845	\$23.845	40,4%	Software, Serviços	EUA
25	Tech Data	\$20.427	\$20.427	0,9%	Distribuição	EUA
26	Electronic Data Systems	\$19.226	\$19.226	5,9%	Computadores	EUA
27	Sun Microsystems	\$19.181	\$19.181	11,3%	Computadores, Software, Periféricos	EUA
28	Sharp	\$15.579	\$15.579	1,5%	Componentes, Computadores / AE, BEC	Japão
29	Soletron	\$17.057	\$17.057	3,4%	Serviços de Manufatura	EUA
30	Xerox	\$15.521	\$15.521	-1,4%	Computadores, Automação de Escritório	EUA
31	Mitsubishi Electric	\$14.308	\$35.772	0,7%	Computadores / AE, BEC, Industrial, Semi.	Japão
32	Ricoh	\$13.716	\$13.716	2,9%	Computadores / Automação de Escritório	Japão
33	Tyco International	\$13.034	\$30.313	15,6%	Componentes	EUA
34	Arrow Electronics	\$12.959	\$12.959	2,8%	Distribuição	EUA
35	Texas Instruments	\$11.875	\$11.875	25,8%	Semicondutores, Automação de Escritório, Componentes	EUA
36	Avnet	\$11.763	\$11.763	2,2%	Distribuição	EUA
37	LG Electronics	\$11.746	\$11.746	3,4%	Comunicações, Computadores, AR, BEC Industrial	Coreia do Sul
38	Honewell	\$11.510	\$25.023	6,6%	Industrial, Componentes, Automação de Escritório	EUA
39	Agilent Technologies	\$11.368	\$11.368	6,9%	Industrial, Semicondutores	EUA
40	Seiko Epson	\$10.994	\$10.994	5,8%	BEC	Japão

Fonte: Vieira Sá, 2002, p. 25.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Uma característica importante a ressaltar é que, embora as empresas de manufatura terceirizada estejam avançando no mercado, principalmente as estabelecidas na China, as empresas em posições de liderança possuem uma cadeia produtiva verticalizada (ex: LG.Philips Displays, *joint-venture* entre LG e Philips para a produção de painéis de LCD, Samsung SDI, empresa subsidiária da Samsung *Electronics* que fabrica painéis de LCD para Samsung e Sony, etc..).

Desta forma, convergindo para uma estratégia de volume e escala de produção para redução de custos na cadeia produtiva, os principais *players* mundiais buscam se estruturar em diferentes mercados, aproveitando aquilo que cada região possa lhes proporcionar, como mercado consumidor, incentivos fiscais, taxa de câmbio, baixo custo de mão-de-obra, etc. Países como México, China, Taiwan, Malásia e Tailândia acabam se caracterizando como hospedeiros dessas corporações.

3.2 Histórico e Contexto Atual da Indústria Eletroeletrônica brasileira

O complexo eletroeletrônico brasileiro é um dos maiores e mais dinâmicos do país. Conforme dados da ABINEE (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica), o faturamento do complexo alcançou R\$ 105,7 bilhões em 2006 (* projeção), com um crescimento de 14% em relação ao ano de 2005, quando o faturamento alcançou R\$ 92,8 bilhões, cujos segmentos focalizados são:

- Informática, responsável por um faturamento de R\$ 29,9 bilhões ou 22% do complexo em 2006;
- Telecomunicações, responsável por um faturamento de R\$ 17,6 bilhões ou 7% em 2006;

- Utilidades Domésticas Eletroeletrônicas, segmento que engloba os setores de Áudio e Vídeo e eletrodomésticos (ex: geladeiras, fogões, etc), e que obteve um faturamento de R\$ 17 bilhões ou 5% do complexo em 2006;

Estes setores apresentaram crescimento expressivo nos últimos 5 anos, e praticamente dobraram de tamanho em relação ao seu resultado do ano 2000, conforme planilha abaixo:

Tabela 5 - Faturamento da Indústria Eletroeletrônica por Área (em R\$)

Áreas	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Automação Industrial	614	795	986	1.202	1.472	1.721	2.090	2.330
Componentes Elétricos e Eletrônicos	2.852	3.985	4.702	5.263	5.916	6.876	8.697	8.653
Equipamentos Industriais	4.105	4.400	5.236	6.542	7.088	8.426	10.319	11.814
Geração, Transmissão e Distribuição de Energia Elétrica	3.365	3.379	3.582	4.548	5.114	4.449	5.581	6.557
Informática	9.650	10.588	12.811	14.732	13.391	16.701	20.624	24.437
Material Elétrico de Instalação	2.848	3.357	3.861	4.592	4.649	4.593	5.947	6.392
Telecomunicações	5.455	7.313	9.946	11.431	7.431	8.760	13.006	16.451
Utilidades Domésticas	8.497	7.609	9.511	9.875	11.292	12.421	15.338	16.180
Total	37.386	41.426	50.635	58.185	56.353	63.947	81.602	92.814

Fonte: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA ELÉTRICA E ELETRÔNICA, 2007

O número de empregados do setor também apresenta evolução. Desde o seu auge em 1998, ao atingir um contingente de 142,8 mil empregados, este número apresentava constante declínio até o ano de 2003, quando o setor chegou a um contingente de 123 mil empregados. Para 2006 a projeção é de 143 mil empregados e para 2007 espera-se um crescimento de 7%, com a ampliação do número do setor para 153 mil empregados. (ABINEE, 2006)

Para 2007, segundo a ABINEE, a perspectiva é que o faturamento cresça 15% em relação a 2006, e que o setor atinja R\$ 121 bilhões de faturamento. O setor de informática deve alcançar um crescimento de 23%, e os setores de telecomunicações e utilidades domésticas, 8% .

A balança comercial do setor apresenta déficit constante a partir da sua abertura ao mercado externo, no início da década de 90, com um resultado deficitário de U\$ 7,3 bilhões em 2005, U\$ 9,5 bilhões em 2006 e a projeção de U\$ 12,3 bilhões em 2007.

Tabela 6 - Brasil - Indicadores Gerais da Indústria Eletroeletrônica

Indicadores	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Faturamento (R\$ bilhões)	37,4	41,4	50,6	58,2	56,4	63,9	81,6	92,8
Número de Empregados (em mil)	142,8	134,2	139,9	131,2	123,3	122,6	132,9	133,1
Exportações (U\$ milhões)	2.886	3.173	4.423	4.732	4.415	4.771	5.344	7.767
Importações (U\$ milhões)	10.848	9.865	11.887	13.489	10.294	10.048	12.667	15.131
Saldo da Balança Comercial (U\$ milhões)	(7.961)	(6.692)	(7.464)	(8.757)	(5.879)	(5.277)	(7.323)	(7.364)
Exportações/Faturamento (%)	9%	14%	16%	19%	23%	23%	19%	20%
Exportações/Total Exportações do País (%)	6%	7%	8%	8%	7%	7%	6%	7%
Importações/Total Importações do País (%)	18,8	20,0	21,3	24,3	21,8	20,8	20,2	20,6
Faturamento/PIB (%)	4,2	4,3	4,6	4,9	4,2	4,1	4,6	4,8

Fonte: ABINEE, 2007.

A cadeia de produtos eletrônicos de consumo no Brasil reproduz, de forma geral, o oligopólio mundial composto pelos principais fabricantes citados no item referente ao perfil da indústria eletroeletrônica mundial. Conta também com a participação de indústrias genuinamente nacionais, de capital nacional como a CCE, Gradiente, Evadim, Itaotec-Philco e Semp Toshiba, esta última uma *joint-venture* com a Toshiba do Japão.

Apesar da presença predominante de empresas multinacionais, o tipo de estratégia adotada por essas empresas tem sido a intermediária, citada no item 2.7, em função da sua ligação com a matriz e da necessidade de utilização das plataformas de produtos mundiais, elaboradas para o mercado dos países desenvolvidos. Segundo Gonçalves (1997), “a produção nacional tem mostrado certa tendência a especializar-se em produtos com níveis médios de sofisticação, uma vez que a concorrência dos eletrônicos portáteis, sobretudo da Ásia, foi fortemente sentida, ao mesmo tempo em que as tecnologias de ponta foram apenas parcialmente incorporadas ou se fizeram presentes essencialmente através de estratégias de importação”.

Outro fator preponderante é a presença de um mercado consumidor diversificado, cujo maior volume de vendas se encontra em produtos para as classes B e C,

enquanto existe uma pequena classe com alto poder aquisitivo, consumidora de novidades tecnológicas, mas que não representa um número expressivo de consumidores capazes de atrair ou justificar o desenvolvimento desses produtos localmente. Supõe-se existir uma dificuldade de a indústria ofertar produtos *low end* em função da concorrência asiática com produtos de baixo custo e para os quais os custos de frete e imposto de importação têm pouco impacto no preço final. Esses produtos têm a venda realizada também no mercado informal, por meio de importações ilegais, fator predominante no mercado brasileiro de PCs, por exemplo. No gráfico abaixo, de 2005, o mercado brasileiro de áudio e vídeo apresenta razoável nível de concentração nos fabricantes Philips, LG e Gradiente:

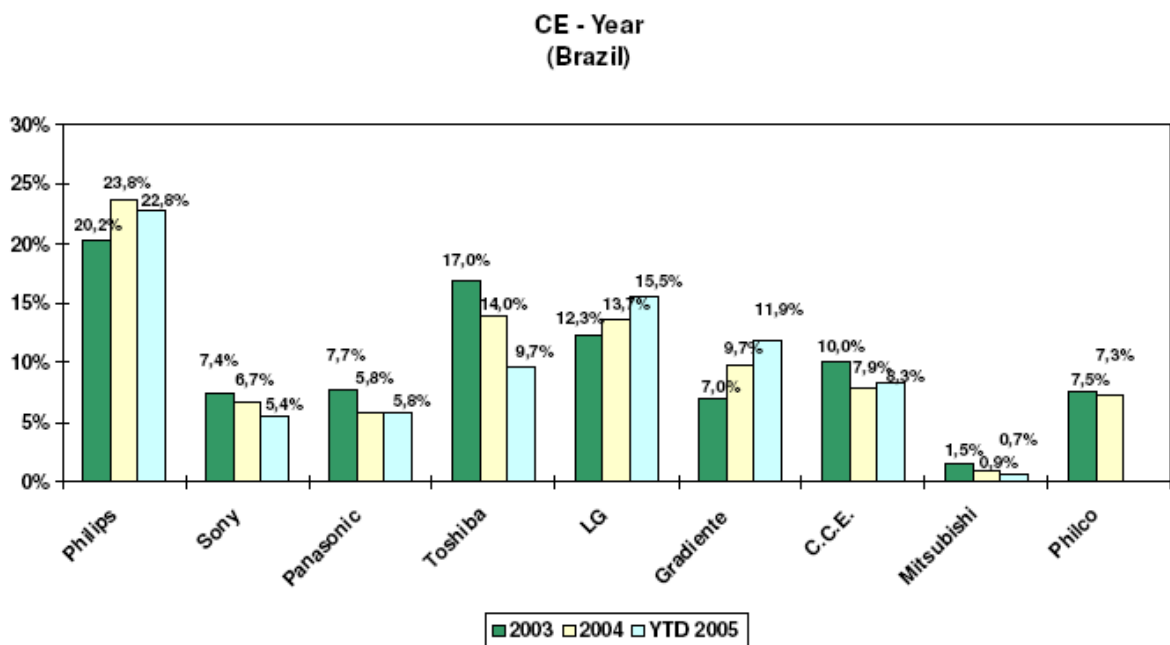


Figura 1: Mercado Brasileiro de Áudio e Vídeo 2003 a 2005 – Evolução de *Market Share* por Fabricante

Fonte: Empresa X

Em função do *portfolio* de produtos apresentado no mercado mundial e no Brasil, supõe-se que a maioria dos fabricantes mencionados no gráfico acima utilize grande parte das tecnologias das suas matrizes ou parceiras estrangeiras no desenvolvimento de produtos. O segmento de áudio e vídeo está geograficamente concentrado na Zona Franca de Manaus, desfrutando de incentivos fiscais federais

e estaduais, em projeto iniciado em 1957 com objetivos voltados ao desenvolvimento regional da Amazônia Ocidental.

O segmento passou por períodos de fortes mudanças durante a década de 90, e os fabricantes tentaram se adaptar às diferentes fases da economia brasileira. No início da década, o ajuste foi em relação ao rápido processo de abertura comercial. O que antes era um mercado protegido e superavitário, exportando volumes muito superiores à sua importação, tornou-se um mercado deficitário a partir de 1994. De qualquer maneira, passado o período de adaptação inicial, a partir de 1994, com a introdução do plano Real, as indústrias puderam se beneficiar com essas mudanças, pelo aumento do contingente de pessoas que não tinham acesso a esse mercado e, com a estabilização dos preços pela forte redução nos índices de inflação e o acesso a compras financiadas, tornaram-se consumidores. A esse fator devemos agregar a valorização da moeda brasileira, o que aumentou o poder aquisitivo da população e gerou uma explosão consumista no triênio 1995-1997, quando o mercado doméstico de TVs alcançou a expressiva marca de 8,5 milhões de unidades. (Vieira Sá 2002)

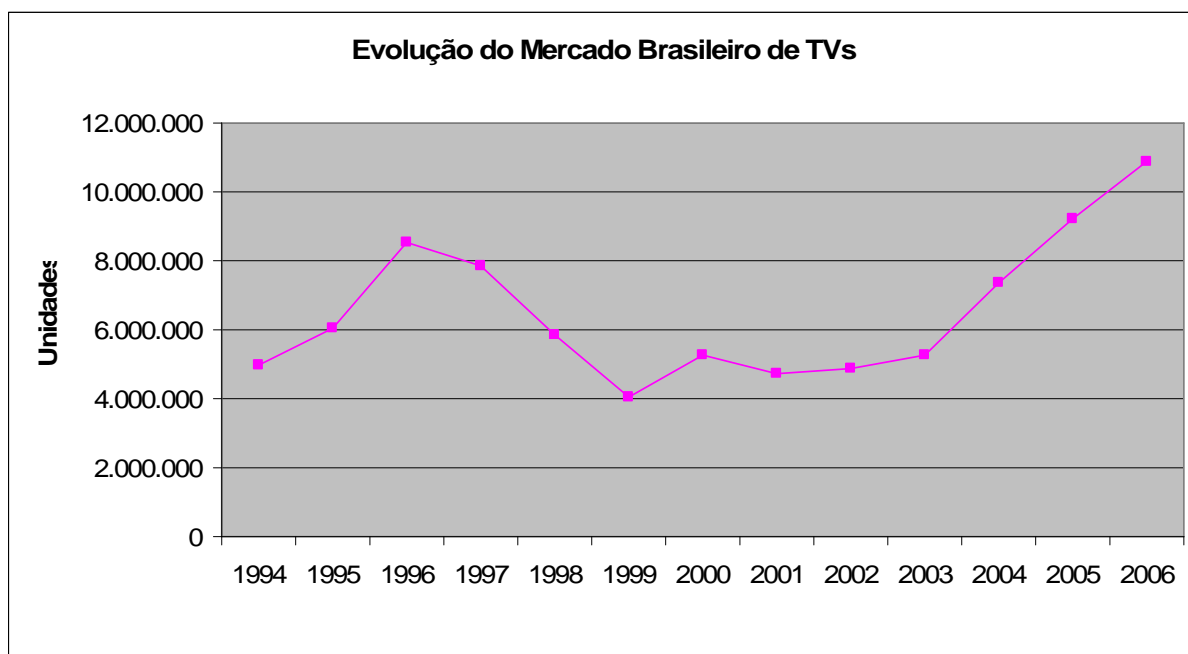


Figura 2: Evolução do Mercado Brasileiro de TVs.

Fonte: Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos - Eletros

Essa expressiva expansão do mercado estimulou os fabricantes locais a ampliarem sua participação em diferentes linhas de produtos. Empresas como CCE, Gradiente e Sony, antes focadas no segmento de Áudio, reforçaram suas posições no segmento de TVs e vídeo – DVDs. Empresas como a LG *Electronics* e Samsung *Electronics* se instalaram no Brasil durante esse período, primeiramente focando o segmento de TVs e monitores para, posteriormente, competirem com outros produtos de eletrônicos de consumo como eletrodomésticos e informática.

Além dos fabricantes de produtos acabados, outros fabricantes de componentes entraram no país com o objetivo de aproveitar o mercado em crescimento. A Samsung SDI estabeleceu fábrica de cinescópios na Zona Franca de Manaus para abastecer o mercado de TVs e monitores.

Entretanto, após esse expressivo crescimento observado, a partir de 1998, o mercado começou a encontrar dificuldades no setor de áudio e vídeo. Como consequência do elevado consumo gerado nos anos anteriores pelos fatores citados, seguiu-se um elevado índice de inadimplência dos consumidores finais com as redes de varejo. Este fenômeno acabou levando grandes redes como Arapuã, G Aronson, Mappin, Mesbla, entre outras à concordata e falência. Os fabricantes passaram a se concentrar nas grandes redes de hipermercados. Com o mercado em queda e o aumento do número de fabricantes buscando crescimento de *market share* em suas novas operações, o comércio varejista acabou adquirindo maior poder de barganha nas negociações com os fabricantes, deteriorando suas margens de lucro. (Vieira Sá 2002)

A essa deterioração, juntou-se o não pagamento das redes de varejo em dificuldades, em parte já citadas, piorando o fluxo de caixa e a rentabilidade dos fabricantes. Como consequência, o setor se reorganizou, buscando melhorias na sua rentabilidade e diminuição do risco de concentração em segmentos específicos. A Cinal encerrou suas atividades, a Samsung *Electronics* encerrou sua participação no segmento de áudio e vídeo (retomando-as apenas em 2005) e focou suas operações na produção de monitores e telefones celulares. A CCE passou a

atuar na linha de informática, a Gradiente se associou à Nokia para produção de telefones celulares e a Sharp entrou em concordata e posterior falência.

A partir de 1999 o regime cambial de bandas mudou para o regime flutuante. Esta mudança prejudicou fortemente as empresas já endividadas em dólar, bem como elevou o preço dos produtos para os consumidores finais em função do seu alto índice de componentes importados. Em 2002 o setor passou pela crise cambial gerada em função das eleições presidenciais, quando a cotação do dólar chegou a atingir o patamar de R\$ 3,90. A partir de 2003, com a estabilidade da moeda retomada após o início do novo governo, o setor retomou seu crescimento, retornando aos patamares de mercado da metade dos anos 90.

