

FACULDADE NOVOS HORIZONTES

**O FÓRUM DE COMPETITIVIDADE PARA A CADEIA PRODUTIVA
DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS E O
DESEMPENHO DO SETOR NO MERCADO INTERNACIONAL**

CLÁUDIO SILVA DE AGUIAR

BELO HORIZONTE
2007

Cláudio Silva de Aguiar

**O FÓRUM DE COMPETITIVIDADE PARA A CADEIA PRODUTIVA
DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS E O DESEMPENHO DO
SETOR NO MERCADO INTERNACIONAL**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Acadêmico em Administração da Faculdade Novos Horizontes como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Cristiana Fernandes De Muyllder

Linha de pesquisa: tecnologia e competitividade

Área de concentração: organização e estratégia

BELO HORIZONTE

2007

À minha mãe, exemplo constante
de amor e competência.

À minha esposa Cláudia, paciente
e compreensiva.

AGRADECIMENTOS

À professora Dr^a. Cristiana Fernandes de Muyllder, cuja preciosa orientação foi determinante para a realização deste trabalho.

Ao professor Mestre Daniel Sellos Durante, pela colaboração na compreensão dos procedimentos estatísticos.

Ao professor Dr. Luiz Carlos Honório, pelos ensinamentos que permitiram ampliar o entendimento do trabalho científico.

À professora Dr^a. Talita Ribeiro da Luz, pelos seus conselhos preciosos.

À professora Dr^a. Valéria Júdice, pela orientação no projeto de pesquisa.

Ao professor Adriano de Mendonça Joaquim, pelo apoio dado.

Aos professores da Faculdade Novos Horizontes, pela dedicação e incentivo.

À Faculdade Estácio de Sá, pelo apoio financeiro e acadêmico.

Aos alunos que, de alguma maneira, contribuíram para o meu desenvolvimento profissional.

À minha cunhada Kátia Belisário, colega de profissão e conselheira.

Aos meus colegas de mestrado, em especial, aos amigos Jorge, Luis, Ângela, Adriana e Kátia.

Aos amigos e parentes que já empreenderam a grande viagem, mas continuam encantados em minha memória.

Aos funcionários da Faculdade Novos Horizontes, pelos serviços prestados.

Ao Prof. Dr. Alfredo Alves de Oliveira e Prof^a. Dr^a. Marlene Catarina de Oliveira Lopes, responsáveis diretos pela criação do Programa de Mestrado da Faculdade Novos Horizontes.

Aos meus familiares e amigos e a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para o meu desenvolvimento nessa etapa da vida.

Se disser que atingiu alguma coisa,
essa é a prova mais certa de que
você errou o caminho.

Provérbio Zen

AGUIAR, Cláudio Silva de. **O Fórum de Competitividade Para a Cadeia Produtiva de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos e o Desempenho do Setor no Mercado Internacional**. 2007. 111 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade Novos Horizontes. Belo Horizonte – 2007.

RESUMO

Este trabalho buscou identificar uma possível relação entre o Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos e o desempenho desse setor no mercado internacional. Para isso, utilizou-se um modelo teórico que aborda os determinantes da competitividade em três diferentes dimensões: o empresarial, o estrutural e o sistêmico. Para este trabalho, foram selecionados entre os fatores empresariais: a inovação tecnológica e a modernização da capacidade produtiva. Para os fatores estruturais foram observados os incentivos ao comércio exterior. Para os fatores sistêmicos da competitividade, foram consideradas as tendências do mercado internacional e a taxa de câmbio. Para a coleta de dados, utilizou-se o sistema de banco de dados do Ministério da Indústria, Desenvolvimento e Comércio Exterior - MDIC, conhecido como sistema Alice-web. Além disso, foram obtidas informações mediante pesquisa em *sites* do Governo Federal e de instituições como a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos - ABIHPEC e o Banco Nacional de Desenvolvimento Social - BNDES. Para a análise dos dados, foram utilizadas as abordagens qualitativas e quantitativas. A abordagem qualitativa se ocupou de analisar a competitividade potencial. Neste caso, foram observados os determinantes da competitividade que se relacionam ao Fórum e os resultados que poderiam influenciar o desenvolvimento das empresas desse setor no mercado internacional. A abordagem quantitativa se preocupou em analisar os resultados desse setor no mercado externo. Para isso, foram considerados os volumes de exportação e importação, os Termos de Troca Líquidos - TTL e o índice da Vantagem Comparativa Revelada -VCR. Como técnica de análise, utilizou-se o procedimento estatístico conhecido como regressão linear simples. Esse procedimento permitiu verificar uma possível relação entre o fórum e o desempenho do setor no mercado externo. Ao final, verificou-se que o Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos não foi capaz, até o momento, de influenciar a competitividade desse setor no mercado internacional. Percebeu-se que, o desempenho das exportações e importações do setor, foi influenciado, principalmente, por determinantes sistêmicos como a taxa de câmbio e as tendências do mercado mundial.

Palavras –chave – Competitividade internacional, Fórum de Competitividade, Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

AGUIAR, Cláudio Silva de. **The Competitiveness Forum of Personal Care, Perfumery and Cosmetics and its Performance in the International Market.** 2007. 111 f. Dissertation (Máster in Management) - Faculdade Novos Horizontes. Belo Horizonte – 2007.

ABSTRACT

The present study aims to identify the relationship between the Competitive Forum of Personal Care, Perfumery and Cosmetics Productivity Chain and the sector performance at international markets. For the research purpose it was used a theoretical model that presents competitiveness determinants in three different dimensions such as the entrepreneurial, the structural and the systemic. The entrepreneurial determinants selected was technological innovation, modernization and productivity capacity. The structural factors observed are the incentives for international market access. The systemic factors of competitiveness included exchange rates, and international market tendencies. Data was collected by using data base of the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade (MDIC). Information was obtained at federal governmental sites and at institutions like the Brazilian Association of Hygiene, Perfumery and Cosmetics Industry (ABIHPEC), and the National Bank of Social Development (BNDES). Quantitative and qualitative analysis was presented in this study. The qualitative analysis was based on potential competition. In this case it was observed determinants related to the Forum and its results that could contribute to develop the sector enterprises at international markets. The focus of quantitative analysis was the sector results at international markets. It was considered the export and import results, the Liquid Exchange Rates (TTL), the Comparative Advantage Rates. The statistical method of Sample Linear Regression was used. At the end we can conclude that Competitive Forum of Personal Hygiene, Perfumery and Cosmetics Productivity Chain was not able to influence the competitiveness at international markets. Exchange taxes and global market environment seems to be the most critical aspects.

Key Words: International Competitiveness, Competitiveness Forum, Sector of Personal Care, Perfumery and Cosmetics.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1- Determinantes da vantagem competitiva nacional, segundo Porter..... | 38 |
| Figura 2 - Determinantes da competitividade sistêmica, segundo Esser e Stamer (IAD) | 39 |
| Figura 3- Determinantes da Competitividade, segundo Ferraz, Kupfer e Haguenuer..... | 41 |
| Figura 4- O triângulo da competitividade estrutural..... | 44 |
| Figura 5- Relação entre as metas do fórum de HPPC, os fatores empresariais e estruturais... da competitividade e o desempenho do setor. | 52 |
| Figura 6- Relação entre os determinantes sistêmicos e o desempenho do setor de HPPC | 53 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1- Participação das grandes empresas no mercado brasileiro de HPPC | 17 |
| Gráfico 2- Participação dos segmentos de Perfumaria, Cosméticos e Higiene Pessoal no faturamento do setor de HPPC. | 18 |
| Gráfico 3- Alíquotas nominais médias para a importação no Brasil (1988-1993)..... | 28 |
| Gráfico 4- Ilustração gráfica do teste de Dickey e Fuller para as exportações | 66 |
| Gráfico 5- Ilustração gráfica do teste de Dickey e Fuller para as importações..... | 67 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 1- Determinantes Empresariais da Competitividade..... | 42 |
| Quadro 2- Variáveis da pesquisa | 54 |
| Quadro 3- Etapas da pesquisa..... | 59 |
| Quadro 4- Produtos selecionados de acordo com o segmento | 61 |
| Quadro 5- Participação de empresas de HPPC em feiras setoriais..... | 69 |
| Quadro 6- Financiamentos à exportação disponibilizados pelo BNDES | 72 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1 Participação dos produtos selecionados no total exportado e importado | 62 |
| Tabela 2 Desembolso do BNDES para exportação (setor de HPPC)..... | 73 |
| Tabela 3 Mercado mundial de cosméticos em 2005..... | 81 |
| Tabela 4 O Brasil e os principais exportadores de produtos de HPPC (US\$ MI)..... | 81 |
| Tabela 5 Variação das exportações e das Taxa de Câmbio (2001-2006) | 82 |
| Tabela 6 Variação das importações e das Taxa de Câmbio (2001-2006)..... | 83 |
| Tabela 7 Exportação em U\$ do setor HPPC por grupo de produtos (2001-2006)..... | 83 |
| Tabela 8 Importação em U\$ do setor HPPC por grupo de produtos (2001-2006)..... | 84 |
| Tabela 9 Índice da Vantagem Comparativa Revelada por países selecionados..... | 86 |
| Tabela 10 Índice da Vantagem Comparativa Revelada (Brasil) | 86 |
| Tabela 11 Exportação - Fórum | 88 |
| Tabela 12 Importação - Fórum | 89 |
| Tabela 13 Importação de Carboxipolimetileno e balança comercial de produtos de Higiene Oral..... | 90 |
| Tabela 14 TTL – Fórum de Competitividade..... | 91 |
| Tabela 15 Taxa de câmbio- exportação - importação..... | 92 |

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABDI - Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

ABIQUIM - Associação Brasileira da Indústria Química

ACE - Acordo de Complementação Econômica

ALADI - Associação Latino-americana de Desenvolvimento e Integração

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APEX - Agência de Promoção de Exportações e Investimentos

BCB - Banco Central do Brasil

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CAMEX - Câmara de Comércio Exterior

CCA - Conselho de Cooperação Aduaneira

COMTRADE - United Nations Commodity Trade Statistics Database

DECEX - Departamento de Comércio Exterior

ECT - Estrutura, Conduta e Desempenho

FEBRAFARMA - Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica

FGPC - Fundo de Garantia para a Promoção da Competitividade

FINEM – Financiamento a Empreendimentos

FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos

FMI – Fundo Monetário Internacional

GATT - Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio

GT - Grupos de Trabalho

HPPC - Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

IAD - Instituto Alemão de Desenvolvimento

LIBOR - London Interbank Offered Rate

MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

MPME – Micro, Pequenas e Médias Empresas.

NCM - Nomenclatura Comum do Mercosul

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMA - Organização Mundial de Alfândegas

OMC - Organização Mundial do Comércio

ONU - Organização das Nações Unidas

PDS - Plano de Desenvolvimento Setorial

PIB - Produto Interno Bruto

PME - Pequenas e Médias Empresas

PNPE - Programa Novos Pólos Exportadores

PRIME - Prescribed Right to Income and Maximum Equity

PROCOMP - Programa de Competitividade das Empresas do Setor Industrial

PROEX - Programa de Apoio às Exportações

PROGEX – Programa de Apoio Tecnológico à Exportação

SDP - Secretaria do Desenvolvimento da Produção

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa

SECEX - Secretaria de Comércio Exterior

SH - Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias

TEC - Tarifa Externa Comum

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

TTL - Termos de Troca Líquidos

UNCTC - United Centre on Transnational Corporation

VCR - Vantagem Comparativa Revelada

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| 1 INTRODUÇÃO | 13 |
| 1.1 O problema e sua importância | 15 |
| 1.2 Objetivos..... | 21 |
| 1.2.1 Objetivo Geral..... | 21 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos..... | 21 |
| 2 REVISÃO DA LITERATURA | 22 |
| 2.1 O Brasil e o cenário econômico mundial | 22 |
| 2.2 A Institucionalidade do comércio exterior brasileiro a partir da década de 90 | 27 |
| 2.2.1 Fóruns de competitividade..... | 31 |
| 2.3 Competitividade e competitividade internacional | 33 |
| 2.3.1 Diferentes modelos para analisar a competitividade..... | 36 |
| 2.4 Fatores determinantes da competitividade | 40 |
| 2.4.1 Determinantes empresariais da competitividade | 41 |
| 2.4.2 Determinantes estruturais da competitividade..... | 43 |
| 2.4.3 Determinantes sistêmicos da competitividade..... | 44 |
| 2.4.4 O Estado, o conhecimento e a inovação no contexto da globalização..... | 46 |
| 2.5 Indicadores da competitividade internacional..... | 50 |
| 3 MODELO ANALÍTICO, VARIÁVEIS E HIPÓTESES DA PESQUISA | 52 |
| 4. METODOLOGIA DA PESQUISA | 58 |
| 4.1 A pesquisa e a abordagem metodológica | 58 |
| 4.2 Tipo de pesquisa, unidade de observação e unidade de análise | 60 |
| 4.3 Dados da pesquisa..... | 61 |
| 4.5 Operacionalização para a coleta de dados..... | 63 |
| 4.6 Técnica para a análise dos dados | 64 |
| 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS..... | 68 |
| 5.1 O Setor de HPPC e o Fórum de Competitividade..... | 68 |
| 5.1.1 Grupo de trabalho 1 (Comércio Exterior - APEX) | 68 |
| 5.1.2 Grupo de trabalho 2 (Investimentos - BNDES)..... | 71 |
| 5.1.3 Grupo de trabalho 3 (Capacitação Tecnológica - MCT)..... | 74 |
| 5.1.4 Grupo de trabalho 4 (Regulação - ANVISA) | 76 |
| 5.2 Análise qualitativa dos resultados (competitividade potencial) | 77 |
| 5.3 Desempenho do setor de HPPC do Brasil no mercado mundial. | 79 |
| 5.3.1 O Brasil e o mercado mundial de HPPC | 80 |
| 5.4 Análise quantitativa dos resultados (competitividade revelada) | 85 |
| 5.4.1 Análise do índice da Vantagem Comparativa Revelada (VCR) entre o setor de HPPC do Brasil e de outros países. | 85 |
| 5.4.2 Análise das Regressões Lineares | 87 |
| 5.4.2.1 Exportação e Fórum | 87 |
| 5.4.2.2 Importação e Fórum | 88 |
| 5.4.2.3 Importação de carboxipolimetileno e saldo comercial de produtos de higiene oral ... | 89 |
| 5.4.2.4 Termos de Troca Líquidos (TTL) para o setor de HPPC | 90 |
| 5.4.2.5 Taxa de câmbio e as exportações e importações..... | 91 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 93 |
| 6.1 Conclusões..... | 93 |
| 6.2 Limitações da pesquisa, contribuições e recomendações..... | 98 |
| REFERÊNCIAS | 100 |
| APÊNDICE E ANEXOS | 105 |

1 INTRODUÇÃO

A realização de uma pesquisa sobre competitividade é, para o pesquisador, um compromisso estimulante e desafiador. Estimulante, porque é capaz de revelar verdades até então desconhecidas e contrariar certezas, até então tidas como absolutas. Desafiador, porque requer do pesquisador a capacidade de obter informações que envolvem os interesses estratégicos de pessoas e organizações.

Para o presente trabalho, as verdades e incertezas a serem comprovadas ou refutadas estão relacionadas à participação do Estado, das empresas e de organizações setoriais como fatores determinantes para o aumento da competitividade de empresas nacionais. No caso específico deste trabalho, pretende-se verificar uma possível relação entre as iniciativas governamentais, institucionais e empresariais e o desempenho do setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos - HPPC no mercado internacional.

Partindo dos acontecimentos ocorridos no País durante a década de 90, que resultaram em uma reestruturação institucional do comércio exterior brasileiro, o estudo foi desenvolvido considerando os fatores determinantes da competitividade e o desempenho de empresas do setor de HPPC no mercado externo.

Para a composição do trabalho, os aspectos teóricos e metodológicos foram divididos da seguinte maneira: para a fundamentação teórica, foram considerados temas relacionados à internacionalização dos mercados nas últimas décadas, à competitividade internacional, à inovação tecnológica e à institucionalidade do comércio exterior brasileiro.

Para o tema competitividade, foram abordados os conceitos e modelos e indicadores relacionados à competitividade internacional.

Adotou-se, como construto teórico, o modelo apresentado por Ferraz, Kupfer e Haguenaer (1997), que estabelece uma série de fatores que são determinantes para a competitividade. Entre outras vantagens, a utilização desse modelo permite estudar o desempenho de um setor produtivo mediante a análise de determinantes da competitividade de diferentes níveis. Em linhas gerais os fatores determinantes estabelecidos por esses autores se dividem em três categorias: fatores empresariais, estruturais e sistêmicos.

- Fatores Empresariais: são aqueles que estão diretamente sob o controle da empresa e dizem respeito à alocação de recursos, posicionamento estratégico, capacitação e desempenho.
- Fatores Estruturais: esses fatores são caracterizados por uma menor intervenção da empresa, pois estão relacionados à concorrência às características do mercado e à participação de instituições extramercado.
- Fatores Sistêmicos: os fatores sistêmicos são representados por variáveis sobre as quais a empresa tem escassa ou nenhuma possibilidade de intervir. Desse grupo fazem parte, por exemplo, as variáveis macroeconômicas, as variáveis político-institucionais, as variáveis legais, sociais, as políticas de comércio exterior, as tendências do mercado mundial e os fluxos internacionais de comércio.

Para o presente trabalho, foram considerados alguns determinantes relacionados aos Fatores Empresariais (inovação e produção), Fatores Estruturais (incentivos e acesso a mercados internacionais) e aos Fatores Sistêmicos (taxa de câmbio e concorrência global).

Esses determinantes estão relacionados à capacidade da empresa em inovar e modernizar-se e ao papel do governo e de instituições na promoção da competitividade de um setor. Nesse contexto, inclui-se o Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Os fóruns de competitividade funcionam como um espaço para o diálogo entre o governo e o setor produtivo e permitem o estabelecimento de diretrizes para o desenvolvimento da competitividade dos setores envolvidos.

O Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de HPPC, objeto de estudo deste trabalho, foi estabelecido em 2003, e as suas diretrizes deixam bastante clara uma preocupação pela internacionalização do setor.

Para a elaboração da metodologia, partiu-se da classificação da competitividade em duas perspectivas: a competitividade potencial, que trata da capacitação, foi analisada mediante uma abordagem qualitativa, e a competitividade revelada, que trata do desempenho, foi analisada a partir de uma abordagem quantitativa.

Para a abordagem qualitativa foram apresentadas as discussões acontecidas no âmbito do fórum de competitividade que incluem a participação de instituições governamentais, associações e o setor produtivo. Dessa maneira foram identificadas as principais ações resultantes dessas discussões e que podem afetar diretamente o desempenho do setor no mercado internacional.

Para a abordagem quantitativa foi utilizada como técnica para a análise de dados a regressão linear. Esse procedimento estatístico permite indicar como as variáveis estão associadas umas com as outras. As variáveis utilizadas estão relacionadas ao estabelecimento do Fórum de Competitividade para a Cadeia Produtiva de HPPC em outubro de 2003 e o desempenho do setor no mercado internacional.

A aplicação de índices como os Termos de Troca Líquidos - TTL, além da utilização de dados referentes ao volume exportado e importado pelo setor brasileiro, permitiram verificar uma possível relação entre o estabelecimento do Fórum de Competitividade para a cadeia produtiva de HPPC e o desempenho do setor no mercado internacional nos anos posteriores ao seu funcionamento.

A utilização do índice da Vantagem Comparativa Revelada - VCR, da taxa de câmbio, mais os dados de exportação e importação de outros países, permitiram verificar se outros fatores, os sistêmicos, contribuíram para o desempenho do setor no mercado internacional.

Devido a enorme variedade de itens que compõem o setor, foram selecionados produtos que participassem dos três segmentos: higiene pessoal, perfumaria e cosméticos e que, ao mesmo tempo, representassem uma amostra significativa nos volumes de exportação e importação.

Optou-se por uma série temporal que abrangesse os anos de 2001 a 2006 com o objetivo de verificar os resultados do setor antes e depois da criação do fórum.

1.1 O problema e sua importância

Os produtos do setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos são regulamentados desde 1999 pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA. Em agosto de 2000 essa agência publicou um documento com o objetivo de “atualizar as normas e procedimentos referentes ao registro de produtos de higiene pessoal, perfumes e

cosméticos”. Dessa maneira, de acordo com o Anexo 1 da Resolução 79 de 28 de agosto de (ANVISA, 2000) ficaram definidos:

[...] cosméticos, produtos de higiene e perfumes como preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano, pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e membranas mucosas da cavidade oral, com o objetivo exclusivo e principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência e ou corrigir odores corporais e ou protegê-los ou mantê-los em bom estado. (ANVISA, 2000, p.2).

Essa resolução colaborou no sentido de que as definições por ela estabelecidas passaram a ser utilizadas pelos diversos agentes envolvidos com o setor, no Brasil, adequando-se também às definições adotadas em todo o mundo, “[...] o que tem implicações importantes para a dinâmica do setor (por exemplo, na classificação dos produtos comercializáveis internacionalmente)” (FINEP, 2003, p.3).

De maneira geral, as empresas que atuam na indústria de cosméticos também são fabricantes de produtos de perfumaria e higiene pessoal. “Existem casos inclusive de empresas farmacêuticas que possuem unidades internas voltadas para o mercado de cosméticos” (FINEP, 2003, p.8).

Por se tratar de uma cadeia que abrange uma variada gama de produtos, constata-se a participação de mais de uma instituição de classe relacionada a esse setor. Entre elas destacam-se a ABIHPEC, a Associação Brasileira da Indústria Química - ABIQUIM e a Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica - FEBRAFARMA.

Além disso, há a participação de órgãos reguladores devido a que o uso de alguns produtos está relacionado diretamente com a saúde pública. Nesse caso, a participação da ANVISA é de fundamental importância na normatização e fiscalização, principalmente, considerando-se o esforço que essa agência vem demonstrando para a “[...] convergência com as experiências internacionais dos países desenvolvidos – EUA, Europa e Japão” (FINEP, 2003, p.8).

O setor no Brasil é marcado pela forte presença de quinze grandes empresas. Segundo dados da BNDES, elas representam 1,09% do total de empresas existentes e respondem por quase 72% do total do faturamento do setor.

Entre as principais empresas que atuam no Brasil, é possível observar que apenas duas são nacionais (gráfico 1).

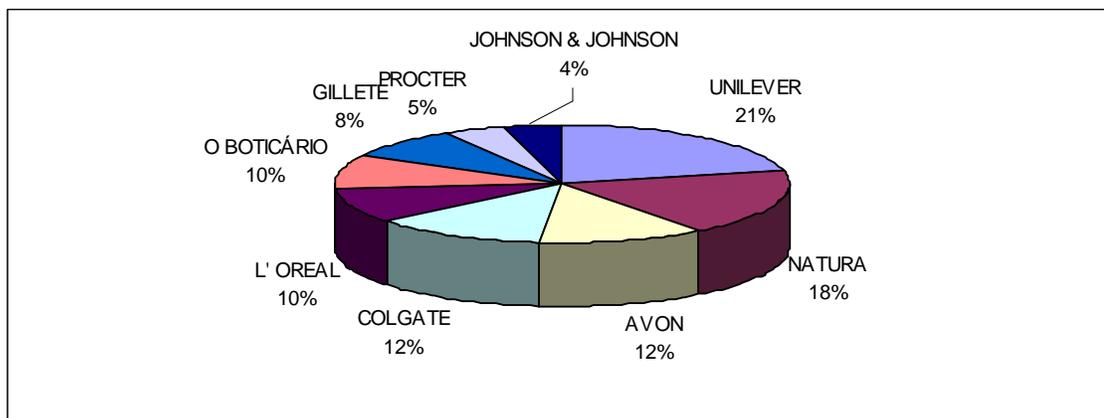


Gráfico 1- Participação das grandes empresas no mercado brasileiro de HPPC

Fonte- BNDES, 2006, p.142

Pelo gráfico 1 é possível identificar a participação entre as maiores empresas do setor. Destaca-se a participação da Unilever com 21% entre as maiores empresas do setor e a Natura, organização de capital nacional que ocupa o segundo lugar com 18% entre as nove maiores.

As estratégias para comercialização de produtos de HPPC são variadas. Segundo o BNDES, as empresas que atuam no segmento de higiene pessoal têm unidades no Brasil. Já o mercado de consumo mais sofisticado é abastecido com produtos importados.

Considerando os fatores empresariais como determinantes para a competitividade, é importante observar os benefícios adquiridos por organizações que atuam em escala mundial. Essas empresas conseguem, através de sua extensão, beneficiar-se das vantagens competitivas de uma rede global de produção e distribuição surgidas da integração vertical (garantia do fornecimento de matérias primas e produtos intermediários) e horizontal (adaptação dos seus produtos às condições e gostos locais) (SALVATORE 2000).

No setor de HPPC essa vantagem pode ser mais representativa devido à diversidade de produtos existentes. Nesse caso, verifica-se que o setor no Brasil concentra uma variada gama de produtos que são divididos em três diferentes segmentos. O de higiene pessoal é responsável por mais da metade do faturamento do setor. O de cosméticos aparece em seguida e o setor de perfumes representa o segmento com o menor faturamento dos três (gráfico 2).

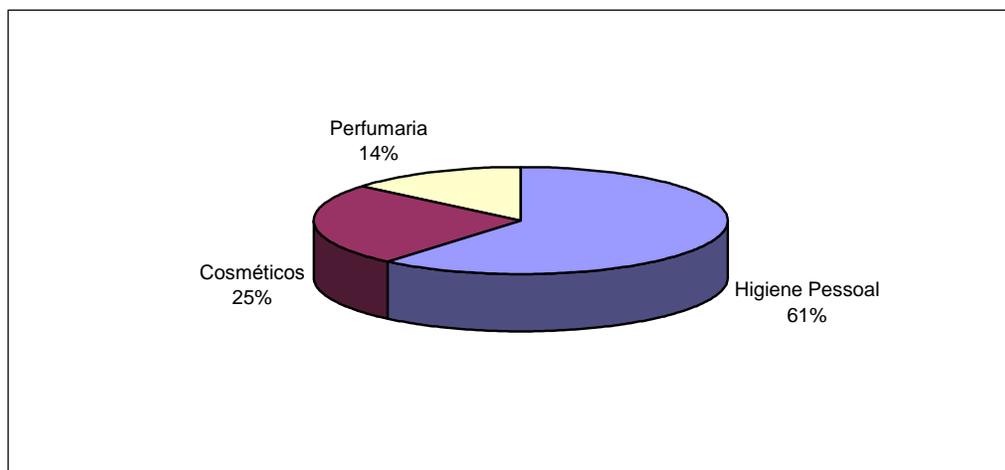


Gráfico 2- Participação dos segmentos de Perfumaria, Cosméticos e Higiene Pessoal no faturamento do setor de HPPC.

Fonte: BNDES

O setor de higiene pessoal, que representa 61% do faturamento do setor, atinge, segundo o BNDES (2007), todas as classes da população por serem produtos de consumo diário essenciais. Já os produtos de perfumaria e cosméticos são destinados, preferencialmente, às classes mais altas. Esses dois segmentos apresentam um forte volume de vendas no final do ano.

O setor nacional tem atualmente uma alta representatividade internacional em relação a alguns produtos do setor. Segundo dados do SEBRAE (2006, p.14), o País é o segundo mercado mundial para desodorantes e produtos infantis e o terceiro para perfumaria e produtos capilares. O crescimento do consumo interno fez com que o Brasil passasse do sexto maior mercado mundial em consumo para o quarto lugar em 2006 (ABIHPEC, 2006).

Não é por acaso que o Governo Federal tem considerado a indústria de HPPC como um setor estratégico. Principalmente se for considerada “[...] a sua capacidade de articular o crescimento econômico com a criação de oportunidades de trabalho” (SEBRAE, 2006, p.8). Uma prova dos interesses do governo nesse setor foi a sua inclusão na rota dos Fóruns de Competitividade.

Os principais gargalos do setor, segundo a SDP, são a posição marginal do Brasil no volume do mercado mundial, a importação de insumos, a harmonização de regulamentos sanitários e a emissão de certificados por entidades estrangeiras.

Para o Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, que teve o seu início em outubro de 2003, foram estabelecidas algumas metas a serem alcançadas. Entre as metas estabelecidas, foi possível perceber uma forte orientação para assuntos relacionados ao comércio exterior. Além disso, as diretrizes orientam as empresas no sentido de priorizar investimentos que utilizem a biodiversidade brasileira como matéria-prima, buscar novas tecnologias e fortalecer centros de pesquisa públicos e privados. Tais medidas poderiam resultar, segundo o Fórum, no aumento da produção e das exportações mediante a modernização e ampliação da capacidade instalada e a respectiva melhoria da qualidade e produtividade.