3.3 Aspectos Legais da Zona Franca de Manaus

A Zona Franca de Manaus (ZFM) foi criada pela Lei N° 3.173, de 6 de junho de 1957, como Porto Livre. Porém, iniciou suas atividades efetivamente por meio do Decreto-Lei N° 288 de 28 de fevereiro de 1967. Historicamente seus objetivos sempre estiveram ligados a propósitos ocupacionais, políticos e de diminuição das diferenças regionais do país, pelo estabelecimento de um centro industrial e comercial em Manaus e região. Sob a forma de incentivos fiscais, a Zona Franca de Manaus busca reduzir e compensar a sua distância entre os maiores mercados consumidores do país, bem como seus elevados custos logísticos para atingi-los. O Processo Produtivo Básico (PPB), que consiste na definição de etapas mínimas de produção a serem cumpridas localmente, busca fomentar a indústria local e seu desenvolvimento. Os estados participantes da ZFM são Rondônia, Acre, Amazonas e Roraima. Sua gestão está sob responsabilidade da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa). Seus incentivos fornecidos às indústrias estabelecidas locais recaem sobre:

- Imposto de Importação – II (Federal)
- Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI (Federal)
- Imposto sobre Circulação de Mercadorias – ICMS (estadual)

Estes benefícios têm limite para vigorar até 2023. Esta data, porém, originalmente vigoraria até 1997, tendo sido renovada pela constituição de 1988 até o ano de 2013 e recentemente modificada para 2023. O faturamento da ZFM apresenta expressivo crescimento desde 2000, quando atingiu a marca de R\$ 19 bilhões, para o patamar atual de R\$ 49,6 bilhões em 2006, conforme demonstra gráfico da SUFRAMA:

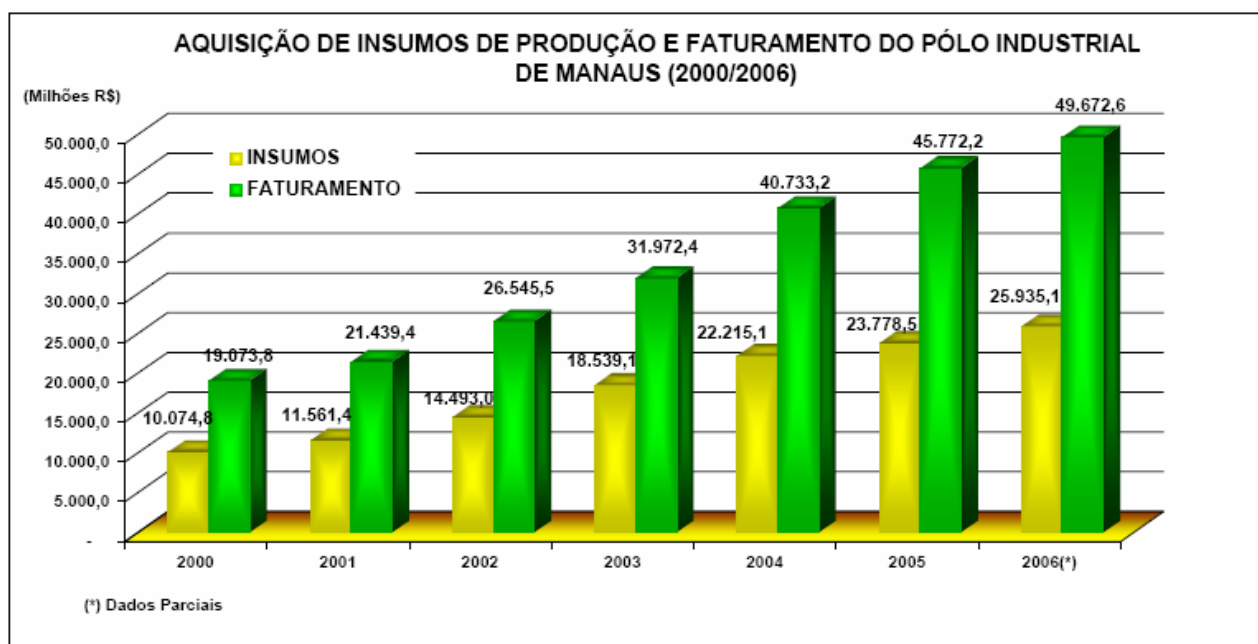


Figura 3: Faturamento do Pólo Industrial de Manaus - PIM

Fonte: SUFRAMA, 2007.

Em 2006, o setor eletroeletrônico obteve o faturamento de R\$ 17,1 bilhões e representou 34% do faturamento total da ZFM. O setor de informática obteve faturamento de R\$ 9,4 bilhões e representou 19% do faturamento total. Portanto, 53% do pólo de produção da ZFM estão diretamente ligados à manufatura de produtos eletroeletrônicos e de informática, conforme tabela abaixo:

Tabela 7 - Faturamento do Pólo Industrial de Manaus, por Subsetores de Atividades - Vendas em R\$										
SUBSETORES	2002	Total %	2003	Total %	2004	Total %	2005	Total %	2006	Total %
Eletroeletrônicos	8.323.663.888	31%	9.927.684.268	31%	14.093.199.281	35%	16.433.155.355	36%	17.115.573.568	34%
Bens de Informática	5.938.741.226	22%	7.648.008.461	24%	9.074.665.720	22%	9.418.593.563	21%	9.457.895.877	19%
Relojoeiro	405.355.443	2%	401.211.781	1%	404.246.773	1%	423.127.367	1%	400.742.198	1%
Duas Rodas	3.815.642.805	14%	5.645.334.559	18%	6.860.268.603	17%	7.652.062.025	17%	9.111.583.298	18%
Termoplástico	2.105.762.110	8%	1.502.413.407	5%	2.109.729.948	5%	2.662.670.905	6%	2.773.176.611	6%
Bebidas	351.531.391	1%	348.787.287	1%	441.188.583	1%	395.691.739	1%	641.743.825	1%
Metalúrgico	661.293.659	2%	764.831.361	2%	1.135.009.649	3%	1.606.419.677	4%	2.286.204.043	5%
Mecânico	469.616.722	2%	811.661.740	3%	882.359.970	2%	1.055.487.708	2%	1.150.498.929	2%
Madeiro	45.854.736	0%	44.737.874	0%	61.882.936	0%	54.608.895	0%	46.450.257	0%
Papel e Papelão	120.469.579	0%	169.698.244	1%	253.796.606	1%	317.473.007	1%	338.178.591	1%
Químico	2.860.427.823	11%	3.085.497.669	10%	3.647.215.897	9%	3.822.341.465	8%	4.329.276.938	9%
Mineral Não Metálico	124.689.478	0%	97.498.774	0%	102.683.694	0%	122.905.702	0%	147.940.819	0%
Ótico	141.304.405	1%	162.870.352	1%	166.539.154	0%	218.085.618	0%	145.324.371	0%
Brinquedos	145.470.409	1%	155.568.259	0%	145.186.504	0%	124.095.111	0%	46.323.207	0%
Isqueiros / Canetas	689.440.381	3%	856.853.804	3%	965.077.867	2%	1.076.836.407	2%	1.278.824.802	3%
Outros	346.226.540	1%	349.778.627	1%	390.150.293	1%	388.642.768	1%	402.872.542	1%
Totais	26.545.490.595	100%	31.972.436.467	100%	40.733.201.478	100%	45.772.197.312	100%	49.672.609.876	100%

Fonte: SUFRAMA, 2007

Observa-se um crescimento expressivo em faturamento do setor de eletroeletrônicos em relação ao ano 2000 (R\$ 9,5 bilhões ou 126%) e do setor de informática (R\$ 6,1 bilhões ou 184%). Este forte crescimento tem como principais motivos o crescimento do mercado de produtos eletroeletrônicos no Brasil no período, fato já demonstrado no item 3.2, bem como a concentração da produção deste setor na região por meio dos benefícios específicos da ZFM.

3.3.1 Incentivos Fiscais da Zona Franca de Manaus

Como principais benefícios e estímulos fiscais gerados pelo governo federal, a ZFM apresenta em relação ao Imposto de Importação (II):

- Isenção de II na entrada da mercadoria, inclusive de bens de capital, oriunda do Exterior, destinada ao consumo dentro da ZFM;
- Isenção do II à mercadoria de origem estrangeira listada na Portaria Interministerial no. 300, destinada à Amazônia Ocidental;
- Redução de 88% da alíquota do II incidente sobre matérias-primas, bens intermediários, materiais secundários e de embalagem de origem estrangeira utilizados no processo produtivo de bens industrializados na ZFM;

A redução ou isenção do Imposto de Importação concede vantagens à ZFM comparativamente a outros pontos do território nacional, principalmente para produtos para os quais não existam insumos similares produzidos no país, caso dos produtos eletroeletrônicos (ex: painéis de plasma e LCD para fabricação de TVs). Esse diferencial se amplia quando se observa que o imposto de importação é calculado na base de custos (Preço CIF + II) para a incidência do IPI na importação de qualquer produto no Brasil (impostos cumulativos).

Por outro lado, da mesma forma que o II reduzido para os insumos estimula a importação e a produção na ZFM, para o restante do país a alíquota de importação é cobrada integralmente, o que proporciona proteção ao mercado local da invasão de produtos importados. Como exemplo, podemos citar a alíquota atual de 20% de imposto de importação para TVs, e de 12% para monitores nos demais estados do país.

No caso do IPI, o governo federal concede os seguintes estímulos:

- Isenção do IPI incidente sobre importações;
- Isenção do IPI incidente sobre vendas do restante do Brasil, destinadas à comercialização ou industrialização na ZFM;
- Manutenção do direito ao crédito do IPI em favor do fornecedor situado fora da ZFM, referente a matérias-primas, produtos intermediários, material de embalagem e equipamentos utilizados na fabricação de bens destinados à comercialização ou fabricação na ZFM ou ainda destinados à Amazônia Ocidental via ZFM;
- Isenção do IPI concernente a bens fabricados no Pólo Industrial de Manaus destinados à comercialização em qualquer localidade do território nacional;
- Isenção do IPI relativo a bens de capital adquiridos para o estabelecimento de projetos industriais;

Conforme mencionado acima para o II, quando o fato gerador do IPI é o desembaraço aduaneiro de produtos industrializados procedentes do exterior, sua base de custos para cálculo de impostos passa a ser o custo do bem importado, taxas de armazenagem e taxas aduaneiras (AFRMM, por exemplo) e o imposto de importação devido. Portanto, quanto mais altos forem os impostos e taxas sobre o preço dos produtos na cadeia produtiva, maior será o benefício gerado pela ZFM, ampliando sua atratividade e diferenciais em relação aos outros estados do país. Com a aceleração do processo comercial e suas desgravações tarifárias, com a

conseqüente redução da TEC, mais atrativo tem se tornado o conjunto de benefícios proporcionado pelo IPI na ZFM. (Empresa X ,2006)

Para o ICMS, o Governo Estadual do Amazonas instituiu a lei estadual N° 2.390, de 8 de maio 1996, o chamado Regime Específico, ou Lei Hanan, com os seguintes benefícios:

- Isenção do ICMS incidente sobre vendas de mercadorias, realizadas por estabelecimentos situados em outras unidades federativas, destinados à ZFM por isonomia às exportações;
- Crédito do ICMS – calculado como se devido fosse – em favor do adquirente local “incentivado”, concernente às operações tratadas no item anterior;
- Restituição do ICMS pelo Governo do Estado do Amazonas para bens industrializados, ficando a beneficiária obrigada a contribuir com 6% do montante a ser restituído pelo Estado para ser aplicado no Fundo de Fomento às Micro e Pequenas Empresas (FMPES) e a contribuir com 1,5% do montante a ser restituído pelo Estado para ser aplicado na Universidade do Estado do Amazonas (UEA), conforme descrição abaixo:
 - a) bens de consumo final: restituição de 45%;
 - b) bens de capital, bens de consumo destinados à alimentação, vestuário, calçados e veículos: restituição de 55% a 100%;
 - c) bens de informática: restituição de até 100%;

Um dos pontos mais contundentes em relação aos benefícios gerados pela ZFM é o incentivo à importação de componentes e insumos para a fabricação dos produtos eletroeletrônicos. Os benefícios de II, IPI e ICMS diminuem a proteção ao mercado local para os fabricantes de componentes nacionais, estimulando a utilização de componentes produzidos em larga escala e baixo custo na Ásia, bem como inibem o investimento em novas plantas para a fabricação local de componentes e insumos vitais para que os produtos da ZFM possam atingir escala e competitividade em níveis mundiais (como exemplo, podemos citar semicondutores e painéis de LCD para a produção de TVs).

No caso específico do IPI, os benefícios concedem às vendas de insumos com fabricação nacional para a ZFM o tratamento igual ao das vendas para o exterior. Mantendo os créditos de IPI, os produtores dos demais estados do país podem abater estes créditos em operações realizadas com outros pontos do território nacional, amortizando os custos gerados por este imposto. No caso de vendas para a ZFM, esse critério não se aplica, por se tratar de uma zona de produção isenta de IPI por causa dos incentivos citados.

Da mesma forma, a venda de componentes produzidos na ZFM para empresas da própria ZFM e para outros estados do país não apresenta crédito para a empresa compradora. Este fato reduz créditos gerados nas exportações, que poderiam ser utilizados em compensações futuras pelos fabricantes de componentes e seus clientes da ZFM junto ao governo federal. Isso faz com que estes componentes se tornem proporcionalmente mais caros em relação aos fabricados em outros estados, quando vendidos para outros estados fora da ZFM, conseqüentemente diminuindo a possibilidade de ganhos com o aumento de escala de produção na ZFM.

Para o ICMS, existe a total isenção de cobrança para insumos importados, nos mesmos moldes do II (alíquota reduzida) e do IPI (isenção total). Esta isenção diminui ainda mais a barreira de importações, quando comparadas às realizadas por outros estados do país.

Todos estes mecanismos de benefícios criados pela ZFM fizeram com que a produção local ficasse altamente dependente da importação de insumos e conseqüentemente apresentasse déficits de grande porte em sua balança comercial, reduzindo sua competitividade no mercado exportador, uma vez que a cadeia produtiva onera os insumos com os custos logísticos e de importação gerados pelo trânsito dos componentes da Ásia para o Brasil, conforme mostra a planilha abaixo:

Tabela 8 - Setor Industrial - Balança Comercial do Pólo Industrial de Manaus - PIM

Ano	Mercado Externo		Saldo C=A-B	Mercado Interno		Saldo F=D-E	Saldo Final G=C+F
	Exportação A	Importação B		Exportação D	Importação E		
2000	R\$ 1.358.983	R\$ 5.543.265	R\$ (4.184.282)	R\$ 17.714.840	R\$ 4.531.563	R\$ 13.183.277	R\$ 8.998.995
2001	R\$ 1.968.311	R\$ 6.282.456	R\$ (4.314.145)	R\$ 19.471.061	R\$ 5.278.924	R\$ 14.192.137	R\$ 9.877.992
2002	R\$ 3.035.287	R\$ 7.612.326	R\$ (4.577.039)	R\$ 23.510.203	R\$ 6.880.859	R\$ 16.629.344	R\$ 12.052.305
2003	R\$ 3.717.476	R\$ 9.845.848	R\$ (6.128.372)	R\$ 28.254.960	R\$ 8.693.218	R\$ 19.561.742	R\$ 13.433.370
2004	R\$ 3.159.553	R\$ 10.984.822	R\$ (7.825.269)	R\$ 37.573.647	R\$ 11.230.136	R\$ 26.343.511	R\$ 18.518.242
2005	R\$ 4.915.050	R\$ 11.523.616	R\$ (6.608.566)	R\$ 40.857.147	R\$ 12.254.852	R\$ 28.602.295	R\$ 21.993.729
2006	R\$ 3.229.695	R\$ 12.883.428	R\$ (9.653.733)	R\$ 46.442.914	R\$ 13.051.628	R\$ 33.391.286	R\$ 23.737.553

* Valores em R\$ 1.000,00

Fonte: SUFRAMA, 2007.

A coluna “Saldo C=A-B” mostra a evolução do déficit comercial da ZFM, com um acréscimo de R\$ 5,55 bilhões de reais ou 134% no período 2000 – 2006.

Segundo Sicsú (2002), “De todos os quatro principais setores que atuam na ZFM, apenas o eletrônico de consumo ainda não dispõe de instrumentos adequados à atração de indústrias que trabalhem como seus fornecedores. Essa questão está sendo analisada na discussão sobre a definição do modelo de TV Digital que o Brasil vai adotar. Nesse processo, o plano de negócios do setor certamente incluirá a concepção de uma estrutura de produção industrial local capaz de propiciar o desejado equilíbrio nas contas externas.”

No setor de telefonia celular, o componente com maior valor agregado dos produtos, o dispositivo de cristal líquido (visor), passou a ser produzido no país, consolidando a produção de telefones celulares para atender os mercados interno e externo, e gerando uma escala de produção atraente para investimentos fabris. Como

resultado, temos uma elevação na competitividade dos produtos, e um crescimento exponencial do número de aparelhos exportados:

Tabela 9 - Evolução das Exportações de Aparelhos de Telefonia - Inclusive Celular do PIM

1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
613.067	879.287	1.243.016	2.276.542	6.821.559	7.182.208	5.575.325	16.022.365	9.149.427

* Unidades

Fonte: SUFRAMA, 2007.

Ainda segundo Sicsú (2002), “a implantação no Brasil de uma base tecnológica e produtiva do setor de componentes possui forte conteúdo estratégico, na medida em que amplia a capacitação do país para competir na economia digital. O desenvolvimento da produção local de componentes implica a redução dos custos para a indústria eletrônica em função da sinergia proporcionada ao longo da cadeia produtiva do complexo, tal como otimização logística (menor tempo de trânsito das mercadorias, estoques reduzidos, etc.), e a troca acelerada de informações, entre outras. A vinda para o Brasil desse tipo de indústria age de forma a adensar a cadeia produtiva do complexo eletrônico. Assim, contribui para a redução do déficit da balança comercial do setor, na medida em que há substituição de importações e, concomitantemente, aumento de exportações, pois todos os potenciais investimentos no segmento necessitam de plantas industriais em escala suficiente para abastecer o mercado interno e, principalmente, o externo.”

3.4 Aspectos Legais das Zonas Francas do Mercosul

Nos outros países membros do Mercosul temos as seguintes Zonas Francas e regimes aduaneiros especiais:

Argentina

- Regime Aduaneiro Especial – Área Aduaneira da Terra do Fogo
- Zonas Francas – Ilhas do Atlântico Sul e Antártida; La Plata (Porto de Santa Fé), Villa Constitucion e Entre Rios.

Uruguai

O Uruguai definiu Zona Franca para todos os seus regimes aduaneiros especiais. Existem zonas francas nos portos de Colônia e Nova Palmira, que funcionam basicamente como a Zona Franca de Manaus, porém sem industrialização. São mercadorias introduzidas nas zonas francas e delas reexportadas. As operações internas nestas zonas francas são isentas de praticamente todos os tributos e taxas.

Paraguai

Não existem regimes aduaneiros especiais ou zonas francas na forma como aparecem nos demais países. A própria legislação aduaneira incorpora incentivos típicos destes regimes, porém sem necessidade de industrialização:

- a) níveis reduzidos de impostos de importação para todos os produtos, com alíquotas que variam de zero (insumos) a 10% (bens finais);
- b) com exceção de produtos específicos, a tributação interna sobre as importações é baixa, de 6% a 8%;
- c) vários regimes fiscais estabelecem isenções e reduções de impostos para produtos ou operações específicas;

A Área Aduaneira da Terra do Fogo, na Argentina, tem características semelhantes à da Zona Franca de Manaus, é um regime estabelecido pela Lei No. 19.640 de 1972, com objetivos ocupacionais, políticos e de diminuição de diferenças em regiões isoladas do país e com condições climáticas, demográficas e econômicas adversas. Estabelece as seguintes isenções tributárias para setores estratégicos, pelo decreto No. 2.530/83:

Isenção de todos os impostos internos para operações realizadas nos territórios francos:

- a) Imposto de Importação (II);
- b) Imposto de Renda;
- c) Impostos sobre Vendas (IVA);
- d) Impostos Internos;
- e) Impostos nacionais que possam ser criados no futuro;

Para que os produtos sejam elegíveis às isenções descritas acima, devem cumprir os seguintes requisitos:

- a) Serem produzidos integralmente na área;
- b) Serem objeto de trabalho ou transformação substancial;
- c) Enquadrarem-se em casos especiais;

O critério de “objeto de trabalho ou transformação substancial” é semelhante ao Processo Produtivo Básico ou PPB da Zona Franca de Manaus, com índices mínimos de industrialização local, e é definido pela Secretaria de Indústria e Comércio Exterior Argentina. Portanto, as Zonas Francas da Terra do Fogo e de Manaus têm estrutura bastante semelhante, focadas no desenvolvimento da indústria nacional, e são concorrentes diretos nas vendas e exportações de eletroeletrônicos entre os dois países, bem como concorrentes nos mercados do Paraguai e Uruguai, tornando-se verdadeiras barreiras para a ampliação do intercâmbio comercial de produtos eletroeletrônicos similares no Mercosul.

3.5 Desempenho das Exportações da Indústria Eletroeletrônica do Brasil para o Mercosul

As exportações brasileiras para o Mercosul apresentam constante evolução a partir da assinatura do Tratado de Assunção, em 1991, até o ano de 1998. Nesse período atingiram um crescimento de aproximadamente 590%, partindo de U\$ 1.3 bilhões (em valores FOB) em 1990, para U\$ 9 bilhões em 1997. A partir de 1998 este número já começa a se estagnar, atingindo praticamente o mesmo resultado de 1997, e em 1999 os números começam a declinar, atingindo U\$ 6.7 bilhões. No ano 2000 vemos uma melhora em relação ao ano anterior, muito provavelmente causada pela desvalorização cambial iniciada em 1999.

A partir de 2001 podemos visualizar uma acentuada queda nos valores, atingindo sua maior baixa em 2002, provavelmente em função da elevada dependência do Mercosul ao mercado argentino, cujo tamanho e valores são muito superiores aos mercados do Uruguai e Paraguai, e da forte crise econômica gerada pelo *corralito* imposto pelo presidente Fernando de La Rúa (retenção dos valores dos correntistas de bancos argentinos e posterior transformação de valores consignados em dólares para pesos argentinos, com uma desvalorização que atingiu 270%).

Entre 2000 e 2002, as exportações do Brasil para a Argentina sofreram uma forte queda de 62% e tiveram seus valores reduzidos em U\$ 3.8 bilhões. Além do *corralito* imposto pelo presidente Fernando de La Rúa, esse período foi seguido por uma crise político-institucional gravíssima na Argentina, a passagem de vários presidentes da república em um curto espaço de tempo, bem como por várias medidas econômicas pouco ortodoxas implementadas, como o *default* ou calote aplicado à dívida externa. O gráfico abaixo desenvolvido mostra a flutuação da moeda argentina nos últimos anos, tentando relacionar os eventos acima citados:

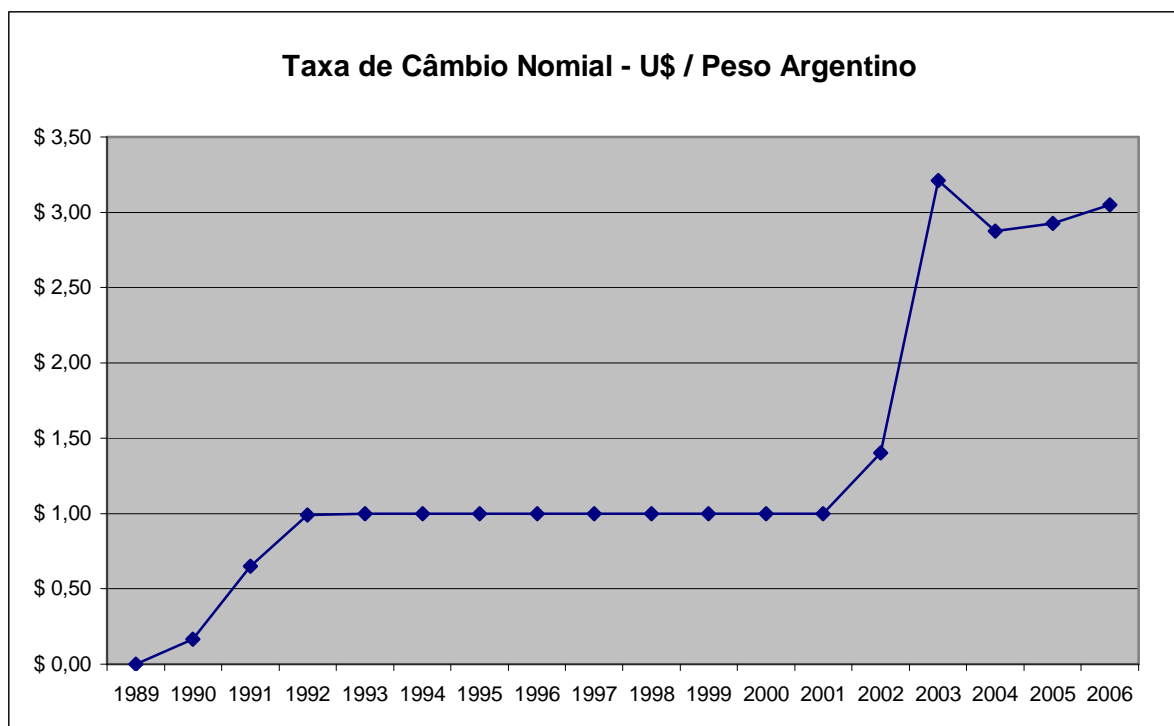


Figura 4: Evolução da Taxa de Câmbio Nomial - U\$ do Peso Argentino

Fonte: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

O ambiente instável e a redução da renda *per capita* no país obrigaram os investimentos externos a migrarem para países mais seguros, assim como o fizeram diversas empresas e indústrias multinacionais, na busca por minimizar seus riscos nas operações na América Latina.

Em contrapartida, a retomada das exportações totais do Brasil para a Argentina, e conseqüentemente para o Mercosul, voltou a vigorar a partir de 2003, tendo apresentado crescimento constante, possivelmente em função da substituição da indústria local argentina, praticamente sucateada, por produtos importados brasileiros a preços mais competitivos. Nos anos seguintes verificamos um expressivo crescimento nas exportações brasileiras, atingindo o valor de U\$ 11.7 bilhões em 2005, tendo apresentado rápido crescimento da ordem de 400% no período. Para que pudéssemos entender a importância do comércio Brasil-Argentina dentro do Mercosul, o autor desenvolveu gráfico comparativo entre valores de exportações totais para o Mercosul e para a Argentina, baseado em dados fornecidos pela FUNCEX, conforme abaixo:

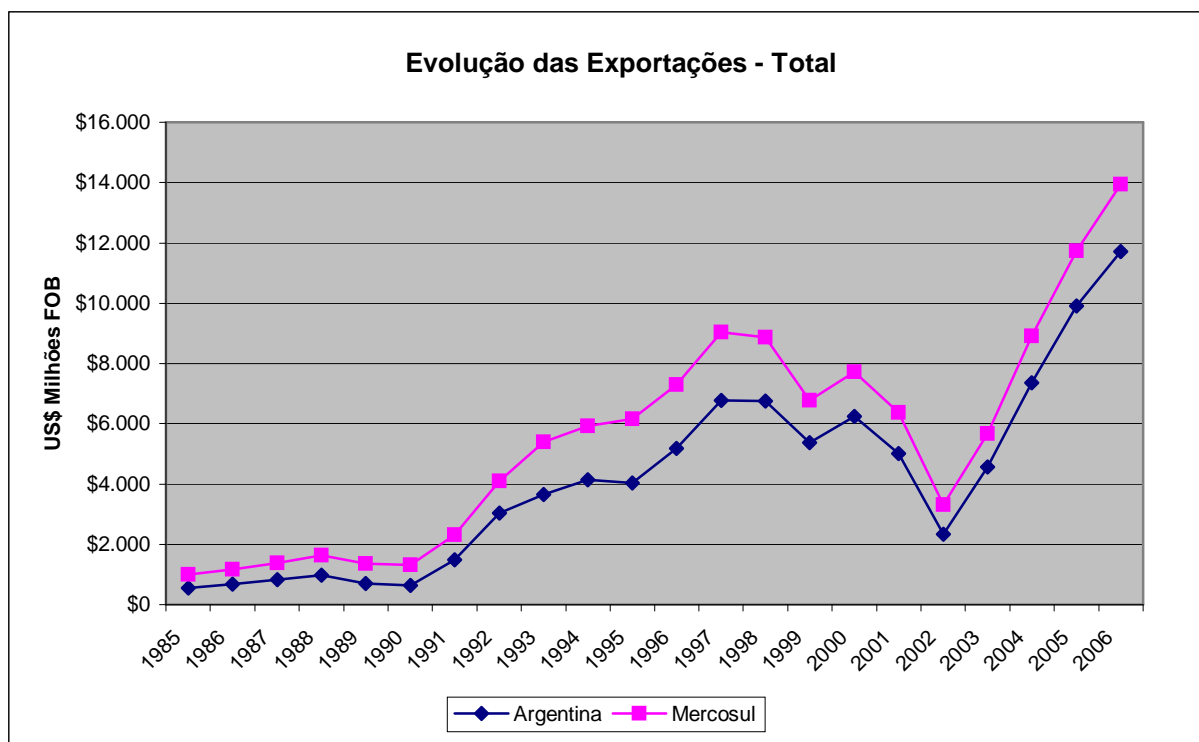


Figura 5: Evolução das exportações do Brasil para a Argentina e para o Mercosul

Fonte: Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior – FUNCEX, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Em comparação com as exportações totais para o Mercosul e para a Argentina, o segmento eletroeletrônico representa atualmente (2006) apenas 8% do volume total, tendo atingido seu melhor resultado no ano 2000 (10% sobre o total) e seu pior período durante os anos de 1992 a 1996, quando não ultrapassou a marca de 2%:

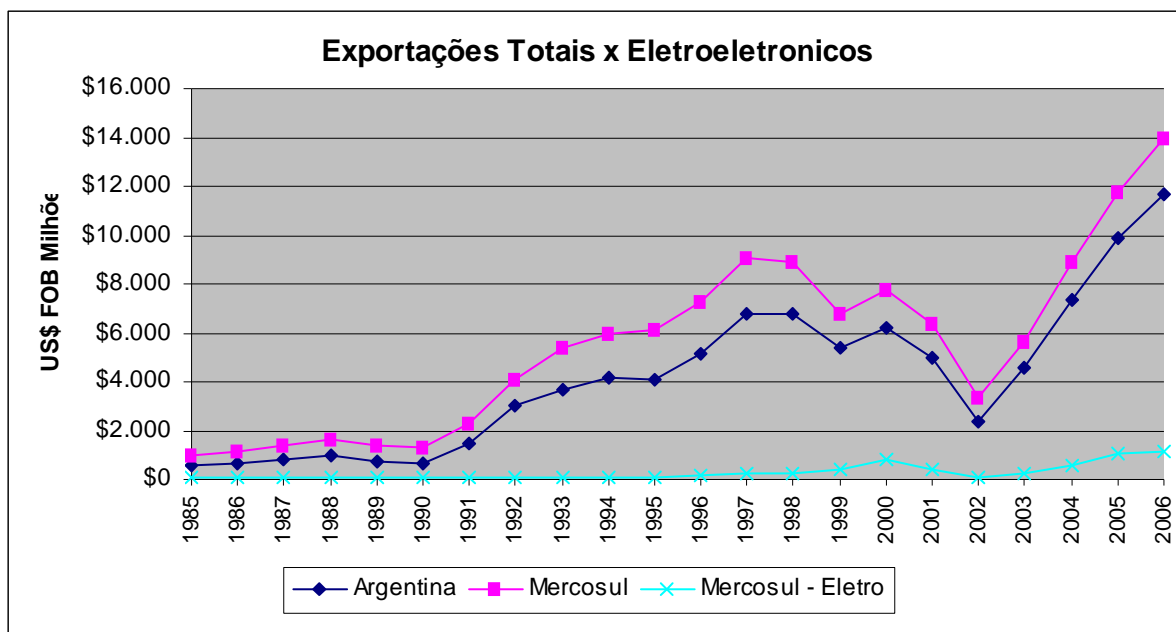


Figura 6: Evolução das exportações totais do Brasil para a Argentina e para o Mercosul, comparativo com exportações de eletroeletrônicos para o Mercosul.

Fonte: FUNCEX, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Elaborando um comparativo com os dados mencionados acima, vemos que a Argentina obteve, em exportações totais, um desempenho em crescimento superior à média do Mercosul no mesmo período, partindo de um valor FOB em 1990 de US\$ 645 milhões, para US\$11.7 bilhões em 2005. Cabe ressaltar que o valor do comércio total entre Brasil e Argentina representava, em 1990, 49% do valor total do bloco. Em 2006 este valor atingiu a cifra de 84%, sendo US\$ 11,7 bilhões sobre um total de US\$ 13,9 bilhões. Com base nesta amostra, e tendo visualizado a importância da Argentina sobre o desempenho do bloco, elaboramos análise das exportações de produtos eletroeletrônicos do Brasil para o Mercosul e do Brasil para a Argentina, conforme gráfico abaixo:

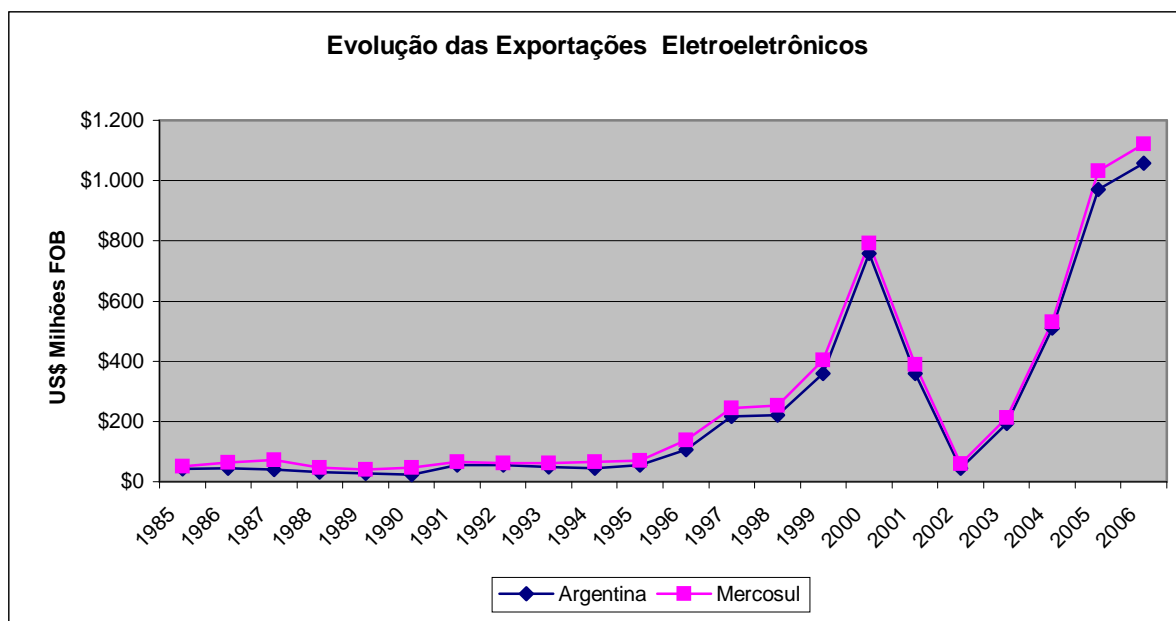


Figura 6: Evolução das exportações de produtos eletroeletrônicos para a Argentina e para o Mercosul.

Fonte: FUNCEX, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Pelos dados, podemos identificar uma dependência ainda maior das exportações brasileiras de eletroeletrônicos para o Mercosul, em relação ao mercado argentino, atingindo 94% em 2006:

**Tabela 10 - Participação Argentina -
Exportações do Brasil p/ Mercosul**

Ano	Argentina	Mercosul	% Argentina
1985	41,5	50,6	82%
1986	44,3	63,0	70%
1987	41,4	72,7	57%
1988	31,1	47,1	66%
1989	27,6	41,4	67%
1990	23,9	46,7	51%
1991	54,6	65,5	83%
1992	54,2	60,6	89%
1993	49,9	60,7	82%
1994	45,6	66,4	69%
1995	54,6	69,5	79%
1996	105,5	138,3	76%
1997	215,8	243,6	89%
1998	220,2	251,9	87%
1999	358,6	404,4	89%
2000	758,2	791,7	96%
2001	359,9	389,4	92%
2002	44,2	58,5	76%
2003	193,7	213,0	91%
2004	510,2	531,6	96%
2005	969,9	1.032,3	94%
2006	1.058,5	1.121,6	94%

Produtos Eletroeletrônicos

Valores U\$ FOB - Milhões

Fonte: FUNCEX, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Ao contrário das exportações totais apresentadas, as exportações de eletroeletrônicos têm um crescimento pouco constante e estruturado. O desenvolvimento percentual das exportações para o mercado argentino foi superior ao crescimento médio das exportações de eletroeletrônicos para o Mercosul apenas nos anos 1991, 1995, 2000, 2003 e 2004, apresentando ainda acentuada queda nos anos 2001 a 2003, quando comparado ao ano mesmo número do ano anterior.

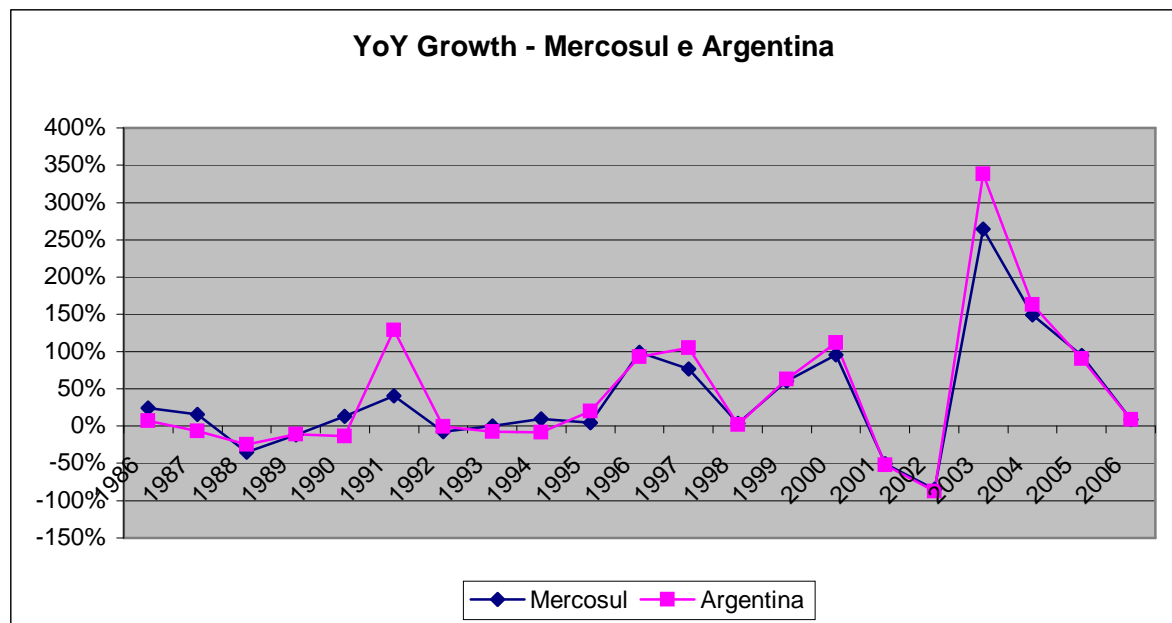


Figura 7: YoY – *Year over Year Growth* ou percentual de crescimento em relação ao resultado do ano anterior.

Fonte: FUNCEX, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Assim como nos dados apresentados, comparando exportações totais para o Mercosul e exportações de produtos eletroeletrônicos para o Mercosul, obtivemos resultado similar no caso específico da Argentina, onde o setor eletroeletrônico representou em 2006, 9% do volume total exportado pelo Brasil, e sua pior média histórica aconteceu entre 1992 e 1996, tendo atingido seu maior percentual (12%) no ano 2000.



Figura 8: Evolução das exportações totais e de produtos eletroeletrônicos para a Argentina.

Fonte: FUNCEX, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Consolidando todos os dados apresentados, observamos que o desempenho da indústria eletroeletrônica não está diretamente relacionado ao desempenho das exportações totais do Brasil para o Mercosul, nem a um esforço estruturado de crescimento, conforme observado no gráfico *YoY Growth*.

Em paralelo, o setor mostra uma flutuação diretamente relacionada aos movimentos econômicos dos dois países, principalmente em função da sua taxa de câmbio, e não acompanha o desenvolvimento da indústria eletroeletrônica nacional. Ou seja, mesmo com o crescimento do mercado nacional e conseqüentes ganhos de escala, a indústria eletroeletrônica não ultrapassou os 20% de exportações no ano 2004, e representa apenas 6,6% do total das exportações do Brasil em 2005.