Como um segmento da indústria química, os produtos de HPPC no mundo representam hoje, segundo a FINEP (2004), cerca de 1/8 da produção da indústria química mundial. Entre os principais produtores e consumidores de produtos desse setor se destacam principalmente os franceses, os norte-americanos os alemães e os britânicos.

A demanda por produtos de HPPC tem crescido consideravelmente no Brasil e no mundo. Entre os fatores que têm contribuído para isso destacam-se: a diversificação e sofisticação na área da beleza provocada, em parte, pelas mudanças no comportamento da população, pela independência feminina, pelo aumento da expectativa de vida e pela adolescência precoce (SEBRAE, 2003, p.40).

O Brasil é hoje, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2006), o terceiro mercado mundial para os produtos de HPPC.

Com relação à participação internacional, tema de específico interesse para a pesquisa, vale antecipar que o Brasil apresentou o maior crescimento entre os dez maiores mercados consumidores do mundo no ano de 2006 (ABIHPEC, 2006).

Entretanto, mesmo com o significativo aumento do consumo no mercado interno e das exportações do setor, a participação brasileira no comércio internacional para produtos de HPPC ainda é modesta. Segundo dados do BNDES (2007, p. 136) o Brasil ocupava, até 2006, a 28^a posição como exportador e a 30^a como importador.

Os principais mercados de destino das exportações brasileiras estão na América Latina, com destaque especial para a Argentina, o México e o Chile. Outros mercados importadores relevantes são os Estados Unidos e a Rússia.

Segundo dados da ABIHPEC, o setor cresce em um ritmo maior que o do PIB brasileiro. O faturamento em 2005, por exemplo, foi de 13,8 bilhões de dólares, representando um aumento de 34,2% com relação ao ano anterior, enquanto o aumento do PIB brasileiro foi de apenas 2,3% (ABIHPEC, 2006).

Os números revelados pelo setor parecem ter chamado a atenção do governo. Conforme palavras do Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Nelson Furlan,

[...] o setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos é estratégico para a economia brasileira por envolver produtos de alto valor agregado, utilizando modernos métodos de comercialização e produção, com ênfase no design, e por utilizar insumos elaborados do setor químico. (ABIHPEC, 2006).

Parece claro, pelas manifestações do Ministro Furlan, que o setor se revela estratégico para o aumento da competitividade da indústria nacional e conseqüente ampliação das exportações de produtos com valor agregado. Não por acaso, o governo estabeleceu um fórum de competitividade específico para esse setor.

Pelo exposto, os motivos que levam à realização do presente trabalho se justificam pelo potencial de crescimento e benefícios que esse setor pode representar para o desenvolvimento econômico do País. Além disso, acrescenta-se a falta de trabalhos científicos específicos para o setor, conforme atesta um relatório da FINEP do Ministério de Ciência e Tecnologia.

Ao contrário do que ocorre em muitos outros setores industriais, a indústria de cosméticos tem sido objeto de escassos estudos ou análises, sejam acadêmicos ou não, sejam no Brasil ou no exterior. Mais recentemente, alguns raros estudos passaram a se ocupar da investigação da competitividade do setor (FINEP, 2005, p.1).

Ao mesmo tempo, é de extrema relevância verificar se esse setor que ora merece tanta atenção e apresenta sinais de vitalidade econômica no mercado doméstico revela também indicadores que possam significar maior competitividade no mercado internacional.

Dessa maneira, pretende-se com o presente trabalho responder a seguinte pergunta: o Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de HPPC, estabelecido em outubro de 2003, tem

contribuído para o desempenho do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos do Brasil no mercado internacional?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar, mediante a análise de fatores empresariais, estruturais e sistêmicos, se o Fórum de Competitividade para a Cadeia Produtiva de HPPC tem sido capaz de contribuir para o desempenho do setor no mercado internacional.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Descrever os fatores empresariais, estruturais e sistêmicos da competitividade;
- Identificar os fatores empresariais e estruturais que estão relacionados às metas do fórum;
- Identificar os fatores sistêmicos da competitividade, extra-fórum, que possam afetar o desempenho do setor no mercado internacional;
- Relacionar os determinantes empresariais e estruturais, no âmbito do fórum de competitividade, ao desempenho do setor no mercado internacional com a utilização de procedimentos estatísticos,
- Relacionar os determinantes sistêmicos da competitividade aos resultados obtidos como forma de verificar se fatores externos ao fórum foram responsáveis pelo desempenho do setor no mercado internacional.

2 REVISÃO DA LITERATURA

A fundamentação teórica para este trabalho foi realizada a partir de um levantamento bibliográfico de temas relacionados ao desenvolvimento econômico mundial, à competitividade internacional e ao comércio exterior brasileiro. Nesse contexto, foram abordados aspectos como a internacionalização dos mercados nacionais pela perspectiva da globalização, os diferentes conceitos, indicadores e modelos da competitividade internacional, o papel do Estado no desenvolvimento tecnológico e a reestruturação institucional do comércio exterior brasileiro a partir da década de 90.

O embasamento teórico apresentado a seguir desenvolve-se dentro de uma lógica que permite, entre outros aspectos, entender as razões da escolha dos determinantes da competitividade utilizados e o contexto em que a pesquisa é aplicada.

2.1 O Brasil e o cenário econômico mundial

A história recente tem revelado a preocupação com que os últimos governos no Brasil têm trabalhado no sentido de promover condições necessárias para que as empresas possam se desenvolver em um cenário econômico internacional marcado por uma forte competição. Essa preocupação acontece, principalmente, a partir da abertura comercial da década de 90, que representa o término de uma época em que o desempenho das empresas nacionais estava condicionado a mecanismos de proteção comercial.

Durante o período em que a economia do País se desenvolveu baseada na instalação interna de indústrias substitutivas de bens (principalmente os duráveis que ainda não eram produzidos no País) foram adotadas medidas que visavam promover o desenvolvimento da indústria nacional com medidas protecionistas.

Nessa época a economia brasileira contava com uma proteção cambial dupla: 1. pela reserva de mercado, e 2. pelos custos operacionais (TAVARES, 1997). Esse sistema não só provocaria uma diminuição no volume das importações, como também tornaria mais atraente a produção interna de uma série de produtos industrializados. Tal fato contribuiria, em longo prazo, para uma maior ampliação e diversificação da indústria nacional e permitiria, em

parte, que o PIB crescesse em média 12,6% a.a. no período compreendido entre 1955 a 1990 (MDIC, 2007).

Apesar dos benefícios proporcionados à industrialização do Brasil pelo regime de substituição de importações, observa-se, durante a década de 80, uma série de distorções na economia. Entre elas destacam-se: 1. a quebra no ritmo dos investimentos; 2. as altas taxas de inflação; 3. a diminuição no grau de competitividade dos produtos nacionais; e 4. um desequilíbrio cambial.

Diante desse cenário, o governo brasileiro se viu obrigado a construir, no final da década de 80, as bases de um novo regime de comércio que reordenasse estrategicamente a sua economia interna, baseando-se, necessariamente, em um novo modelo competitivo de inserção global.

A reinserção do Brasil na economia mundial, após o período do regime de substituição de importações, deve ser creditada às profundas mudanças realizadas em sua política econômica, devidas, principalmente, ao impacto que as transformações próprias do processo de globalização da economia provocava no cenário internacional.

Alguns autores como Baumann (1998) acreditam que, do ponto de vista histórico, os fatos que determinariam o processo de globalização da economia nos anos 80, caracterizado por sucessivas transformações em direção à internacionalização da produção e dos mercados, tem os seus antecedentes a partir do período pós-guerra. Nessa época, a economia internacional, afetada por sucessivos conflitos mundiais encontraria na criação de organismos e acordos internacionais uma alternativa para a reorganização da ordem econômica mundial.

A criação de um sistema monetário internacional, entendido aqui como o conjunto de regras e convenções que governam as relações financeiras entre os países, conhecido como Sistema de Bretton Woods, passaria então a vigorar por meio de seus dois principais organismos: 1. o Fundo Monetário Internacional - FMI, que teria como responsabilidade a regulamentação da política cambial e as soluções para as dificuldades do balanço de pagamentos; e 2. o Banco Mundial - Banco Internacional para a Reconstrução e Desenvolvimento – BIRD, que seria responsável pela tentativa de se promover o desenvolvimento econômico mundial através da reconstrução da economia de países destruídos pela 2ª Guerra.

Com a criação do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio – GATT, procurou-se estabelecer a regulamentação do comércio entre os países. O GATT passaria a funcionar como um foro para o exame das restrições às importações impostas pelos países que procuravam evitar a deterioração de suas contas externas (BAUMANN, 1998).

Durante as inúmeras rodadas de negociações multilaterais no âmbito do GATT, várias medidas foram tomadas, em grande parte, no sentido de promover a redução das barreiras comerciais entre as diversas economias nacionais. Desde então, o caráter liberalizante das medidas promovidas no seu âmbito seria de fundamental importância para o surgimento de condições favoráveis ao crescimento do comércio internacional. Esse crescimento foi perceptível a partir do final da década de 50, quando se observa um aumento do volume de comércio em ritmo superior ao crescimento da produção¹.

Entretanto, a partir dessa época, com a conversibilidade das moedas européias, observa-se um outro fenômeno: o crescimento significativo do setor financeiro na economia mundial. Em meados da década de 70, com o fim do lastro do dólar em ouro, o volume de transações puramente monetárias realizadas nos mercados monetários *offshore*² já era maior que o valor do comércio mundial (BAUMANN, 1996). No final dessa década e início da de 80, acontece uma verdadeira explosão do mercado financeiro internacional, quando as transações puramente monetárias provocam a diminuição relativa do comércio mundial de mercadorias reais (ANDERSON, 1995). Nessa época, o comércio de divisas ultrapassaria a cifra de US\$ 17 trilhões, o que significa um valor mais de onze vezes maior que o total do comércio mundial (ARRIGHI, 1994).

Acompanhando a tendência das décadas anteriores, de uma maior internacionalização da economia, a década de 80 representa uma época marcante dentro do processo de globalização. Aos fatos antecedentes associam-se nessa época fatores de várias ordens.

(1) No plano ideológico observa-se a ascensão de idéias liberais que promoveriam a desregulamentação do sistema financeiro em escala global; (2) o desenvolvimento tecnológico (principalmente da informática e telecomunicações³) foi capaz de reduzir substancialmente os custos operacionais em escala global; (3) a operação em escala global faria parte da nova estratégia dos investidores internacionais e empresas transnacionais e (4) o aumento das taxas de juros de

¹ A taxa média de crescimento anual do comércio superou o ritmo do crescimento da produção por entre dois e três pontos percentuais entre 1950-1980. (BAUMANN, 1996, p.40)

² A expressão *offshore* aqui diz respeito especificamente aos paraísos fiscais.

³ O custo de um circuito telefônico que era de US\$ 60 mil, em 1.960, havia sido reduzido para US\$ 5 mil, em 1994. (BAUMANN, 1996, p.43)

curto e longo prazo seriam um incentivo para os investimentos financeiros. (GONÇALVES, 1998, p. 151-152).

Essas transformações permitiram que durante os anos 80 a economia mundial fosse marcada por uma crescente integração de mercados nacionais de bens, capitais, trabalho e tecnologia (DIAS, 1996) e por uma acirrada competitividade entre os mercados.

As crescentes transformações acontecidas no mundo ao longo dos anos 80, que levariam à internacionalização da produção e dos mercados, foram capazes de exigir dos agentes econômicos práticas gerenciais inovadoras e novas formas de organização da produção. Em consequência disso, novos padrões de competitividade foram estabelecidos, obrigando as corporações e os governos a redimensionarem seus objetivos e a reverem as suas estratégias.

Frente aos novos desafios da competitividade mundial, as empresas se vêm hoje obrigadas a assumir uma postura que lhes permita competir em um mundo sem fronteiras, onde a produção em escala, a convergência tecnológica e o contato com outros mercados tornam-se questões imperativas para a sua própria sobrevivência. Inseridas nesse cenário, as organizações buscam, cada vez mais, estratégias que as auxiliem a competir em um ambiente de constantes mudanças, em que a qualidade, a produtividade e a competitividade são, segundo Rezende (2002), o trinômio do sucesso empresarial em um mundo globalizado.

Apesar da abrangência do fenômeno, a globalização deve ser entendida aqui pela abordagem econômica descrita por Baumann (1996) que se restringe às seguintes perspectivas: financeira, comercial, produtiva, institucional e político-econômica.

A partir de uma perspectiva financeira, quando se fala em globalização, percebe-se um aumento da velocidade de circulação e do volume de recursos e a interação destes com as economias nacionais. Nesse contexto, destacam-se os seguintes fenômenos que, segundo Zini Jr. (1996) foram fundamentais para o desenvolvimento desse processo:

- o crescimento do fluxo de capitais;
- o crescimento significativo do tamanho e da influência dos mercados financeiros⁴;
- a diminuição das barreiras administrativas e burocráticas nas intermediações bancárias internacionais;

⁴ Levando-se em conta os oito principais países da OCDE a renda gerada no mercado financeiro como fração do PIB cresceu de 4,1% em 1950 para 8,9% em 1990. (ZINI Jr., 1996).

- a diminuição dos custos das comunicações internacionais⁵;
- o crescimento dos instrumentos financeiros e da poupança por meio da expansão dos fundos de seguridade e previdência.

Pela perspectiva comercial, nota-se um aumento na estrutura de demanda e uma homogeneidade na estrutura de oferta das diversas economias. Dessa maneira, acontece a mudança do enfoque de um mercado regional para um mercado global, onde prevalecem a economia de escala e a competitividade no plano tecnológico. Exige-se das empresas uma freqüente reestruturação de suas atividades em termos geográficos, onde serão beneficiadas as vantagens comparativas de cada país como também o próprio nível de competitividade de cada empresa (BAUMANN, 1996).

Do ponto de vista do setor produtivo, destacam-se a padronização nos modos de produção e as estratégias administrativas, provocadas, em grande parte, por uma forte interação entre os diferentes mercados. A padronização nas técnicas de produção e a progressiva convergência tecnológica entre parceiros econômicos passam a ser considerados, então, fatores determinantes para que as empresas possam competir no ambiente internacional.

Pela perspectiva institucional, observa-se uma harmonização na configuração dos setores de regulamentação em diversas áreas. Nesse contexto, destaca-se a necessidade da adequação de uma estrutura jurídico-institucional (principalmente pelos países menos desenvolvidos economicamente), devido aos compromissos internacionais impostos (geralmente pelos países mais desenvolvidos economicamente).

Finalmente, no âmbito da política econômica, nota-se uma diminuição da autonomia das autoridades nacionais dos vários países. A perda de autonomia das autoridades nacionais implica que o Estado dá lugar ao mercado, que se sobrepõe às fronteiras nacionais, diminuindo assim a capacidade de decisão dos governos em estabelecer e implementar políticas econômicas. O capital estrangeiro, então, é capaz de provocar uma situação em que as prioridades nacionais se encontrem subordinadas aos interesses multinacionais (BAUMANN, 1996).

Como conseqüência, a “[...] formulação de regras internacionais para políticas nacionais intrafronteiras” (DIAS, 1996, p.57) reduziu a autonomia do Estado na formulação de

⁵ Um dólar de custo em uma ligação internacional caiu para menos de um centavo em 90, (BAUMANN,1996).

políticas para o desenvolvimento econômico nacional. Dessa maneira, o Brasil tem enfrentado dois desafios importantes nas últimas décadas: a estabilização econômica e a reinserção de sua economia no comércio mundial dentro de um processo marcado por uma crescente integração de mercados.

A partir de 1990, com o objetivo de diminuir as distorções causadas pelo antigo regime de comércio e ajustar-se às exigências de uma nova estrutura competitiva global, o governo brasileiro dá início ao programa de abertura comercial. Esse processo abrangeu os seguintes planos: 1. tributário-administrativo: introduziu-se um programa de redução gradual no imposto de importação. Reduziram-se os entraves burocráticos para a importação⁶; 2. comercial: aboliu-se a reserva de mercados para certos produtos (especialmente computadores); 3. financeiro: permitiu-se uma flutuação no câmbio; 4. estrutural: realizou-se um programa de privatização das estatais brasileiras.

O início da década de 90 representa, portanto, um marco na história econômica brasileira, encerrando um longo período em que a economia se encontrava protegida por um regime de substituição de importações. Em contrapartida, ela marca o início de um processo de internacionalização da economia nacional, que tentaria adaptar o País às condições externas, determinadas, em grande parte, pelo processo de globalização da economia mundial.

2.2 A Institucionalidade do comércio exterior brasileiro a partir da década de 90

Como parte das iniciativas do governo federal para a reinserção do Brasil na economia mundial, foram promovidas mudanças na estrutura do comércio exterior brasileiro a partir do final da década de 80. Diante de condicionantes externos como a criação da OMC e os compromissos com o Mercosul, o governo federal, estabeleceu uma redução progressiva tarifária. Essa medida marca o início de um programa de liberalização de seu comércio exterior mediante a redução gradual do imposto de importação.

Foi adotada então uma Tarifa Externa Comum - TEC entre os países pertencentes ao Mercosul e determinou-se um cronograma de desgravamento tributário que reduziria o

⁶ Quando se menciona entraves burocráticos para a importação, refere-se principalmente à eliminação das guias de importação, então controladas pela antiga CACEX e o controle rígido e centralizado que exercia dificultando as operações de comércio exterior.

imposto de importação no Brasil de uma média de 40% para menos de 20% em quatro anos (gráfico 3).

Com a adoção da TEC, os integrantes do MERCOSUL teriam uma mesma tarifa para a importação de produtos de terceiros países, o que caracterizaria o bloco como uma União Aduaneira.

No âmbito do Mercosul, a previsão era que em 1995, todos os seus quatro países tivessem uma T.E.C.⁷ já reduzida e pudesse acontecer o livre trânsito da maioria dos produtos (havia uma lista de exceções) entre os países membros.

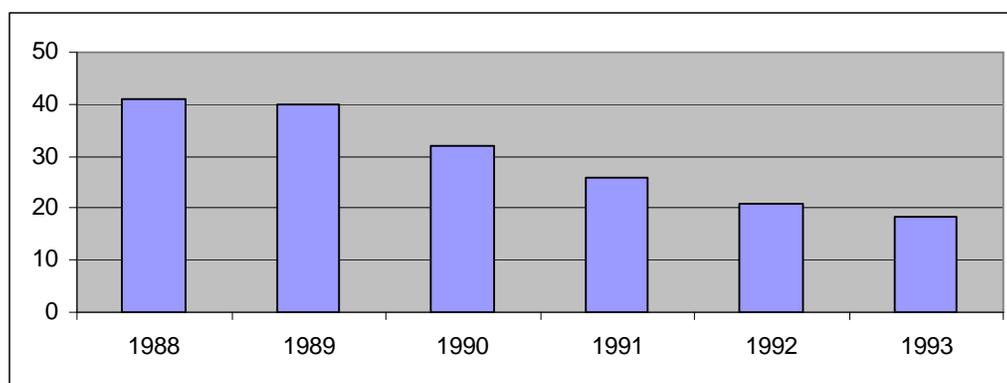


Gráfico 3- Alíquotas nominais médias para a importação no Brasil (1988-1993).

Fonte: MDIC. Adaptado pelo autor da dissertação.

De acordo com o gráfico 3, a meta para se atingir uma média de 20% na alíquota de importação foi alcançada em 2003. Essa redução fez parte do programa de liberalização do comércio exterior brasileiro iniciado no final da década de 90.

As eliminações dos gravames tributários também faziam parte de uma série de acordos, os chamados Acordos de Alcance Parcial e Acordo de Complementação Econômica - A.C.E.. Esses acordos foram assinados no âmbito da Associação Latino-Americana de Desenvolvimento e Integração - ALADI e tinham como objetivo o incremento nas relações econômicas com os países membros e não membros - A.C.E. A assinatura desses acordos contribuiu para um crescimento no comércio intra-regional que passou de US\$ 12,169 bilhões, em 1990, para US\$ 45,6444 bilhões, em 1997 (GALLO, 2000).

⁷ A união aduaneira é o segundo estágio de um processo de integração econômica entre países. Caracteriza-se pelo livre trânsito de mercadorias entre os seus países membros e uma tarifa externa comum entre os mesmos para países fora do bloco.

No que se refere à reforma administrativa do comércio exterior brasileiro, em 1990 foi criado o Departamento de Comércio Exterior - DECEX⁸.

De acordo com as suas atribuições, o DECEX teria as condições necessárias para alterar os procedimentos centralizadores que vinham algemando as operações de comércio exterior brasileiro (PIRES, 1992).

Entre as principais medidas tomadas pelo DECEX, destaca-se a que extinguiu o Anexo C do Comunicado das Normas Administrativas de importação, que suspendia temporariamente a entrada de vários itens de produtos (PIRES, 1992).

Também no sentido de simplificar os procedimentos administrativos na importação e exportação, foi implementado ao longo da década um sistema informatizado, o Siscomex, que facilitaria o controle administrativo nas exportações e importações brasileiras.

A Câmara de Comércio Exterior - CAMEX, foi criada no início dos anos 90, “[...] com o objetivo de superar problemas institucionais decorrentes da fragmentação das instâncias decisórias” e para elaborar “uma política de médio prazo para o comércio exterior” (PINHEIRO, MARKWALD, PEREIRA, 2002, p.61). Entre as principais atribuições da CAMEX estava a definição de diretrizes da política de comércio exterior e que envolviam as normas e legislação, a política tarifária, as práticas desleais de comércio e a desregulamentação, entre outras.

A Agência de Promoção de Exportações e Investimentos - APEX foi instituída em 1997. No princípio, atuando no âmbito do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa - SEBRAE, a APEX se restringia ao apoio às Pequenas e Médias Empresas (PME's). Entretanto, hoje a instituição atua também no sentido de apoiar empresas de médio e grande portes em seus programas, desde que comprovem benefícios para as empresas de menor porte (PINHEIRO MARKWALD e PEREIRA, 2002).

Recentemente reestruturada, a APEX foi desvinculada do SEBRAE, trabalhando com o objetivo de estimular as exportações brasileiras. Atualmente, estão sendo executados 326 projetos com 200 parceiros, sendo 67 entidades de classes representativas (APEX, 2006).

⁸ Departamento de Comércio Exterior. Artigo 165 do Decreto n. 99.244/90.

Baseando-se em um planejamento estratégico, a agência atua com as diretrizes relacionadas à promoção comercial do Brasil no exterior. Para isso, a agência atua em conjunto com as entidades de classe na identificação de vocações produtivas regionais, em estudos de prospecção de mercados, na promoção de negócios e eventos em nível nacional e internacional. Além disso, a APEX, mediante a atuação da sua Unidade de Investimentos, representa um meio pelo qual se pode atrair investimentos externos para o País.

Junto com as entidades de classe, a agência tem um papel decisivo na promoção internacional de produtos brasileiros. Nesse sentido, a APEX mantém com a ABIHPEC um convênio de cooperação técnico-financeira. O Projeto APEX “[...] consiste em apoiar a participação das empresas em diversas ações de promoção de exportação, como missões comerciais, rodadas de negócio internacionais, feiras internacionais, catálogos coletivos focados na exportação, e outras” (APEX, 2006, p.1). O projeto prevê ainda o apoio financeiro necessário para a participação das empresas em eventos internacionais.

As transformações promovidas ao longo dos últimos anos no comércio exterior brasileiro envolveram também órgãos responsáveis pelo desenvolvimento tecnológico que não estivessem relacionados a setores específicos como o nuclear, o aeronáutico e o eletrônico (TIGRE, 2006). Dessa maneira, observa-se, em meados da década de 90, a inclusão de entidades envolvidas com o desenvolvimento de pesquisas e inovação tecnológica na pauta da política de comércio exterior no Brasil.

As principais iniciativas como o Programa de Apoio Tecnológico à Exportação - PROGEX e o Programa Novos Pólos Exportadores - PNPE só foram possíveis graças à participação de órgãos como o Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT e a FINEP, cujas principais atribuições eram a de prestar assistência tecnológica às empresas exportadoras ou com potencial exportador, sobretudo, às empresas de pequeno porte.

Uma das realizações mais recentes no contexto político-institucional do comércio exterior brasileiro foi a criação dos fóruns de competitividade. Os fóruns de competitividade representam um espaço permanente de diálogo entre o setor produtivo mediante a participação de associações setoriais e o governo. Seu principal objetivo é o de promover o debate e busca de solução para os principais problemas encontrados pelas cadeias produtivas que se entrelaçam na economia brasileira. Confirmando uma tendência dos programas de

governo para o desenvolvimento das exportações, os fóruns têm, entre os seus principais objetivos, estimular a participação das PME's no comércio exterior.

Em resumo, percebe-se que as mudanças estruturais realizadas no comércio exterior brasileiro a partir da década de 90, indicam uma tendência para maior interação entre os diversos atores da esfera governamental e produtiva, o que revela uma descentralização das orientações nas políticas de comércio exterior. Tal fato demonstra a importância que se tem dado à promoção conjunta entre o governo e o setor produtivo para o aumento da competitividade nacional. Dessa maneira, entende-se que os determinantes político-institucionais e empresariais devem ser vistos como fatores que, uma vez inter-relacionados, são capazes de promover a competitividade da indústria brasileira no mercado internacional.

Observa-se também que essas transformações privilegiam iniciativas que envolvem as exportações das PME's. Deve, porém, ser ressaltado que os programas voltados para essas empresas “[...] possuem um escopo limitado e periférico, com poucas perspectivas em curto prazo de exercer impacto sobre a balança comercial, uma vez que não atingem os grandes produtores” (TIGRE, 2006, p.259).

2.2.1 Fóruns de competitividade

Como parte integrante dos Planos Plurianuais 2000-03 e 2004-07, sob a coordenação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC, e com o gerenciamento da Secretaria do Desenvolvimento da Produção - SDP, a criação dos fóruns de competitividade representou uma oportunidade sem precedentes para o diálogo entre o setor produtivo e o governo federal.

Confirmando a tendência de um menor domínio por parte do Estado na elaboração e orientação de políticas públicas (ANTERO, 2006), os fóruns de competitividade constituem-se num espaço no qual, empresários, trabalhadores e governo se reúnem para a discussão e a busca de soluções para os principais problemas encontrados pelas diferentes cadeias produtivas. Segundo Antero (2006, p.4) os encontros realizados nesse contexto permitem que os seus participantes possam “[...] emitir recomendações sólidas no processo de se formular políticas, administrar adequadamente os processos envolvidos e alcançar os resultados desejados”.

O funcionamento dos fóruns acontece mediante a realização de encontros que envolvem: as discussões, a percepção dos principais obstáculos, oportunidades e desafios do setor e o estabelecimento de ações e metas a partir de diretrizes para alcançar os seguintes objetivos: o aumento da competitividade nacional, o desenvolvimento sustentável, a expansão do comércio exterior brasileiro, o aumento da participação das PME's na economia, a geração de emprego e a redução das desigualdades regionais.

O critério para a seleção das cadeias produtivas participantes levou em conta as potencialidades representadas por cada uma delas em termos de competitividade. Até o final de 2006 foram criados os seguintes fóruns de competitividade: construção civil, têxtil e confecções, couro e calçados, plástico, complexo eletrônico, madeira e móveis, transporte aéreo, turismo, automotivo, indústria aeroespacial, siderurgia, farmacêutica, bens de capital, higiene pessoal, perfumaria e cosméticos e indústria agroquímica.

Vale ressaltar que uma das inovações do fórum foi a definição do termo Cadeia Produtiva em lugar de Setor pois, segundo a SDP, considera-se o “[...] conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde o insumos básicos até o produto final incluindo distribuição e comercialização constituindo-se em elos de uma corrente” (SDP, 2004). Entretanto, como para a realização da pesquisa são considerados apenas os dados relacionados às empresas produtoras, optou-se por manter a palavra setor para definir o conjunto de organizações industriais que confeccionam produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. O Termo Cadeia Produtiva será mantido apenas como título do Fórum de Competitividade do setor estudado.

Para atingir as metas determinadas, foram criados cinco grupos de trabalho. Cada grupo de trabalho é coordenado por uma instituição específica conforme descrito abaixo.