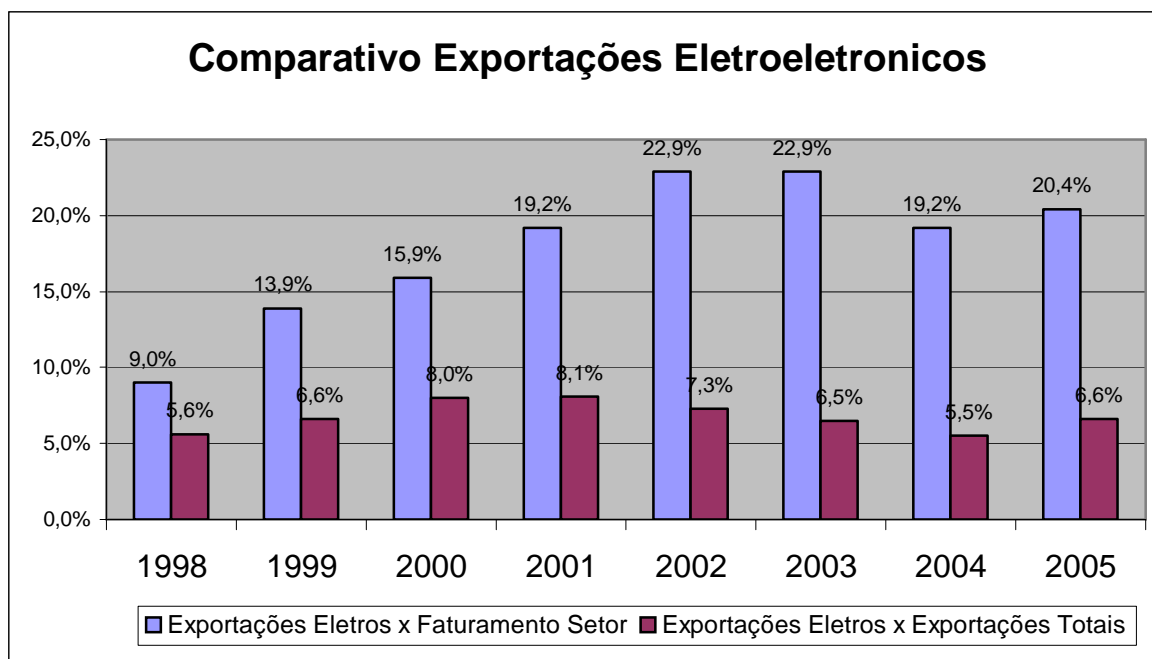


Figura 9: Comparativo de exportação de eletroeletrônicos com dados do setor.

Fonte: ABINEE, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

3.5.1 Desempenho das Exportações da Zona Franca de Manaus

A indústria eletroeletrônica brasileira, em seu período pré-Mercosul (neste caso estamos mencionando período relativo à década de 80), foi marcada por alguns fatores centrais como o período recessivo dos anos 80 e o posterior impacto da abertura de mercado, iniciado de forma pouco estruturada em 1990. Segundo Gonçalves (1997), a baixa acentuada da taxa de investimentos agravou a dispersão dos padrões de automação, implicando significativa heterogeneidade em termos de potencial competitivo (custos, qualidade, produtividade, etc.), fato marcante no início do processo de abertura comercial. Diante do ambiente recessivo e da alta elasticidade-renda dos bens eletrônicos de consumo, observou-se uma tendência ao *dowgrading* no setor, levando à perda de qualidade dos produtos eletroeletrônicos destinados ao consumidor de renda mais baixa, na tentativa por parte da indústria, de manutenção de preços competitivos, e tentando evitar uma queda mais acentuada no faturamento.

Esta retração ocorrida na década de 80 possivelmente inviabilizou a sobrevivência de várias empresas fabricantes de componentes, elevando proporcionalmente os níveis de importação, fazendo com que a balança comercial do setor se transformasse de superavitária para deficitária a partir de 1995, conforme gráficos abaixo:

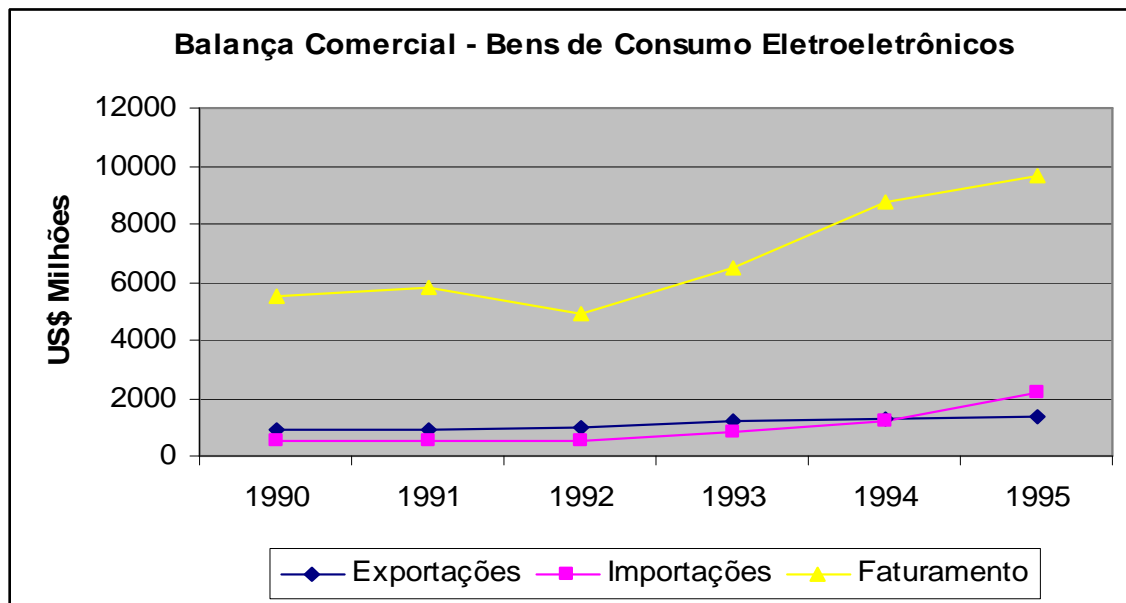


Figura 10: Balança comercial de eletroeletrônicos e comparativo com faturamento do setor.

Fonte: Gonçalves, 19977.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

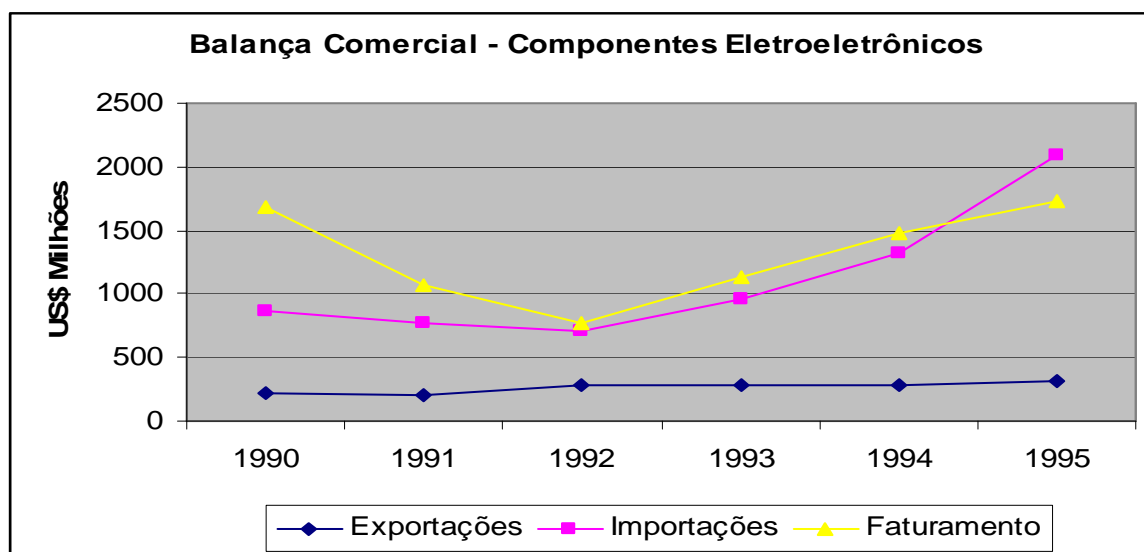


Figura 11: Balança comercial de componentes eletroeletrônicos e comparativo com faturamento do setor.

Fonte: Gonçalves, 19977.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Gonçalves (1997) define que, no período 1985-1995 o comportamento das exportações e importações apresenta três fases distintas:

- 1985 a 1988: As exportações elevaram-se continuamente, enquanto as importações eram mantidas em níveis reduzidos pelas restrições tarifárias e administrativas.
- 1989 a 1993: As importações oscilaram sem tendência definida, após um crescimento representativo entre 1988 e 1989. Em paralelo, as exportações declinaram lentamente. Cabe ressaltar que em 1989 a reforma do comércio exterior promoveu a remoção de uma série de restrições não-tarifárias no setor;
- 1993 a 1995: A recuperação da demanda doméstica e a abertura comercial fizeram com que as exportações ficassem abaixo das importações, iniciando um período de déficit comercial que perdura até hoje, conforme mencionado no item 3.3.1 – Balança Comercial do Pólo Industrial de Manaus – 2000 a 2006.

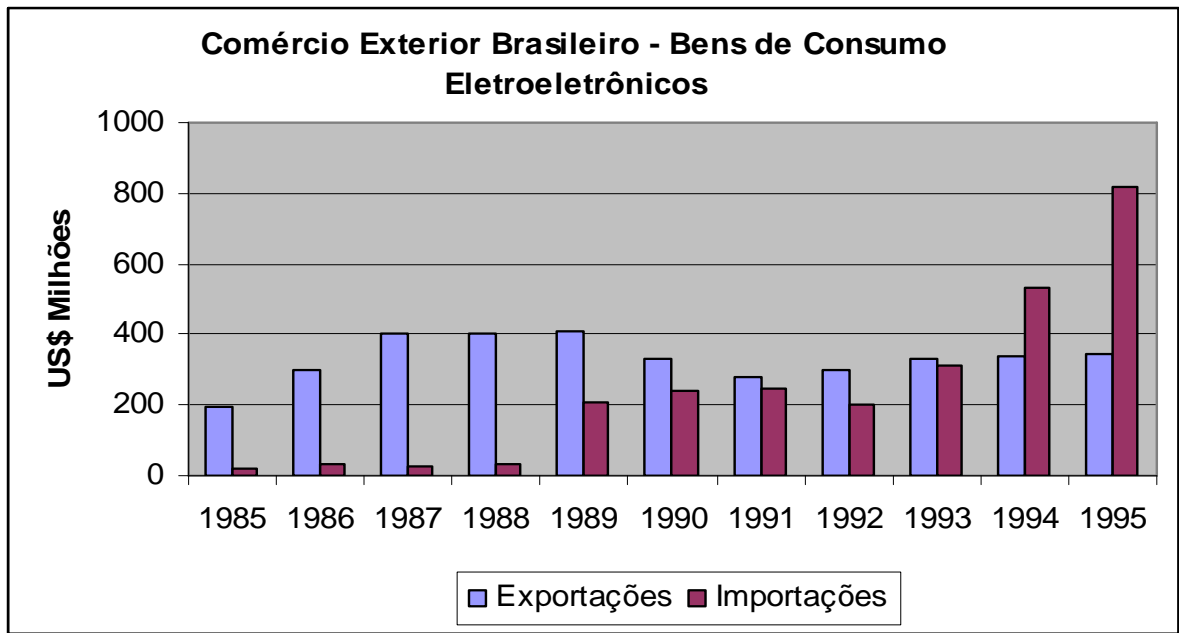


Figura 12: Balança comercial do setor de Bens de Consumo Eletroeletrônicos - evolução.

Fonte: Gonçalves, 1997.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

A partir de 1997, com a crise gerada pela bolha de consumo criada pelo plano Real e conseqüente queda do mercado nacional em determinados segmentos, como no caso de TVs, passando de um mercado de 8,5 milhões de TVs em 1997 para 4 milhões em 1999, vemos um aumento nas exportações desses produtos de forma consistente até 2002, quando novamente temos uma queda acentuada em função da crise na Argentina, passando a uma leve recuperação em 2003 e posterior queda em 2004, conforme demonstra o gráfico abaixo:

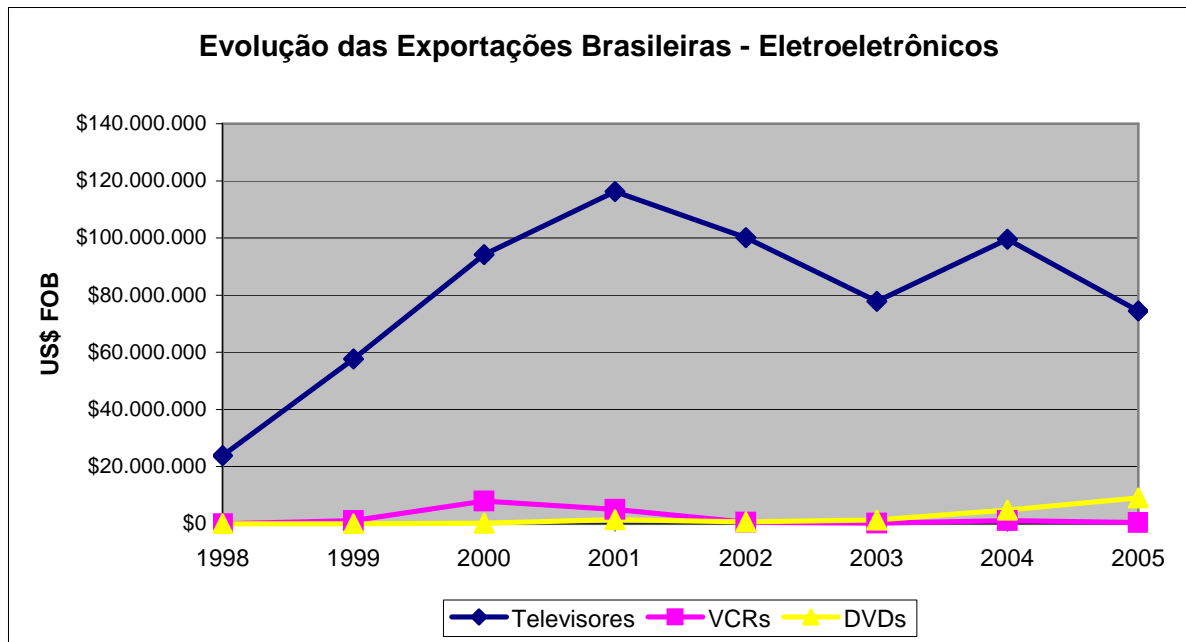


Figura 13: Evolução das exportações brasileiras de TVs, VCRs e DVDs, em valores U\$ FOB.

Fonte: Eletros, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Em contrapartida, quando analisamos as exportações recentes por setores, vemos um excelente desempenho da indústria de telefones celulares. As exportações totais da ZFM em 2006 atingiram o valor de U\$ 1.5 bilhões, enquanto que deste total, U\$ 871 milhões foram exportados pela indústria de eletroeletrônicos, conforme dados abaixo de exportações por produtos:

Tabela 11 - Produtos mais exportados pela ZFM no ano 2006

Nº ORD.	NCM	PRODUTOS	EXPORTAÇÃO US\$ FOB	
1	85252022	TERMINAIS PORTATEIS DE TELEFONIA CELULAR	\$691.212.713	45%
2	87112020	MOTOCICLETAS C/ MOTOR PISTAO ALTERNAT. 125CM3 <CIL <=250 CM3	\$137.985.641	
3	87112010	MOTOCICLETAS C/ MOTOR PISTAO ALTERNAT. 50CM3 <CIL <=125 CM3	\$127.972.111	
4	21069010	OUTRAS PREPARACOES PARA ELABORACAO DE BEBIDAS	\$117.248.415	
5	85281290	OUTS. APARS. RECEP. TELEVISAO CORES, MESMO C/ APARS. SOM / IMAG	\$63.022.941	4%
6	82121020	APARELHOS DE BARBEAR, NAO ELETRICOS	\$47.044.051	
7	37032000	OUTROS PAPEIS P/ FOTO A CORES, SENSIBIL.N/ IMPRESSIONADOS	\$38.795.557	
8	82122010	LAMINAS DE BARBEAR, DE SEGURANCA, DE METAIS COMUNS	\$27.161.411	
9	84716074	OUTRAS UNIDADES DE SAIDA POR VIDEO, POLICROMATICAS	\$21.979.611	1%
10	84716072	UNIDADE DE SAIDA POR VIDEO, C/ TUBO RAIOS CATOD. POLICROM.	\$15.785.436	1%
11	37025419	OUTS. FILMES P/ FOTO CORES, N/ IMPRESS. L=35MM, C<=30M, ROLOS	\$11.596.638	
12	85281219	OUTS. RECEPTOR - DECODIF. INTEGR. SINAIS DIG. VIDEO COD. CORES	\$11.263.787	
13	85272190	OUTS. APARS. RECEP. RADIODIF. C/ APARS. SOM, P/ VEIC. AUTOMOVEIS	\$11.256.944	
14	90099990	OUTS. PARTES E ACESS. P/ APARS. FOTOCOPIA	\$10.123.424	
15	81039000	OUTRAS OBRAS DE TANTALO	\$9.427.466	
16	84099113	CARBURADORES PARA MOTORES DE EXPLOSAO	\$8.033.888	
17	85364900	OUTROS RELES, 60 VOLTS <TENSÃO <=1000 VOLTS	\$7.988.328	
18	96131000	ISQUEIROS DE BOLSO, A GAS, N/ RECARREGAVEIS	\$7.716.811	
19	85299019	OUTRAS PARTES P / APARELHOS TRANSMISSORES / RECEPTORES	\$7.567.182	
20	27101921	"GASOLEO" (OLEO DIESEL)	\$6.894.016	
		OUTROS*	\$142.774.644	
TOTAL			\$1.522.851.015	

Fonte: SUFRAMA, 2006.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Dos U\$ 871 milhões exportados pelo setor na ZFM, U\$ 691 ou 79% deste valor foram realizados pelo mercado de telefonia celular, o que demonstra a clara competitividade desses produtos no mercado externo, competitividade já citada no item 3.31., enquanto que a soma de outros produtos como TVs e monitores representaram apenas 6% sobre as exportações totais, ou 11% do valor total de eletroeletrônicos. Quando analisamos o total de exportações de eletroeletrônicos no Brasil (mercado total) em 2006, identificamos os telefones celulares como o maior volume de produtos exportados:

Tabela 12 - Produtos mais Exportados pelo setor Eletroeletrônico - Unidades

Produtos mais Exportados (U\$ milhões)	2005	2006	2006 X 2005
Telefones Celulares	2409	2947	22%
Motocompressor Hermético	549	646	18%
Eletrônica Embarcada	553	626	13%
Componentes para Equipamentos Industriais	426	569	34%
Motores e Geradores	349	409	17%
Refrigeradores	253	246	-3%
Componentes para Telecomunicações	207	208	1%
Grupo Motogerador	91	196	116%
Transformadores	133	181	36%
Outros Mat. Elet. Instalação	118	149	27%
Total	2005	2006	18%

Fonte: ABINEE, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Cabe ressaltar que, dentro da lista de produtos eletroeletrônicos mais exportados, não encontramos TVs e monitores. No caso de refrigeradores, estes produtos tiveram seu resultado impactado (-3%) pela imposição de quotas do governo argentino a partir de 2005. A mesma situação acontece quando analisamos as exportações totais por setores, dentre os quais o de informática tem uma presença pequena, aproximadamente 4,5%, e cujo setor de bens eletrônicos de consumo perde participação, mantendo seu valor, mas reduzindo de 12% para 10% do seu resultado total.

Tabela 13 - Exportação de Produtos do Setor - Unidades

Exportações de Produtos do Setor (U\$ milhões)	2004	2005	2006	2006 X 2005
Telecomunicações	1142	2832	3407	20%
Componentes Elétricos e Eletrônicos	1993	2286	2596	14%
Utilidades Domésticas Eletroeletrônicas	878	914	935	2%
Equipamentos Industriais	476	640	852	33%
GTD	275	335	488	46%
Informática	263	387	411	6%
Material Elétrico de Instalação	203	229	295	29%
Automação Industrial	114	144	218	52%
Total	5344	7767	9202	18%

Fonte: ABINEE, 2007.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Analisando os principais países importadores de produtos da ZFM, observamos que os países da ALADI estão se consolidando como principal mercado para este segmento, uma vez que já representam 57% do volume exportado da ZFM em 2006. Para o restante do setor, os países e respectivos volumes são praticamente os mesmos da ZFM. Nestes dados vemos a Venezuela, um novo membro do Mercosul, à frente da Argentina, em função da forte exportação de telefones celulares, citada no item 2.6.

Tabela 14 - Principais Países Importadores da ZFM - 2006

Nº ORDEM	PAÍSES	EXPORTAÇÃO US\$ FOB
1	ESTADOS UNIDOS	\$376.889.909
2	VENEZUELA	\$285.464.941
3	ARGENTINA	\$268.602.333
4	COLOMBIA	\$101.279.205
5	CHILE	\$64.090.687
6	MEXICO	\$57.401.011
7	ALEMANHA	\$46.671.261
8	PERU	\$34.842.844
9	JAMAICA	\$22.472.335
10	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$17.024.749
11	PANAMA	\$15.016.791
12	AUSTRALIA	\$14.802.502
13	GUATEMALA	\$14.673.161
14	URUGUAI	\$14.448.369
15	PARAGUAI	\$14.444.800
	OUTROS*	\$174.726.117
TOTAL		\$1.522.851.015

Fonte: SUFRAMA, 2006.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Baseados nos dados apresentados, o volume de exportação de produtos eletroeletrônicos da ZFM em 2006 atingiu U\$ 871 milhões ou 9% das exportações totais do setor, enquanto seu faturamento total em 2006, estimado em R\$ 49 bilhões, representa 53% do faturamento total do setor. Ou seja, existe uma defasagem entre o que é produzido na ZFM para o mercado nacional e o que é destinado às exportações.

Uma região que representa 53% do faturamento total do setor e reúne apenas 9% de suas exportações, das quais 79% estão concentrados na categoria de produtos – telefones celulares – supõe-se pouco competitiva em relação ao mercado externo e às indústrias eletroeletrônicas instaladas em outros estados do país para determinados segmentos do setor eletroeletrônico, conforme gráfico de faturamento e exportações, abaixo:

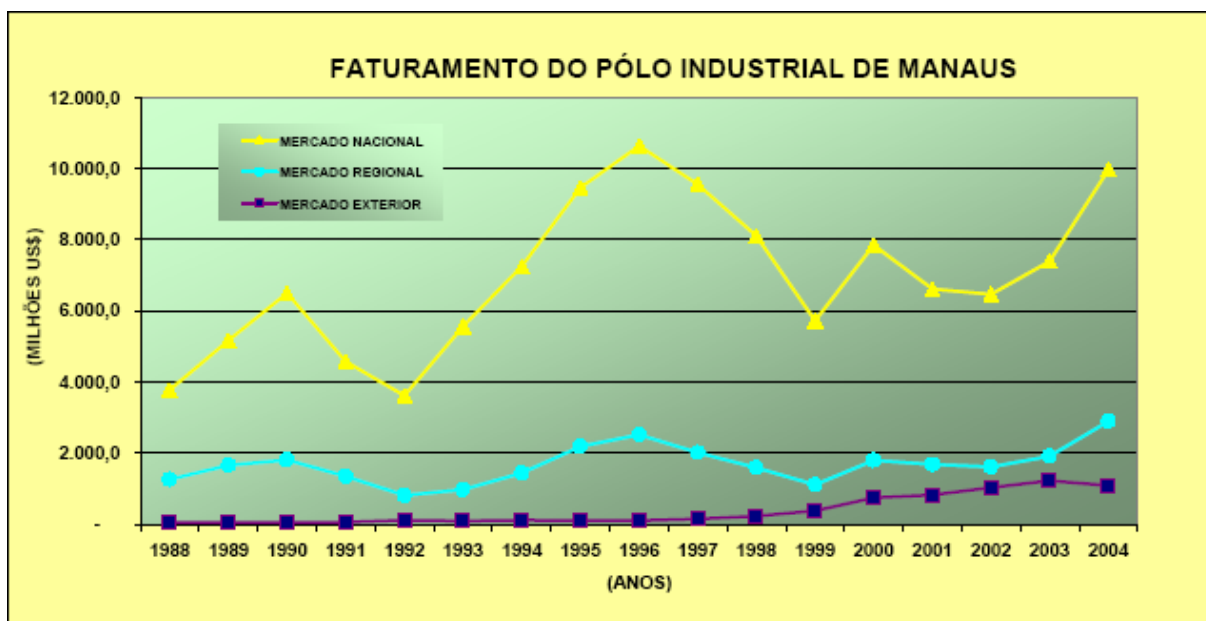


Figura 14: Evolução do faturamento do pólo industrial de Manaus, dividido por mercados.

Fonte: SUFRAMA, 2007.

Para relacionar, de forma tentativa, este fenômeno da ZFM ao desempenho apresentado pelas empresas instaladas em outros estados, no próximo item analisaremos o desempenho regional das empresas exportadoras do Mercosul no Brasil.

3.6 Desempenho Regional das Empresas Exportadoras do Mercosul

A criação do Mercosul propiciou a expansão e a diversificação de produção e de empresas exportadoras no Brasil em alguns dos seus estados da federação, pois alguns concentram empresas de determinados setores, como Amazonas na ZFM e São Paulo com as indústrias de telefones celulares. Segundo Moreira (2003), no ano de 1990, 3834 empresas de todo o Brasil exportavam para os países do Mercosul, atingindo o total de U\$ 1.5 bilhão – valor FOB.

Em 2001, o número de empresas exportadoras para o Mercosul havia aumentado para 11.436, ou 298% de crescimento no período, e sua receita atingiu US\$ 5.4 bilhões ou 360%. Segundo Moreira (2003), esse incremento de produção ocorreu, por ordem, nas seguintes regiões: Sudeste, Sul, Nordeste, Centro-Oeste e Norte. Em 1997, ano do estudo realizado por Moreira, o estado de São Paulo apresentou 26,4% de suas exportações voltadas para o Mercosul. Ressalta-se também que, proporcionalmente, a região Sudeste participou mais das exportações para o Mercosul do que a região Sul, apesar de maior proximidade geográfica com o bloco. Em 2001, conforme planilha anexa, o volume de exportações do estado de São Paulo atingiu 44,5% do total destinado ao Mercosul, enquanto o estado do Amazonas exportou apenas US\$ 234 milhões ou 4,2% do total.

Tabela 15 - Exportações Brasileiras para o Mercosul por Unidade Federativa - US\$ Milhões

UF	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Região Norte	26	39	62	79	47	53	62	97	150	141	327	277
Acre	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0	0,3	0,8	0,7
Amapá	7,2	3,6	0,1	2	2,7	2,1	1,4	2,1	2,5	1,8	0,9	0,3
Amazonas	9,5	14,7	37,5	34,6	15,5	21,8	36,3	55	80,6	91,6	277,4	234,5
Pará	9,5	20,3	22,8	40,3	26,1	27	21	31,7	58,7	39,1	41,5	34,7
Rondônia	0	0,2	1,4	2,4	2,6	2,4	3	8,2	8	7,8	6,6	6,3
Roraima	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tocantins	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,1	0	0,1
Região Nordeste	112	157	215	247	330	421	469	509	501	392	426	369
Alagoas	0	3,9	0,5	1,1	12,3	0,6	8,3	9,7	6,7	0,7	2,4	1,5
Bahia	94,5	109,2	148,9	149,6	195,3	287,1	299,5	332,9	318,9	242,4	260,6	220,1
Ceará	5,3	10,5	12,7	28,6	31,6	43,2	49,9	50,2	59,2	50,4	52,7	46,8
Maranhão	0,1	3,3	20,3	29	35,5	38,4	48,9	47,4	43,6	37,1	50,9	49,2
Paraíba	1,1	2,2	0,9	2,9	3,2	7,1	4,1	9,4	11,2	10,5	7,9	3,2
Pernambuco	8,4	19,5	23,5	26,9	45,8	36,7	39,1	40,6	38,8	36,6	34,7	35
Piauí	0,5	1,2	0,5	0,6	0,4	1,4	0,7	1,6	2,1	0,7	0,8	0,6
Rio Grande do Norte	0,3	0,6	2,6	3,6	2,2	2,5	4,5	8,1	12,3	7,9	6,8	6,6
Sergipe	2,1	6,8	4,8	5,1	3,9	3,8	13,5	8,7	7,8	5,9	9,3	6,3
Região Centro-Oeste	14	28	33	40	39	62	76	101	87	72	65	65
Distrito Federal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,2	0,2
Goiás	3,1	5,2	10,6	21,1	20,4	23,3	22,1	25,9	16,9	18,2	15,1	21,7
Mato Grosso	1,1	1,8	4,9	6	3	3,4	7,8	13	9,7	14,7	10,5	8,8
Mato Grosso do Sul	9,9	20,7	17,5	13,1	16	35,4	45,8	62,4	59,9	39	39	34,4
Região Sudeste	1070	1822	3268	3956	4218	4124	4763	5802	5570	3956	4122	3189
Espírito Santo	60,9	62,7	63,3	81,4	135	157,4	117,1	153,5	106,6	71,9	82,2	53,2
Minas Gerais	143,6	292,5	572,2	632,7	564,2	487,9	509,7	785,2	754,3	424,2	454,3	453
Rio de Janeiro	120,5	187,3	294,2	386	387,7	317,2	299,3	321,1	283,5	256,2	245,9	243,8
São Paulo	744,9	1279,7	2338,2	2856,2	3131,5	3161	3836,8	4541,9	4425,6	3204	3339,4	2438,8
Região Sul	311	522	861	1329	1391	1363	1676	1992	1920	1551	1802	1485
Paraná	90	145,4	245,4	382,2	370,4	337,7	438,8	498,5	463,5	407,5	550,5	449,3
Rio Grande do Sul	160,5	248,1	407,3	640,6	724,1	709,9	870,4	1030,9	1036,7	799,6	882,3	720,5
Santa Catarina	60,4	128,8	208,5	306,4	296,7	315,5	367,1	462,6	419,4	343,8	369,1	315
Outros *	6,2	14,8	11,1	30,2	61,5	131,1	52,2	87,5	72,6	88,4	101,5	91,9
Brasil	1540	2583	4450	5683	6088	6154	7097	8588	8299	6201	6843	5477

Fonte: Secex. Elaboração: Ipea.

Obs: Outros * - consumo de bordo, estados diversos (café), mercadoria nacionalizada, não declarada, reexportação. Dólar FOB

Quanto à participação de novas empresas exportadoras brasileiras no mercado, este número vem crescendo, o que significa desenvolvimento da indústria para atender a toda nova demanda do mercado / Bloco. Observa-se que, de 1990 a 1993, o número de empresas exportadoras disparou com a abertura comercial e a implantação do Mercosul, mas a partir de 1993 o Plano Real implementou a paridade com o dólar, reduzindo o número de empresas exportadoras até 1995. O mercado se ajustou a partir de 1996 e voltou a crescer, ganhando força a partir de 1999, com a desvalorização do Real. A partir de 2001, com a crise econômica argentina, o número de empresas voltou a cair.

Tabela 16 - Evolução das Empresas Brasileiras Exportadoras para o Mercosul - Regiões Brasil

Regiões	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Norte	46	67	79	131	111	92	126	154	172	194	208	196
Nordeste	214	274	313	417	398	337	410	405	430	440	485	500
Centro-Oeste	37	49	66	111	108	108	190	165	176	217	232	222
Sudeste	2490	3337	4581	5808	5711	5271	5458	5741	5745	5927	6262	6182
Sul	1047	1533	2357	3253	3171	2817	3124	3294	3548	4026	4276	4336
Brasil	3834	5260	7396	9720	9499	8625	9308	9759	10071	10804	11463	11436

Fonte: SECEX, 2003.

Nos dois momentos de crises mencionados (1993 a 1994 – implementação do Plano Real e 2000 a 2001- crise cambial argentina), as regiões Sul e Sudeste mantiveram constantes suas exportações para o Bloco. As regiões que sofreram maior instabilidade com suas exportações para o Mercosul foram a Norte e a Centro-Oeste. Estas duas regiões tiveram desempenho bem inferior em relação às outras.

Segundo Mendes (1997), no âmbito do Mercosul cada estado ou região do país apresentam pautas de produtos exportados, compostas de forma bastante diferenciada.

São Paulo detém o maior índice de exportação em 6 dos 8 grupos de produtos definidos, excetuando os produtos minerais. Neste grupo de produtos, o Rio Grande do Sul detém 42,5% dos produtos dedicados exclusivamente à indústria química, e o Espírito Santo detém cerca de 57% do volume do grupo total.

4. ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE – INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA DA ZFM NO MERCOSUL

4.1 Análise de Caso – Monitores e Televisões

Para que possamos entender e comparar o baixo desempenho da indústria eletroeletrônica da Zona Franca de Manaus nas exportações para o Mercosul, enfocando a Argentina, desenvolvemos, a partir de dados reais, fornecidos por uma empresa multinacional fabricante de eletroeletrônicos em vários países do mundo, um comparativo de custos e de competitividade entre as exportações de ZFM e a exportações dos mesmos produtos de origens distintas (China / México).

Tratamos, neste item, de dois casos específicos. No caso de monitores de computador, efetuamos comparativo de custos de produção entre Manaus e China e sua respectiva competitividade nas exportações, uma vez que o mercado argentino não dispõe de fabricantes locais e todos os monitores comercializados no país são importados. As principais alternativas de fornecimento para a Argentina são o Brasil, em função do Mercosul, e a Ásia.

No caso de TVs, um mercado mais maduro e com volumes superiores ao de monitores, o objetivo é compararmos a competitividade de TVs importadas de várias procedências (China, México e Brasil) frente à produção da Zona Franca da Terra do Fogo. Portanto, tratamos de dois casos específicos, sendo um relativo a monitores, uma categoria de produtos que não apresenta fabricação local, e por este motivo poderia ser um ótimo mercado para alavancar as vendas entre membros do Mercosul, e o outro, referente a TVs, uma categoria de produtos, em que existe real concorrência entre os países membros do Mercosul, por causa das fábricas instaladas em Zonas Francas.

4.2 O Mercado Argentino de Monitores de Computador

O mercado argentino de monitores de Computador demonstrou constante crescimento a partir de 2003 e volume superior a um milhão de unidades desde 2005. Assim como na maioria dos países da América Latina, grande parte do seu volume está no segmento de monitores de tubo de raios catódicos ou “CRT”, havendo forte crescimento de LCD a partir do ano 2005.

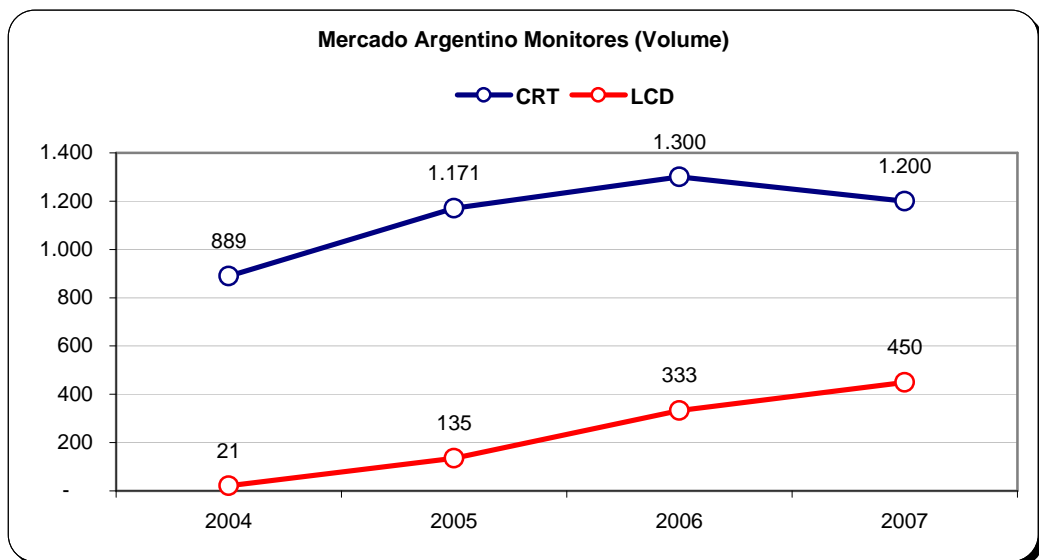


Figura 15: Evolução do mercado argentino de monitores.

* Dados ano 2007 - projeção

Fonte: Empresa X, 2007.

Para que tenhamos uma idéia do tamanho do mercado argentino em relação ao brasileiro, disponibilizamos os mesmos dados para este último

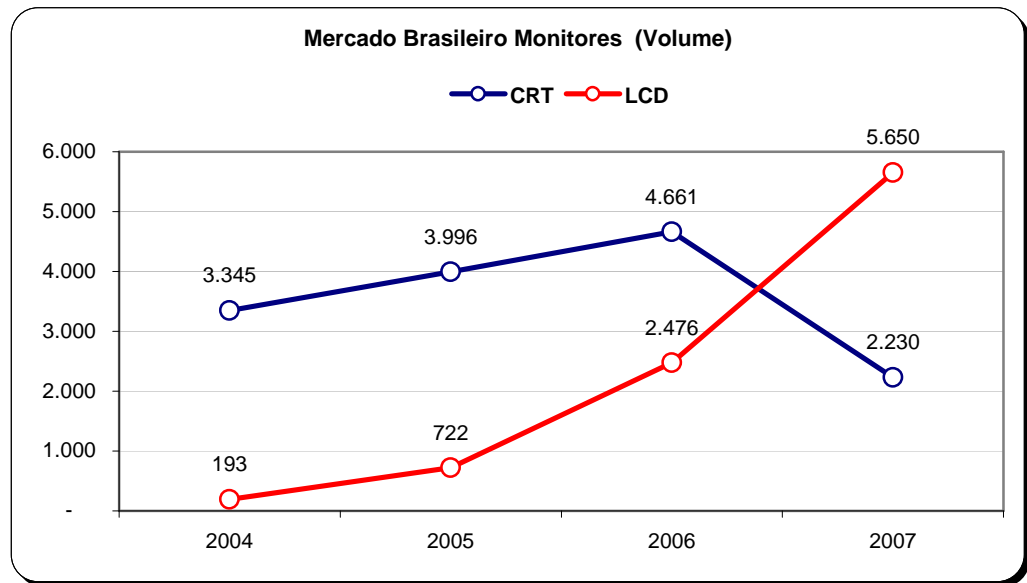


Figura 16: Evolução do mercado brasileiro de monitores.

* Dados ano 2007 - projeção

Fonte: Consultoria IT Data, 2006.

Podemos verificar que o mercado argentino atinge, em seus melhores anos, um volume total de 26% do mercado brasileiro e, se analisarmos 2006 e 2007, esse volume se apresenta menor (média 22%). O ponto mais importante a ressaltar é a migração dos monitores CRT para LCD, que ocorre fortemente no mercado brasileiro a partir de 2005, fato que não acontece no mesmo ritmo para o mercado argentino. Analisando apenas o mercado de monitores LCD, vemos que o mercado argentino não ultrapassa a marca de 14% do total do mercado brasileiro e, segundo a previsão para 2007, esse volume fica abaixo de 8% do mercado total brasileiro.