- Grupo 1 – Comércio Exterior (Agência de Promoção à Exportação e Investimentos – APEX)
- Grupo 2 – Investimentos (Banco Nacional de Desenvolvimento Social - BNDES)
- Grupo 3 – Capacitação Tecnológica (Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT)
- Grupo 4 – Regulação (ANVISA)
- Grupo 5 – Inclusão Social (ABIHPEC)

As metas estabelecidas para o Fórum e que interessam especificamente a essa pesquisa são:

- aumentar a exportações em cerca de 18% ao ano mantendo as importações no mesmo patamar;
- obter um superávit comercial de US\$ 225 milhões em 2006;
- realizar investimentos de ampliação e modernização da produção da ordem de US\$ 700 milhões entre 2004 e 2010;
- concentrar esforços no desenvolvimento tecnológico do setor.

Pelas metas definidas pelo Fórum, percebe-se claramente uma orientação para assuntos relacionados ao comércio exterior. Ao mesmo tempo, observa-se que as metas quantitativas, principalmente as que se referem ao volume de exportações e aos investimentos, revelam uma expectativa positiva em relação ao desempenho do setor no mercado internacional confirmando a declaração do Ministro do MDIC.

O setor tem um grande potencial, cuja maior prova são os investimentos programados de US\$ 500 milhões até 2007, indicando expectativas de crescimento das exportações. (Luiz Fernando Furlan, Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior). ABIHPEC 2006.

Com relação ao aproveitamento da matéria prima nacional, conta-se com a riqueza da biodiversidade brasileira, principalmente da Amazônia no sentido de “incentivar as empresas associadas a usar os ingredientes naturais com responsabilidade, obtendo-os sempre de forma sustentável, ambientalmente adequada, socialmente justa e economicamente viável” (ABIHPEC, 2006).

2.3 Competitividade e competitividade internacional

Muito se tem falado sobre competitividade nos últimos anos e não são poucos os conceitos e as divergências conceituais entre os autores. Entretanto, todos eles convergem para a importância do tema nos estudos das transformações da economia mundial, pois, de acordo com Porter (1990, p.82.), “[...] a realidade de uma competição global provoca, muitas vezes, nas corporações a necessidade da ampliação de seus negócios muito mais como forma de sobrevivência do que como estratégia para a expansão de suas atividades”.

As discussões sobre competitividade apresentam controvérsias tanto para a conceituação do termo, quanto para a metodologia para se verificar o grau de competitividade de uma empresa ou de um setor. Segundo Ferraz, Kupfer, Haguenuer (1997) percebe-se a convivência de duas famílias para a conceituação do termo. A primeira família trata da competitividade revelada, ou seja, analisa-se, principalmente, o desempenho e os seus indicadores como *market-share* ou o volume das exportações, por exemplo. A outra família trata da competitividade potencial. Nesse caso, enfatiza-se a eficiência traduzida sob a forma de a empresa ser capaz de transformar insumos em produtos com o máximo de rendimento. Nesse contexto, a competitividade é um fenômeno *ex-ante*, pois revela o grau de capacitação detido pelas firmas que se traduz nas técnicas por elas praticadas. Ou seja, a competitividade é entendida como a [...] “capacidade da empresa de formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitem ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado (HAGUENAUER, FERRAZ e KUPFER. 1996, p.195)”.

Segundo Guimarães (1997), a noção de competitividade internacional ganhou expressividade nos anos 70/80 mediante os argumentos da teoria da Organização Industrial. Segundo esse autor (1997, p.1), por essa teoria acredita-se que [...] “a possibilidade da expansão da oferta das firmas a taxas superiores ao crescimento da respectiva demanda doméstica conduziria à diversificação produtiva e/ou ao mercado externo como alternativas estratégicas para o crescimento da firma”.

Dessa maneira, frente ao desenvolvimento tecnológico, a partir dos anos 50 e dos acontecimentos que afetariam a economia mundial nos anos 70, como o choque do petróleo e o fim do padrão Dólar-ouro, a inserção em mercados externos dependia cada vez menos

[...] dos ajustamentos de custos e preços requeridos pela teoria das vantagens comparativas e mais da capacidade dos países/setores/empresas fabricarem bens (competitividade elástica) para os quais a demanda internacional crescia e retirar ou transladar para outros países aqueles setores cuja demanda internacional estava caindo. (GUIMARÃES, 1997, p.45).

Diante disso, segundo esse autor, os aspectos de cunho técnico -científico passaram a prevalecer sobre as teorias do comércio internacional (clássica e/ou neoclássica) como referências da competitividade internacional.

Na década de 80, os estudos sobre competitividade internacional ganharam força, e ao longo dos anos, o tema tem despertado o interesse não só do mundo corporativo, como também da mídia e dos governos. Araújo Jr. (1996) comenta a existência de uma multiplicidade de

significados para a análise da competitividade internacional, que, na maioria das vezes, estão associados ao preço dos produtos exportados ou ao saldo da balança comercial. Por essa abordagem, a competitividade é vista como um fenômeno *ex post*, pois considera apenas a competitividade revelada mediante a análise de resultados de desempenho econômico. Dessa maneira, o volume de exportações, a participação no mercado internacional, entre outros, seriam indicadores confiáveis de competitividade. Entretanto e conforme afirma Araújo Jr. (1996, p. 81), “[...] uma economia é competitiva na produção de uma mercadoria, quando consegue pelo menos igualar os padrões de eficiência vigentes no resto do mundo quanto à utilização de recursos à qualidade do bem”. Por essa perspectiva, a competitividade internacional é observada pelas duas famílias mencionadas: a revelada, mediante a análise do desempenho econômico, e a competitividade potencial que privilegia a capacidade da empresa em capacitar, inovar e aplicar o seu conhecimento para se inserir de uma forma mais competitiva no mercado em que atua.

Alguns autores como Castells (1999, p.13) entendem que “[...] a competitividade de uma nação é o grau que ela pode, sob condições de mercados livres e justas, produzir bens e serviços que atendam às exigências dos mercados internacionais e, ao mesmo tempo, aumentem a renda real dos seus cidadãos”.

Por essa definição, deve-se entender que quando se mencionam *condições de mercados livres e justas* é possível que o autor se refira aos princípios estabelecidos pelos países que resultariam na criação de um novo marco jurídico para o comércio internacional: a Organização Mundial do Comércio - OMC. Como entidade máxima do comércio internacional, a OMC tem como uma das principais funções facilitar a implantação, a administração, a operação, bem como levar adiante os objetivos dos acordos da Rodada do Uruguai no âmbito do GATT. Os objetivos propostos nessa Rodada revelam nitidamente uma orientação pelo livre-mercado, pela qual algumas políticas de governo como subsídios e reserva de mercado sejam condenadas. Dessa forma, entende-se como condições de mercado *livres e justas* aquelas em que não há uma participação protecionista do governo, que permitam criar situações de desigualdade na produção e comercialização de bens e serviços em âmbito mundial. Em segundo lugar, *produzir bens e serviços que atendam às exigências dos mercados internacionais* pode ser entendido, conforme mencionado anteriormente, “[...] “como a capacidade que as empresas devem ter, em igualar os padrões de eficiência vigentes no resto do mundo quanto à utilização de recursos à qualidade do bem”. (ARAÚJO Jr. 1996, 81). Por último, o aumento da renda real dos cidadãos de um país pode ser relacionado ao

desempenho econômico de um determinado setor industrial no mercado internacional e os benefícios resultantes desse desempenho para a população.

A associação do conhecimento ao desenvolvimento econômico tem sido um tema recorrente nos últimos tempos para o estudo da competitividade. Lastres, Cassiolato e Arroio (2006), por exemplo, afirmam que isso vem ocorrendo, principalmente, com o crescimento da mão-de-obra no processamento de intangíveis e no aumento da participação de conhecimentos codificados em várias áreas, no valor de bens e serviços. Conseqüentemente percebe-se a importância da difusão das Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC's nos processos produtivos. Esse fenômeno se torna mais significativo quando se estuda a competitividade em âmbito internacional. Dessa maneira, de acordo com Araújo Jr. (1996, p.85), “[...] competitividade internacional consiste na capacidade adquirida pelos agentes econômicos para acompanhar o ritmo do progresso técnico e utilizar eficientemente o acervo de conhecimentos disponível pela sociedade contemporânea”.

Pelo exposto acima, para o presente trabalho, entende-se como competitividade internacional a capacidade que o Estado e o setor produtivo têm de transformar os recursos disponíveis em resultados que igualem ou superem os padrões verificados no mercado mundial. Essa definição se revela adequada, pois abrange a participação do Estado, das empresas e de organizações na promoção da competitividade nacional em um ambiente caracterizado pela internacionalização das relações comerciais e pelo desenvolvimento tecnológico.

2.3.1 Diferentes modelos para analisar a competitividade

Segundo Haguenaer, Ferraz e Kupfer (1996, p.195), “[...] não se pode entender as relações internacionais da indústria sem ter como referência a questão da competitividade.” Nesse sentido, vários autores têm tentado identificar fatores que afetam a competitividade de setores industriais que estão inseridos em um contexto internacional caracterizado por uma marcante evolução tecnológica e por constantes transformações de ordem político-econômica.

O modelo Estrutura-Condução-Desempenho - ECT elaborado na década de 30 e aperfeiçoado na década de 60 (ROSSETO; CRUZ, 2004) analisa a competitividade a partir de três perspectivas. A perspectiva da Estrutura observa o mercado considerando-se o número de fornecedores e compradores, o nível de diferenciação dos produtos, as barreiras de entrada e

saída e a verticalização da produção. A perspectiva da Conduta analisa o comportamento das empresas com relação a suas estratégias e envolvem aspectos como a inovação tecnológica, diferenciação dos produtos, processos de gestão e formação de preço. A perspectiva do Desempenho é analisada pelo desempenho da empresa (em relação às necessidades dos consumidores) e ao desempenho da economia como um todo.

Por essa análise, a competitividade depende de fatores em diversos âmbitos que englobam as características do mercado, o esforço das firmas e o papel dos governos.

De um modo geral, como será visto a seguir, os modelos que versam sobre a competitividade tratam do assunto levando em consideração diferentes forças que estão, ao final, relacionadas às dimensões mencionadas acima: a empresa, o mercado e o governo.

Michael Porter é, sem dúvida, um dos autores mais reconhecidos na atualidade quando o assunto é competitividade. O pensador norte-americano defende que a competitividade internacional de uma indústria é afetada por condições próprias do ambiente nacional. Em sua obra **A vantagem competitiva das nações** (1989), Porter estabelece um modelo que ilustra como as empresas são influenciadas por um conjunto de circunstâncias nacionais que afetam a sua competitividade internacional.

De acordo com o Modelo Diamante criado por Porter (figura 1), existem quatro fatores que vão determinar as vantagens competitivas nacionais: 1. as condições de demanda-caracterizada pelo perfil dos consumidores; 2. as indústrias correlatas e de apoio; que incluem os fornecedores e prestadores de serviços; 3. a condição de fatores que envolvem os fatores de produção. e 4. as estratégias, estrutura e rivalidade entre as empresas; que determinam o grau de competitividade de um dado mercado.

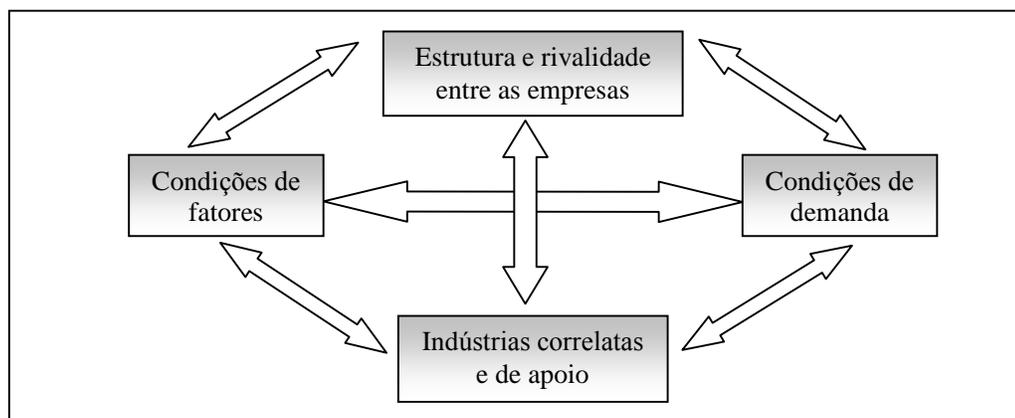


Figura 1- Determinantes da vantagem competitiva nacional, segundo Porter
 Fonte: PORTER, 1990, p.88.

As condições nacionais que fazem parte do Modelo Diamante (figura 1), e que irão afetar a competitividade internacional, apresentam as seguintes características, segundo Porter (1990, p.87):

- condições de fatores: envolve os fatores de produção de uma determinada indústria;
- condições de demanda: observa-se a natureza da demanda interna para os produtos ou serviços de uma indústria;
- indústrias correlatas de apoio: verifica-se aqui a existência de fornecedores e prestadores de serviços relacionados a uma indústria e que são competitivos internacionalmente;
- estratégia e rivalidade das empresas: abrange a forma como as empresas no país são criadas, organizadas e conduzidas, mais as características da rivalidade no mercado interno.

Além desses quatro fatores, o autor acrescentou dois determinantes que influenciam a vantagem competitiva: o papel do acaso e o papel do governo. O acaso, nesse particular está associado a ocorrências fortuitas que têm influência sobre a vantagem competitiva como as invenções, os surtos econômicos, as guerras etc. No caso do papel do governo, o autor afirma que ele é capaz de influenciar os quatro determinantes do modelo (PORTER, 1989).

Um outro construto teórico, elaborado por Esser, e que é atualmente o modelo de referência para o Instituto Alemão de Desenvolvimento - IAD para a análise da competitividade, se fundamenta no conceito de competitividade sistêmica (ROSSETO, CRUZ, 2004).

Esser entende que a competitividade acontece em um ambiente de várias dimensões e níveis: micro, meso, macro e meta (figura 2).

Pelo modelo de competitividade sistêmica de Esser, o nível micro é o ambiente da empresa e abrange as ações das organizações na busca pela eficiência, qualidade, flexibilidade e rapidez de reação.

O nível Meso corresponde ao papel do Estado e aos atores sociais que são capazes de promover políticas de apoio específico.

O nível Macro é aquele em que acontecem as pressões sobre as empresas pelas exigências de desempenho e eficiência. O nível Meta trata da estrutura jurídica, política e econômica e da capacidade de interação entre os diversos atores para uma integração estratégica.

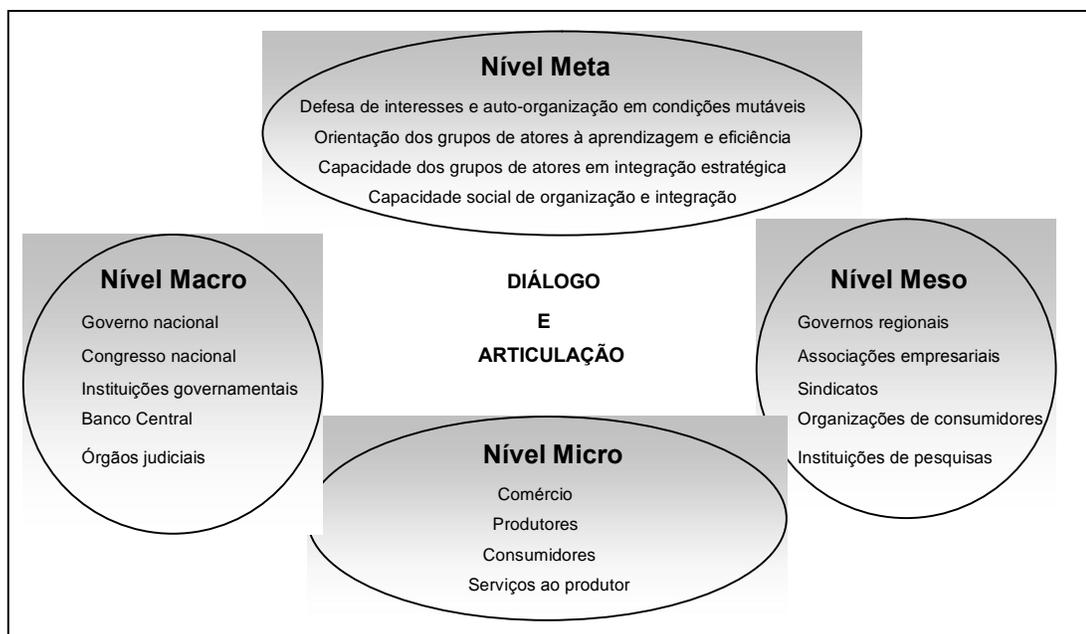


Figura 2 - Determinantes da competitividade sistêmica, segundo Esser e Stamer (IAD)
Fonte- Adaptado de: Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE). 2006.

De acordo com o modelo de competitividade sistêmica de Esser, a competência depende da interação entre os diversos níveis que vão influenciar o processo de tomada de decisões.

Outros estudos nessa área, como o realizado por De Muyllder (2003), a partir de pesquisas realizadas por Ferraz, Kupfer e Haguenaue (1997) que observou a siderurgia brasileira, analisam a competitividade a partir de um modelo em que três grupos de fatores (empresariais, estruturais e sistêmicos) estão diretamente relacionados aos desafios competitivos para a indústria. Esses fatores abrangem um conjunto de determinantes relacionados à empresa, à estrutura da indústria e do mercado e, ainda, ao sistema produtivo como um todo (FERRAZ, KUPFER e HAGUENAUER, 1997).

2.4 Fatores determinantes da competitividade

Ferraz, Kupfer, Haguenaue (1997) sintetizaram, ao final da década de 90, um modelo para a análise da competitividade, baseando-se em um conjunto de fatores. Os autores defendem a idéia de que o estudo da competitividade deve transcender o ambiente da empresa, pois se relaciona também à estrutura da indústria, do mercado e ao sistema produtivo como um todo.

Os fatores determinantes da competitividade (figura 3) podem ser classificados em três diferentes níveis.

- Fatores Empresariais: são aqueles pelos quais a empresa tem maior controle e poder de decisão. Estão relacionados à capacidade que as empresas têm de elaborar estratégias que lhes permitam maior e melhor participação no mercado. Dessa categoria, fazem parte: o posicionamento estratégico das empresas, a inovação tecnológica, a produtividade e a atualização de máquinas e equipamentos.
- Fatores Estruturais: caracterizam-se por uma influência de instituições extramercados, o que representa um reduzido grau no poder decisório das empresas. Esses fatores estão relacionados ao ambiente competitivo no qual as empresas estão inseridas como, por exemplo, o regime de incentivo e regulação da concorrência prevaiente.
- Fatores Sistêmicos: os fatores sistêmicos são constituídos por externalidades para a empresa produtiva. Nesse caso específico, são observados, entre outros os determinantes macroeconômicos (juros, câmbio, carga tributária, política salarial), os determinantes legais regulatórios (propriedade industrial, política ambiental, direito

do consumidor), os determinantes político-institucionais e os determinantes internacionais.

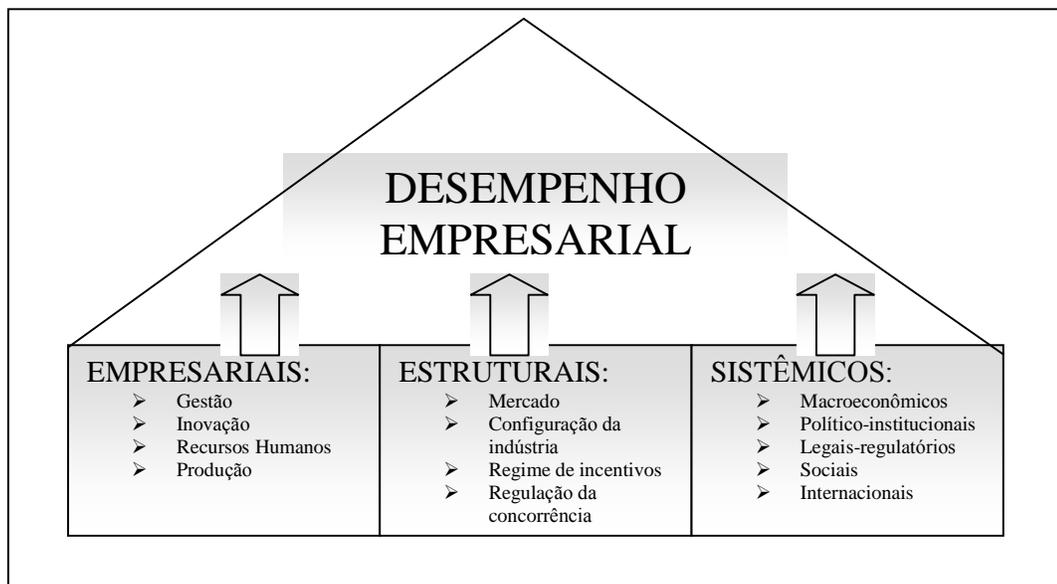


Figura 3- Determinantes da Competitividade, segundo Ferraz, Kupfer e Haguenaer
Fonte- De Muylder ,2003, p.27.

Como se pode observar pela figura 3, o desempenho empresarial está associado a determinantes de diferentes dimensões e que afetam, de diversas formas, a competitividade de uma empresa.

Pelos determinantes político-institucionais, aspecto de relevância para o presente estudo, observa-se a importância do papel do governo na execução de políticas que promovam a competitividade de um setor industrial. Nesse sentido as políticas científicas e tecnológicas afetam significativamente a competitividade ao oferecer “[...] a infra-estrutura necessária (centros de pesquisa, serviços tecnológicos), e outros estímulos (créditos em condições favoráveis) à modernização da indústria local” (FERRAZ et al. 1997, p.27).

2.4.1 Determinantes empresariais da competitividade

Os determinantes empresariais da competitividade (quadro 1) estão relacionados às ações promovidas pela empresa e que resultarão no seu desempenho dentro de um ambiente competitivo de negócios.

Nesse contexto, enfatizam-se: as capacidades inovativa, produtiva e de recursos humanos.

- **Capacidade Inovativa:** a inovação é um aspecto fundamental para que a empresa possa conquistar novos mercados, mediante a introdução de novos produtos, além de possibilitar o aumento da produtividade. Segundo os autores, no âmbito internacional, as empresas líderes e inovadoras não se limitam apenas a elaborar estratégias e competências para o desenvolvimento de linhas de produtos. Essas empresas são também capazes de criar capacitação em áreas nucleares- *core competences*- conquistando, assim, oportunidades para criar e ocupar mercados.
- **Capacidade Produtiva:** no contexto da terceira revolução tecnológica, resultado da introdução de equipamentos de base microeletrônica na produção, as empresas passam a lidar com um novo paradigma produtivo “[...] onde qualidade de produto, flexibilidade e rapidez de entrega, além dos custos de racionalização da produção, passaram a constituir as alavancas básicas da competitividade”. (FERRAZ et al, 1997, p. 16).
- **Recursos Humanos:** as transformações nas relações com a força de trabalho exigem que as empresas implementem processos de gestão que permitam a melhoria constante dos produtos e ao mesmo tempo, consigam alcançar níveis competitivos de produtividade.

| | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| INOVAÇÃO | RECURSOS HUMANOS |
| Produto | Produtividade |
| Processo | Qualificação |
| Transferência de Tecnologia | Flexibilidade |
| GESTÃO | PRODUÇÃO |
| Marketing | Atualização de Equipamentos |
| Serviços Pós-venda | Técnicas Organizacionais |
| Finanças | Qualidade |
| Administração | |
| Planejamento | |

Quadro 1- Determinantes Empresariais da Competitividade

Fonte: adaptado de Ferraz, Kupfer e Haguenaer 1997, p.14

Pelo quadro 1, percebe-se que os determinantes empresariais são compostos por aspectos que se relacionam ao ambiente interno da empresa. Dessa maneira, a competitividade de uma

organização depende da sua capacidade de inovar, capacitar os seus empregados, produzir produtos que atendam as necessidades e desejos dos clientes e estabelecer processos de gestão que permitam aumentar a produtividade.

Com relação ao desempenho de uma empresa no mercado internacional, os fatores empresariais se revelam ainda mais relevantes, pois, segundo Honório e Braga (2006, p.86) as características organizacionais (objetivos corporativos, disponibilidade de recursos, natureza dos produtos e vantagens diferenciais da firma) constituem-se em uma das forças motivacionais que impulsionam uma empresa a internacionalizar-se.

Como forma de fornecer o construto teórico para atender os objetivos de pesquisa, são destacados, dentro dos determinantes empresariais: a inovação tecnológica e a modernização da capacidade produtiva do setor de HPPC.

2.4.2 Determinantes estruturais da competitividade

Os determinantes estruturais da competitividade apresentam características específicas do setor e “[...] estão diretamente relacionadas ao padrão de concorrência de cada indústria” (FERRAZ, KUPFER e HAGUENAUER, 1997, p. 10). Por essa perspectiva, são observados aspectos relacionados ao mercado, à configuração da indústria e ao regime de incentivos e regulação da concorrência (figura.4).

Como característica principal, esses determinantes são capazes de explicar como acontece a competitividade de acordo com as especificidades de cada setor industrial.

Quando se abordam aspectos relacionados ao comércio internacional, esses determinantes são de grande utilidade para o estudo de questões relacionadas à estrutura legal e institucional de comércio exterior de um determinado país. Nesse caso, consideram-se, por exemplo, as regulamentações para a exportação e importação, os incentivos fiscais e financeiros e a política de promoção às exportações para o setor.

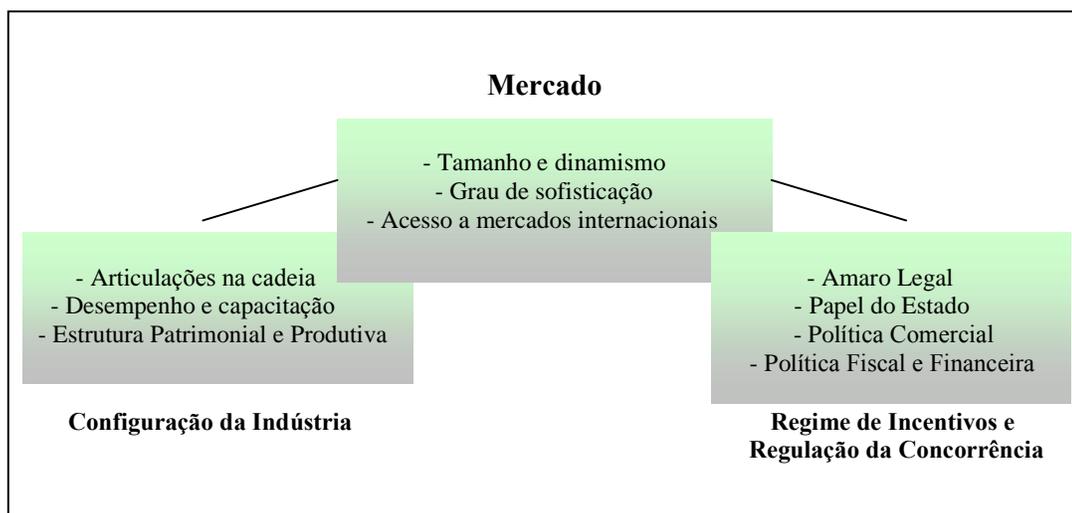


Figura 4- O triângulo da competitividade estrutural

Fonte: Ferraz, Kupfer e Haguenuer, 1997, P. 18-24.

De acordo com a figura 4, os determinantes estruturais da competitividade podem ser ilustrados de uma forma triangular em que três diferentes dimensões afetam as relações da competitividade de uma indústria.

Conforme já mencionado, o estudo da competitividade por essa perspectiva permite análises mais específicas uma vez que os seus determinantes, como a configuração da indústria, do mercado e das políticas do Estado para o incentivo e regulação da concorrência, dizem respeito a um setor em particular.

Para a pesquisa, interessam especialmente os incentivos promovidos pelo Estado para o acesso a mercados internacionais.

A análise da competitividade do setor de HPPC por esse determinante, envolve não só a promoção de produtos nacionais de HPPC no exterior, como também, o acesso a insumos.

2.4.3 Determinantes sistêmicos da competitividade

A análise sistêmica da competitividade deve, segundo Ferraz, Kupfer e Haguenuer (1997) levar em consideração os determinantes:

- macroeconômicos (regime cambial, estabilidade macroeconômica);

- legais-regulatórios (instrumentos regulatórios que afetam a criação e o fortalecimento do ambiente competitivo);
- infra-estruturais (oferta de energia, transporte e telecomunicações);
- sociais (qualidade da mão-de-obra e padrão de vida dos consumidores);
- político-institucionais (relação entre o estado e o setor produtivo);
- internacionais (concorrência global, taxa de câmbio, tendências do mercado internacional, acesso à importação de bens de capital e insumos).