Com relação aos modelos de monitores, o maior volume do mercado argentino está na tela de 17", tanto para monitores CRT quanto para LCD. Os principais *players* do mercado argentino atualmente são LG (aproximadamente 28% de *Market Share*) e Samsung (aproximadamente 45% de *Market Share*), sendo que o volume restante é vendido pelas marcas Philips, Viewsonic, AOC e outras, conforme gráfico abaixo na categoria 17" LCD:

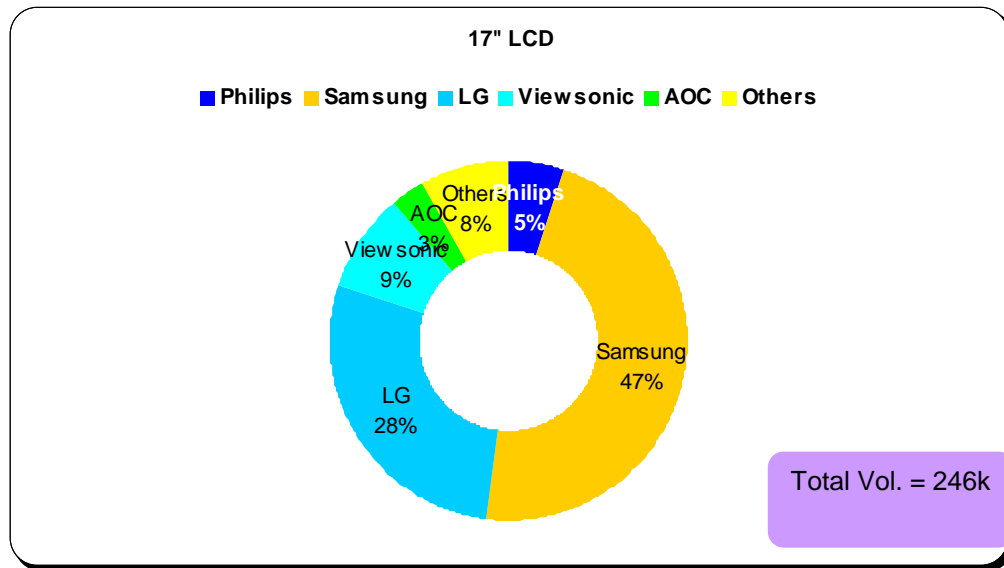


Figura 17: Participação de mercado por fabricante, em unidades, no segmento 17" LCD. Mercado Argentino, 2006.

Fonte: Empresa X, 2006.

Distribuição de participação de mercado semelhante acontece no mercado brasileiro, dominado por ambas as marcas (LG e Samsung). No caso específico de LG e Samsung, verificou-se ao longo dos anos 2004 a 2006 que esses fabricantes efetuaram exportações para a Argentina por meio de suas fábricas em Manaus (Samsung) e Taubaté-SP (LG). Porém, a partir do segundo semestre de 2006, verificamos a retomada de exportação desses produtos por suas unidades fabris na Ásia (Coréia e China). Baixo volume e potencial de crescimento do mercado argentino, assim como diversas crises econômicas de seu passado recente não justificam a implementação de fábricas por parte dos principais fabricantes de monitores mundiais, mesmo com benefícios como os da Zona Franca da Terra do Fogo.

Em contrapartida, o atendimento a esse mercado por meio de exportações das fábricas de monitores implementadas no Brasil nos anos 90 poderia ser uma forma de alavancar as vendas do Brasil para o Mercosul e para outros países da América Latina. Para que possamos identificar por que isso não ocorre, efetuamos um comparativo de custos de produção dos monitores fabricados na Zona Franca de Manaus e dos mesmos monitores fabricados na China.

4.3 Análise de Custo de Produção de Monitores – Manaus x China

A tabela abaixo compara custos de produção de um determinado modelo de monitor LCD de uma empresa fabricante multinacional X, que apresenta fábricas em Manaus e na China. O produto descrito nos dois casos é exatamente o mesmo. Analisando os valores obtidos, conseguimos isolar o “custo Manaus”, identificando os principais fatores que agregam custos ao produto final em relação à China, e fazem com que a fabricação de Manaus não seja competitiva frente ao resto do mundo, relegando-a ao mercado brasileiro.

Tabela 17 - Comparativo dos custos de produção das fábricas de Manaus e da China

Monitor LCD 17"	Descrição	Produção Manaus	Custo Manaus	Produção Ásia
Painel LCD		\$115,14		\$115,14
Despesas CIF Manaus	FTI/Suframa/II/Taxas	\$0,65	\$0,65	\$0,00
	Frete	\$1,97	\$1,97	\$0,00
Chassis e Gabinete		\$20,29		\$20,29
Despesas CIF Manaus	Frete	\$3,52	\$3,52	\$0,00
	Seguro	\$0,01	\$0,01	\$0,00
	Outros	\$0,60	\$0,60	\$0,00
Outros Materiais - Embalagem, Cabo, etc		\$2,94		\$2,94
Custo Indireto - Administrativo		\$1,46		\$1,46
Montagem Placa		\$4,70		\$4,70
Logo SUFRAMA		\$0,40	\$0,40	\$0,00
Custo Total Material		\$151,68	\$7,15	\$144,53
Custo Mão Obra		\$2,89	\$2,00	\$0,89
Depreciação Ferramental		\$1,40	\$1,00	\$0,40
Custo Indireto - Administrativo		\$4,62	\$3,50	\$1,12
Impostos de Importação		\$3,47	\$3,47	\$0,00
Garantia		\$1,75		\$1,75
Frete Manaus-SP / China SP		\$4,68		\$4,68
Armazenagem		\$0,82		\$0,82
P&D		\$9,98	\$9,98	\$0,00
CPMF		\$0,76	\$0,76	\$0,00
Taxa Juros		\$6,86	\$3,00	\$3,86
Custo Total Produção		\$37,23	\$23,70	\$13,52
Custo Total FOB		\$188,91	\$30,85	\$158,05

Fonte: Empresa X, 2007.

Valores em US\$.

Podemos dividir a análise dos custos em dois fatores:

- 1- Custo Total de Material
- 2- Custo Total de Produção

1 - Custo Total de Material

Verificamos na parte de custos de materiais um valor total consolidado de U\$ 7,15, que representa 23% do custo total agregado relativo à fabricação em Manaus. Destes U\$ 7,15, U\$ 6,75 são relativos às despesas com transporte e internação de insumos para a produção local (taxas da Suframa, frete, seguros, outros), e apenas U\$ 0,40 são relativos ao material adicionado ao produto para sua customização local (neste caso apenas a inclusão do logotipo da gaivota, caracterizando o produto fabricado na Zona Franca de Manaus).

2- Custo Total de Produção

Este grupo apresenta 77% do custo total agregado de Manaus em relação à China, e basicamente compara custos de mão-de-obra e de infra-estrutura dos dois países. Para que possamos obter uma análise mais detalhada, verificaremos cada fator:

- Custo de mão-de-obra: enquanto temos um custo de mão-de-obra na China de U\$ 0,89 por unidade produzida, o custo no Brasil é aproximadamente três vezes superior, com U\$ 2,89 por unidade produzida. Isso se deve principalmente à oferta de mão-de-obra e respectivos custos trabalhistas e de impostos referentes aos empregados contratados no Brasil.
- Depreciação do ferramental: enquanto na China temos um valor de U\$ 0,40 por unidade, no Brasil encontramos U\$ 1,40, ou seja, um valor 350% superior. Esta diferença se deve principalmente à escala de produção. Enquanto as fábricas chinesas atendem a demanda de uma parcela muito maior do mercado mundial, o Brasil fabrica apenas para seu mercado, uma vez que não exporta. Portanto, o índice de depreciação deve ser aplicado apenas em relação ao valor produzido por cada fábrica, contra

um valor de investimento em linhas de produção e ferramental praticamente iguais nos dois países.

- Custo indireto administrativo: nos mesmos moldes do valor de depreciação do ferramental, os custos indiretos administrativos são maiores em relação aos da China, em função de escala de produção.
- Imposto de importação: comentaremos este item a seguir, na comparação realizada entre preço de custo e venda, em função dos produtos importados pagarem o II na sua nacionalização e não na produção.
- Frete Manaus-SP x China-SP: usamos para este comparativo o destino de São Paulo para venda dos monitores, pois este estado representa a maior parcela do mercado nacional desse segmento. Portanto, a baixa competitividade da cadeia logística que atende o mercado brasileiro na rota Manaus-SP, em função de fatores como distância, custos relativos a seguro contra roubo de carga, qualidade das estradas, impostos, etc., torna-se responsável por um custo semelhante aos dos fretes de importação de um *container* China-São Paulo (Porto de Santos) e do porto até o armazém final.
- P&D: A lei estadual 2.390/1996 (Lei “Hanan”) da Zona Franca de Manaus estabelece que 5% do faturamento devam ser destinados a investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento, fato que não acontece no produto produzido na China, onde o investimento em pesquisa e desenvolvimento fica a critério de cada fabricante.
- CPMF e taxa de juros: são custos inerentes à atividade no mercado nacional. A taxa de juros apresenta índice muito mais alto em relação à taxa disponibilizada para investimentos e comercialização de produtos na

China, uma vez que o Brasil apresenta, atualmente, a maior taxa de juros básica do mundo.

Portanto, pelos números apresentados acima, conseguimos identificar claramente as ineficiências da fabricação de produtos eletroeletrônicos (no caso, monitores) em Manaus, gerando um custo adicional de aproximadamente 19,5% (US\$ 30,85) em relação ao mesmo produto produzido na China. A seguir apresentamos a segunda parte da cadeia, justificando a viabilidade da Zona Franca de Manaus por meio dos benefícios de impostos dos governos federal e estadual:

Tabela 18 - Comparativo de Venda Manaus x China

Descrição	Custo Manaus	Vantagem Manaus	Custo China
Custo Total FOB	\$188,91		\$158,05
II (12%)	-	-\$18,97	\$18,97
IPI 15%	-	-\$26,55	\$26,55
Custo Landed SP	\$188,91		\$203,57
Margem Total - Cadeia	\$145,51		\$90,33
Margem Total %	44%		31%
Preço de Venda S/ Impostos	\$334,42		\$293,90
ICMS Benefit	\$40,51		\$0,00
ICMS/PIS Cofins	-\$81,21	-\$40,51	-\$81,21
Preço de Venda - Consumidor Final	\$375,12		\$375,12

Fonte: Empresa X, 2007.

* Valores em US\$

Verificando os fatores, temos:

- Imposto de Importação: a alíquota de 12% aplicada sobre o FOB China já aproxima o custo do produto chinês ao custo do produto fabricado em Manaus.

- IPI: alíquota de 15% aplicada sobre o valor CIF da mercadoria.
- Margem Total da Cadeia: representa a margem total gerada pela venda dos produtos. Neste caso estamos considerando venda direta do fabricante para o consumidor final, para simplificação do cálculo.
- Benefício ICMS: como a lei da Suframa prevê crédito do ICMS, por meio do destaque da alíquota de 12% na emissão da nota fiscal, este benefício representa o crédito mencionado e será abatido do valor devido após venda.
- ICMS / PIS/COFINS: representam os impostos devidos/pagos na venda do produto para o consumidor final, neste caso 12% de ICMS no estado de São Paulo para produtos fabricados em Manaus e 9,25% referentes a PIS/COFINS.
- Preço Venda – Consumidor Final: utilizado neste caso para calcular os impostos da venda (ICMS / PIS/COFINS / IPI).

Chegamos, então, ao preço de venda sem impostos para o consumidor final, em que o monitor importado apresenta o valor de U\$ 293,90, inviabilizando sua comercialização, uma vez que a margem total resultante da operação é de aproximadamente 31%. Esta margem é 13% inferior à margem gerada pela venda de produtos da ZFM, sendo supostamente insuficiente para cobrir os custos da cadeia de vendas no Brasil, onde a maioria dos revendedores de varejo trabalha com margens que variam de 30% a 40%, para cobrir seus custos operacionais e financeiros, especialmente em um mercado onde grande parte de seus clientes busca financiamentos de longo prazo. Uma operação de importação, respeitando o *mark-up* médio exigido pelo mercado, renderia uma margem extremamente reduzida ou até negativa, dependendo do canal de vendas utilizado.

4.4 Análise de Custo de Importação ao Mercado Argentino - Manaus x China

Com base nos custos FOB apresentados para Manaus e China, elaboramos planilha de custos comparando a importação de monitores de cada país por uma empresa argentina, conforme abaixo:

Tabela 19 – Comparativo Exportação

	Manaus	China
Preço FOB	\$188,91	\$158,05
Frete Unitário	\$1,40	\$2,50
Seguro - 0,08%	\$0,15	\$0,13
Custo Financeiro	\$0,28	\$0,24
Custo Landed	\$190,74	\$160,91
Custos Alfandega	\$0,06	\$0,06
Imposto Importação	0%	12%
Imposto Importação	\$0,00	\$19,31
Custo Total	\$190,80	\$180,28

Fonte: Empresa X, 2007.

* Valores em US\$.

Verificamos que, mesmo com a ausência de imposto de importação para produtos do Mercosul e custos de frete mais baixos, os monitores produzidos em Manaus não conseguem ser competitivos frente aos importados com origem na China. Existe ainda uma diferença de competitividade da ordem de 5,84% em favor da China, que inviabiliza a expansão das vendas do Brasil para a Argentina. O mercado de informática é um dos mais competitivos do mundo e apresenta como características principais, vendas de alto volume com alto giro e pequena margem de contribuição. Em função disso, produtos que dificilmente trabalham com margem de contribuição acima dos 10% a 15%, têm sua venda dificultada ou até inviabilizada com diferenças de competitividade como as citadas acima (5,84%).

Cabe ressaltar que a política estratégica determinada para a região por algumas empresas pode sustentar, temporariamente, a venda ou exportação desses produtos a partir de suas fábricas no Brasil, conforme mencionado no item 4.2. No entanto, supõe-se que essas exportações não apresentem competitividade estrutural e sejam efetuadas de acordo com estratégias de curto prazo dos fabricantes (falta de produtos na Ásia, necessidade de aumento de volume na sua fábrica para justificar nova linha produção, excedente de produção, ganhos de escala para redução de custos e investimentos em ativos, etc.).

Outro fator relevante para o comparativo de exportação entre Manaus e China para a Argentina é o *leadtime* da cadeia de produção. Enquanto a produção e o fornecimento de monitores, via frete marítimo para a Argentina, proveniente da China leva, em média, 8 semanas entre seu pedido e entrega no porto de Buenos Aires, no caso do Brasil, em função da fabricação local, o *leadtime* entre importação de insumos para Manaus, produção e entrega destes mesmos produtos no porto de Buenos Aires leva em média 18 semanas, ou seja, existe uma grande perda de flexibilidade no negócio.

4.5 O Mercado Argentino de TVs

O mercado argentino de TVs possui características diferenciadas do mercado brasileiro, pois tem a presença de fabricantes locais (empresas nacionais) e pouca penetração de fabricantes internacionais, conforme demonstra o gráfico abaixo:

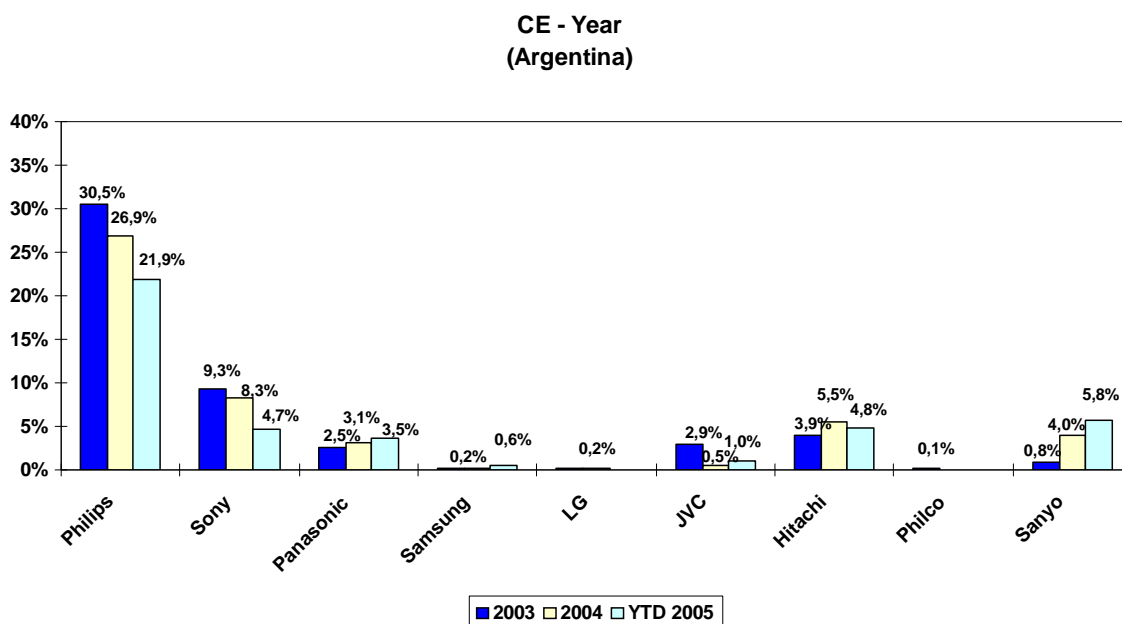


Figura 18: Mercado argentino de Áudio e Vídeo 2003 a 2005 – Evolução de *Market Share* por fabricante.

Fonte: Empresa X, 2006.

Os principais fabricantes são Philips, Sanyo e Hitachi, com fábricas na Zona Franca da Terra do Fogo, enquanto outras marcas como Sony, Samsung e LG não apresentam *market share* expressivo. O volume total do mercado é de 1.7 milhões de unidades (2006), com previsão de crescimento até 2.2 milhões em 2007. Este valor representa aproximadamente 16% do mercado de TVs do Brasil, que obteve 11 milhões de unidades em 2006, podendo chegar a 20% em 2007 com a marca de 2.2 milhões (Argentina) contra 11 milhões no Brasil.

O histórico do mercado argentino de TVs tem sido alternado por períodos de crescimento e quedas ao longo dos últimos 20 anos. Nos anos 80 verificamos um

forte crescimento com a introdução dos TVs em cores (período de 1980 a 1982), quando o mercado cresceu 125%, passando de 400 mil unidades a 900 mil unidades. Porém, a partir de 1983, fatores como uma forte recessão econômica, somada à hiperinflação, possivelmente, reduziram esse expressivo crescimento aos patamares anteriores (400 mil TVs/Ano), chegando a seu nível mais baixo em 1989 e 1990 (300 mil TVs/Ano). A partir de 1991, com a introdução do Plano econômico Cavallo e a implementação da paridade da moeda entre dólar e peso, houve novamente um expressivo crescimento, desta vez saindo de 500 mil TVs/ano em 1991 para 1,9 milhões de TVs em 1993. Assim como no Brasil, o forte crescimento econômico e a criação de uma bolha de consumo tem seus efeitos e em 1995 o mercado passou por um ano de ajustes, reduzido seu volume de 1,7 milhões em 1994, para 700 mil TVs. No período 1996 a 2001, vimos um mercado razoavelmente estável, com um volume médio de 1,2 milhão e períodos alternados de crescimento e ligeiras quedas, provavelmente ligadas às crises econômicas do México, Rússia e Brasil.

Em 2002 acontece a grande crise econômica do *corralito*, já mencionada em itens anteriores, que faz com que este mercado tenha o pior ano da sua história recente, retornando a um volume de 300 mil TVs/ano, equivalente aos patamares de 1980. A instabilidade econômica e o empobrecimento da população, sem condições de consumo por ter seu dinheiro bloqueado nos bancos, somado ao posterior *default* aplicado na dívida externa, fez com que a maioria das empresas multinacionais abandonasse o mercado e fechasse suas fábricas no país. Como consequência, os fabricantes locais e nacionais que mantiveram suas fábricas na Terra do Fogo e continuaram atendendo o mercado nacional, beneficiaram-se da forte retomada econômica a partir de 2005, com o mercado atingindo quase 1.6 milhão de unidades, e com a fidelidade dos consumidores locais que viram na atitude da manutenção das fábricas nesse país, um forte apelo promocional para a compra e fidelização dessas marcas. Para 2007 e 2008, espera-se que o mercado atinja seu auge, com aproximadamente 2,3 milhões de TVs/ano.