Os determinantes internacionais, segundo Ferraz, Kupfer e Haguenaer (1997, p.31) “[...] se referem aos impactos das principais tendências da economia mundial e da forma de inserção internacional da economia local, tanto em sua dimensão produtiva quanto financeira”.

Os determinantes internacionais, de específico interesse para este trabalho, envolvem fatores próprios da dinâmica do comércio internacional para o setor. Nesse caso, são observados: os números dos principais mercados de HPPC no mundo (concorrência global) e a influência da taxa de câmbio no desempenho do setor.

Pelas três dimensões observadas (empresarial, estrutural e sistêmica), entende-se que o Estado cumpre um papel fundamental ao promover o desenvolvimento econômico mediante a atuação em diversas frentes que envolvem a infra-estrutura, o emprego e as regras do jogo econômico. Entretanto e conforme visto no item 2.1, os aspectos liberalizantes do comércio mundial e dos investimentos diretos levaram à diminuição de poder dos estados.

Assim, percebe-se que o maior desafio para os governos consiste em elaborar políticas que resultem no desenvolvimento econômico e tecnológico nacionais. Esse desafio se torna ainda maior se for considerado que, no atual contexto global de negócios “[...] o sucesso de uma nação passou necessariamente a ser medido por sua participação nos fluxos comerciais” e que “[...] os produtos de maior importância na pauta das exportações passaram a ser os intensivos em tecnologia” (ALÉM, 2.000, p.203). Dessa maneira, segundo essa autora, as novas políticas de competitividade dependem de uma crescente articulação entre as políticas tecnológicas e as políticas comerciais.

2.4.4 O Estado, o conhecimento e a inovação no contexto da globalização

Em uma obra organizada por Lastres, Cassiolato e Arroio (2005), vários autores tratam de um tema atual e relevante: o desenvolvimento econômico associado ao conhecimento e à inovação.

Segundo os organizadores da obra, as principais questões a serem respondidas em relação ao conhecimento, à inovação e ao desenvolvimento estão relacionadas à natureza das transformações que estão acontecendo no mundo, aos interesses e forças que as orientam, aos impactos sobre a capacidade de produzir e inovar, às conseqüências que essas transformações podem causar aos países menos desenvolvidos e às implicações para as políticas a serem adotadas.

Esses autores ressaltam a crescente dependência das atividades econômicas em relação ao conhecimento. De acordo com Lastres, Cassiolato e Arroio (2006), isso vem ocorrendo, principalmente, com o crescimento da mão-de-obra no processamento de intangíveis e no aumento da participação de “[...] conhecimentos codificados em várias áreas, no valor de bens e serviços”. Conseqüentemente, percebe-se uma maior importância e participação na difusão das tecnologias de informação e comunicação - TIC's nos processos produtivos.

Uma importante questão abordada nessa publicação é a de desmistificar a idéia de que a difusão das TICs poderia gerar maior informação de forma mais rápida para todos os participantes dos diversos mercados. Segundo os autores, acontece exatamente o contrário: o aumento das incertezas. Ao mesmo tempo, a chamada *nova economia* ou o *novo regime de acumulação dominado pelo capital financeiro* não consegue propiciar a difusão da tecnologia, ao contrário, serve para concentrar esse conhecimento e ser utilizado como instrumento de poder. Percebe-se, nesse contexto, a tendência à capitalização, à privatização e à redução do poder dos trabalhadores.

Dessa maneira, os autores enxergam uma incompatibilidade entre as novas tecnologias e os sistemas sociais e políticos subsistentes. Muito do que é chamado de moderno e inovador serve para encobrir os reais interesses do capital na redução do *Welfare - State* e nas relações trabalhistas.

Freeman (2005) alerta que a capitalização do conhecimento e a sua mercantilização indicam uma tendência: a invasão dos campos de pesquisa pelos mecanismos de recompensa do sistema financeiro. Tal fato estaria contribuindo para o aumento da rivalidade e a conseqüente sabotagem da colaboração científica. Os argumentos que vão influenciar a privatização do conhecimento se baseiam em aspectos financeiros e ideológicos e, segundo os autores, esse é um problema que afeta mais seriamente os países menos desenvolvidos.

Uma vez inseridos em um processo globalizante (concentrador e excludente), os países periféricos, e nesse particular os latino-americanos, se ressentem mais da capacidade desigual de desenvolver, produzir e usar novas tecnologias, bens e serviços. Ao mesmo tempo, são vítimas das desigualdades de oportunidades na aquisição e renovação das habilidades e conhecimentos necessários para se tornarem mais competitivos.

Com relação às implicações políticas, os autores destacam três mitos que comumente estão relacionados às TIC's:

- uma difusão natural, progressiva e inexorável do desenvolvimento econômico e tecnológico.
- o desaparecimento de especificidades locais e nacionais e o enfraquecimento do Estado como agente importante nas transformações sociais e econômicas.
- a adoção de práticas e modelos conforme às determinadas pelas instituições da principal potência econômica do planeta, os Estados Unidos.

Diante do cenário apresentado e uma vez que os enfoques teóricos conceituais econômicos tradicionais se mostram inadequados, os autores alertam para o desafio de entender os novos paradigmas do desenvolvimento relacionado ao conhecimento, à inovação e à aprendizagem. Dessa maneira, verificam-se, associados ao conceito de sistema de inovação, algumas tendências como:

- a mudança técnica associada às trajetórias nacionais e históricas;
- a valorização da criatividade humana na produção;
- a reconceitualização da empresa dentro de um contexto socioeconômico e político;
- a oposição do nacional ao global;

- a natureza sistêmica na inovação e suas respectivas dimensões (econômicas, produtivas, social, institucional e política);
- a crescente importância desse conceito para os países em desenvolvimento.

Segundo Ferraz, Kupfer e Haguenaer (1997, p.24) os níveis de eficiência e de qualidade das indústrias de um determinado país dependem, em grande parte, de características gerais do sistema econômico: os determinantes sistêmicos. Esses autores revelam que os determinantes sistêmicos exercem um papel decisivo sobre a competitividade das indústrias, tanto pelo lado da oferta (custo e qualidade), quanto pelo lado da procura (estímulos e exigências).

Ao relacionar o contexto social, político e institucional ao tecnológico, percebe-se a importância das relações entre os atores econômicos, políticos e sociais e a capacidade inovativa de um país. Principalmente se for observado que “a geração de conhecimento e tecnologias é localizada e está restrita às fronteiras nacionais e regionais, o que se contrapõe à idéia de um suposto tecnoglobalismo” (LASTRES, CASSIOLATO E ARROIO. 2005, p.32). Assim as características nacionais como: cultura local e as estruturas financeiras nacionais deverão influenciar o investimento em inovação de acordo com o país.

Com relação às políticas econômicas dos países latino-americanos e, em particular, do Brasil, Lastres et al. (2005) deixam claro que, se por um lado a reestruturação produtiva, a partir da década de 90, contribuiu para maior estabilização macroeconômica, houve uma sensível perda na eficiência produtiva e na equidade distributiva, percebida atualmente pela diminuição da agregação local de valor. Além disso, destacam que “[...] a produção tornou-se menos intensiva no uso de insumos domésticos de engenharia e nos esforços locais de P&D. A sugestão proposta para a superação dessas distorções inclui implementação de agenda de políticas públicas e privadas para “[...] apoiar a transição em direção a estruturas produtivas mais eficientes e equitativas” (LASTRES CASSIOLATO e ARROIO, 2005, p.37). Devem fazer parte dessa política:

- o financiamento em longo prazo;
- os esforços locais de P&D;
- a difusão tecnológica;

- a criação de novas competências e capacidades tecnológicas.

Confirmando esse pensamento, para Johnson e Lundvall (2006, p. 83) a abordagem da inovação tecnológica deve ser ocupada principalmente pelo Estado. De acordo com essa abordagem, “[...] a efetividade de políticas locais será reforçada por sua articulação com a estratégia nacional e até supranacional”.

Passados mais de vinte anos desde o consenso de Washington, os autores observam hoje a existência de uma contradição entre a economia do aprendizado crescentemente globalizada e as reformas institucionais no âmbito global e nacional. Segundo eles, essa contradição é caracterizada pela limitação da adoção de políticas nacionais diante da instabilidade e crises inerentes a esse mercado global. Outro motivo que aumenta a vulnerabilidade está associado, segundo os autores, à transformação de atividades públicas em serviços relacionados ao mercado.

Em resumo, as idéias apresentadas pelos autores mencionados indicam a necessidade de enxergar o papel do Estado, a inovação tecnológica e o conhecimento por uma nova abordagem. Essa nova abordagem destaca os seguintes pontos:

- é preciso desmistificar os conceitos sobre modernidade e inovação tecnológica da forma como vêm sendo difundidos;
- a implantação de sistemas de inovação e conhecimento é de fundamental importância para o desenvolvimento econômico;
- a geração de conhecimento e tecnologias é localizada e está restrita às fronteiras nacionais e regionais, o que se contrapõe à idéia de um suposto tecnoglobalismo;
- não existe uma fórmula padronizada para a implementação de inovação. Ela dependerá do contexto de cada país ;
- a internacionalização das empresas contribui para aprendizados superiores.

De um modo, geral os autores que tratam da competitividade, conforme visto acima, entendem que existem vários fatores que vão determinar a competitividade de uma indústria. Esses autores concordam que a competitividade é determinada por um conjunto de fatores

internos e externos à empresa e que estão inter-relacionados pela participação de diversos atores como as firmas, as instituições e o Estado.

2.5 Indicadores da competitividade internacional

Como visto anteriormente, a competitividade potencial é percebida pela capacidade que atores, como a empresa e o governo, têm de promover o desenvolvimento e a inovação das empresas. A competitividade revelada por sua vez é percebida pelos resultados obtidos pelas empresas em um determinado contexto econômico. Esses resultados podem ser medidos de diversas formas. Geralmente, os índices para se medir a competitividade estão relacionados principalmente ao preço, ao volume das vendas e à lucratividade.

Dessa forma, a competitividade de um país ou setor em nível internacional pode ser mensurada pelo volume das exportações, pelo saldo comercial e pela participação no mercado etc. Nesse sentido, entende-se, em princípio, que o crescimento das exportações e o superávit comercial representariam para esse país/setor um aumento de sua competitividade no mercado internacional. Entretanto, afirmar que a competitividade está associada apenas ao aumento das vendas ou do *market-share* seria simplificar uma situação que deve levar em consideração outros indicadores. O preço, por exemplo, associado ao volume das exportações e importações pode ser um elemento interessante para compor uma análise da competitividade internacional.

Levando-se em consideração o preço, o índice dos Termos de Troca Líquidos - TTL se revela como um indicador apropriado. De acordo com Herrero (2001), o TTL quantifica a capacidade de compra das importações pelas exportações.

$$TTL = \left(\frac{IPX}{IPM} \right) 100$$

O TTL indica que, quando o resultado da divisão entre o índice de preço das exportações (*IPX*) pelo das importações (*IPM*) cresce, o resultado é favorável ao país/setor exportador. Nesse caso, o resultado só será favorável ao país exportador se ele conseguir vender produtos

com preços maiores do que os que estão sendo importados. Esse índice é ainda mais significativo quando se comparam as exportações e importações de um mesmo produto ou produtos de um mesmo setor.

Outro índice utilizado freqüentemente para avaliar a competitividade internacional de um país é o índice da Vantagem Comparativa Revelada (VCR).

$$VCR_j = (X_{ij} / X_i) / (X_{wj} / X_w)$$

Em que:

X_{ij} = valor das exportações de um país i do produto j ;

X_i = valor das exportações de um país i ;

X_{wj} = valor das exportações mundiais w do produto j ;

X_w = valor das exportações mundiais w .

Fundamentado na Teoria das Vantagens Comparativas, esse índice é capaz de demonstrar se um país tem vantagem comparativa para um produto em relação a outros países (SOUZA, ILHA, 2003).

Conforme visto acima, o VCR é composto pelas exportações de um setor de um determinado país x de um outro país y , das exportações mundiais do setor e do total das exportações mundiais. A sua vantagem é permitir realizar comparações entre os mesmos setores de países diferentes no contexto internacional. Nesse caso, se o VCR ij é maior do que 1, o país j é considerado competitivo mundialmente nas exportações do produto i . Se o VCR ij for igual a 1, o país se iguala na competitividade média vigente no mercado internacional. Se o VCR ij é inferior a 1, significa que o país j tem uma desvantagem comparativa revelada nas exportações do produto i .

3 MODELO ANALÍTICO, VARIÁVEIS E HIPÓTESES DA PESQUISA

Nesta seção, será demonstrada a relação entre o modelo teórico e a pesquisa realizada. Objetiva-se esclarecer como os fatores determinantes da competitividade estão relacionados ao fórum de competitividade de HPPC e ao desempenho do setor no mercado internacional (figura 5).

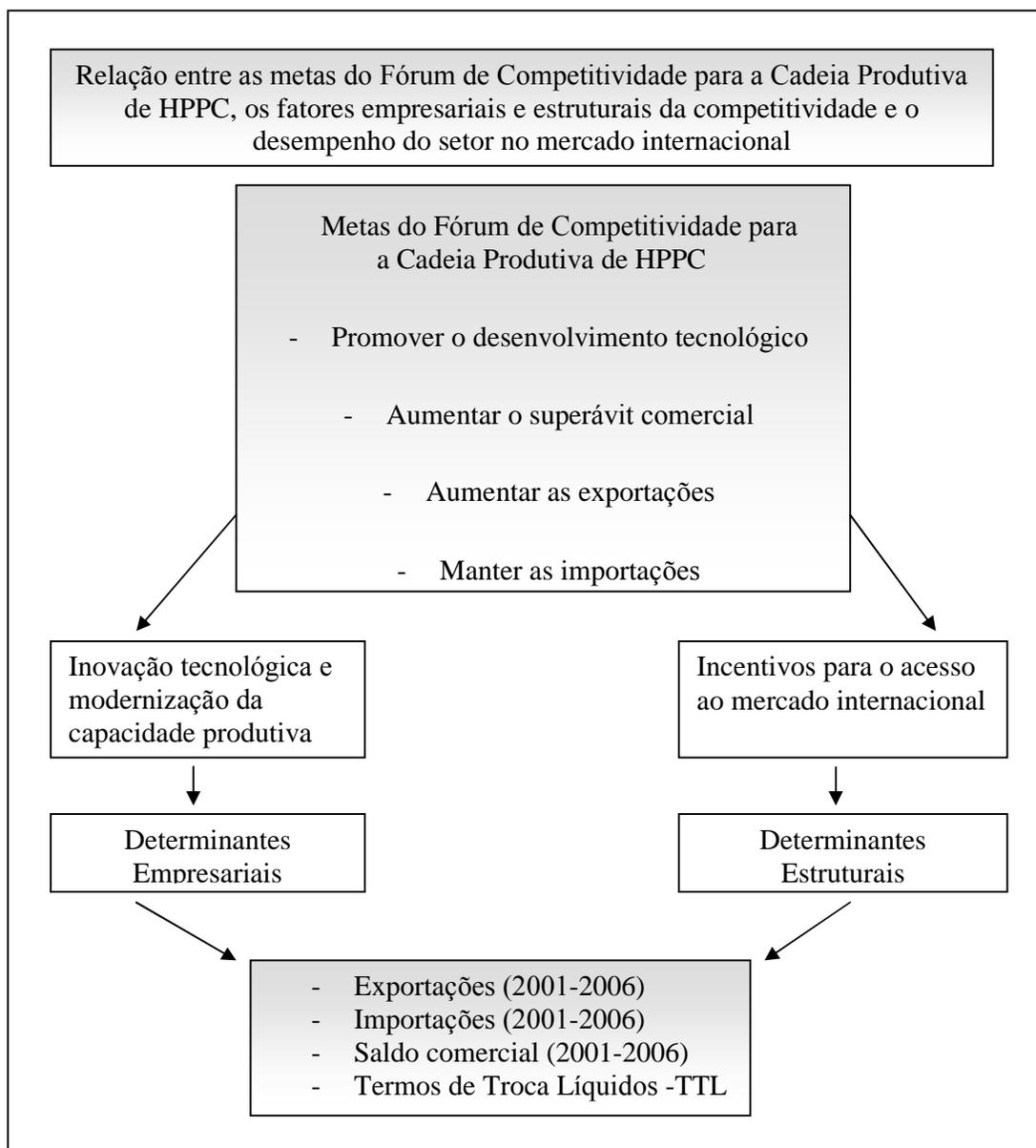


Figura 5- Relação entre as metas do fórum de HPPC, os fatores empresariais e estruturais da competitividade e o desempenho do setor.

Fonte: Elaborada pelo autor da dissertação

De acordo com a figura 5, os determinantes da empresariais e estruturais da competitividade estão diretamente relacionados ao Fórum de Competitividade da cadeia produtiva de HPPC. Nesse contexto, pretende-se verificar a possibilidade de uma relação positiva entre o Fórum e o desempenho do setor no mercado mundial.

Para verificar essa possível relação, foram desenvolvidos procedimentos metodológicos que abordem a perspectiva qualitativa, contemplando as ações desenvolvidas no Fórum, e quantitativa, medindo os resultados obtidos pelo setor nos anos selecionados.

Com relação aos determinantes sistêmicos, foram considerados o VCR do Brasil e dos cinco principais exportadores mundiais, além da taxa de câmbio do período pesquisado (figura 6).

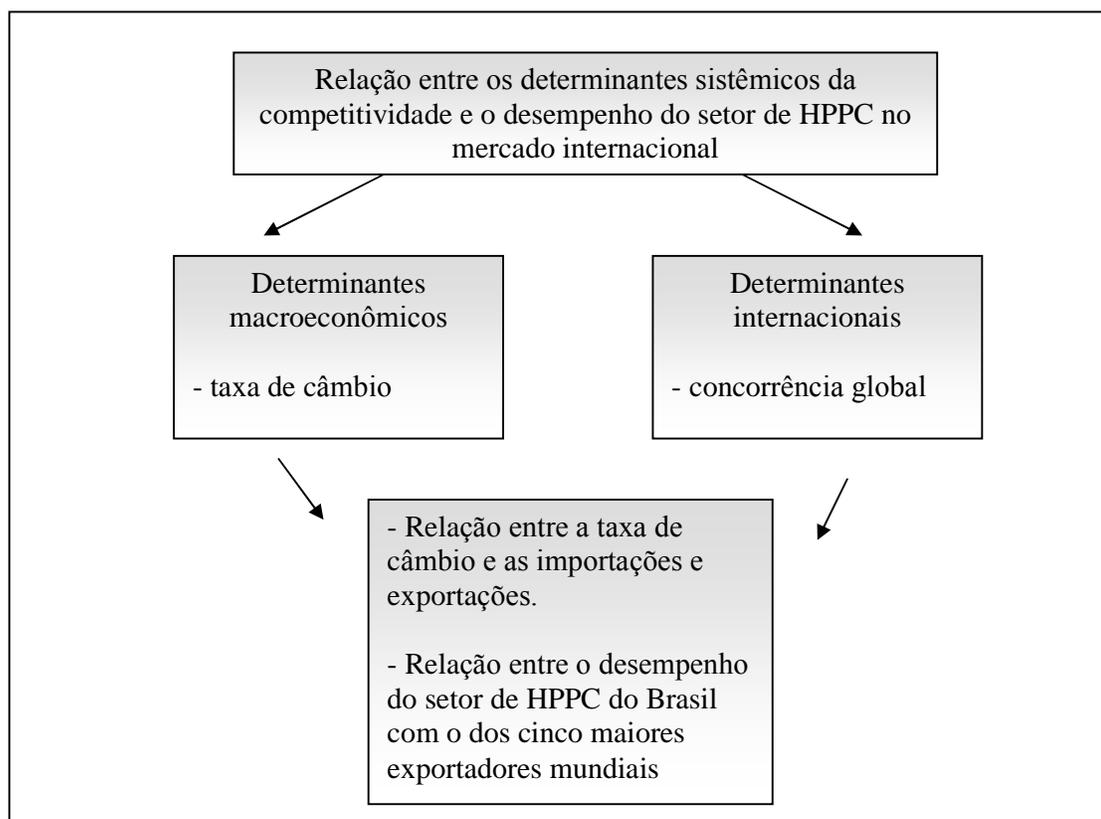


Figura 6- Relação entre os determinantes sistêmicos e o desempenho do setor de HPPC

Fonte: Elaborada pelo autor da dissertação

Os determinantes sistêmicos foram selecionados com o objetivo de verificar se outros fatores, que não o fórum, influenciaram no desempenho do setor no mercado internacional.

As variáveis da pesquisa estão relacionadas ao Fórum de Competitividade de HPPC e ao desempenho do setor no mercado internacional no período selecionado.

Como o Fórum não representa uma variável quantitativa, levou-se em conta a possibilidade da inclusão de uma variável *dummy*. Segundo Dachs (2004), a variável *dummy* é uma variável indicadora utilizada para dados qualitativos. A utilização de uma variável indicadora permite, de acordo com o autor, incorporar “[...] informações de variáveis qualitativas em certos de tipos de análise e de apresentação que só podem ser usados com variáveis quantitativas”. (DACHS, 2004)

Para a realização dos procedimentos estatísticos com variáveis qualitativas, devem-se atribuir valores (0 e 1, por exemplo) para que a mesma possa ser relacionada com as variáveis quantitativas.

A forma como a variável *dummy* foi utilizada para a análise de dados será explicada adiante.

As variáveis foram selecionadas no intuito de relacionar as metas estabelecidas, os temas discutidos e os resultados observados no âmbito do Fórum de Competitividade com o desempenho do setor no mercado internacional. Além disso, como forma de verificar se outros fatores influenciaram no desempenho internacional do setor, foram relacionadas as taxas de câmbio às exportações e importações do setor entre 2001 e 2006.

| Variável independente | Variável dependente | Meta do Fórum |
|--|--------------------------------|--|
| Fórum de competitividade | Exportações | aumento das exportações em 18% ao ano |
| Fórum de competitividade | Importações | manutenção das importações nos patamares de 2003 |
| Redução da alíquota de importação do carboxipolimetileno | Saldo comercial (higiene oral) | Superávit comercial |
| Fórum de competitividade | Termos de Troca Líquidos | Desenvolvimento Tecnológico |
| Taxa de câmbio | Exportações | |
| Taxa de câmbio | Importações | |

Quadro 2- Variáveis da pesquisa

Fonte: Elaborado pelo autor da dissertação

As relações entre as variáveis foram feitas, considerando os critérios estabelecidos abaixo:

- A meta estabelecida pelo Fórum para o crescimento das exportações é de 18% ao ano. Dessa maneira, entende-se que haverá um esforço pelos participantes do Fórum em alcançar esse valor. Essa relação mede o esforço exportador para atingir a meta estabelecida. As hipóteses de pesquisa, nesse caso são:

H_0 = não há nenhuma relação entre o Fórum de competitividade e as exportações do setor;

H_1 = há uma relação significativa entre o Fórum e as exportações;

H_2 = há uma relação entre o Fórum e as exportações, essa relação, porém não é significativa.

- Outra meta estabelecida pelo Fórum é a de manter as importações nos patamares de 2003 e assim promover o aumento do saldo comercial. Nesse caso, entende-se que após a instalação do Fórum o saldo comercial do setor apresentaria um crescimento. Assim, as hipóteses seriam:

H_0 = não há nenhuma relação entre o Fórum de competitividade e as exportações do setor.

H_3 = há uma relação significativa entre o Fórum e as importações.

H_4 = há uma relação entre o Fórum e as importações; essa relação, porém, é pouco significativa.

- Uma outra meta diz respeito à substituição de importações. Nesse caso, para o presente trabalho, foi considerado o resultado encontrado no GT1 que trata da relação entre a redução da alíquota de importação de um insumo e o volume das importações do produto acabado. Entende-se que a redução do imposto de importação de um determinado insumo serve aos interesses estratégicos do setor para a fabricação do produto acabado no país. Em conseqüência, espera-se que haja uma redução na importação do produto industrializado. Dessa maneira, as hipóteses estabelecidas são:

H_0 = não há nenhuma relação entre a redução da alíquota do carboxipolimetileno e o saldo comercial dos produtos de Higiene Oral.

H_5 = há uma relação significativa entre a redução da alíquota do carboxipolimetileno e o saldo comercial dos produtos de Higiene Oral.

H_6 = há uma relação entre a redução da alíquota do carboxipolimetileno e o saldo comercial dos produtos de Higiene Oral. Entretanto, essa relação não é representativa.

- Por último, destaca-se a meta que trata da promoção do desenvolvimento tecnológico. Com a promoção do desenvolvimento tecnológico de um setor em um determinado país espera-se que ocorra uma valorização do produto exportado. Entende-se que a capacitação e a inovação tecnológica possam agregar valor a esses produtos. Assim entende-se que a relação entre esse índice e o Fórum será positiva se acontecer um aumento do TTL após o funcionamento do Fórum. Para esse caso, são estabelecidas as seguintes metas:

H_0 = não há nenhuma relação entre o Fórum e o TTL dos produtos selecionados.

H_7 = há uma relação significativa entre o Fórum e o TTL dos produtos selecionados.

H_8 = há uma relação entre o Fórum e o TTL dos produtos selecionados. Entretanto, essa relação não é significativa.

Além das variáveis utilizadas para a regressão, analisaram-se também os seguintes dados:

- Vantagem Comparativa Revelada (VCR) do setor no Brasil;
- Vantagem Comparativa Revelada (VCR) do setor em países selecionados;
- valores do desembolso do BNDES para o setor.

O índice VCR mede a evolução da competitividade do setor. Nesse caso o VCR do setor brasileiro foi comparado com o mesmo índice dos principais mercados desse setor no mundo.

Com relação ao aumento dos investimentos, uma outra proposta do Fórum, observou-se o desembolso realizado pelo BNDES para as exportações no setor de HPPC.

Além dessas análises, uma outra foi considerada. Diante da possibilidade de que outros fatores tenham influenciado no desempenho internacional do setor, procurou-se verificar se as taxas de câmbio praticadas no período (2001-2006) afetaram o desempenho das exportações e importações do setor.

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

4.1 A pesquisa e a abordagem metodológica

A realização de uma pesquisa que aborde questões relacionadas à competitividade implica a necessidade de combinar diferentes abordagens. Araújo Jr. (1996) afirma que o estudo de competitividade internacional não pode se limitar apenas a indicadores como produtividade e participação no mercado (que requerem a utilização de uma abordagem quantitativa). Ferraz, Kupfer e Haguenuer (1997) acrescentam que, outros aspectos como o posicionamento estratégico da empresa, a capacitação e a inovação tecnológica, a estruturação da indústria e os padrões estabelecidos no mercado internacional (que exigem uma abordagem qualitativa), devem ser levados em conta.

Para a possibilidade de uma abordagem combinada, ou seja, a utilização das abordagens qualitativas e quantitativas dentro de uma mesma pesquisa, Cherobim, Martins e Silveira (2003, p.6) relacionam três possíveis formas:

- na primeira fase, a pesquisa é conduzida separadamente em seus aspectos qualitativos e quantitativos e, ao final da fase de análise dos dados, as conclusões obtidas são relacionadas;
- no desenvolvimento da pesquisa as duas abordagens são utilizadas, uma é a condutora da pesquisa a outra fornece alguns recursos para a análise;
- ambos os métodos são utilizados no desenvolvimento da pesquisa.

Utilizar-se-á a primeira forma descrita acima de maneira que a pesquisa será desenvolvida observando-se separadamente os dados próprios das abordagens qualitativa e quantitativa. Ao final, os resultados das diferentes abordagens serão relacionados, permitindo, assim, a análise da competitividade internacional do setor.

Os aspectos qualitativos abordados envolvem, nesse caso, as ações desenvolvidas pelo governo federal, por instituições e pelas empresas com o objetivo de aumentar a

competitividade do setor no contexto do Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de HPPC.

Os dados utilizados para a análise quantitativa são representados pelos resultados obtidos pelo setor no mercado internacional.

Uma vez calculados e comparados, esses dados permitirão analisar com mais segurança se as ações promovidas pelo Governo Federal, pelas instituições setoriais e pelas empresas no contexto do Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de HPPC têm contribuído para o desenvolvimento do setor no mercado externo.