Mercado de TVs Argentino 1978-2010 - Unidades

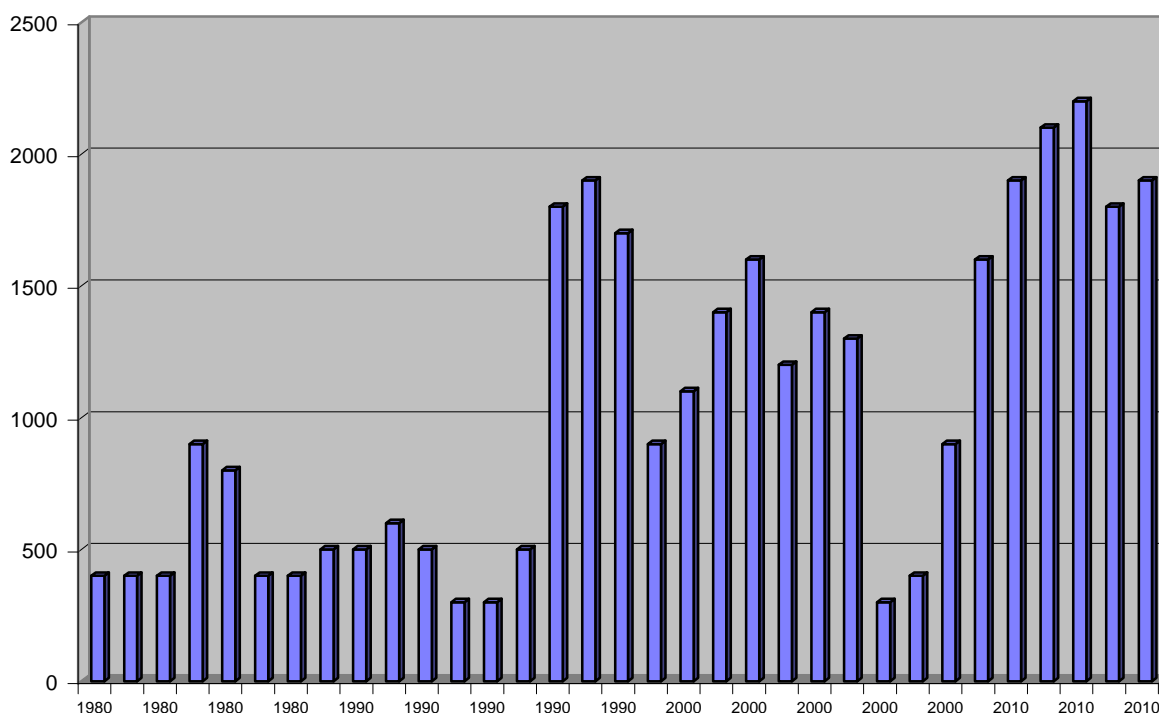


Figura 19: Evolução do mercado argentino de TVs por unidades/ano.

Fonte: Empresa X, 2006.

4.6 Análise de Custos de Produção e Importação – Zona Franca da Terra do Fogo e outros países

O mercado argentino de TVs apresenta um volume considerável, sendo o segundo maior da América do Sul e o primeiro em volume do Mercosul, após o do Brasil, o que torna a Argentina um potencial mercado de exportação de TVs fabricadas na Zona Franca de Manaus. Porém, a concorrência com os benefícios de produção dados à Zona Franca da Terra do Fogo, similares aos da Zona Franca de Manaus (ambos já mencionados anteriormente), faz com que essas exportações sejam dificultadas.

Com as constantes valorizações e desvalorizações das moedas dos dois países, em 16 de julho de 2004, pela resolução No. 43, o “Ministério de Economía y Produccion” argentino declarou procedente a solicitação de abertura de investigação para uma medida de salvaguarda à importação de TVs provenientes da Zona Franca de Manaus, concluída em 22 de dezembro de 2004. Como resultado desta investigação, o ministério concluiu:

“Que del mismo modo, la COMISION NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, organismo desconcentrado em el ámbito de la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMÉRCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION mediante Acta de Directório N°. 1062 de fecha 20 de enero de 2005, determino em cuanto al daño que “... las importaciones provenientes de la Zona Franca de Manaos tuvieron una evolución capaz de producir daño grave a la industria local de aparatos receptores de televisión color, incluídos los que disponen de función PIP (Picture in Picture) y excluídos a los denominados aparatos combinados que presentan en la misma envoltura el repceptor de televisión más un aparato de registro o reproducción de imagen y/o sonido”.

Que por la misma Acta de Directorio, en cuanto a la causalidad, concluyó que “... se desprende que el principal factor que introduce una fuerte distorsión en el mercado local, provocando disminuciones de precios en el producto doméstico, que afectan la rentabilidad y la formación de capital, tanto de trabajo como físico, es el precio de las importaciones originarias de la Zona Franca de Manaos, como así también su creciente volumen...”

Que finalmente dicho organismo indicó que “Del análisis efectuado de la información obrante en el expediente, la Comisión concluye que las importaciones del producto investigado provenientes de la Zona Franca de Manaos han producido daño grave a la industria nacional Del producto directamente competidor”.

Com base na investigação apresentada, o governo argentino resolve, por meio da resolução No. 43/2005 de 4 de fevereiro de 2005, impor quota de importação para todas as empresas fabricantes da Zona Franca de Manaus, taxando o excedente das demais importações com a TEC (Tarifa Externa Comum), que representa uma alíquota de 20%:

“EL MINISTRO DE ECONOMIA Y PRODUCCION

RESOLVE:

Artículo 2º. – Fíjase para las operaciones de exportación hacia la REPUBLICA ARGENTINA del producto objeto de investigación descrito en el Artículo 1º. de la presente resolución, una medida de salvaguardia consistente en una restricción cuantitativa de CIENTO MIL (100.000) unidades para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2005; para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2006 una restricción cuantitativa equivalente al NUEVE POR CIENTO (9%) de la oferta del mercado del año 2005 y para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2007 una restricción cuantitativa equivalente al DIEZ POR CIENTO (10%) de la oferta del año 2006.

Artículo 10 – La medida de salvaguardia impuesta por la presente resolución es de aplicación a partir del 1 enero de 2005 y tendrá um plazo de vigencia de TRES (3) años.”

A quota imposta pelo governo argentino foi posteriormente negociada e dividida entre os fabricantes membros da ELETROS, por acordo interno, tendo sido homologado pelo governo argentino.

Portanto, o desenvolvimento consistente de um mercado exportador para os países do Mercosul a partir da Zona Franca de Manaus ficou praticamente inviabilizado nos anos recentes. Como forma de demonstrarmos a situação de protecionismo imposta pelo governo argentino, detalhamos em planilha abaixo a competitividade de custos de produção e importação do mesmo modelo fabricado pela empresa multinacional X em diversas localidades do mundo:

Tabela 20 - Comparativo de Venda TVs - Argentina

Descrição	Argentina	China	Mexico - Aladi	Manaus	Manaus s/ Quota
Custo FOB	\$604	\$513	\$580	\$604	\$604
Frete \$ / unidade		\$35	\$35	\$35	\$35
Seguro		\$1	\$1	\$1	\$1
Preço CIF Buenos Aires		\$549	\$616	\$640	\$640
Imposto Importação	-	20%	16%	0%	20%
	-	\$111	\$100	\$0	\$129
Taxas importação	▼	\$9	\$11	\$11	\$11
Custo Landed Buenos Aires	\$627	\$669	\$726	\$651	\$780
Preço Fabricante p/ Revenda c/ Impostos	\$898	\$766	\$766	\$766	\$766
Imposto de Renda	-\$16	-\$22	-\$22	-\$22	-\$22
Benefício IVA	\$170	\$0	\$0	\$0	\$0
Preço Fabricante p/ Revenda s/ Impostos	\$744	\$744	\$744	\$744	\$744
Preço Venda S/ Impostos - Consumidor Final	\$1.084	\$1.084	\$1.084	\$1.084	\$1.084
Preço Venda C/ Impostos - Consumidor Final	\$1.533	\$1.533	\$1.533	\$1.533	\$1.533
Margem Bruta	\$271	\$53	-\$4	\$71	-\$58
	36%	7%	-1%	9%	-8%

Fonte: Empresa X, 2007.

Valores em US\$.

Verificando os fatores, temos:

- Custo FOB: O custo de produção na Zona Franca da Terra do Fogo é superior ao das demais localidades do mundo e semelhante ao de Manaus.

- **Custo Landed:** Em todas as modalidades, o imposto de importação (20% para China, 20% para Manaus sem quota de Importação, 16% para países membros da Aladi e zero ou isento para vendas dentro da quota de Manaus) e os respectivos gastos com frete, seguro e taxas de importação fazem com que o custo final da TV importada seja superior ao da fabricada na Terra do Fogo.
- **Imposto de Renda:** Tem alíquota reduzida para produção da Terra do Fogo.
- **Preço Fabricante para Revenda com Impostos:** Em função de creditar a revenda com o valor referente ao IVA (19%), o preço de venda do fabricante para o revendedor pode ser maior em relação ao dos produtos importados.
- **Benefício IVA:** É o grande diferencial para os produtos fabricados na Zona Franca de Terra do Fogo, ao creditar a seus fabricantes o valor total desse imposto (19%), este valor passa a compor sua margem de contribuição após apuração da margem líquida (preço de venda líquido \$744 – \$627, custo), excluindo Imposto de Renda (-\$ 16). Obtemos o montante de \$ 101 e somamos o crédito do IVA de \$ 170, chegando à margem de contribuição final de \$271 ou 36%. Este crédito não acontece para os produtos importados, inviabilizando sua rentabilidade em patamares mínimos de mercado e, conseqüentemente, inviabilizando sua operação. A título de esclarecimento, o valor do IVA de 19% ou, neste caso, de \$170, é destacado na Fatura ou Nota Fiscal de venda à revenda, porém não é recolhido ou pago para o governo argentino.

Portanto, como demonstramos pelos números acima, assim como em Manaus, a Zona Franca da Terra do Fogo apresenta um custo de produção superior aos mercados mundiais, porém este custo é compensado artificialmente por benefícios fiscais exclusivos que fazem, no ato da venda, com que os produtos de fabricação nacional obtenham créditos de impostos e isenções em detrimento dos produtos importados. Desta forma, a indústria local argentina está protegida contra a invasão de produtos importados, mantendo a configuração de mercado atual, bastante diferenciada em relação ao resto do mundo.

5. Conclusão

O estudo apresentado demonstra a transformação do comércio mundial pela implementação de acordos econômicos, iniciados pelo GATT-47, o iminente crescimento nas transações comerciais decorrentes da necessidade de reconstrução dos países destruídos, da industrialização dos países em desenvolvimento, além da liberalização e abertura do comércio, marcado pelo multilateralismo.

Posteriormente verificamos a criação de blocos comerciais, buscando integração e desenvolvimento regional, cuja iniciativa de maior sucesso, até hoje, é a União Européia. No caso específico da América Latina, entendemos que a tentativa de criação de um grande bloco econômico, como foi a ALALC, não trouxe o desenvolvimento e benefícios esperados para os países da região, em função da falta de coordenação das políticas macroeconômicas e das assimetrias de cada mercado / país. Como evolução ao acordo da ALALC, temos a ALADI, com o advento dos ACEs, que serviram como base para a criação do Mercosul. Para estudarmos os efeitos e benefícios da criação desses blocos regionais, confrontamos a Teoria das Vantagens Comparativas com a Nova Teoria do Comércio.

A Teoria das Vantagens Comparativas considera que uma União Aduaneira seja uma alternativa pior ao livre comércio, já que pode sobrepor um desvio de comércio ao invés de gerar a sua criação, levando os países membros a substituírem importações por barreiras protecionistas, pela implementação de políticas industriais voltadas para suas economias internas, fato que ocorre, hoje, nas Zonas Francas de Manaus e da Terra do Fogo.

Conforme mencionado, por determinado período, estas políticas trazem benefícios quando seus objetivos estão voltados para a industrialização dos países. Criadas entre as décadas de 50 e 60, as Zonas Francas de Manaus e Terra do Fogo seguiram os mesmos pressupostos e geraram o desenvolvimento das áreas remotas em que estão instaladas, porém, até hoje, têm seus prazos de expiração prorrogados, uma vez que não foram capazes de alcançar competitividade externa para que pudessem enfrentar uma abertura comercial irrestrita. Para piorar a situação, não são Zonas Francas que produzem produtos complementares, mas concorrentes diretas dentro do bloco.

Neste sentido, essa supressão do comércio não gera uma redução de custos e aumento da competitividade suficiente para permitir que o preço pago internamente seja competitivo frente ao mercado mundial, diminuindo o bem-estar dos consumidores, já que estes têm sua cesta de consumo reduzida, pagando preços elevados por produtos de fabricação nacional.

Em contrapartida, a Nova Teoria do Comércio demonstra que a união aduaneira pode trazer benefícios a seus países membros, uma vez que gera o comércio intra-indústria, facilitando e aumentando o fluxo entre os países próximos e de características similares (mercado, fronteiras comuns, tarifas de importação reduzidas). Verificamos, por meio dos dados relativos ao intercâmbio comercial entre Brasil e Mercosul e Brasil e Argentina, o aumento de suas transações comerciais nos últimos vinte anos. Porém, supõe-se que a proteção à indústria nacional tenha como um de seus objetivos principais, a busca da competitividade internacional para posterior abertura de mercado e expansão do comércio, fato que não acontece com as Zonas Francas estudadas, no segmento eletroeletrônico.

Outro fato constatado é que os incentivos e subsídios fornecidos à ZFM causam a distribuição desigual de renda entre os estados da federação, uma vez que o Governo Federal concentra parte da renda proveniente de impostos pagos por todos os cidadãos em um determinado setor da economia, pela aplicação de uma política comercial estratégica específica.

Para que o Mercosul possa integrar e efetivamente aumentar o comércio entre seus países membros, condições eqüitativas de competição são pré-requisitos. No caso específico do setor eletroeletrônico essas condições estão longe de serem alcançadas, distorcidas pelos mecanismos criados pelas Zonas Francas que, inclusive, são tratadas como terceiros países dentro da união aduaneira. Ao invés de buscar harmonização de políticas e estratégias macroeconômicas para o bloco, os governos do Brasil e da Argentina buscam proteger suas indústrias locais, por meio da imposição de quotas de importação de determinados produtos eletroeletrônicos.

Esta proteção está muito distante do objetivo final do Mercosul, que é criar uma União Econômica estável, assim como na União Européia, com objetivos e estratégias alinhadas para o crescimento mútuo entre seus membros. Portanto, mesmo tendo um cronograma definido de desenvolvimento, a partir do momento em que determinados setores da indústria local de cada país começam a prevalecer sobre os mesmos setores do país vizinho, esses cronogramas são colocados em 2º. plano.

Outro fator supostamente predominante nas assimetrias do Mercosul, principalmente no setor eletroeletrônico, e que dificulta a criação de um comércio intrabloco estruturado e consistente, é a flutuação da taxa de câmbio do Brasil e da Argentina, bem como as instabilidades políticas e econômicas das últimas duas décadas. O histórico apresentado no item 3.5 nos mostra que não existe um crescimento constante e linear das trocas comerciais entre esses países, mas grandes variações de crescimento e redução dos índices comerciais ao longo da década de 90 e da atual, provavelmente ligados à flutuação da taxa de câmbio de cada país.

Ao mesmo tempo em que acompanhamos um crescimento consistente das exportações totais do Brasil para o Mercosul, no setor eletroeletrônico estas exportações não apresentam o mesmo crescimento, apesar de a Argentina dispor

de um mercado que representa quase 20% do mercado brasileiro de eletroeletrônicos.

Quando analisamos os dois mercados citados (TVs e monitores de computador), podemos distinguir os benefícios fiscais que mantêm competitivas as indústrias locais no âmbito nacional (ICMS / IPI / IVA, e demais impostos), e a pouca competitividade contra produtos importados, quando confrontados com uma situação de tarifa de importação zero, como no caso dos monitores importados da China. Conseguimos, também, identificar os pontos nos quais perdemos competitividade em custos de produção em relação a outros países:

- Custos logísticos de importação de insumos
- Custos de mão-de-obra e indiretos (administrativos)
- Obrigatoriedade de aplicação / pagamento de P&D no curto prazo
- Custos financeiros (taxa de juros, financiamento, impostos como CPMF)

Portanto, em todos os aspectos relacionados à cadeia de produção e aos mercados brasileiro e argentino, verificamos deficiências e falta de sincronização na busca de objetivos amplos para o bloco, como:

- Ausência de políticas macroeconômicas voltadas ao desenvolvimento dos países de forma sincronizada;
- Instabilidades econômicas constantes nos países;
- Disputas políticas ;
- Falta de políticas e benefícios voltados às exportações, especialmente nas Zonas Francas, e ausência de uma política comercial estratégica para o setor dentro do bloco;
- Falta de fornecedores de insumos locais, melhorando a competitividade dos produtos;

- Manutenção artificial de competitividade das indústrias por meio de benefícios concedidos, via redução de impostos locais;
- Baixa competitividade em fatores cruciais ao negócio, como custos de mão-de-obra e custos financeiros, ambos impactados por leis trabalhistas ultrapassadas e instabilidades econômicas constantes, aumentando suas taxas de risco para novos investimentos;

Enquanto o Mercosul e seus membros não alinharem suas estratégias e políticas macroeconômicas, com planejamento de médio/longo prazos, buscando benefícios econômicos para o bloco, bem como chegarem a uma união consistente que esteja acima dos interesses nacionais, dificilmente veremos a expansão da indústria eletroeletrônica no âmbito regional, a partir de ganhos de economias de escala e, conseqüentemente, de competitividade, com o crescimento das suas exportações para a América Latina e até mesmo para outras regiões do mundo. Mantidas as condições e políticas atuais, possivelmente esta indústria ficará relegada ao crescimento de seus mercados nacionais, de forma isolada.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 Alternativas para o Desenvolvimento da Indústria Regional do Mercosul

Possivelmente uma das grandes dificuldades do Mercosul desde sua criação é a diminuição das diferenças econômicas e assimetrias entre seus países membros. Seguidas crises políticas e econômicas inviabilizam e colocam estratégias macroeconômicas de longo prazo em segundo plano.

A definição de uma política macroeconômica consistente, com objetivos de estabilização e crescimento de médio e longo prazo para todos os países-membros do bloco, e que seja efetivamente implementada e cobrada pelos estados, no âmbito de União Econômica, assim como realizado na União Econômica Européia, em caráter supranacional, seria um avanço para o desenvolvimento regional.

Países em condições econômicas estáveis, com objetivos econômicos e de crescimento alinhados, podem ser a base para a implantação de uma política comercial estratégica visando à competitividade do bloco no âmbito internacional, e não apenas em determinado mercado.

Reformas fiscais e trabalhistas das arcaicas leis que regem os governos da América Latina, reduzindo sua carga tributária e, conseqüentemente, reduzindo e legalizando o chamado mercado cinza, ou ilegal, melhorariam a competitividade e atratividade de investimentos em operações de manufatura, proporcionando condições eqüitativas de impostos nos países do bloco, bem como a implementação de marcos regulatórios que reduzam os riscos históricos inerentes às operações nessa região.

A definição de uma política comercial estratégica para a transformação da indústria eletroeletrônica do Mercosul em pólo regional exportador, centralizando as operações fabris em um único país, de forma a atender o mercado do bloco como um todo, com ganhos de escala, pode ser uma forma de melhoria na competitividade dos produtos e também na atratividade de investimentos por parte de indústrias multinacionais.