O quadro 2 permite uma melhor compreensão das etapas da pesquisa.

| Fase 1a | Fase 1b | Fase 2 |
|--|---|---|
| Análise Qualitativa (Competitividade Potencial) | Análise Quantitativa (Competitividade Revelada) | Relação dos dados analisados |
| Dados que demonstrem os esforços das empresas, instituições e de órgãos do governo, no contexto de Fórum de Competitividade, em melhorar o desempenho internacional do setor | Valores e índices que revelem o desempenho do setor no mercado internacional (2001 – 2006) | Relação entre os dados da fase 1 e da fase 2 |
| <u>Grupos de Trabalho do Fórum de Competitividade</u> | <u>Valores e Índices</u> | <u>Análise</u> |
| Grupo de Trabalho 1 (Comércio Exterior) | Exportações e importações | Relação entre as ações promovidas pelo Fórum de Competitividade com o desempenho do setor HPPC no mercado internacional |
| Grupo de Trabalho 2 (Investimentos) | Termos de Troca Líquidos (TTL) | |
| Grupo de Trabalho 3 (Capacitação Tecnológica) | Índice da Vantagem Comparativa Revelada | |
| Grupo de Trabalho 4 (Regulação) | (VCR) | |

Quadro 3- Etapas da pesquisa

Fonte: elaborado pelo autor da dissertação

Como ilustrado no quadro 2, pretende-se, primeiramente, analisar as ações desenvolvidas pelos grupos de trabalho do Fórum de Competitividade para o setor. Nesse sentido, serão observados os relatórios da SDP que apresentam, os resultados das discussões dos grupos de trabalho.

Em um segundo momento, objetiva-se analisar indicadores que revelam o desempenho internacional do setor. Os indicadores foram selecionados com o objetivo de se permitir realizar uma relação desses dados com as diretrizes estabelecidas pelo Fórum de Competitividade do setor HPPC.

A série temporal se inicia no ano 2001 e finaliza no ano de 2006. Dessa maneira, permite-se verificar o desempenho das empresas antes da instalação do Fórum (2003) e após o seu funcionamento.

Na última etapa os dados serão comparados com o propósito de verificar uma possível relação entre as ações realizadas a partir de 2003 e o desenvolvimento do setor no mercado internacional.

4.2 Tipo de pesquisa, unidade de observação e unidade de análise

Trata-se de um levantamento misto (quantitativo e qualitativo) mediante a utilização de dados secundários.

Segundo Oliveira (1997), o estudo descritivo permite explicar o papel das variáveis que, de certa maneira, influenciam um determinado fenômeno. Dessa forma, em relação ao tipo de pesquisa, entende-se que se trata de um estudo descritivo-explicativo, uma vez que se pretende descrever e explicar as características de um determinado fenômeno mediante a relação entre variáveis e a aplicação de procedimentos estatísticos como técnica de análise. Trata-se também de uma pesquisa documental, pois a utilização de relatórios e notas técnicas relacionadas ao Fórum foi fundamental para a análise qualitativa.

A unidade de observação da abordagem qualitativa é representada pelas informações divulgadas pelos órgãos relacionados ao Fórum de Competitividade. Para a abordagem

quantitativa, a unidade de observação foi composta pelos dados de exportação e importação do setor de HPPC do Brasil e de outros países.

A unidade de análise para o presente trabalho é a relação entre as ações desenvolvidas no âmbito do Fórum de Competitividade de HPPC e o desempenho do setor de HPPC do Brasil no mercado internacional.

4.3 Dados da pesquisa

A enorme variedade de produtos do setor, que vão desde alicates e cortadores de unha a fraldas e perfumes, representou uma dificuldade para a coleta de dados mensais devido às diferenças na classificação dos produtos. Dessa maneira, entendeu-se que a obtenção dos dados mensais só seria possível mediante a seleção de uma amostra.

Para viabilizar a coleta de dados mensais, procedeu-se ao agrupamento dos dados em seis grupos de produtos. A escolha pelos produtos se baseou em dois critérios: o primeiro se orientou no sentido de abranger os três segmentos do setor (Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos). O segundo, se preocupou em coletar dados que significassem um valor representativo do total dos valores exportados e importados pelo setor.

Dessa maneira, os produtos selecionados foram agrupados de acordo com o seu segmento (higiene pessoal, perfumaria e cosméticos). Esses grupos respeitam os critérios estabelecidos pela ABIHPEC em seus relatórios e demonstrativos disponibilizados publicamente.

Os produtos selecionados de acordo com o segmento do setor podem ser vistos no quadro 3:

| Higiene Pessoal | Perfumaria | Cosméticos |
|---------------------------------|-----------------|--|
| Produtos para a higiene capilar | Perfumes | Produtos para maquiagem |
| Produtos para a higiene oral | Água de colônia | Preparações para manicuros e pedicuros |
| Descartáveis | | Cremes e talcos |
| Sabonetes | | |

Quadro 4- Produtos selecionados de acordo com o segmento

Fonte: ABIHPEC, desenvolvido pelo autor da dissertação

A partir dos produtos selecionados acima, procedeu-se ao agrupamento da seguinte maneira:

- fragrâncias (perfumes e água de colônia);
- cosméticos (produtos para maquilagem, preparações para manicuros e pedicuros, cremes e talcos);
- capilares (produtos para a higiene capilar);
- sabonetes (sabões medicinais, sabões de toucador, sabonetes em forma líquida e preparações acondicionadas para venda ao retalho);
- higiene Oral (dentífrícios, fios para limpar os espaços interdentais, preparações bucais e escovas de dente);
- descartáveis (fraldas, tampões higiênicos e absorventes).

A participação dos produtos selecionados no volume exportado e importado pelo setor - tabela 1,

Tabela 1
Participação dos produtos selecionados no total exportado e importado

| Anos selecionados | % nas exportações | % nas importações |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| 2001 | 84,01% | 68,70% |
| 2002 | 87,76% | 66,30% |
| 2003 | 86,01% | 61,80% |
| 2004 | 87,21% | 64,60% |
| 2005 | 85,51% | 61,10% |
| 2006 | 86,57% | 66,20% |

Fonte: Alice-Web, adaptado pelo autor da dissertação

Como se pode ver pela tabela 1 a representatividade dos produtos selecionados para a amostra é maior na exportação do que na importação. No primeiro caso, a média dos seis anos foi de 86,18%, no segundo, de 64,78%. Apesar disso, considerou-se que os volumes representados pela importação desses produtos representam uma amostra significativa do universo.

4.5 Operacionalização para a coleta de dados

Os dados qualitativos foram representados pelas publicações e documentos dos órgãos envolvidos no fórum. Esses dados foram obtidos por meio eletrônico, mediante consultas nos sites do MDIC, ABIHPEC, BNDES e a SDP.

Os dados referentes à exportação e importação do setor foram coletados mediante pesquisa no banco de dados do Sistema Alice-web do MDIC.

Para a coleta de dados no sistema Alice-Web foi necessário classificar os produtos dentro da Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM. Uma vez identificados os códigos NCM de cada produto, procedeu-se à pesquisa para a obtenção dos valores mensais e anuais referentes à importação e exportação de produtos do setor de HPPC no período definido.

A NCM se baseia no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (S.H.). Criado em 1952 pelo Conselho de Cooperação Aduaneira - CCA, e atualmente sob responsabilidade da Organização Mundial das Alfândegas OMA, o S.H. permite que uma mesma mercadoria seja conhecida internacionalmente por um único código (LUZ, 2006). A utilização desse código padronizado é de fundamental importância quando se quer comparar dados de um mesmo produto para diferentes países.

Os dados referentes à exportação de outros países foram obtidos em um informe do BNDES intitulado **Panorama do setor de HPPC** e no site da *United Nations Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE)*.

As taxas de câmbio foram obtidas no *site* do Banco Central do Brasil (BCB) e correspondem à média ponderada dos negócios realizados no mercado interbancário de câmbio com liquidação em dois dias úteis, calculadas pelo BCB, conforme Comunicado nº 6.815/99.

4.6 Técnica para a análise dos dados

Para a análise dos dados em uma pesquisa de métodos mistos, a “[...] análise ocorre tanto dentro da técnica qualitativa (descrição e texto temático ou análise de imagem) como da técnica quantitativa (análise descritiva e numérica inferencial) e, muitas vezes entre as duas técnicas”. (CRESWELL, 2007, p.222).

Como se pretende verificar o desempenho do setor de HPPC após a realização de um evento (A criação do Fórum de Competitividade para a cadeia HPPC em 2003) acredita-se que a criação do Fórum e o estabelecimento de metas alterem o esforço das unidades empresariais e o respectivo desempenho exportador. Dessa maneira, para a análise qualitativa (competitividade potencial) foram abordados as metas, os temas discutidos e as ações realizadas no contexto do Fórum de Competitividade do setor de HPPC. A técnica utilizada foi a análise de conteúdo.

Para a verificação quantitativa (competitividade revelada) realizou-se o procedimento estatístico conhecido como Regressão Linear Simples.

A Regressão Linear Simples permite analisar dados emparelhados com o objetivo de determinar se há correlação significativa entre duas variáveis (TRIOLA, 1988) e indicar como esses dados estão relacionados.

A equação da regressão: $y = \beta_0 + \beta_1 x + \varepsilon$ descreve a relação entre duas variáveis, em que a variável x é a independente ou preditora e a variável y a dependente ou resposta. Segundo Anderson, Sweeney e Williams (2002) no modelo de regressão linear simples, y é a função linear de x ($\beta_0 + \beta_1 x$) mais ε . β_0 e β_1 são denominados parâmetros do modelo e, ε é uma variável aleatória definida como termo de erro.

Como forma de avaliar a relação entre as variáveis foram considerados o valor de t que revela o grau de significância da relação. Nesse caso, a relação será significativa se esse valor for maior que 1,96 (significância de 95%). Assim, de acordo com Collis e Hussey (2003, p.231) [...] “se o valor crítico fornecido ultrapassar o valor no nível de probabilidade selecionada (geralmente 5% ou menos), você pode rejeitar a hipótese nula”.

Outro indicador importante é o coeficiente de determinação, R^2 que revela o valor da variação de y que pode ser explicada pela reta de regressão, ou seja, na regressão simples, o coeficiente de determinação indica a força da relação entre a variável independente e a dependente. Silva e Barros Filho (2007) sugerem que essa relação só será significativa se o R^2 for $>$ que 0,50.

Como o objetivo de pesquisa para este trabalho aborda o acontecimento de um evento, entende-se que há uma quebra estrutural. Uma quebra estrutural é representada por uma variável qualitativa ou categórica como planos econômicos ou mudanças de governo, por exemplo. No caso deste trabalho, essa quebra é representada pela criação do Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Produtos de HPPC.

Para modelar as variáveis qualitativas, são utilizadas variáveis binárias, ou *Dummies*, que assumem dois valores ao longo de toda a amostra, (0) para o período anterior ao evento e (1) para o período posterior. Esse procedimento pode ser entendido pela equação $Y_t = \alpha + \delta D + \beta X_t + \varepsilon_t$. Dessa maneira, a variável *Dummy*, assumindo valores diferentes para cada período, permitirá melhor analisar a relação entre as variáveis antes e depois da criação do Fórum.

Em uma série temporal, é possível que a relação entre os dados de uma mesma variável interfiram no resultado. Uma auto-regressão acontece quando os dados de um período se relacionam com dados de outros períodos dentro da mesma série. Para identificar essa possibilidade, foi realizado o teste de raízes unitárias de Dickey e Fuller que tem como objetivo verificar se há uma correlação serial na própria variável. Esse teste permite rejeitar ou não a hipótese de que a série é auto-regressiva de ordem 1 ou 2 (PINDICK, RUBENFIELD, 2004, P.586).

O teste de Dickey e Fuller para detectar auto-regressão serial se dá pela equação:

$$Y_t = \alpha + \beta_t + \rho Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \lambda_j \Delta y_{t-1} + \varepsilon_t.$$

O teste de raízes unitárias de Dickey e Fuller para os dados obtidos foi realizado no programa *E - Views*. Para a realização do teste, cogitou-se a possibilidade de haver uma defasagem de ordem 1 (AR1) e ordem 2 (AR2).

Há uma defasagem quando um período da série temporal é capaz de afetar outro período. Nesse caso, verifica-se AR1 quando os valores de um mês (janeiro, por exemplo) estão diretamente relacionados aos valores do mês subsequente (fevereiro). Para AR2, os valores de janeiro se relacionam aos valores de março.

Após a realização do teste, observou-se uma defasagem de ordem 1 (AR1) entre as variáveis de exportação como também nas de importação.

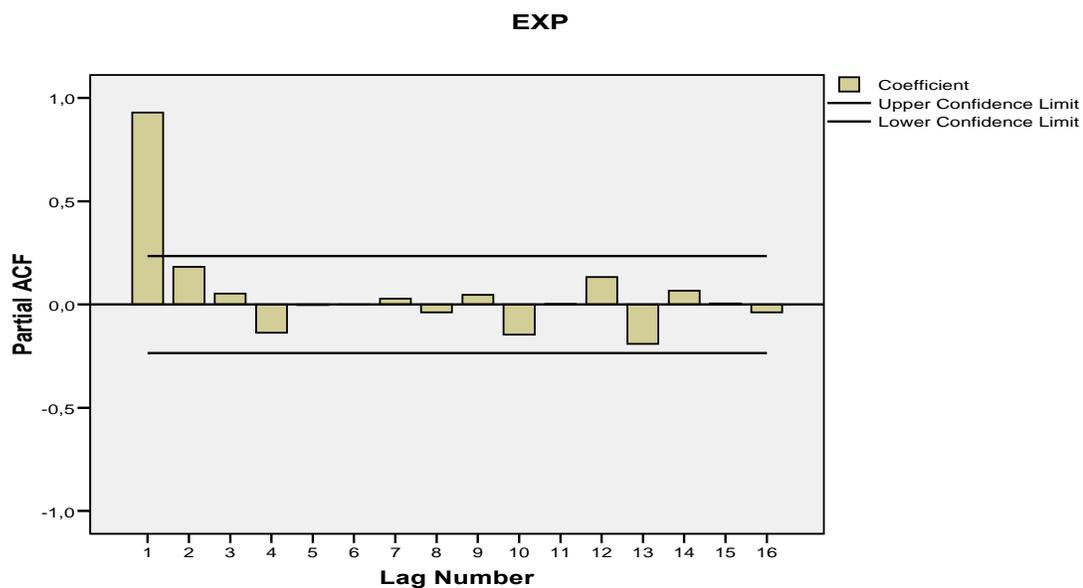


Gráfico 4- Ilustração gráfica do teste de Dickey e Fuller para as exportações
Fonte: obtido no programa e-views, a partir dos dados da pesquisa

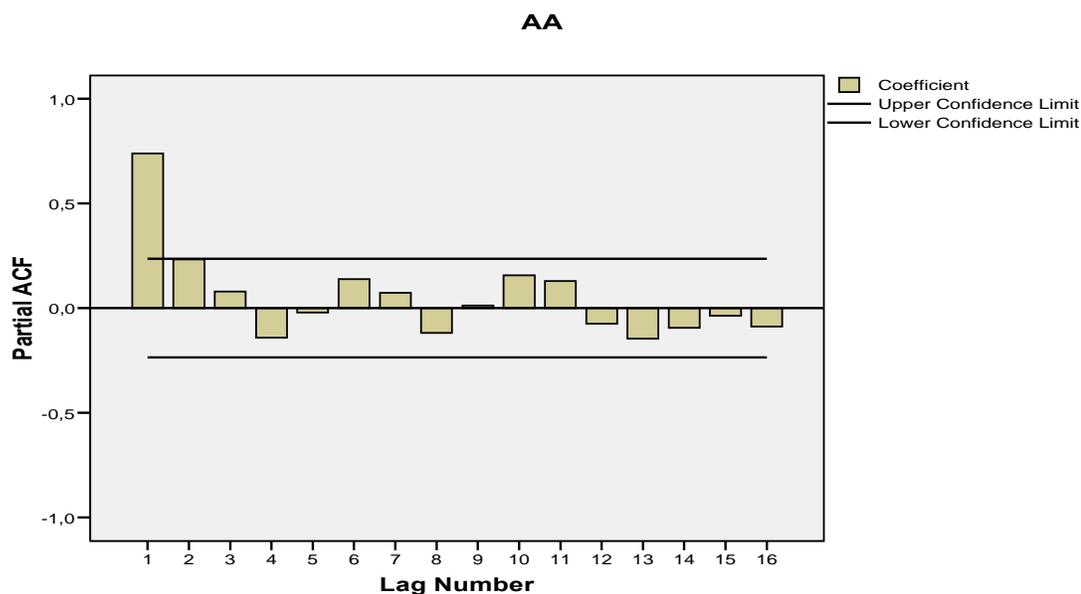


Gráfico 5- Ilustração gráfica do teste de Dickey e Fuller para as importações

Fonte: obtido no programa e-views, a partir dos dados da pesquisa

Os testes de Dickey e Fuller para as exportações e importações indicam uma presença de raízes unitárias de ordem 1. Isso pode ser percebido nos gráficos 4 e 5 quando se observa que os coeficientes se encontram nos limites dos valores 1 e -1.

Dessa maneira, para a correção da defasagem, os seguintes procedimentos foram adotados:

- Em alguns casos subtraiu-se o volume de um mês (A) pelo valor do mês anterior (B).(diferença)
- Uma outra opção foi acrescentar uma variável com um valor determinado (e crescente) para cada período. Assim, cada mês relaciona-se a um valor específico. (variável tendência)

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 O Setor de HPPC e o Fórum de Competitividade.

Conforme visto anteriormente, a competitividade potencial está relacionada às ações que irão permitir uma condição mais adequada para as empresas competirem em um determinado mercado. Dessa forma, o Fórum de Competitividade, composto por seus Grupos de Trabalho, representa uma ótima oportunidade para que as empresas, o governo e as instituições relacionadas ao setor possam resolver problemas, encontrar soluções e estabelecer diretrizes que resultem em um melhor desempenho das empresas no mercado internacional. Como forma de fornecer elementos para uma análise qualitativa, procurou-se identificar as ações desenvolvidas pelos Grupos de Trabalho do Fórum de Competitividade e os resultados apresentados que se relacionam ao tema da pesquisa.

A seguir, são apresentados os Grupos de Trabalho do Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de HPPC com os seus órgãos coordenadores e as respectivas ações e os resultados encontrados.

Os resultados apresentados foram obtidos, principalmente, pela Nota Técnica da SDP apresentada em setembro de 2006. Um outro documento que se refere ao monitoramento do Fórum foi publicado em março de 2004. Entretanto, os resultados apresentados se referem unicamente à revisão das metas estabelecidas (ANEXO A).

5.1.1 Grupo de trabalho 1 (Comércio Exterior - APEX)

Junto com as entidades de classe, algumas agências governamentais têm tido um papel decisivo na promoção internacional de produtos brasileiros. Nesse sentido, a APEX, coordenadora do GT-1, mantém com a ABIHPEC um convênio de cooperação técnico-financeira que visa a inserção de empresas nacionais no mercado exterior.

O Projeto APEX “consiste em apoiar a participação das empresas em diversas ações de promoção de exportação, como missões comerciais, rodadas de negócio internacionais, feiras internacionais, catálogos coletivos focados na exportação, e outras” (APEX, 2007). O projeto

prevê ainda o apoio financeiro necessário para a participação das empresas em eventos internacionais.

Como apoio às exportações, a APEX e a ABIHPEC são responsáveis desde 2001 pela organização na participação de feiras e encontros setoriais no Brasil e no exterior (quadro 5)

As participações em eventos internacionais são de fundamental importância para a competitividade das empresas que queiram ingressar ou dar continuidade aos seus negócios no mercado internacional, pois permitem que elas tenham acesso a possíveis compradores e se atualizem em relação às tendências para o setor.

Isso contribui para que os empresários se mantenham atualizados com as inovações ocorridas em âmbito internacional e possam, com isso, promover transformações dentro das características exigidas pelo mercado externo.

| | |
|--|---|
| <p>Cosmoprof Cosmética – São Paulo/Brasil</p> <p>2001 – 32 empresas participantes 2002 – 44 empresas participantes 2003 – 62 empresas participantes 2004 – 86 empresas participantes 2005 - 94 empresas participantes 2006 - 61 empresas participantes</p> | <p>* Beauty World Middle East – Dubai/Emirados Árabes Unidos</p> <p>2004 – 22 empresas participantes 2005 – 26 empresas participantes 2006 - 16 empresas participantes</p> |
| <p>NACDS Marketplace – San Diego/USA</p> <p>2003 – 19 empresas participantes 2004 – 12 empresas participantes 2005 – 3 empresas participantes</p> | <p>* Cosmoprof North América – Las Vegas/USA</p> <p>2005 – 14 empresas participantes 2006 - 5 empresas participantes</p> |

Quadro 5- Participação de empresas de HPPC em feiras setoriais

Fonte: APEX, 2007

Pelas informações acima, percebe-se que, a partir do ano de 2003, empresas do setor começam a participar de eventos realizados fora do Brasil. Também é possível perceber que o número de empresas participantes tem caído nos últimos dois anos (2005-2006) em relação aos anos anteriores.

Atuando como um órgão de promoção comercial, a APEX cumpre um papel decisivo como coordenadora do GT-1 para o cumprimento das metas estabelecidas para o Fórum e que envolvem o comércio exterior. Em especial, a APEX tem um papel decisivo para a inclusão das micro e pequenas empresas no mercado internacional. Assim, acredita-se que a sua atuação seja capaz de criar condições favoráveis para o aumento das exportações do setor de

HPPC, atendendo a uma das metas estabelecidas pelo Fórum de Competitividade. Entretanto, é importante ressaltar que os resultados apresentados pela SDP no âmbito do Grupo de Trabalho 1 se referem, na sua totalidade, a questões tributárias e operacionais relacionados às mercadorias importadas. Nesse sentido, as principais atenções estão voltadas para a redução de tarifas para a importação de insumos e para a desregulamentação e harmonização das operações de importação.

No primeiro aspecto, toma-se como exemplo o caso do carboxipolimetileno em pó utilizado na fabricação de produtos para o clareamento dental, que teve a sua alíquota de importação reduzida de 14 para 2%, em setembro de 2006. Diante do fato, a ABIHPEC soltou um comunicado aos associados que revela a preocupação da instituição e do governo em encontrar soluções rápidas para o estímulo à competitividade.

Uma excelente notícia para o setor foi divulgada no D.O.U. (Diário Oficial da União) de 27 de setembro de 2006. A Resolução CAMEX No. 29 aprova a redução da TEC (Tarifa Externa Comum) do produto Carboxipolimetileno em pó, de NCM 3906.90.43, de 14% para 2%.

Redução da tarifa de importação TEC

NCM: 3906.90.43 Produto: Carboxipolimetileno em pó

TEC atual: 14% TEC aprovada: 2%

Vigência: a partir de 01 de outubro de 2006 (Resolução CAMEX No. 29 publicada no D.O.U. de 27/setembro/2006)

O esforço pelo aumento da competitividade da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos tem produzido resultados como este que estamos comunicando. Órgãos do governo e outras entidades de classe também estão impressionados com a agilidade desta indústria para buscar soluções para seus entraves. Este resultado é apenas um exemplo do que já conquistamos e ainda deveremos conquistar e, para isso, continuaremos trabalhando exaustivamente para o alcance de cada uma das metas estabelecidas para o crescimento do Setor. (ABIHPEC, 2006).

A redução de alíquotas para a importação de insumos pode representar um aumento da competitividade para um país desde que haja uma transformação do produto básico importado na produção de um outro produto com maior valor agregado. A redução da alíquota do carboxipolimetileno de 14 para 2% está diretamente relacionada a uma das metas do Fórum que é promover o superávit comercial. Nesse caso, a redução tarifária estimularia a importação do insumo para a fabricação no país de produtos que antes eram importados. Tal fato representaria para o setor um menor volume nas importações de dentifrícios e produtos utilizados para o clareamento dental e a possibilidade de eles serem exportados.

Com relação à harmonização e aos procedimentos relativos aos entraves operacionais nas importações e exportações, verifica-se uma participação da ABIHPEC no sentido de

sensibilizar outros órgãos envolvidos no processo. Nesse caso específico, as reivindicações da Associação são dirigidas à Receita Federal e à ANVISA, conforme pode ser visto pela Nota Técnica n. 72/06/CGTP/DESIT/SDP, de 25 de setembro de 2006 da SDP (ANEXO B).

Apesar de se perceber uma série de reivindicações do setor produtivo em relação a questões burocráticas que afetam o comércio exterior, as demandas, até o momento (setembro de 2006), continuam pendentes (ANEXO B).

5.1.2 Grupo de trabalho 2 (Investimentos - BNDES)

As metas estabelecidas pelo Fórum de Competitividade de HPPC em relação ao GT2 indicam uma expectativa de investimentos que possam resultar na modernização e ampliação da capacidade produtiva. Nesse contexto, os incentivos à exportação, na forma de financiamentos, representam um importante mecanismo para melhorar o desempenho das empresas no mercado externo.

Sob a coordenação do BNDES, o Grupo de Trabalho 2 representa a oportunidade para as empresas do setor de apresentarem as suas necessidades em relação aos financiamentos para a exportação. Os financiamentos oferecidos pelo banco funcionam como incentivos financeiros para a exportação e são constituídos pelas linhas de crédito destinadas à produção, à promoção e à comercialização de produtos destinados ao exterior. Dessa maneira, de acordo com as necessidades do exportador, eles podem ser concedidos em dois diferentes momentos: antes do embarque (pré-embarque) e após a realização do embarque internacional (pós-embarque).

A vantagem dos programas oferecidos pelo BNDES é que eles permitem ao tomador a concessão do crédito com juros mais baixos dos que os praticados no mercado interno. Isso é possível graças à utilização de taxas semelhantes às praticadas no mercado internacional, principalmente a *LIBOR - London Interbank Offered Rate* de Londres e a *PRIME - Prescribed Right to Income and Maximum Equity* de Nova York.

O BNDES, disponibiliza para o exportador financiamentos na modalidade pré e pós-embarque, conforme apresentado no quadro abaixo.

Os programas de financiamento à exportação (quadro 5) representam uma oportunidade para que o exportador brasileiro possa conseguir recursos financeiros nas mesmas condições dos exportadores de outros países. Tal fato representa um papel decisivo, considerando-se os determinantes políticos-institucionais, para a competitividade potencial das empresas brasileiras no mercado internacional.

Além dos financiamentos exclusivos para a exportação, o BNDES disponibiliza para a indústria programas como o Programa de Competitividade das Empresas do Setor Industrial - PROCOMP e o Financiamento a Empreendimentos - FINEM.

O PROCOMP é uma linha de crédito para capital de giro destinada a empresas industriais com receita bruta igual ou inferior a R\$ 300 milhões ao ano.

O FINEM é um financiamento de valor superior a R\$ 10 milhões para projetos de implantação, ampliação e modernização da produção de produtos de fabricação nacional. Destina-se também à aquisição de máquinas e equipamentos novos de origem nacionais ou importados.

| Financiamento | Finalidade | Taxa de juros |
|--|--|--|
| BNDES Pré-embarque | Financiamento ao exportador, na fase pré-embarque, da produção destinada à exportação de bens indicados na Relação de Produtos Financiáveis, e serviços para empresas de todos os portes | Custo Financeiro + Remuneração do BNDES + Remuneração da Instituição Financeira Credenciada. As taxas variam de acordo com o porte da empresa. |
| BNDES Pré-embarque empresa âncora | Financiamento ao exportador, na fase pré-embarque, da comercialização dos bens produzidos por micro, pequenas e médias empresas. | TJLP + 1,0% + Remuneração da Instituição Financeira Credenciada (até 4% a.a.) |
| BNDES Pós-Embarque | Financia a comercialização de bens e serviços nacionais no exterior, através de refinanciamento ao exportador, ou através da modalidade <i>buyer's credit</i> . | Taxa de Desconto + Remuneração do BNDES + Remuneração da Instituição Financeira Credenciada Para a tx de desconto nas operações de bens será utilizada a LIBOR da data de embarque; nas operações de exportação de serviços, a data de referência da LIBOR será definida na análise da operação. Nas operações beneficiadas pelo Sistema de Equalização, do Programa de Financiamento às Exportações - PROEX, poderá ser aplicado, a critério do BNDES, redutor na taxa de desconto. |

Quadro 6- Financiamentos à exportação disponibilizados pelo BNDES

Fonte- BNDES, 2007

De acordo com o quadro 5, o BNDES oferece aos exportadores financiamentos com taxas de juros diferenciadas das praticadas para o mercado interno. Esse fato permite que as empresas nacionais exportadoras obtenham créditos em nível semelhante às suas concorrentes estrangeiras.

Segundo as informações passadas diretamente do BNDES, os desembolsos para exportação para o setor de HPPC alcançaram um número bastante significativo no ano de 2006 (Tabela.2).

Tabela 2
Desembolso do BNDES para exportação (setor de HPPC)

| Ano | US\$ Mil |
|------|----------|
| 2000 | 3.019 |
| 2001 | - |
| 2002 | 1.369 |
| 2003 | 1.328 |
| 2004 | 1.514 |
| 2005 | - |
| 2006 | 24.531 |

Fonte: BNDES

Como se pode notar pela TAB. 2, o valor do desembolso do BNDES para empresas exportadoras do setor de HPPC em 2006 foi superior a todos os anos somados a partir de 2000. Apesar de revelar apenas uma parte do total de investimentos realizados pelo setor, o desembolso realizado no último ano demonstra a confiança do setor na internacionalização da sua produção. Segundo um relatório técnico do BNDES de 2007, a atuação desta Instituição junto ao setor pode ser resumida em seis tipos de ações:

- atuação do BNDES como coordenador do GT2 do Fórum de Competitividade;
- participação da instituição em eventos promovidos pela ABIHPEC;
- participação em reuniões técnicas com empresas e fornecedores de insumos;
- propostas de adequação de seu portfólio às principais demanda do setor;
- Participação em feiras nacionais;
- visitas a empresas do setor.

Percebe-se que, como coordenador do GT-2, o BNDES tem uma participação significativa nas discussões que envolvem a concessão de crédito para as exportações no setor de HPPC.

Observa-se que essa participação acontece de uma forma proativa mediante a divulgação e a adequação de seus serviços de acordo com as demandas; e interativa pela relação com o setor produtivo (fornecedores e produtores) e com a entidade representativa do setor: a ABIHPEC.

De acordo com a informação passada pela SDP em sua Nota Técnica de setembro de 2006 (ANEXO C), os resultados apresentados demonstram um esforço conjunto do BNDES e da ABIHPEC em atender as necessidades de financiamentos do setor. Verifica-se, especificamente nesse caso, a possibilidade de apresentação de projetos pelo setor que poderiam ser oferecidos pelo banco.

5.1.3 Grupo de trabalho 3 (Capacitação Tecnológica - MCT)

As ações de capacitação tecnológica abrangem inovações dos processos de gestão e de produção. Para o dinâmico setor de HPPC, que necessita de novidades constantes para suprir as necessidades do mercado, o papel da inovação deve compreender ações que envolvem os processos de gestão, as transformações organizacionais e o *marketing* (BNDES, 2007). Isso significa que possíveis mudanças relacionadas à embalagem, à cor, às funcionalidades, ao *design*, e à introdução de novos canais de venda (BNDES, 2006) podem representar uma vantagem competitiva para as empresas.

Por essa perspectiva, algumas instituições como o MCT e a FINEP têm cumprido um papel de destaque na inovação tecnológica no Brasil.

O Ministério da Ciência e Tecnologia, órgão responsável pela coordenação do Grupo de Trabalho 3, atua diretamente no desenvolvimento do comércio exterior brasileiro por meio do Programa Nacional de Apoio Tecnológico à Exportação - PROGEX. Esse programa contempla especialmente as Micro, Pequenas e Médias empresas - MPME's, que já exportam ou que desejam exportar.

O principal objetivo do programa é promover ações de extensão tecnológica, definida pelo MCT como o “conjunto de ações que promovam a melhoria da qualidade da gestão, produtos e processos; a aplicação de tecnologias industriais básicas e a promoção da inovação tecnológica” (MCT, 2007) das MPME's exportadoras e potencialmente exportadoras. Os objetivos específicos do programa estão relacionados à ampliação da base exportadora de MPME's por meio da adequação técnica às exigências dos diferentes mercados externos.

Nesse sentido, são desenvolvidos programas para adaptar os produtos ao mercado externo em relação à melhoria da sua qualidade e do processo produtivo, para atender as normas técnicas vigentes para a exportação, para reduzir os custos e promover a melhoria em relação ao *design*, à embalagem bem como à superação das barreiras técnicas - MCT, 2007. Entre os benefícios esperados com o programa, se destacam:

- o aumento do número de empresas exportadoras e o valor médio das exportações;
- o aumento do número de Produtos Brasileiros de Classe Mundial;
- a substituição mais efetiva de importações.

A prestação de assistência tecnológica às micro e pequenas empresas se dá mediante a participação de “[...] instituições de pesquisa, desenvolvimento ou extensão tecnológica” (MCT, 2007).

Segundo o SEBRAE (2006) o futuro dos produtos da indústria de HPPC depende de pesquisas na área da biotecnologia, da nanotecnologia e das energias renováveis. Assim, o MCT como coordenador do Grupo de Trabalho 3, cumpre um papel fundamental para o alcance das metas estabelecidas pelo Fórum de Competitividade no que se refere ao desenvolvimento tecnológico e à modernização da produção para as empresas exportadoras de pequeno porte no setor de HPPC.

Nesse caso, o Fórum pode ser visto como uma oportunidade para que essas empresas encontrem soluções para adequarem os seus produtos às exigências do mercado externo. Além disso, por esse meio, seria possível discutir as assimetrias encontradas entre os produtos de países desenvolvidos e os brasileiros no sentido de promover o desenvolvimento tecnológico dos produtos nacionais.

Algumas iniciativas com a participação de órgãos como a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial - ABDI já vêm acontecendo. Essa agência, por exemplo, “[...] vem mantendo diálogo intenso com os empresários que investem em biotecnologia e nanotecnologia para conhecer as demandas e definir os incentivos necessários para atender as necessidades, sobretudo, das pequenas empresas do setor de cosméticos”. (SEBRAE, 2006, p.33).

A importância da biotecnologia e da nanotecnologia para o setor está relacionada à possibilidade da adoção de processos produtivos menos nocivos ao meio ambiente e o lançamento de produtos mais eficazes.

Outra iniciativa importante para o setor foi o lançamento do Plano de Desenvolvimento Setorial - PDS de cosméticos. Esse programa envolve as MPE's, mediante a conscientização da importância em adotar boas práticas de fabricação e uma gestão empresarial moderna e eficaz. Além disso, por meio do PDS, são desenvolvidos programas de capacitação que fornecem orientação para a formulação de produtos, para o gerenciamento de custos e para o registro das empresas junto a ANVISA.

Segundo o Relatório do BNDES para o setor, apesar de as empresas nacionais de HPPC terem percebido a importância da inovação para as suas estratégias de competição, o acordo cooperativo com centros de pesquisa é ainda um privilégio das empresas de maior expressão. Além disso, percebeu-se que os cargos que se relacionam a processos inovativos são restritos às poucas grandes empresas do setor no qual se incluem a Natura e O Boticário (BNDES, 2.007).

Apesar da importância da inovação tecnológica para os produtos de HPPC, os resultados apresentados até o momento pela SDP (ANEXO D) revelam, aparentemente, poucas ações efetivas que possam demonstrar a importância do Fórum de Competitividade para o desenvolvimento tecnológico do setor.

5.1.4 Grupo de trabalho 4 (Regulação - ANVISA)

A regulação é um tema de especial importância para o setor de HPPC devido à diversidade de produtos que podem representar riscos à saúde humana. Assim, a ANVISA, coordenadora do GT4, classificou os produtos de HPPC em dois diferentes níveis de acordo com o risco (ANEXO E).

Como coordenadora do GT4 do Fórum de Competitividade, essa agência tem uma participação fundamental nas exportações e importações do setor de HPPC, pois é o órgão responsável pela definição dos produtos que compõem a cadeia produtiva em concordância com as classificações adotadas em outras partes do mundo (BNDES, 2007). Dessa maneira,

as atribuições da ANVISA no Fórum estão inter-relacionadas aos assuntos discutidos no GT-1 que tratam especificamente do comércio exterior.

O principal tema discutido no âmbito do Fórum de Competitividade de HPPC envolvendo a ANVISA se refere à simplificação e padronização dos procedimentos sanitários nas alfândegas para produtos que estão sendo exportados e importados (ANEXO B). Esses são problemas comuns encontrados nas alfândegas brasileiras, que se tornam mais significativos quando os produtos envolvidos podem representar riscos à saúde humana.

Em síntese os principais temas tratados pelo GT4 até o momento dizem respeito a:

- simplificação de procedimentos de produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes grau 1 fabricados no Mercosul;
- desregulamentação para as operações de exportação e importação relacionadas à simplificação dos trâmites aduaneiros e eliminação da obrigatoriedade de documentos nas operações de importação e exportação.

Segundo a SDP, as reivindicações do setor para esses temas junto a ANVISA ainda continuam pendentes.

5.2 Análise qualitativa dos resultados (competitividade potencial)

O propósito de apresentar os projetos, programas e ações desenvolvidas no âmbito do Fórum de Competitividade de HPPC é o de fornecer elementos para a análise da competitividade potencial do setor. Além disso, os resultados obtidos por essa análise são de fundamental importância para a construção das variáveis da pesquisa quantitativa.

Em face do exposto acima, percebe-se que o Fórum de Competitividade para a Cadeia Produtiva de HPPC tem se constituído em um espaço para o diálogo entre o governo e o setor produtivo. Nesse contexto, pôde-se verificar que as propostas estabelecidas nos programas implementados e as ações tomadas em seus diversos âmbitos representam um esforço conjunto do setor produtivo de instituições e do governo para o aumento da competitividade do setor de HPPC.

De um modo geral, pôde-se perceber que os órgãos envolvidos com o Fórum mantêm diferentes graus de comprometimento com as metas estabelecidas. Destaca-se nesse caso o BNDES, que tem uma participação conjunta com a ABIHPEC na adequação das linhas de financiamento de acordo com as necessidades das empresas do setor.

Um importante ponto a ser observado é que, apesar de ter sido criado há mais de três anos, não foi possível identificar um número significativo de informações que tratem do monitoramento dos resultados do Fórum. As dificuldades em obter informações dessa natureza também foram verificadas quando o pesquisador entrou em contato direto com os órgãos envolvidos com o Fórum. A exceção foi o BNDES que passou as informações relativas ao desembolso dessa instituição para o setor estudado quando solicitado.

Com relação ao comércio exterior, as metas estabelecidas para o Fórum de Competitividade de HPPC determinam o aumento das exportações e da balança comercial do setor. O órgão responsável pelo tema “Comércio Exterior” é o coordenador do GT1, a APEX. Apesar de estar sob o comando de uma agência que tem como principal função promover as exportações nacionais, os temas apresentados pela SDP para o GT1 dizem respeito à desregulamentação dos procedimentos sanitários nas alfândegas brasileiras. Essas questões, porém, deveriam ser discutidas no âmbito do GT4 que trata da regulação para o setor sob coordenação da ANVISA.

Dessa maneira, percebe-se que, no âmbito do Fórum de Competitividade, não foi possível identificar ações concretas da APEX que possam representar *o aumento das exportações* ou *a ocupação de nichos de mercados no exterior fixando a marca Brasil*, metas estabelecidas para o Fórum. Mesmo assim, para a pesquisa quantitativa, o Fórum será relacionado ao desempenho exportador.

Um dos pontos mais relevantes observados no GT-2 foi a efetiva presença do BNDES no atendimento às demandas do setor no âmbito do Fórum de Competitividade. Isso é percebido não só pelas ofertas de crédito disponíveis, mas, principalmente, pelo esforço demonstrado em divulgar e adequar esses produtos para as empresas do setor.

A análise da competitividade relacionada ao GT2 se fundamenta na possibilidade de que o desembolso do BNDES para as empresas do setor seja capaz de representar o aumento do volume das exportações de produtos de HPPC e, assim, contribuir para o superávit comercial do setor.

Os resultados observados no GT3 estão limitados a confirmar o apoio econômico e técnico para o setor de HPPC. As metas estabelecidas para o Fórum envolvendo a perspectiva tecnológica dizem respeito à ampliação e modernização da produção, ao aumento da produtividade, à capacitação tecnológica e ao aproveitamento da biodiversidade nacional como matéria - prima. Isso significa que se as metas estiverem sendo cumpridas, espera-se que ocorra um aumento no valor agregado dos produtos exportados, o que contribuiria para o aumento do índice TTL após o ano de 2003.

Entende-se que as ações e esforços a serem desenvolvidos pelo GT-4 afetam diretamente as questões discutidas pelo GT1. Além disso, até o momento, não foi possível verificar nenhum resultado concreto de questões relacionadas acima. Dessa maneira, para o desenvolvimento da pesquisa, entende-se que as ações próprias do GT4 estão diretamente relacionadas ao GT1.

Na seção seguinte será analisada a competitividade revelada. O propósito é verificar se há uma relação entre os aspectos observados pela perspectiva da competitividade potencial no âmbito do Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de HPPC e os resultados do setor no mercado internacional.

5.3 Desempenho do setor de HPPC do Brasil no mercado mundial.

Nessa seção, serão abordados os resultados do setor de HPPC do Brasil e de outros países no mercado internacional.

Inicialmente, serão comparados os números do setor brasileiro com o de outras nações que ocupam um lugar de destaque no comércio internacional de produtos de HPPC. Esse procedimento tem como objetivo demonstrar o desenvolvimento do setor brasileiro no mercado internacional. Serão relacionados também os dados relativos ao câmbio e ao comportamento das exportações e importações do setor. O objetivo é verificar uma possível influência da taxa de câmbio.

5.3.1 O Brasil e o mercado mundial de HPPC

O setor de HPPC mundial é caracterizado pela presença tanto de grandes corporações como de pequenas empresas. A razão para isso se deve, segundo o BNDES (2006), “[...] à simplicidade da base técnica de importantes segmentos do setor, que lidam basicamente com a manipulação de fórmulas relativamente simples”.

No mercado internacional, destacam-se,

[...] as grandes empresas transnacionais, que atuam geralmente em diversos segmentos da indústria – cosméticos, perfumaria e higiene pessoal – e possuem ligações importantes com atividades químicas, farmacêuticas e, em alguns casos, de alimentos, aproveitando-se das economias de escala e de escopo decorrentes da proximidade da base técnica-produtiva e, sobretudo, comercial dessas atividades. (FINEP, 2003 p.5).

Segundo dados da ABIHPEC (2006), o mercado brasileiro para produtos de HPPC era até o ano 2000 o 6º mundial em consumo. No cenário internacional, no mesmo ano, o setor ocupava a 28ª posição do *ranking* de exportadores e 30º entre os importadores. Nesse ano especificamente, o déficit comercial do setor foi de setenta e três milhões de dólares (ABIHPEC, 2006). Apesar disso, os números verificados nos últimos anos indicam que o setor brasileiro vem ampliando as suas exportações e melhorando a sua participação no mercado internacional. De acordo com os dados da ABIHPEC (2007), Estados Unidos, Japão, Alemanha, França e Inglaterra são responsáveis por 50% do consumo de produtos de HPPC no mundo. Esses países são também grandes exportadores e importadores mundiais.

Apesar de ter sido o quarto mercado consumidor mundial de cosméticos em 2005 (ABIHPEC, 2007) (tabela 3), o Brasil tem uma modesta participação no comércio internacional para os produtos de HPPC (tabela 4).

Tabela 3
Mercado mundial de cosméticos em 2005

| PAÍS | VALOR US\$ Milhões | CRESCIMENTO % | PARTICIPAÇÃO % |
|---------------|-------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| MUNDO | 253.267 | 8,2 | 100 |
| EUA | 48.538 | 3,2 | 19,2 |
| JAPÃO | 31.744 | 3,6 | 12,5 |
| FRANÇA | 14.882 | 7,6 | 5,9 |
| BRASIL | 13.732 | 34,2 | 5,4 |
| ALEMANHA | 12.952 | 4,8 | 5,1 |
| REINO UNIDO | 12.350 | 4,3 | 4,9 |
| CHINA | 10.306 | 11,1 | 4,1 |
| ITÁLIA | 10.255 | 7,2 | 4 |
| ESPAÑA | 7.670 | 13,1 | 3 |
| RÚSSIA | 7.466 | 12,9 | 2,9 |
| Total | 169.895 | 7,5 | 67,1 |

Fonte: BNDES, 2007, p.136

Pela tabela 3 percebe-se que os seis principais mercados consumidores de produtos de cosméticos no mundo, com exceção do Brasil, são países desenvolvidos. Observa-se também que, para esse segmento, somente Brasil, Rússia, China e Espanha apresentaram um crescimento superior à média mundial.

Com relação ao comércio internacional, constata-se, conforme a Tab. 4, que entre os cinco principais mercados consumidores no ano de 2005, três se encontram entre os principais exportadores de produtos de HPPC. As exceções, nesse caso são o Japão e o Brasil que destinam a maior parte de sua produção para o mercado interno.

Tabela 4
O Brasil e os principais exportadores de produtos de HPPC (US\$ MI)

| PAÍS | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| França | 6.006 | 6.709 | 8.196 | 9.458 | 10.054 |
| Estados Unidos | 3.369 | 3.355 | 3.687 | 4.182 | 4.746 |
| Alemanha | 2.741 | 3.137 | 4.031 | 4.676 | 4.687 |
| Reino Unido | 2.421 | 2.621 | 3.128 | 3.484 | 3.470 |
| Itália | 1.494 | 1.647 | 1.968 | 2.394 | 2.580 |
| Bélgica | 797 | 847 | 1.038 | 1.161 | 1.206 |
| Brasil | 192 | 203 | 245 | 332 | 409 |

Fonte: BNDES(2007) e Sistema Alice-Web. Adaptada pelo autor da dissertação

Apesar de ser o terceiro mercado consumidor, a França se destaca entre os principais exportadores de produtos HPPC. Nesse cenário, o Brasil demonstra um crescimento relevante em suas exportações. De 2001 a 2005 o crescimento brasileiro foi de 113% contra 67% da França, 70% da Alemanha e 51% da Bélgica por exemplo. Dos países desenvolvidos, a Itália foi o que apresentou o maior crescimento (72,7%) e os Estados Unidos o menor (40,9%).

Com relação à influência do câmbio nas exportações verifica-se que mesmo com a valorização do Real nos últimos anos (tabela 5), o setor brasileiro vem aumentando consideravelmente o volume exportado a taxas superiores à média internacional.

Tal fato demonstra que a taxa de câmbio não tem sido, em princípio, um fator determinante que seja capaz de influenciar o comportamento das exportações para os produtos de HPPC.

Tabela 5
Variação das exportações e das Taxa de Câmbio (2001-2006)

| ANO | EXP | TX. Câmbio |
|-------------|------------|-------------------|
| 2002 | 5,90% | 23,91% |
| 2003 | 20,49% | 5,34% |
| 2004 | 35,89% | -4,95% |
| 2005 | 23,14% | -16,77% |
| 2006 | 19,26% | -10,64% |

Fonte: ABIHPEC Banco Central do Brasil. Adaptado pelo autor

A tabela 5 revela que, aparentemente, não existe uma relação entre a taxa de câmbio e as exportações do setor. No ano de 2002, por exemplo, quando houve uma valorização de 23,91% da taxa de câmbio em relação a 2001, o crescimento do setor foi de apenas 5,90%. Enquanto isso, no ano de 2004, aconteceu uma valorização do Real em relação ao Dólar, o que, teoricamente, prejudicaria as exportações. Entretanto, o aumento das exportações nesse período foi de quase 36%. Com relação às importações, observa-se um aumento significativo a partir de 2005 enquanto a variação da taxa de câmbio apresenta uma queda a partir de 2004 (tabela 6).

Tabela 6
Varição das importações e das Taxa de Câmbio (2001-2006)

| ANO | IMP | TX. Câmbio |
|-------------|------------|-------------------|
| 2002 | -23,96% | 23,91% |
| 2003 | -1,31% | 5,34% |
| 2004 | 4,35% | -4,95% |
| 2005 | 34,96% | -16,77% |
| 2006 | 39,17% | -10,64% |

Fonte: ABIHPEC e Banco Central do Brasil. Adaptado pelo autor da dissertação

Pelos dados mostrados na tabela 6, é possível perceber que a taxa de câmbio pode ter afetado o comportamento das importações para o setor de HPPC. Isso aconteceu principalmente nos dois últimos anos do período selecionado. Nesse caso, o significativo aumento das importações a partir de 2005 é acompanhado por uma representativa desvalorização do Dólar em relação ao Real.

Para verificar, com mais precisão, se houve uma influência do câmbio nas exportações e importações, é preciso realizar uma associação das variáveis com diferentes defasagens de tempo. Esse procedimento foi realizado e os resultados são apresentados na tabela 15.

Com relação aos produtos exportados e importados, o setor de HPPC no Brasil apresenta diferentes comportamentos de acordo com o grupo de produtos (Tabelas 7 e 8).

Tabela 7
Exportação em US\$ do setor HPPC por grupo de produtos (2001-2006)

| | Fragrâncias | Cosméticos | Capilares | Hig. Oral | Sabonetes | Descartáveis | Tissues |
|-------------|---------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------------|
| 2001 | 1.202.796 | 8.086.509 | 24.205.346 | 64.114.865 | 28.859.990 | 34.618.433 | 12.599.117 |
| 2002 | 1.304.242 | 7.436.534 | 42.332.294 | 60.725.093 | 38.085.929 | 28.343.814 | 6.253.383 |
| 2003 | 1.643.764 | 14.424.090 | 55.363.969 | 64.309.030 | 52.943.304 | 21.760.460 | 11.294.712 |
| 2004 | 2.828.340 | 22.272.460 | 73.129.024 | 86.480.175 | 74.877.152 | 26.401.802 | 18.589.554 |
| 2005 | 3.715.318 | 25.323.524 | 89.816.560 | 112.826.467 | 93.343.912 | 25.103.090 | 26.332.149 |
| 2006 | 4.396.962 | 36.357.077 | 98.923.653 | 139.375.824 | 118.625.020 | 25.091.904 | 24.126.902 |
| | Desodorantes | Preservativos | Cutelaria | Escovas | Outros | Total | Var% |
| 2001 | 4.847.151 | 389.536 | 8.238.644 | 1.886.000 | 2.690.565 | 191.738.952 | |
| 2002 | 6.596.102 | 126.274 | 7.721.019 | 1.279.000 | 2.870.832 | 203.074.516 | 5,90% |
| 2003 | 9.306.719 | 399.388 | 8.458.424 | 1.646.000 | 3.136.586 | 244.686.446 | 20,50% |
| 2004 | 12.473.146 | 395.172 | 9.487.479 | 1.723.000 | 3.850.157 | 332.507.461 | 35,90% |
| 2005 | 17.293.751 | 206.369 | 8.559.669 | 1.731.000 | 5.207.444 | 409.459.253 | 23,10% |
| 2006 | 25.626.147 | 107.917 | 7.832.780 | 1.580.000 | 6.295.910 | 488.340.096 | 19,30% |

Fonte: elaborada pelo autor da dissertação a partir dos dados da pesquisa

Os dados da tabela 7 revelam um crescimento em quase todos os grupos de produtos. Com exceção dos descartáveis, dos preservativos, produtos de cutelaria e escovas, os outros grupos apresentaram um crescimento entre o período de 2001 e 2006. Os crescimentos mais representativos foram observados entre os produtos de desodorantes (429%), cosméticos (349%), sabonetes (311%) e fragrâncias (266%).

Tabela 8
Importação em US\$ do setor HPPC por grupo de produtos (2001-2006)

| | Fragrâncias | Cosméticos | Capilares | Hig. Oral | Sabonetes | Descartáveis | Tissues |
|-------------|--------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------------|
| 2001 | 31.683.060 | 40.526.981 | 9.458.462 | 20.370.224 | 20.847.217 | 14.574.543 | 900.000 |
| 2002 | 26.650.158 | 31.307.474 | 7.541.055 | 15.532.350 | 8.558.024 | 11.219.720 | 2.003.200 |
| 2003 | 34.270.953 | 29.927.681 | 7.838.451 | 12.895.382 | 4.879.744 | 2.887.264 | 2.707.400 |
| 2004 | 34.718.042 | 27.716.295 | 9.375.149 | 14.343.665 | 9.423.289 | 5.482.534 | 2.853.920 |
| 2005 | 48.957.035 | 35.164.995 | 11.088.974 | 17.671.124 | 6.421.304 | 9.736.443 | 3.965.107 |
| 2006 | 59.671.574 | 48.046.859 | 13.405.839 | 26.785.207 | 3.761.165 | 43.250.281 | 5.341.940 |
| | Desodor.* | Preservativos | Cutelaria | Escovas** | Outros | TOTAL | Var% |
| 2001 | 34.731.342 | 9.079.403 | 4.814.520 | 5.687.758 | 7.593.123 | 200.266.633 | |
| 2002 | 22.028.907 | 11.291.187 | 3.508.446 | 5.314.037 | 7.328.927 | 152.283.485 | -23,96% |
| 2003 | 23.912.951 | 15.192.290 | 3.698.484 | 4.779.055 | 7.298.558 | 150.288.213 | -1,31% |
| 2004 | 30.120.336 | 5.456.081 | 4.147.635 | 6.157.986 | 7.031.786 | 156.826.718 | 4,35% |
| 2005 | 41.470.633 | 13.123.685 | 5.441.308 | 8.612.461 | 10.004.852 | 211.657.921 | 34,96% |
| 2006 | 55.655.668 | 11.255.075 | 7.086.135 | 9.202.815 | 11.095.201 | 294.557.759 | 39,17% |

Fonte: elaborada pelo autor da dissertação a partir dos dados da pesquisa

Com relação aos produtos importados, observa-se que os maiores crescimentos foram verificados nos dois últimos anos do período selecionado. Percebe-se também que esses foram os dois únicos anos em que o crescimento das importações foi maior que o das exportações. A possível explicação para isso, conforme visto anteriormente, pode ser encontrada na variação da taxa do câmbio.

Os dados das tabelas 7 e 8 revelam que o setor de HPPC no mundo tem apresentado índices de crescimento relevantes.

Os dados indicam também que entre os principais mercados mundiais, o crescimento é maior em países em desenvolvimento. Com exceção da Espanha, que provavelmente foi beneficiada com a sua participação na União Européia, Brasil, Rússia e China foram, respectivamente, os mercados que mais cresceram para produtos de HPPC.

A análise dos dados apresentados até aqui não permite, ainda, relacionar o fórum de competitividade com o crescimento das exportações e importações do setor no mercado internacional. Entretanto, é possível antecipar que, fatores sistêmicos como as tendências do

mercado (crescimento do consumo mundial) e o câmbio podem estar relacionados ao desempenho das exportações e importações, respectivamente.

5.4 Análise quantitativa dos resultados (competitividade revelada)

Nesta seção, os resultados são apresentados em duas etapas: na primeira, compara-se o desempenho do setor de HPPC do Brasil com o de outros países mediante a utilização do VCR; na segunda, os dados são discutidos mediante a utilização de procedimentos estatísticos de regressão linear simples.

O método estatístico de regressão descreve a relação entre duas variáveis com o uso de uma equação. A regressão linear simples envolve até duas variáveis enquanto a regressão múltipla envolve três ou mais variáveis. (TRIOLA, 1998)

O proposto nesta fase de análise quantitativa da dissertação enfoca a verificação da existência de relação entre o Fórum de Competitividade do setor HPPC com o desempenho do setor.

Para a análise dos resultados, utilizou-se o Coeficiente de Determinação R^2 e o valor de t . O Coeficiente R^2 Ajustado é uma medida de ajustamento da equação da regressão múltipla aos dados da amostra. De acordo com Pindyck e Rubinfeld (2004), o R^2 mede a qualidade do ajustamento e permite comparar a validade dos resultados da regressão. Se $R^2=1$, isto significa um ajuste perfeito entre as variáveis. Valores próximos de 1 indicam um bom ajuste enquanto valores próximos de zero apontam para um fraco ajuste.

5.4.1 Análise do índice da Vantagem Comparativa Revelada (VCR) entre o setor de HPPC do Brasil e de outros países.

O VCR foi utilizado nesta pesquisa com o objetivo de se verificar o desempenho do setor de HPPC no mercado mundial em relação a outros países. Os países foram selecionados levando-se em consideração a sua representatividade no volume de exportações. A tabela 9 apresenta os dados referentes ao VCR dos cinco principais exportadores mundiais de produtos de HPPC.

Tabela 9
Índice da Vantagem Comparativa Revelada por países selecionados

| | 2002 | | 2003 | | 2004 | | 2005 | |
|----------------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | VCR | Var% | VCR | Var% | VCR | Var% | VCR | Var% |
| França | 4,13 | 9,3% | 4,55 | 10,2% | 4,73 | 4,0% | 5,15 | 8,9% |
| Estados Unidos | 1,06 | 1,5% | 1,06 | 0,0% | 1,15 | 8,5% | 1,13 | -1,7% |
| Alemanha | 1,03 | 10,4% | 1,16 | 12,6% | 1,15 | -0,9% | 1,14 | -0,9% |
| Reino Unido | 2,06 | 8,9% | 2,21 | 7,3% | 2,25 | 1,8% | 2,14 | -4,9% |
| Itália | 1,33 | 6,7% | 1,45 | 9,0% | 1,54 | 6,2% | 1,66 | 7,8% |

Fonte: SECEX e ONU, adaptado pelo autor da dissertação.