Em paralelo, para que essa indústria possa efetivamente crescer, a atração de fabricantes de componentes, como semicondutores, e também de painéis de cristal líquido (LCD) seria uma mudança radical em relação às políticas atuais das Zonas Francas, que estimulam a importação de *kits* de produtos desmontados, e constituem as atividades de sua indústria em montagem de produtos semi-acabados, especialmente no momento da chegada da TV Digital, cuja implementação gerará mudanças nos processos de produção atuais e aumentará o conteúdo tecnológico dos equipamentos, criando uma maior distância entre as tecnologias presentes nos mercados de países em desenvolvimento e as tecnologias que vêm sendo criadas para os países desenvolvidos.

Atualmente, a adoção do padrão de sinal de digital de cada país na América Latina está relegada a seu governo e suas agências em âmbito nacional, e não existe uma iniciativa dos países do bloco para a adoção de um determinado padrão que possa trazer benefícios coletivos para a região, como negociações de *royalties* e transferências de tecnologias. Tentativas como a do Brasil, de barganhar a adoção do padrão japonês em troca de uma fábrica de semicondutores são válidas, porém, sem a presença dos outros países da região, seu peso nesta negociação fica reduzido e dificilmente trará resultados positivos.

Finalmente, a implementação e incentivo de uma política consistente de fomento às exportações no setor, buscando investimento externo com a ampliação de crédito e linhas de financiamento a taxas competitivas, equivalentes às vigentes no mercado internacional, podem ser o elo entre as sugestões apresentadas e a forma de viabilizar sua execução.

BIBLIOGRAFIA

Argentina. Resolução 43/2005, de 4 de fevereiro de 2005. Dispõe sobre medida de salvaguarda de restrição de importação de TVs da Zona Franca de Manaus para a Argentina. Ministério de economia y produccion argentino, Buenos Aires, 4 de fevereiro de 2005. Disponível em: <<http://www.infoleg.gov.ar>> Acesso em 23 de março de 2007.

ABINEE, Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica. Panorama Econômico e desempenho setorial 2006. São Paulo : ABINEE, 2006.

ABINEE, Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica. Estatísticas e desempenho setorial 2006. São Paulo : ABINEE, 2006. Disponível em: <<http://www.abinee.org.br>>.

ALADI, Associação Latino Americana de Integração. Estatísticas de Comércio Exterior. 2007. Disponível em: <<http://www.aladi.org>>.

Aragão, José Maria. A harmonização de políticas macroeconômicas no Mercosul. A construção de um mercado comum. Buenos Aires : BID.INTAL 467, Publ. No. 405, 1993.

Baumann, Renato; Franco, Ana Maria de Paiva. A substituição de importações no Brasil entre 1995 e 2000. Revista de Economia Política, São Paulo, vol. 25, n. 3 (99), pp. 190-208, julho-setembro/2005.

Britto, Gustavo. Abertura comercial e reestruturação industrial no Brasil: um estudo dos coeficientes do comércio. Dissertação (Mestrado em Economia) – Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.

Chen, Sandra. O consumidor de baixa renda como uma opção de expansão dos negócios: o caso de uma multinacional de eletroeletrônicos. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2006.

Cintra, Marcos Antonio Macedo. Suave Fracasso – A política macroeconômica brasileira entre 1999 e 2005. CEBRAP - Novos Estudos, São Paulo , n. 73, p. 39 – 56, novembro 2005.

COISE, CGPRO, SAP. Indicadores de Desempenho do Pólo Industrial de Manaus 1988-2004. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Manaus, 2005. Disponível em: <<http://www.suframa.gov.br/download/indicadores>>.

COISE, CGPRO, SAP. Indicadores de Desempenho do Pólo Industrial de Manaus 2000-2006. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Manaus, 2007. Disponível em: <<http://www.suframa.gov.br/download/indicadores>>.

Costa, Ligia Maura. OMC: Manual prático da Rodada Uruguai. São Paulo : Saraiva, 1996. 173 p.

Domingos, Sérgio Afonso. Mercosul: Uma estratégia de inserção na Economia Mundial. Dissertação (Mestrado em Economia) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 1995.

Dornbusch, Rudiger ; Fischer, Stanley ; Startz, Richard. Macroeconomia. Rio de Janeiro : McGraw-Hill, 2003.

ELETROS, Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos. Estatísticas de vendas industriais. São Paulo : Eletros, 2006. Disponível em: <http://www.eletros.org.br/_estatisticas.htm>.

Faria, José Ângelo Estrella. O Mercosul: princípios, finalidade e alcance do Tratado de Assunção. Brasília : Ministério das Relações Exteriores, 1993.

FUNCEX, Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior. Base de dados estatísticos. Rio de Janeiro : 2007. Disponível em: <<http://www.funcex.com.br/basesbd>>.

Gonçalves, Robson R. O Setor de bens eletrônicos de consumo no Brasil: uma análise de seu desempenho recente e perspectivas de evolução futura. Brasília, DF : IPEA 1997. (Texto para Discussão, n. 476).

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Base de dados macroeconômicos. Brasília : 2007. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br>>.

Krugman, Paul R; Obstfeld, Maurice. Economia internacional : teoria e política. São Paulo : Pearson Addison-Wesley, 2005.

Krugman, Paul R. Rethinking international trade. London : Cambridge, Massachusetts, MIT, 1990.

Kume, Honório ; Piani, Guida. Efeitos Regionais do Mercosul: Uma análise diferencial-estrutural para o período 1990/1995. Rio de Janeiro : IPEA, 1998. (Texto para Discussão, n. 585).

Kume, Honório; Piani, Guida. Mercosul: Dilema entre união aduaneira e área de livre-comércio. Rio de Janeiro : IPEA, 2001. (Texto para Discussão).

Marin, Denise Chrispim. Atritos adiam definições do Mercosul. O Estado de São Paulo, São Paulo, 20 de janeiro, 2007. Caderno Economia & Negócios, p. B1-10.

Marin, Denise Chrispim. Pacote de Lula tenta acalmar o Uruguai. O Estado de São Paulo, São Paulo, 26 de fevereiro, 2007. Caderno Nacional, p. A5.

MDIC/SECEX/DECEX. Balança comercial brasileira, Regiões e Estados, no Período 2002-2003. Suframa : Manaus, 2004. Disponível em: [Disponível em: <http://www.suframa.gov.br/download/indicadores>](http://www.suframa.gov.br/download/indicadores).

MDIC/SECEX/DECEX. Balança comercial do Amazonas em valores crescentes do Saldo 2003, dos principais países, no período 2002-2003. Suframa : Manaus, 2004.

MDIC/SECEX/DECEX. Valor e participação dos principais países de destino das exportações do estado do Amazonas, no período 2002-2003. Suframa : Manaus, 2004.

MDIC/SECEX/DECEX. Valor e participação dos principais produtos exportados pelo estado do Amazonas, para a Argentina, no período 2002-2003. Suframa : Manaus, 2004.

Mendes, Constantino Cronemberger. Efeitos do Mercosul no Brasil: uma visão setorial e locacional do comércio. Brasília : IPEA, 1997. (Texto para Discussão n. 510).

Mercosul, Presidência Pro Tempore Brasileira. Brasília : 2007. Disponível em: [Disponível em: <http://www.mercosul.gov.br>](http://www.mercosul.gov.br).

Ministério das Relações Exteriores. Mercosul: origem, legislação, textos básicos. Brasília : Ministério das Relações Exteriores, 1992.

MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Publicações: Desenvolvimento da Produção (SDP) – Ações setoriais para o aumento da competitividade da indústria brasileira. Brasília : 2007. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/publicacoes/desProducao/desProducao.php>>.

Moreira, Sérvulo Vicente. Aspectos microeconômicos do Mercosul : uma abordagem sobre o desempenho das empresas brasileiras. Brasília : 2003. (Texto para Discussão n. 982).

Pereira, Edgard Antonio; Romano, Ricardo. O Mercosul e as Zonas Francas, Zonas de Processamento de Exportações, Áreas de Livre Comércio e Áreas Aduaneiras Especiais. Brasília : IPEA, 1992. (Texto para Discussão n. 283).

Porto, Manuel Carlos Lopes; Flores, Renato Galvão. Teoria e políticas de integração na União Européia e no Mercosul. Rio de Janeiro : Editora FGV, 2006

Portugal, Marcelo S.; Azevedo, André Filipe Z. de. Abertura Comercial e Instabilidade da Demanda de Importações. Porto Alegre : UFRGS, 2002.

Prebisch, Raul. O desenvolvimento econômico da América Latina e seus principais problemas. Revista brasileira de economia, Rio de Janeiro, v.3, n.3, p.47-111, setembro 1949.

Sicsú, Benjamin Benzaquen. Desenvolvimento da Indústria de componentes para o complexo eletrônico. IN : XIV Fórum Nacional, 2002, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro : INAE – Instituto Nacional de Altos Estudos, 2002. p. 2 – p. 33.

Silber, Simão Davi Silber. A América Latina e os Blocos Econômicos Regionais. Revista São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 64-69, jan./mar. 1995.

SECEX, Secretaria de Comércio Exterior. Organização Mundial do Comércio. 2007. Disponível em:
<<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/negInternacionais/omc/gatt.php>>.

Schwartz, Gilson. Mercosul entre Safta e Nafta – uma reestruturação destrutiva ou integração pan-americana?. Revista São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 64-69, jan./mar. 1995.

Souza, Carlos Frederico Braz; Horta, Maria Helena. A inserção das exportações brasileiras: análise setorial no período 1980/96. Rio de Janeiro : IPEA, 2000. (Texto para Discussão n. 736).

SUFRAMA, Supertintendência da Zona Franca de Manaus. Histórico e Legislação. Manaus : 2007. <http://www.suframa.gov.br/modelozfm_legislacao.cfm>.

Triches, Divanildo. Uma análise da economia política e dos grupos de interesse no Mercosul. Porto Alegre : UFRGS, 2003.

UN COMTRADE, United Nation Commodity Trade Statistics Database. Base de dados estatísticos. 2007. <<http://www.comtrade.un.org>>.

Vieira Sá, Mauro Thury de (2002). Estudo de Competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio. Campinas : Universidade Estadual de Campinas, 2002.

APÉNDICE 1

“Ministerio de Economía y Producción

COMERCIO EXTERIOR

Resolución 43/2005

Dispónese el cierre de una investigación sobre operaciones con determinados aparatos receptores de televisión color provenientes de la Zona Franca de Manaos, en el marco de la Decisión Nº 8/94 del Consejo de Mercado Común.

Bs. As., 4/2/2005

VISTO el Expediente Nº S01:0003841/2004 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, y

CONSIDERANDO:

Que mediante el expediente citado en el Visto, la ASOCIACION DE FABRICAS ARGENTINAS TERMINALES DE ELECTRONICA (AFARTE), solicitó la apertura de una investigación a efectos de la aplicación de una medida de salvaguardia a la importación de aparatos receptores de televisión color, provenientes de ZONA FRANCA DE MANAOS, que se despachan a plaza por la posición arancelaria de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.) 8528.12.90.

Que mediante la Resolución Nº 463 de fecha 16 de julio de 2004 del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, publicada en el Boletín Oficial con fecha 19 de julio de 2004, se declaró procedente la apertura de investigación por salvaguardia con la aplicación de medidas provisionales para las operaciones de exportación hacia la REPUBLICA ARGENTINA de aparatos receptores de televisión color, incluidos los que disponen de función PIP (Picture in Picture) y excluidos a los denominados aparatos combinados que presentan en la misma envoltura el receptor de televisión más un aparato de registro o reproducción de imagen y/o sonido provenientes de la ZONA FRANCA DE MANAOS en el marco de la Decisión Nº 8/94 del Consejo de Mercado Común, las que se despachan a plaza por la posición arancelaria de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.) 8528.12.90.

Que con fecha 22 de diciembre de 2004, la Dirección de Competencia Desleal, dependiente de la Dirección Nacional de Gestión Comercial Externa de la SUBSECRETARIA DE POLITICA Y GESTION COMERCIAL de la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION elevó el Informe Final Relativo a la Investigación por Salvaguardia a la Importación de Aparatos Receptores de Televisión Color.

Que el informe citado en el considerando inmediato anterior fue conformado por la SUBSECRETARIA DE POLITICA Y GESTION COMERCIAL dependiente de la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

Que del mismo modo, la COMISION NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION mediante Acta de Directorio N° 1062 de fecha 20 de enero de 2005, determinó en cuanto al daño que "... las importaciones provenientes de la Zona Franca de Manaus tuvieron una evolución capaz de producir daño grave a la industria local de 'aparatos receptores de televisión color, incluidos los que disponen de función PIP (Picture in Picture) y excluidos a los denominados aparatos combinados que presentan en la misma envoltura el receptor de televisión más un aparato de registro o reproducción de imagen y/o sonido'" .

Que por la misma Acta de Directorio, en cuanto a la causalidad, concluyó que "...se desprende que el principal factor que introduce una fuerte distorsión en el mercado local, provocando disminuciones de precios en el producto doméstico, que afectan la rentabilidad y la formación de capital, tanto de trabajo como físico, es el precio de las importaciones originarias de la Zona Franca Manaus, como así también su creciente volumen...".

Que finalmente dicho organismo indicó que "Del análisis efectuado de la información obrante en el expediente, la Comisión concluye que las importaciones del producto investigado provenientes de la Zona Franca Manaus han producido daño grave a la industria nacional del producto directamente competidor".

Que asimismo se celebraron las consultas en los términos de la legislación aplicable con la REPUBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL.

Que la peticionante ha presentado un plan de reajuste asumiendo el compromiso de aplicarlo y cumplir las metas que allí se han establecido, bajo el seguimiento de la Autoridad de Aplicación.

Que la SUBSECRETARIA DE POLITICA Y GESTION COMERCIAL elevó a la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA la Recomendación acerca del cierre de investigación con la aplicación de una medida de salvaguardia respecto del producto objeto de la investigación.

Que la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA consideró sobre la base de interés público y de política económica general excluir de la presente medida de salvaguardia a aquellos aparatos receptores de televisión color con display de plasma ni de cristal líquido (LCD).

Que las Resoluciones Nros. 763 de fecha 7 de junio de 1996 y 381 de fecha 1 de noviembre de 1996, ambas del ex- MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, instituyen el contenido y los procedimientos referidos a la presentación de un certificado en los términos del denominado control de origen no preferencial, para el trámite de las importaciones sujetas a tal requerimiento, de acuerdo a lo previsto en el Acuerdo sobre Normas de Origen que integra el Acuerdo

General de Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, aprobado por la Ley N° 24.425 sobre Acuerdos Internacionales de Comercio (GATT).

Que de acuerdo a lo dispuesto por las resoluciones citadas en el considerando precedente, la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA es la Autoridad de Aplicación del referido régimen y en tal carácter dispone los casos y modalidades en que corresponda cumplimentar tal control.

Que a tal efecto puede decidir la exigencia de certificados de origen cuando la mercadería esté sujeta a la aplicación de derechos antidumping o compensatorios o específicos o medidas de salvaguardia de acuerdo a lo dispuesto por el Artículo 2º, inciso b) de la Resolución N° 763/96 del ex- MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS.

Que en razón de lo expuesto en los considerandos anteriores, resulta necesario notificar a la Dirección General de Aduanas dependiente de la ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS entidad autárquica en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION a fin de que exija los certificados de origen.

Que ha tomado la intervención que le compete la SECRETARIA DE POLITICA ECONOMICA del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION ha tomado la intervención que le compete.

Que la presente medida se dicta en uso de las facultades conferidas por el Acuerdo sobre Salvaguardias, incorporado a nuestro ordenamiento jurídico mediante la Ley N° 24.425 sobre Acuerdos Internacionales de Comercio (GATT) y la Decisión N° 8/94 del Consejo de Mercado Común.

Por ello,

EL MINISTRO DE ECONOMIA Y PRODUCCION

RESUELVE:

Artículo 1º — Procédase al cierre de la investigación que se llevara a cabo mediante el expediente citado en el Visto para las operaciones de exportación de aparatos receptores de televisión color, incluidos los que disponen de función PIP (Picture in Picture) y excluidos a los denominados aparatos combinados que presentan en la misma envoltura el receptor de televisión más un aparato de registro o reproducción de imagen y/o sonido provenientes de la ZONA FRANCA DE MANAOS en el marco de la Decisión N° 8/94 del Consejo de Mercado Común, las que se despachan a plaza por la posición arancelaria de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.) 8528.12.90.

Art. 2º — Fíjase para las operaciones de exportación hacia la REPUBLICA ARGENTINA del producto objeto de investigación descripto en el Artículo 1º de la presente resolución, una medida de salvaguardia consistente en una restricción cuantitativa de CIEN MIL (100.000) unidades para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2005; para el período comprendido entre el 1 de

enero y el 31 de diciembre de 2006 una restricción cuantitativa equivalente al NUEVE POR CIENTO (9%) de la oferta de mercado del año 2005 y para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2007 una restricción cuantitativa equivalente al DIEZ POR CIENTO (10%) de la oferta de mercado del año 2006.

Art. 3º — Entiéndese por oferta de mercado la suma de las unidades ingresadas como importaciones a consumo de todos los orígenes (incluyendo el Area Aduanera Especial de TIERRA DEL FUEGO) registradas en el Sistema Informático María.

Art. 4º — Exclúyese de la medida establecida en el Artículo 2º de la presente resolución a los aparatos receptores de televisión color con display de plasma ni de cristal líquido (LCD) y a los televisores con sistema de retroproyección.

(Artículo sustituido por art. 2º de la [Resolución N° 60/2005](#) del Ministerio de Economía y Producción B.O. 10/1/2006).

Art. 5º — Las asignaciones de cupos se realizarán respetando la fecha de oficialización de las solicitudes de destinación definitiva de importación para consumo hasta agotar las cantidades máximas establecidas.

Art. 6º — Instrúyese a la Dirección General de Aduanas, dependiente de la ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS entidad autárquica en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION para que proceda a liberar las garantías fijadas mediante el Artículo 2º de la Resolución N° 463 de fecha 16 de julio de 2004 del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, a tenor de lo resuelto por los Artículos 2º y 3º de la presente resolución.

Art. 7º — Déjase establecido que la COMISION NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA de este Ministerio será la encargada del cálculo de la "oferta de mercado" al que hace referencia el Artículo 3º de la presente resolución.

Art. 8º — Notifíquese a la Dirección General de Aduanas dependiente de la ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS entidad autárquica en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, que las operaciones de importación que se despachen a plaza del producto descripto en el Artículo 1º de la presente resolución, se encuentran sujetas al régimen de control de origen no preferencial en los términos de lo dispuesto por el Artículo 2º inciso b) de la Resolución N° 763 de fecha 7 de junio de 1996 del ex- MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS. Asimismo se requiere que el control de las destinaciones de importación para consumo de las mercaderías alcanzadas por la presente resolución, cualquiera sea el origen declarado, se realice según el procedimiento de verificación previsto para los casos que tramitan por Canal Rojo de Selectividad. A tal efecto se verificará físicamente que las mercaderías se corresponden con la glosa de la posición arancelaria por la cual ellas clasifican como también con su correspondiente apertura SIM, en caso de así corresponder.

Art. 9º — El requerimiento a que se hace referencia en el artículo anterior se ajustará a las condiciones y modalidades dispuestas por las Resoluciones Nros. 763

de fecha 7 de junio de 1996 y 381 de fecha 1 de noviembre de 1996, ambas del ex-MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, sus normas complementarias y disposiciones aduaneras que las reglamentan.

Art. 10. — La medida de salvaguardia impuesta por la presente resolución es de aplicación a partir del día 1 de enero de 2005 y tendrá un plazo de vigencia de TRES (3) años.

Art. 11. — La publicación de la presente resolución en el Boletín Oficial se tendrá a todos los fines como notificación suficiente.

Art. 12. — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. — Roberto Lavagna.”