Pela tabela 9, verifica-se que os cinco maiores exportadores mundiais apresentaram um índice superior a 1 em todos os períodos observados. Isso indica, segundo o VCR, que todos eles revelam vantagem comparativa para os produtos do setor de HPPC.

Percebe-se também, sempre considerando o VCR, que os principais países exportadores de produtos de HPPC, com exceção da França e da Itália, diminuíram a sua competitividade no último ano pesquisado. Apesar disso, todos eles evidenciaram um aumento do índice se comparado com os índices do ano base (2002).

Com relação ao Brasil, os números indicam um avanço na competitividade mundial para os produtos de setor de HPPC quando o VCR é utilizado (tabela 10).

Tabela 10
Índice da Vantagem Comparativa Revelada (Brasil)

| | 2002 | | 2003 | | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
|--------|------|------|------|-------|------|-------|------|-------|------|--------|
| | VCR | Var% | VCR | Var% | VCR | Var% | VCR | Var% | VCR | Var% |
| Brasil | 0,71 | 1,5 | 0,72 | 1,41% | 0,77 | 6,94% | 0,82 | 6,49% | 1,17 | 42,68% |

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da SECEX e da ONU.

Os dados apresentados na tabela 10, indicam que o Brasil vem aumentando o seu VCR para o setor de HPPC nos últimos anos. Em 2006, especificamente, o setor alcançou o índice 1,17 que indica que, tendo como referência o VCR, o Brasil pode ser considerado competitivo mundialmente nas exportações de produtos de HPPC.

5.4.2 Análise das Regressões Lineares

Como as variáveis selecionadas para as regressões estão relacionadas com o Fórum de Competitividade que representa uma variável qualitativa, foram atribuídos valores entre 0 e 1 de acordo com as explicações feitas na seção 3.4.

O modelo $y = \alpha + \beta x_0 + \varepsilon$ foi adotado para analisar a relação entre as variáveis para o período pré-fórum enquanto que o modelo $y = \alpha + \beta x_1 + \varepsilon$ foi utilizado para analisar o período pós-fórum em que:

$y =$ variável dependente

$\alpha =$ coeficiente de interseção

$\beta =$ coeficiente de variação e/ou inclinação

$x =$ variável independente

β_0 e $\beta_1 =$ variáveis *Dummies*

5.4.2.1 Exportação e Fórum

O desempenho das exportações pode ser influenciado por metas estabelecidas pelo fórum relacionadas à modernização, ampliação da capacidade instalada e à promoção das empresas em novos mercados no exterior. Acredita-se que se essas metas forem cumpridas, espera-se um aumento do volume exportado, após a existência do Fórum, superior ao crescimento existente antes do Fórum.

Tabela 11
Exportação - Fórum

| | | Coefficientes | Estatística t | Valor - p | R²Ajustado |
|---------------------------------|------------|----------------------|----------------------|------------------|------------------------------|
| Exportação com tendência | Interseção | 7653939,56 | 10,81 | 0,000000 | 92,06% |
| | Fórum | 1929314,92 | 1,72 | 0,089928 | |
| | Tendência | 370577,90 | 14,18 | 0,000000 | |
| Exportação com AR1 | Interseção | 434085,72 | 1,04 | 0,300346 | -1,14% |
| | Fórum | -310065,50 | -0,46 | 0,647206 | |

Fonte: elaborada pelo autor da dissertação a partir dos dados da pesquisa

Conforme os dados apresentados na tabela 14, quando a regressão é realizada com a tendência, observa-se um forte relacionamento entre as variáveis já que é explicada por 92,06%. Entretanto, o nível de significância de t permanece abaixo do valor determinado para um nível de 95% de certeza que é de 1,96.

Quando a regressão é feita utilizando-se a diferença (AR1) observa-se que uma relação insignificante entre as variáveis.

Nesse caso, para a relação Exportação-Fórum, rejeita-se h_0 e confirma-se h_2 .

5.4.2.2 Importação e Fórum

Conforme mencionado anteriormente, as séries temporais com os valores de exportação e importação apresentaram uma defasagem de AR1 segundo o teste de Dickey e Fuller. Para a correção foram apresentadas duas possibilidades: no primeiro caso, acrescentou-se uma variável com um valor determinado para cada período. Assim, cada mês relaciona-se a um valor específico. (Tendência). No segundo, subtraiu-se o volume de um mês A pelo valor do mês anterior B (AR1).

As metas estabelecidas pelo Fórum relacionadas à importação apontam para a manutenção dos valores nos patamares de 2003. Dessa maneira, entende-se que, após o Fórum, espera-se que não haja uma alteração relevante nos volumes de importação.

Conforme visto na tabela 8, o volume de importação do setor de HPPC aumentou consideravelmente entre 2001 e 2006. Assim, já é possível afirmar que não há uma relação entre as metas estabelecidas pelo fórum para as importações e o volume importado. A

realização de uma regressão relacionando Fórum e importação (tabela 13) serve apenas para verificar como essa relação acontece.

Tabela 12
Importação - Fórum

| | | Coeficientes | Estatística t | Valor - p | R²Ajustado |
|---------------------------------|------------|---------------------|----------------------|------------------|------------------------------|
| Importação com tendência | Interseção | 8946023,226 | 9,90 | 0,000000 | 28,27% |
| | Fórum | 4345607,246 | 3,04 | 0,003388 | |
| | Tendência | -2076,122887 | -0,06 | 0,950544 | |
| Importação com AR1 | Interseção | -56324,77273 | -0,15 | 0,881468 | 0,00% |
| | Fórum | 456410,7357 | 0,75 | 0,457085 | |

Fonte: elaborada pelo autor da dissertação a partir dos dados da pesquisa

Conforme os dados apresentados na tabela. 13, foi possível comprovar a relação positiva entre as importações e o Fórum de competitividade quando se usa a tendência. Entretanto, essa relação é explicada por apenas 28,27%.

Quando se utiliza a diferença (AR1), essa relação não é explicada.

Para a relação Importação-Fórum, portanto, rejeita-se h_0 e confirma-se h_4 .

5.4.2.3 Importação de carboxipolimetileno e saldo comercial de produtos de higiene oral

Entende-se que um melhor acesso à importação de insumos seja capaz de aumentar a competitividade de uma indústria a partir do momento que esses produtos afetem direta e/ou indiretamente a sua produtividade (FERRAZ, KUPFER e HAGUENAUER, 1997). Dessa maneira, acredita-se que a redução nas tarifas de importação de um insumo contribuirá para a produção de produtos acabados no mercado interno diminuindo, assim, a importação desses produtos.

Como resultado das discussões promovidas pelo Fórum de Competitividade de HPPC, verificou-se a redução do imposto de importação de um insumo utilizado nos produtos de higiene oral, o carboxipolimetileno, em setembro de 2006. Acredita-se que tal fato possa representar um fator de maior competitividade se o saldo comercial dos produtos de Higiene oral aumentar.

Devido à constatação de uma auto-regressão nos volumes de exportação e importação, os dados foram relacionados levando-se em conta a relação sem defasagem e com defasagem de 1 período (AR1).

Tabela 13
Importação de Carboxipolimetileno e balança comercial de produtos de Higiene Oral

| | | Coeficientes | Estatística t | Valor - p | R²Ajustado |
|---|-------------|---------------------|----------------------|------------------|------------------------------|
| Redução da Tarifa do Carboxipolimetileno com AR1 | Interseção | 5153,63891 | 0,01 | 0,992515 | -3,74% |
| | B.comercial | 0,74471282 | 0,65 | 0,525201 | |
| Redução da Tarifa do Carboxipolimetileno sem AR1 | Interseção | 10259855,9 | 13,58 | 0 | 6,02% |
| | B.comercial | 0,25837134 | 0,18 | 0,857175 | |

Fonte: elaborada pelo autor da dissertação a partir dos dados da pesquisa

Nota: * não foram incluídas as escovas de dente e os fios dentais

Como era de se esperar, a regressão sem AR1 confirma a possibilidade de uma série auto-regressiva uma vez que o valor de t muda significativamente se comparada com o modelo com AR1.

Pelos dados apresentados pela tabela 12, observa-se uma relação positiva entre as variáveis. Entretanto, essa relação é muito pouco significativa haja vista os valores de significância de t quando se aplica AR1. Dessa maneira rejeita-se a h_0 . Apesar disso, não se pode afirmar que a redução da alíquota de importação do carboxipolimetileno tenha afetado o saldo comercial dos produtos de higiene oral. Nesse caso, confirma-se h_6 .

5.4.2.4 Termos de Troca Líquidos (TTL) para o setor de HPPC

O objetivo de analisar a competitividade do setor de HPPC a partir do TTL está diretamente relacionado com as metas estabelecidas pelo Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de HPPC em 2003 e os determinantes empresariais da competitividade. Nesse caso, entende-se que a inovação tecnológica e a capacidade produtiva seriam capazes de agregar valor ao produto produzido no País. Se isso acontecer, acredita-se que aumentaria a venda de produtos com maior valor agregado e se promoveria a substituição da importação desses produtos por insumos. Como consequência, o valor do TTL deverá aumentar.

Os valores do TTL dos produtos selecionados para a pesquisa (APÊNDICE A) foram calculados pela divisão entre o valor agregado exportado (valor exportado dividido pelo peso) e o valor agregado importado (valor importado dividido pelo peso)

Para se verificar uma possível relação entre o Fórum de Competitividade e o índice de TTL foram realizadas regressões lineares simples com seis grupos de produtos (tabela 11).

Tabela 14
TTL – Fórum de Competitividade

| Variáveis | | Coefficientes | Estatística t | Valor - p | R ² Ajustado |
|-------------------------|------------|---------------|---------------|-----------|-------------------------|
| TTL Cosméticos | Interseção | 62,99 | 18,28 | 0,000000 | 17,27% |
| | Fórum | -18,625615 | -3,98 | 0,000167 | |
| TTL Fragrâncias | Interseção | 60,4248828 | 18,19 | 0,000000 | 32,30% |
| | Fórum | -26,652124 | -5,91 | 0,000000 | |
| TTL Higiene Oral | Interseção | 72,3471303 | 20,20 | 0,000000 | 19,13% |
| | Fórum | -20,531126 | -4,22 | 0,000073 | |
| TTL Capilares | Interseção | 47,2929769 | 23,25 | 0,000000 | 0,07% |
| | Fórum | -2,8357701 | -1,03 | 0,308387 | |
| TTL Sabonetes | Interseção | 57,560266 | 12,76 | 0,000000 | 0,75% |
| | Fórum | -7,6145699 | -1,24 | 0,218406 | |
| TTL Descartáveis | Interseção | 110,954465 | 18,46 | 0,000000 | 29,36% |
| | Fórum | 45,1176361 | 5,52 | 0,000001 | |

Fonte: elaborada pelo autor da dissertação a partir dos dados da pesquisa

Os dados apresentados pela tabela 11 revelam uma relação positiva apenas para o TTL dos descartáveis. Além disso, o modelo apresenta uma significância estatística representativa (acima de 1,96). Entretanto, o coeficiente de determinação ajustado não é representativo. O resultado obtido indica que, para os descartáveis, a proporção da variação na variável dependente y que é explicada pela equação da reta estimada é de apenas 29,36%.

Dessa maneira, para a relação entre os TTL dos seis grupos de produtos e o fórum de competitividade, rejeita-se h_0 e confirma-se h_1 .

5.4.2.5 Taxa de câmbio e as exportações e importações

Como forma de verificar como a taxa de câmbio afeta as exportações e importações do setor, foram realizadas regressões relacionando as taxas de câmbio de um determinado mês com as exportações e importações em diferentes meses. Esse procedimento permitiu identificar como o câmbio afeta o desempenho do comércio exterior do setor.

Tabela 15
Taxa de câmbio- exportação - importação

| | | <i>Coefficientes</i> | <i>Estatística t</i> | <i>Valor - p</i> | <i>R²Ajustado</i> |
|--|------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|
| Exportação com defasagem de 3 meses | Interseção | 14387101,04 | 7,43099278 | 2,760381 | 93,03% |
| | Taxa | -2350249,926 | -3,5760572 | 0,000659 | |
| Importação com defasagem de 6 meses | Interseção | 19646323,24 | 9,11304788 | 2155845 | 57,27% |
| | Taxa | -4701356,84 | -6,351724 | 740170,2 | |

Fonte: elaborada pelo autor da dissertação a partir dos dados da pesquisa

As regressões realizadas associando a taxa de câmbio e os volumes de importação e exportação apresentaram uma forte relação quando há uma defasagem de três meses para a exportação e de seis meses para a importação. Dessa forma, entende-se que a taxa de câmbio, como um fator macroeconômico, é determinante para o desempenho das exportações e importações do setor de HPPC.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 Conclusões

Com o objetivo de verificar uma possível relação entre o Fórum de Competitividade para a Cadeia Produtiva de HPPC e o desempenho do setor no mercado internacional, o presente trabalho abordou as transformações ocorridas no comércio exterior brasileiro durante a década de 90. Foram descritas as principais mudanças ocorridas e que levariam a uma reestruturação do comércio exterior brasileiro. Nesse contexto foi explicado o funcionamento dos fóruns de competitividade com destaque para o da cadeia produtiva de HPPC. Além disso, foram apresentados alguns índices e indicadores de competitividade internacional e descritos os modelos teóricos de competitividade elaborados por diversos autores da área.

O construto teórico que se aplicou ao trabalho analisa a competitividade a partir de determinantes em três diferentes classificações: o empresarial, o estrutural e o sistêmico.

Os determinantes empresariais estão relacionados diretamente à empresa e dizem respeito a sua capacidade em alocar recursos para melhorar o seu desempenho.

Entre os determinantes empresariais, para o setor de HPPC, foi constatada a importância da inovação tecnológica. Esses determinantes ganham importância quando se verificou que o futuro dos produtos da indústria de HPPC depende de pesquisas na área da biotecnologia, da nanotecnologia e das energias renováveis.

Dessa maneira, no âmbito do Fórum de Competitividade, o Ministério da Ciência e Tecnologia ocupa um papel de destaque no desempenho das empresas do setor. Conforme visto, esse órgão disponibiliza programas capazes de promover a melhoria da qualidade de gestão, produtos e processos, principalmente para as empresas exportadoras de pequeno porte. Apesar desse fato, verificou-se que os acordos cooperativos com centros de pesquisa são um privilégio de poucas empresas. Além disso, mediante a análise dos relatórios de organizações como o BNDES, constatou-se que os cargos que se relacionam a processos inovativos são restritos às poucas grandes empresas do setor.

Para se verificar uma provável relação entre os determinantes empresariais e o desempenho do setor no mercado internacional, foram realizados procedimentos estatísticos associando o

fórum de competitividade e o TTL de seis grupos de produtos. O resultado indica que houve uma relação entre o fórum e os Termos de Troca Líquidos dos produtos selecionados. Entretanto essa relação não foi suficientemente significativa para afirmar que o fórum contribuiu para o aumento do índice TTL do setor.

Dessa maneira, entende-se que, até o momento, o Fórum de Competitividade de HPPC não foi capaz de promover a competitividade do setor a partir da inovação tecnológica.

Os determinantes estruturais se caracterizam por uma menor intervenção da empresa e estão diretamente relacionados às características do mercado e à participação de instituições extramercado. Nesse contexto, para o presente trabalho, observou-se a participação de instituições governamentais, no âmbito do fórum, que estivessem relacionados aos incentivos para o acesso a mercados internacionais.

Percebeu-se principalmente o relevante papel do BNDES como órgão responsável pela oferta de créditos em condições especiais para as empresas exportadoras do setor.

Conforme visto, a relação entre os determinantes estruturais da competitividade e o Fórum de Competitividade de HPPC se fundamenta na possibilidade de que o desembolso do BNDES para as empresas do setor seja capaz de representar o aumento do volume das exportações de produtos de HPPC e assim contribuir para o superávit comercial.

Foi possível observar que esse órgão tem se esforçado para atender as demandas do setor. Como resultado, verificou-se um aumento significativo do desembolso dessa instituição para o setor. Isso aconteceu, principalmente, no ano de 2006. Entretanto, não se pode afirmar que a atuação desse órgão, como coordenador do GT2, tenha afetado o desempenho exportador do setor.

Ainda, em relação aos determinantes estruturais, observou-se que a APEX tem como principal objetivo em seu escopo de negócio a promoção das empresas brasileiras no exterior. Entretanto, não foi possível identificar algum resultado efetivo que envolve esse tema nos relatórios da SDP. Em sua totalidade, as discussões apresentadas envolvem temas relacionados à importação.

Esse foi o caso do carboxipolimetileno cujo imposto para a importação foi reduzido de 14 para 2%.

Para verificar o resultado dessa medida com o desempenho do setor no mercado internacional realizou-se uma regressão relacionando esse fato ao saldo comercial dos produtos de higiene oral. Esperava-se que os produtos importados, que continham esse insumo, fossem substituídos por produtos fabricados no Brasil. Dessa maneira, acreditava-se que essa redução poderia beneficiar o saldo comercial de produtos de higiene oral.

Como resultado, observou-se não haver nenhuma relação entre as variáveis apresentadas, indicando que tal medida, até o momento, não afetou o desempenho das exportações e importações para esse segmento.

Outro aspecto que se relaciona aos determinantes estruturais envolve a ANVISA, coordenadora do GT4, responsável pela simplificação e padronização dos procedimentos sanitários nas alfândegas para produtos que estão sendo exportados e importados.

Como resultado, constatou-se que todas as ações propostas no âmbito do fórum e que envolvem a ANVISA continuavam pendentes até o final da conclusão deste trabalho.

Dessa maneira, conclui-se que as observações que envolveram os determinantes estruturais no âmbito do fórum não apresentaram resultados que possam confirmar uma relação com o desempenho do setor no mercado internacional. Essa conclusão se baseia nos seguintes pontos:

- o setor já vinha apresentado crescimento significativo nas exportações antes da instalação do fórum e não apresentou uma mudança significativa nos anos posteriores ao seu funcionamento;
- a relação entre o acesso a insumos de outros países e o saldo comercial para os produtos que utilizam esse insumo não foi representativa;
- a relação entre o fórum e as importações foi insignificante, de acordo com a regressão realizada.

Conforme mencionado, para este trabalho, os fatores sistêmicos foram representados por determinantes macroeconômicos (taxa de câmbio) e internacionais (concorrência global).

Nesse contexto, foram abordadas as questões relacionadas ao câmbio e aos principais *players* do setor de HPPC no mercado mundial. Constatou-se que a taxa de câmbio foi capaz de influenciar no comportamento das importações e das exportações.

Com relação à concorrência global, observou-se um crescimento significativo desse setor em vários países, com destaque para os mercados emergentes.

Verificou-se que o setor de HPPC do Brasil vem apresentando um crescimento quantitativo demonstrado pelos volumes de exportação e importação. Constatou-se também um aumento qualitativo demonstrado pelo aumento progressivo do VCR que atingiu, em 2006 um índice que confirma a competitividade internacional do setor. Entretanto, não se pode afirmar que esses resultados estejam diretamente relacionados ao fórum de competitividade.

Conforme as análises apresentadas, não foi possível relacionar os resultados encontrados nas ações promovidas por esse evento e o desempenho internacional do setor de HPPC.

Pelo exposto acima, pôde-se concluir que o fórum de competitividade não foi, até o momento, capaz de influenciar o desempenho do setor no mercado internacional.

Essa conclusão de fundamenta nas seguintes constatações:

- as metas do Fórum relacionadas à importação prevêm a manutenção dos valores nos patamares de 2003. Entretanto, como se verificou, as importações aumentaram significativamente influenciadas pela taxa do câmbio;
- segundo as metas estabelecidas em 2003, as exportações deveriam aumentar em cerca de 18% ao mês. O setor já apresentava um crescimento superior a essa taxa em 2003. Verificou-se também a existência do crescimento das exportações desse setor em vários países, o que revela uma tendência mundial. Além disso, a relação entre o Fórum e as exportações não foi confirmada, de acordo com as regressões realizadas;
- com relação ao desenvolvimento tecnológico, uma outra meta estabelecida, não foi possível perceber uma relação entre o Fórum e o aumento dos TTL entre os produtos pesquisados.

Diante desse resultado, acredita-se que as possíveis razões que explicariam o aumento das exportações do setor de HPPC do Brasil poderiam ser encontradas no aumento da demanda

para produtos de HPPC em âmbito mundial e na possível atuação das corporações transnacionais que atuam no País e que se beneficiam das vantagens competitivas de uma produção e distribuição em escala global.

6.2 Limitações da pesquisa, contribuições e recomendações

A realização de uma pesquisa acadêmica se restringe às limitações do tempo e do rigor metodológico. As restrições próprias do recorte epistemológico levam, necessariamente, à redução das possibilidades conceituais e teóricas sobre um determinado assunto.

No caso específico deste trabalho, não foi possível, em função do tempo, abordar outros fatores determinantes da competitividade que poderiam, possivelmente, influenciar o desempenho do setor estudado. Além disso, como o setor de HPPC apresenta uma variada gama de produtos com características diferentes entre si, não foi possível analisar a totalidade dos produtos do setor.

Uma outra limitação refere-se ao pouco tempo de existência dos Fóruns de Competitividade. Uma série temporal de seis anos, nesse caso, não representa um tempo ideal para se obter resultados contundentes. Tal fato, porém, não invalida o presente trabalho, pois as análises realizadas são capazes de apresentar verificações que, até o momento, não foram disponibilizadas pelos órgãos competentes.

Com relação às contribuições que o presente trabalho pode representar, vale destacar que foi observado um evento recente (o fórum de competitividade para a cadeia de HPPC) e que os resultados apresentados revelam os pontos fracos e fortes na relação entre o fórum e o desempenho do setor no mercado internacional.

Além disso, a realização desta pesquisa deve contribuir como uma orientação para as indústrias do setor que procuram aumentar a sua competitividade nas exportações de seus produtos.

Os resultados encontrados permitem especular sobre novos trabalhos que possam complementar este estudo. Nesse caso, sugere-se uma pesquisa que tenha como unidade de observação as empresas de pequeno porte do setor. Esse estudo se torna relevante, uma vez que se percebeu que os órgãos envolvidos com o fórum de competitividade disponibilizam programas que estão voltados, principalmente, para esse tipo de organizações.

Uma outra pesquisa interessante seria um estudo que pudesse comparar o desenvolvimento de empresas nacionais do setor de HPPC com os das multinacionais.

Uma outra proposta se refere a estudos para segmentos de produtos específicos (higiene pessoal, perfumaria e cosméticos), no qual possa analisar-se o seu desempenho e atuação no mercado externo.

Finalmente, no âmbito da internacionalização de empresas, sugere-se um estudo que identifique as características do processo de internacionalização das unidades empresariais do setor.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS – APEX. **Eventos internacionais.** Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/interna.aspx?id=24>> Acesso em 15, maio, 2007.

AKTOUF, Omar. **Governança e pensamento estratégico:** uma crítica a Michael Porter. Revista de Administração de Empresas- RAE. São Paulo, v.42, n.3, p. 43-53, jul./set., 2002.

ALÉM, Ana Cláudia. **As novas políticas de competitividade na OCDE:** lições para o Brasil e as ações do BNDES. Parcerias Estratégicas n.8, maio. 2000, p. 201- 35.

ANDERSON, David, R.; SWEENEY, Dennis, J.; WILLIAMS, Thomas, A. **Estatística aplicada à administração e economia.** São Paulo: Thomson. 2002

ANDERSON, Perry, Balanço do neoliberalismo In____: SADER, Emir (Org.) **Pós neoliberalismo:** as políticas sociais e o estado democrático. São Paulo: Paz e Terra, 1995, p.9-38.

ANTERO A.S. Articulação de políticas públicas a partir dos fóruns de competitividade setoriais: a experiência recente da cadeia produtiva têxtil e de confecções. **Revista de Administração Pública,** Rio de Janeiro, v.40 n.1, p.57-80, jan./fev. 2006.

ARAÚJO JR., José. Tavares de. Concorrência, competitividade e política econômica In: ____ BAUMANN, Renato (Org). **O Brasil e a economia global.** Rio de Janeiro: Campus/SOBEET 1996, 75-86.

ARRIGHI. Giovanni, **O longo século XX.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1994.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL PERFUMARIA E COSMÉTICOS – ABIHPEC - **Comércio Exterior.** Disponível em: <www.abihpec.org.br>. Acesso em: 08 nov. 2006.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL PERFUMARIA E COSMÉTICOS ABIHPEC - **Panorama do Setor.** Agosto de 2006. Disponível em: <www.abihpec.org.br>. Acesso em 10 abr. 2007.

BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL. **Análise da competitividade das principais aglomerações produtivas de móveis da região sul do Brasil.** Florianópolis, 2006. 208 p.v1.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - BNDES. Panorama da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. **BNDES Setorial,** Rio de Janeiro, n. 25, p. 131-56, mar. 2007.

_____. **Apoio às exportações.** Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/linhas/exportacao.asp>. Acesso em 10 abr. 2007.

BAUMANN, Renato, O sistema monetário internacional, In _____: GONÇALVES, Reinaldo, **A Nova Economia Internacional**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

_____. (Org.) **O Brasil e a economia global**. Rio de Janeiro: Campus/SOBEET 1996.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo; MARTINS, Gilberto de Andrade; SILVEIRA, José Augusto Giesbrecht da. In: _____ ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 2003, Atibaia. Anais...**Abordagem Metodológica qualitativo-quantitativo em pesquisas na área de administração**.

COLLIS, J. HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração**. Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.

COUTINHO, L. FERRAZ, J.C. (Coords). Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira. Campinas, MCT, Papirus. 1994.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**. Método qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DACHS, José N.W. **Texto para matemática estatística 73**. Instituto de Matemática Estatística e Computação Científica. Universidade de Campinas- UNICAMP. 2004. Disponível em <http://www.ime.unicamp.br/~dachs/ME173/livro/capitulo1-2.htm> Acesso em: 10 ago. 2007.

DE MUÏLDER, Cristiana Fernandes. **Indústria siderúrgica brasileira: evolução recente e tendências**. 2004. 100 f. Tese (Doutorado em Economia) – Universidade Federal de Viçosa. Viçosa.

DIAS, Viviane V. O Brasil entre a força de poder e o poder da força In: _____ BAUMANN, Renato (Org.). **O Brasil e a economia global**. Rio de Janeiro: Campus/SOBEET, 1996. p.55-75.

DICKEN, Peter, **Global shift: The internationalization of economic activity**. London: Paul Chapman Publishing ltd. 1992.

FERRAZ, João Carlos; KUPFER, David; HAGUENAER, Lia. **Made in Brazil – Desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

FREEMAN, Chris. Um pouso forçado para a “nova economia”? A tecnologia da informação e o sistema nacional de inovação dos Estados Unidos. In: _____ LASTRES, H.; CASSIOLATO, J.E.; ARROIO, A. (Orgs.) **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto. 2005. cap.2, p. 51-82.

COLLIS, Jill. HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração**, um guia prático para alunos da graduação e pós-graduação. Porto Alegre: Bookman, 2005.

FUNDAÇÃO CENTRO DE ESTUDOS EM COMÉRCIO EXTERIOR - FUNCEX. **Desempenho Exportador das Micro e Pequenas Empresas Industriais Brasileiras**. Jun. de 2005

GALLO, Santiago Martim (Org.) **Guia prático dos acordos internacionais assinados pelo Brasil no âmbito da integração regional Mercosul-Aladi**. São Paulo: SM Gallo, 2000.

GONÇALVES, Reinaldo et al. **A nova economia internacional: uma perspectiva brasileira**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

GUIMARÃES, Edson P. **Competitividade internacional: conceitos e medidas**. Rio de Janeiro: ECEX/UFRJ. Estudos em Comércio Exterior V.1 n. 3 - jul-dez 1997.

HAGUENAUER, Lia; FERRAZ João Carlos; KUPFER; David. Competição e internacionalização na indústria brasileira, in:___ BAUMANN, Renato (Org.), **O Brasil e a economia global**. Rio de Janeiro: Campus/SOBEET 1996. p. 195-216

HONÓRIO, Luiz, RODRÍGUEZ, Suzana Braga. Aspectos motivacionais e estratégicos na internacionalização de empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas – RAE**. Edição Especial – Minas Gerais. Vol. 46, p.86-98. 2006.

JOHNSON, Björn; LUNDVALL; Bengt-Ake. Promovendo sistemas de informação como resposta à economia do aprendizado crescentemente globalizada. In:___ LASTRES, H.; CASSIOLATO,J.E.;ARROIO, A.(Orgs.) **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto. 2005. cap.3, p. 83-130.

LASTRES, H.; CASSIOLATO,J.E.;ARROIO, A.(Orgs.) **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto. 2005.

LUZ, Rodrigo. **Comércio Internacional e Legislação Aduaneira**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora. 2006.

Ministério da Ciência e Tecnologia- MCT- Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP- **Relatório Setorial Preliminar**. Novembro de 2003.

_____. Programa Nacional de Apoio Tecnológico à Exportação. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/8077.html>> acesso em 10 maio, 2007.

Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior- MDIC. **Balanco Geral**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/arquivo/se/BALANCOGERAL.PDF>>. Acesso em 20, maio, 2007.

_____. **Evolução do PIB e do Comércio Exterior**. Disponível em <<http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivo/secex/evocomextbrasil/evolucaocebrasileiro.xls>>. Acesso em 18, jan. 2007

OLIVEIRA, Sílvio L. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 1997.

ORGANIZAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. **UNITED NATIONS COMMODITY TRADE STATISTICS DATABASE - COMTRADE**. Disponível em: <<http://unstats.un.org/unsd/comtrade/>>. Acesso em 11 nov. 2006.

_____. **Estadísticas del comercio internacional de mercancías**. Manual para compiladores. Nova York, 2004. 123 p. Disponível em <http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/seriesf_87s.pdf>. Acesso em 10 ago. 2007.

PINDICK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **ECONOMETRIA**. Modelos e previsões. Rio de Janeiro: Campus. 2004.

PINHEIRO, Armando C.; MARWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia V.(Orgs.) **O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES. 2002.

PIRES, Jovelino de Gomes, **Comércio exterior: burocracia x modernidade**. São Paulo: Aduaneiras, 1992.

PORTER, Michael, **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1990

REZENDE, Yara. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão empresarial. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v.31, n1, p.75-83, jan/abr.2002.

ROSSETO, Carlos Ricardo; CRUZ, Cassiana M. L. **Estudo das ameaças e oportunidades para o agronegócio do leite na região do Condepro baseado na análise da competitividade de sistêmica**. Disponível em: <http://www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0418_Artigo_Iberoamerican%20Competitividade.pdf> acesso em: 20 maio, 2007.

SALVATORE, Dominick, **Economia Internacional**, Rio de Janeiro, LTC,2000.

SERVIÇO DE APOIO À MICRO E PEQUENA EMPRESA – SEBRAE. **A Presença das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/Principal/Conhecendo%20a%20MPE/>>. Acesso em: 10 jan. 2006.

SERVIÇO DE APOIO À MICRO E PEQUENA EMPRESA – SEBRAE. **Indústria de Cosméticos: Beleza que Gera Riqueza**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/download/cosmeticos.pdf> acesso em 03 de ago. 2007.

SILVA, Dirceu, Filho, José Barros. **Estatística 4.1**. Disponível em <<http://www.ufmt.br/ufmtvirtual/aula5.ppt>> acesso em: 10 de ago. 2007

SOUZA, Maurício J.P.; ILHA, Adayr da Silva. **Índice da Vantagem Comparativa Revelada e de Orientação Regional para Alguns Produtos do Agronegócio Brasileiro no Período de 1992 a 2002**. Universidade Federal de Santa Maria, 2005, 13p.

TAVARES, Maria da Conceição. **Da substituição de importações ao capitalismo financeiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

TIGRE, Paulo Bastos. O papel da política tecnológica na promoção das exportações. In: _____ PINHEIRO, A.C., MARWALD, R., PEREIRA, L.V. **O Desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES. 2002. cap. 7, p.245-282.

TRIOLA, Mario F., **Introdução à estatística**. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS. Instituto de Economia. Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia. **Estudo da Competitividade de Cadeias Integradas no Brasil: Impactos das zonas de livre comércio**. Cosméticos. Campinas, 2002. 99 p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS. Programa de Pós Graduação em Economia. **Análise de regressão**. Um guia prático. Disponível em: <http://www.ppge.ufrgs.br/epr/qrquivos/BRDE%20aulas%2002.ppt>>. Acesso em 26 de maio de 2007.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC. **Teste de diferenças entre médias**. Disponível em: <<http://www.inf.ufsc.br/~marcelo/testes2.html>>. Acesso em 25 de maio. 2007.

VEIGA, Pedro da M.; IGLESIAS, Roberto M. A institucionalidade da política brasileira de comércio exterior. In: _____ PINHEIRO, A.C., MARWALD, R., PEREIRA, L.V. **O Desafio das Exportações**. Rio de Janeiro: BNDES. 2002. cap. 7, p.51-96.

VIEIRA, Liszt, **Cidadania e globalização**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

ZINI JR., A. Política cambial com liberdade ao câmbio. In: _____ BAUMANN, Renato. (Org.). **O Brasil e a economia global**. Rio de Janeiro: Campus, 1996, p.109-30.

APÊNDICE E ANEXOS

APÊNDICE A – TTL por produtos selecionados

| | FRAGRÂNCIAS | | | COSMÉTICOS | | | CAPILARES | | |
|--------------|-------------|-----------|-----------------|------------|-----------|-----------------|-----------|-----------|----------------|
| | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL |
| JAN | 9,4290 | 22,4681 | 41,9663 | 4,3684 | 10,9873 | 39,7589 | 2,2771 | 3,5450 | 64,2354 |
| FEV | 15,5211 | 23,3230 | 66,5483 | 4,6367 | 10,4822 | 44,2338 | 1,7848 | 2,9952 | 59,5894 |
| MAR | 7,6600 | 33,8891 | 22,6031 | 3,0230 | 7,4557 | 40,5462 | 1,7302 | 3,1535 | 54,8675 |
| 2 ABR | 19,4885 | 15,6556 | 124,4826 | 3,6339 | 7,5530 | 48,1123 | 1,9524 | 2,5841 | 75,5562 |
| 0 MAI | 9,0155 | 23,3824 | 38,5568 | 1,9667 | 7,0126 | 28,0456 | 1,6907 | 3,5100 | 48,1689 |
| 0 JUN | 8,8533 | 27,5188 | 32,1719 | 6,6742 | 7,3521 | 90,7801 | 1,5833 | 2,6332 | 60,1301 |
| 1 JUL | 11,8297 | 13,9370 | 84,8799 | 7,3989 | 6,3946 | 115,7057 | 1,6214 | 3,6073 | 44,9483 |
| AGO | 7,6392 | 14,2223 | 53,7130 | 5,5689 | 7,4074 | 75,1799 | 1,6391 | 3,2300 | 50,7473 |
| SET | 10,4703 | 20,6602 | 50,6786 | 5,8828 | 8,0740 | 72,8615 | 1,6723 | 3,2125 | 52,0568 |
| OUT | 11,6470 | 15,4273 | 75,4961 | 5,3859 | 5,7691 | 93,3566 | 1,7423 | 2,9809 | 58,4472 |
| NOV | 9,0162 | 15,6833 | 57,4890 | 6,9394 | 8,0547 | 86,1541 | 1,7933 | 3,3840 | 52,9942 |
| DEZ | 10,1996 | 16,1470 | 63,1671 | 5,6887 | 7,5018 | 75,8314 | 1,5427 | 3,7447 | 41,1971 |
| JAN | 17,7862 | 21,8196 | 81,5145 | 4,7395 | 11,7372 | 40,3804 | 1,4540 | 4,1419 | 35,1055 |
| FEV | 11,7360 | 17,0663 | 68,7670 | 4,9177 | 10,5330 | 46,6892 | 1,3732 | 3,6138 | 37,9980 |
| MAR | 12,0544 | 22,4755 | 53,6332 | 5,2411 | 18,6936 | 28,0371 | 1,5424 | 3,0042 | 51,3414 |
| 2 ABR | 7,1721 | 19,2972 | 37,1666 | 4,7836 | 12,6702 | 37,7547 | 1,3974 | 3,3946 | 41,1655 |
| 0 MAI | 10,5113 | 15,8476 | 66,3275 | 5,8764 | 9,6198 | 61,0866 | 1,4382 | 3,3126 | 43,4150 |
| 0 JUN | 15,8692 | 18,1945 | 87,2199 | 6,8551 | 8,6375 | 79,3645 | 1,7479 | 3,3141 | 52,7420 |
| 2 JUL | 12,3431 | 19,3633 | 63,7446 | 10,1050 | 9,6249 | 104,9884 | 1,6263 | 2,7018 | 60,1937 |
| AGO | 5,6313 | 16,5093 | 34,1099 | 6,6008 | 15,3248 | 43,0727 | 1,6057 | 3,5002 | 45,8751 |
| SET | 7,6190 | 26,0530 | 29,2443 | 6,4409 | 11,7434 | 54,8467 | 1,4629 | 3,7222 | 39,3017 |
| OUT | 13,6738 | 17,1742 | 79,6180 | 6,9040 | 9,3376 | 73,9379 | 1,4771 | 3,7901 | 38,9733 |
| NOV | 11,1515 | 15,8655 | 70,2879 | 6,3459 | 5,5563 | 114,2102 | 1,5178 | 3,1731 | 47,8332 |
| DEZ | 13,6823 | 16,3428 | 83,7206 | 6,5142 | 5,3766 | 121,1581 | 1,5583 | 3,0514 | 51,0687 |
| JAN | 19,7170 | 20,2268 | 97,4796 | 7,0744 | 7,7975 | 90,7261 | 1,3549 | 3,2593 | 41,5701 |
| FEV | 7,0847 | 19,8464 | 35,6977 | 4,9072 | 8,6148 | 56,9629 | 1,5086 | 4,3241 | 34,8883 |
| MAR | 18,7088 | 23,0091 | 81,3102 | 6,2175 | 14,2963 | 43,4905 | 1,5390 | 3,3846 | 45,4707 |
| 2 ABR | 7,5073 | 12,1252 | 61,9151 | 5,2294 | 10,6396 | 49,1506 | 1,3580 | 3,1412 | 43,2326 |
| 0 MAI | 17,9095 | 22,3707 | 80,0578 | 6,2996 | 13,5404 | 46,5242 | 1,5324 | 3,6979 | 41,4392 |
| 0 JUN | 8,6080 | 29,2616 | 29,4175 | 7,3651 | 18,7807 | 39,2161 | 1,3416 | 4,0725 | 32,9434 |
| 3 JUL | 10,0125 | 20,1613 | 49,6621 | 6,4508 | 22,8161 | 28,2730 | 1,4211 | 3,7487 | 37,9078 |
| AGO | 12,1293 | 24,5174 | 49,4720 | 7,5824 | 11,4325 | 66,3227 | 1,6036 | 4,5318 | 35,3852 |
| SET | 11,4027 | 27,2127 | 41,9020 | 7,1295 | 16,9185 | 42,1400 | 1,6030 | 4,0196 | 39,8793 |
| OUT | 9,8116 | 26,1605 | 37,5055 | 7,9957 | 16,0536 | 49,8062 | 1,7168 | 3,8602 | 44,4747 |
| NOV | 10,6470 | 17,9158 | 59,4282 | 5,6657 | 14,2318 | 39,8098 | 1,6969 | 3,7919 | 44,7500 |
| DEZ | 8,8303 | 22,0387 | 40,0673 | 7,7550 | 12,5778 | 61,6556 | 1,7136 | 4,9923 | 34,3253 |

| | HIGIENE ORAL | | | SABONETES | | | DESCARTÁVEIS | | |
|--------------|--------------|-----------|-----------------|-----------|-----------|----------------|--------------|-----------|-----------------|
| | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL |
| JAN | 2,7651 | 4,3544 | 63,5027 | 0,9997 | 1,5356 | 65,1056 | 3,8009 | 2,5887 | 146,8280 |
| FEV | 2,7901 | 3,9677 | 70,3194 | 0,9789 | 1,4783 | 66,2207 | 3,4510 | 2,4530 | 140,6866 |
| MAR | 2,9205 | 3,3211 | 87,9380 | 1,0287 | 1,5277 | 67,3371 | 3,5199 | 2,7329 | 128,7938 |
| 2 ABR | 3,0834 | 3,0468 | 101,2023 | 1,0367 | 2,1140 | 49,0396 | 3,7640 | 2,5872 | 145,4835 |
| 0 MAI | 3,0249 | 3,7682 | 80,2750 | 1,0061 | 1,6783 | 59,9489 | 3,9131 | 2,3511 | 166,4380 |
| 0 JUN | 2,9634 | 2,4994 | 118,5648 | 0,9442 | 1,4549 | 64,8967 | 3,9370 | 1,8628 | 211,3545 |
| 1 JUL | 2,6066 | 4,3797 | 59,5144 | 0,9541 | 1,5045 | 63,4167 | 3,5972 | 2,9479 | 122,0286 |
| AGO | 2,5394 | 3,2496 | 78,1453 | 1,0086 | 1,5017 | 67,1624 | 3,3057 | 2,4173 | 136,7544 |
| SET | 2,6293 | 5,6373 | 46,6417 | 1,3287 | 1,6252 | 81,7529 | 3,0957 | 2,8631 | 108,1246 |
| OUT | 2,6446 | 4,2039 | 62,9091 | 1,0475 | 1,4662 | 71,4432 | 3,1567 | 3,1160 | 101,3078 |
| NOV | 2,7743 | 2,6388 | 105,1364 | 0,8949 | 1,4709 | 60,8433 | 3,1712 | 2,7667 | 114,6208 |
| DEZ | 2,3593 | 3,2541 | 72,5024 | 0,8830 | 1,4279 | 61,8414 | 2,3795 | 2,9657 | 80,2340 |
| JAN | 2,3289 | 3,1160 | 74,7397 | 0,9236 | 1,1702 | 78,9252 | 3,2814 | 2,8664 | 114,4786 |
| FEV | 2,2666 | 3,1810 | 71,2558 | 0,9164 | 1,3575 | 67,5020 | 2,6680 | 2,9954 | 89,0701 |
| MAR | 2,3186 | 2,7105 | 85,5419 | 0,9871 | 1,1894 | 82,9902 | 2,8002 | 2,9053 | 96,3845 |
| 2 ABR | 2,4148 | 4,0455 | 59,6914 | 0,9342 | 1,3744 | 67,9709 | 2,9646 | 2,9519 | 100,4300 |
| 0 MAI | 2,2446 | 2,9145 | 77,0167 | 1,0180 | 1,7611 | 57,8088 | 3,3043 | 2,8936 | 114,1936 |
| 0 JUN | 2,1128 | 2,0370 | 103,7211 | 0,9862 | 1,6607 | 59,3847 | 1,5139 | 3,0957 | 48,9041 |
| 2 JUL | 2,1346 | 2,0950 | 101,8916 | 0,9842 | 1,6898 | 58,2422 | 2,6455 | 2,7968 | 94,5879 |
| AGO | 2,1543 | 3,9491 | 54,5527 | 0,9382 | 1,7501 | 53,6094 | 2,7551 | 2,4632 | 111,8488 |
| SET | 1,9780 | 3,9909 | 49,5624 | 0,9601 | 1,9448 | 49,3691 | 1,9973 | 2,8895 | 69,1207 |
| OUT | 1,9663 | 4,8193 | 40,8014 | 0,9280 | 2,1529 | 43,1035 | 1,4802 | 4,6136 | 32,0823 |
| NOV | 1,9477 | 5,4740 | 35,5811 | 0,8224 | 1,5410 | 53,3670 | 1,3472 | 4,1099 | 32,7783 |
| DEZ | 1,9345 | 2,7614 | 70,0560 | 0,9137 | 2,0428 | 44,7295 | 2,7716 | 2,5151 | 110,1990 |
| JAN | 1,7845 | 3,6567 | 48,7998 | 0,8991 | 1,5297 | 58,7793 | 2,2601 | 2,5910 | 87,2272 |
| FEV | 2,0296 | 3,4193 | 59,3570 | 0,8862 | 2,5827 | 34,3125 | 2,0249 | 1,9797 | 102,2828 |
| MAR | 2,0875 | 2,3143 | 90,2024 | 0,9938 | 1,6826 | 59,0610 | 2,1213 | 2,1362 | 99,2985 |
| 2 ABR | 2,0676 | 2,1855 | 94,6047 | 0,9913 | 2,3371 | 42,4146 | 2,4467 | 2,7376 | 89,3712 |
| 0 MAI | 1,9535 | 4,6704 | 41,8269 | 0,9416 | 2,2171 | 42,4699 | 2,7052 | 2,4174 | 111,9066 |
| 0 JUN | 1,8353 | 3,2838 | 55,8888 | 0,9315 | 2,8793 | 32,3504 | 2,5815 | 5,4533 | 47,3390 |
| 3 JUL | 1,9132 | 2,7838 | 68,7283 | 0,9549 | 1,8693 | 51,0843 | 2,8982 | 1,8654 | 155,3689 |
| AGO | 1,9253 | 2,4788 | 77,6714 | 1,2804 | 2,3198 | 55,1955 | 3,4644 | 1,8661 | 185,6495 |
| SET | 1,9975 | 2,5185 | 79,3127 | 1,0717 | 3,8535 | 27,8099 | 3,5201 | 2,1164 | 166,3214 |
| OUT | 1,9270 | 2,9701 | 64,8787 | 1,1178 | 3,1344 | 35,6627 | 3,2761 | 2,2201 | 147,5683 |
| NOV | 1,9903 | 3,7119 | 53,6199 | 1,1946 | 3,5034 | 34,0980 | 2,4650 | 2,6072 | 94,5479 |
| DEZ | 1,8249 | 2,2081 | 82,6445 | 1,0921 | 2,7956 | 39,0636 | 3,2489 | 2,8560 | 113,7593 |

| | FRAGRÂNCIAS | | | COSMÉTICOS | | | CAPILARES | | |
|--------------|-------------|-----------|----------------|------------|-----------|----------------|-----------|-----------|----------------|
| | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL |
| JAN | 10,4989 | 20,4883 | 51,2435 | 6,6393 | 15,9022 | 41,7509 | 1,6831 | 4,2565 | 39,5424 |
| FEV | 10,2926 | 40,5538 | 25,3801 | 6,1113 | 21,1070 | 28,9541 | 1,6648 | 2,8871 | 57,6623 |
| MAR | 8,4336 | 23,4085 | 36,0278 | 7,2529 | 15,0859 | 48,0772 | 1,5035 | 4,3222 | 34,7855 |
| 2 ABR | 6,4075 | 24,8608 | 25,7737 | 8,2457 | 20,6576 | 39,9161 | 1,9082 | 7,6855 | 24,8284 |
| 0 MAI | 13,6911 | 21,2107 | 64,5479 | 6,7917 | 15,0234 | 45,2075 | 1,8491 | 4,4616 | 41,4461 |
| 0 JUN | 8,7709 | 25,1470 | 34,8786 | 8,0827 | 16,9600 | 47,6576 | 1,7242 | 4,1206 | 41,8426 |
| 4 JUL | 9,7928 | 20,7988 | 47,0833 | 5,7674 | 15,6021 | 36,9658 | 1,7399 | 4,8311 | 36,0152 |
| AGO | 16,2238 | 20,1267 | 80,6083 | 7,2844 | 13,0058 | 56,0090 | 1,7500 | 3,7224 | 47,0136 |
| SET | 11,4461 | 26,8978 | 42,5542 | 6,0139 | 17,8353 | 33,7193 | 1,6105 | 2,1531 | 74,7992 |
| OUT | 16,7102 | 30,9355 | 54,0164 | 6,3428 | 18,0247 | 35,1893 | 1,6567 | 2,2400 | 73,9632 |
| NOV | 6,9575 | 23,6767 | 29,3853 | 6,5395 | 12,2534 | 53,3689 | 1,5514 | 4,0636 | 38,1769 |
| DEZ | 13,3288 | 24,8760 | 53,5809 | 7,9699 | 18,3686 | 43,3886 | 1,6575 | 3,5422 | 46,7923 |
| JAN | 6,6164 | 31,9494 | 20,7091 | 6,7081 | 17,0199 | 39,4131 | 1,7553 | 4,3802 | 40,0724 |
| FEV | 8,4789 | 30,9931 | 27,3573 | 7,1732 | 23,5109 | 30,5101 | 1,7340 | 5,3399 | 32,4734 |
| MAR | 4,4420 | 24,6679 | 18,0070 | 8,3788 | 18,6065 | 45,0316 | 1,7549 | 5,0678 | 34,6283 |
| 2 ABR | 4,3113 | 36,3312 | 11,8668 | 7,0899 | 19,4099 | 36,5275 | 1,7692 | 6,1477 | 28,7780 |
| 0 MAI | 5,2099 | 19,8707 | 26,2192 | 8,4474 | 19,2231 | 43,9442 | 1,7573 | 6,1986 | 28,3491 |
| 0 JUN | 5,5008 | 37,9203 | 14,5063 | 7,0826 | 21,8876 | 32,3592 | 1,8937 | 6,0738 | 31,1778 |
| 5 JUL | 5,2075 | 29,3939 | 17,7163 | 7,1357 | 16,0515 | 44,4552 | 1,8663 | 5,4282 | 34,3824 |
| AGO | 5,8273 | 34,7282 | 16,7798 | 8,5604 | 23,1642 | 36,9555 | 2,0111 | 4,2294 | 47,5515 |
| SET | 10,3858 | 29,6682 | 35,0064 | 7,6961 | 17,1014 | 45,0031 | 2,1219 | 5,2257 | 40,6056 |
| OUT | 10,5821 | 32,6791 | 32,3818 | 7,7755 | 23,3616 | 33,2834 | 2,1360 | 6,7293 | 31,7412 |
| NOV | 10,8764 | 24,5308 | 44,3378 | 7,9949 | 20,9747 | 38,1169 | 2,2337 | 5,5520 | 40,2317 |
| DEZ | 11,3586 | 33,8912 | 33,5148 | 8,0028 | 17,1655 | 46,6217 | 1,9794 | 5,1768 | 38,2356 |
| JAN | 8,3240 | 30,5940 | 27,2079 | 7,9101 | 22,7180 | 34,8186 | 2,3498 | 5,9657 | 39,3885 |
| FEV | 9,5491 | 36,0819 | 26,4650 | 9,7960 | 16,6141 | 58,9622 | 2,5689 | 6,1791 | 41,5735 |
| MAR | 6,3427 | 25,7251 | 24,6557 | 8,9008 | 20,2148 | 44,0311 | 2,4654 | 6,1294 | 40,2219 |
| 2 ABR | 6,4104 | 23,3703 | 27,4296 | 10,5418 | 13,7994 | 76,3935 | 2,4882 | 3,1798 | 78,2516 |
| 0 MAI | 3,9779 | 26,5128 | 15,0036 | 9,6376 | 17,6676 | 54,5497 | 2,3982 | 4,5182 | 53,0790 |
| 0 JUN | 7,1259 | 28,6991 | 24,8296 | 9,0491 | 24,0607 | 37,6093 | 2,3483 | 3,8845 | 60,4539 |
| 6 JUL | 7,6281 | 31,3858 | 24,3043 | 9,0039 | 23,1091 | 38,9624 | 2,3741 | 5,4575 | 43,5011 |
| AGO | 9,1719 | 25,7526 | 35,6154 | 9,6896 | 22,5138 | 43,0387 | 2,4449 | 4,8200 | 50,7232 |
| SET | 8,4725 | 36,6677 | 23,1060 | 10,2037 | 14,2987 | 71,3609 | 2,3982 | 4,1957 | 57,1586 |
| OUT | 8,3371 | 27,3241 | 30,5119 | 9,6370 | 22,9814 | 41,9337 | 2,3487 | 5,2190 | 45,0035 |
| NOV | 8,7286 | 18,9619 | 46,0321 | 10,1190 | 23,1442 | 43,7215 | 2,2909 | 5,2298 | 43,8049 |
| DEZ | 9,6120 | 30,5216 | 31,4926 | 11,2703 | 21,9257 | 51,4023 | 2,2909 | 3,1806 | 72,0269 |

| | HIGIENE ORAL | | | SABONETES | | | DESCARTÁVEIS | | |
|--------------|--------------|-----------|-----------------|-----------|-----------|-----------------|--------------|-----------|-----------------|
| | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL | Us/kg-exp | Us/kg-imp | TTL |
| JAN | 1,9891 | 1,7621 | 112,8805 | 1,0692 | 3,3780 | 31,6531 | 3,5571 | 2,3057 | 154,2769 |
| FEV | 2,0062 | 5,1753 | 38,7640 | 1,0965 | 4,5335 | 24,1858 | 4,2714 | 5,1045 | 83,6780 |
| MAR | 2,0745 | 3,6461 | 56,8979 | 0,9746 | 3,6669 | 26,5780 | 3,4887 | 2,2181 | 157,2825 |
| 2 ABR | 1,9628 | 1,8818 | 104,3021 | 1,0607 | 3,4343 | 30,8857 | 3,5550 | 2,5635 | 138,6768 |
| 0 MAI | 2,0099 | 3,5093 | 57,2736 | 1,0084 | 3,3544 | 30,0625 | 3,3725 | 1,8410 | 183,1903 |
| 0 JUN | 1,9167 | 2,4953 | 76,8126 | 1,0162 | 1,7046 | 59,6177 | 3,6289 | 2,8261 | 128,4074 |
| 4 JUL | 1,7889 | 5,1825 | 34,5171 | 0,9973 | 1,7503 | 56,9804 | 4,5177 | 2,2696 | 199,0529 |
| AGO | 1,6710 | 4,0156 | 41,6138 | 1,0840 | 1,5596 | 69,5074 | 4,1023 | 2,0474 | 200,3695 |
| SET | 1,7442 | 4,2768 | 40,7830 | 1,0725 | 0,7880 | 136,0993 | 3,7597 | 2,3958 | 156,9265 |
| OUT | 1,7829 | 4,3445 | 41,0376 | 1,0520 | 0,9619 | 109,3643 | 2,9164 | 2,3758 | 122,7534 |
| NOV | 1,7676 | 5,7256 | 30,8724 | 1,0790 | 1,5802 | 68,2855 | 3,6900 | 2,3417 | 157,5801 |
| DEZ | 1,7635 | 2,7398 | 64,3653 | 0,9937 | 1,7158 | 57,9172 | 3,9165 | 2,1855 | 179,2031 |
| JAN | 1,9907 | 7,5104 | 26,5052 | 0,9910 | 1,1950 | 82,9321 | 4,4846 | 2,8514 | 157,2763 |
| FEV | 1,7267 | 3,7457 | 46,0971 | 1,1315 | 2,3170 | 48,8362 | 4,1133 | 1,8501 | 222,3305 |
| MAR | 2,0025 | 6,3647 | 31,4629 | 0,9254 | 1,7508 | 52,8537 | 4,0851 | 2,0799 | 196,4069 |
| 2 ABR | 1,8291 | 7,2320 | 25,2916 | 1,1295 | 4,2036 | 26,8685 | 3,9154 | 2,0757 | 188,6297 |
| 0 MAI | 1,8207 | 4,0469 | 44,9909 | 1,0416 | 3,6865 | 28,2547 | 3,8726 | 2,3131 | 167,4195 |
| 0 JUN | 1,9747 | 4,4568 | 44,3083 | 0,9509 | 3,4190 | 27,8128 | 3,6010 | 2,6095 | 137,9956 |
| 5 JUL | 2,0580 | 2,6184 | 78,5992 | 1,1329 | 3,2479 | 34,8812 | 4,2631 | 2,3324 | 182,7820 |
| AGO | 2,0760 | 8,4645 | 24,5263 | 1,1201 | 2,9896 | 37,4673 | 3,9415 | 2,6890 | 146,5779 |
| SET | 2,1557 | 3,3001 | 65,3236 | 1,1068 | 3,0100 | 36,7718 | 4,4541 | 2,6486 | 168,1693 |
| OUT | 2,1622 | 6,6605 | 32,4639 | 1,0502 | 3,2823 | 31,9948 | 3,6605 | 2,7050 | 135,3229 |
| NOV | 2,1342 | 5,6908 | 37,5016 | 1,2151 | 0,8361 | 145,3188 | 3,5173 | 2,6005 | 135,2516 |
| DEZ | 2,2429 | 5,3961 | 41,5651 | 1,0183 | 1,0879 | 93,6074 | 4,3162 | 2,6685 | 161,7436 |
| JAN | 2,1353 | 3,4706 | 61,5245 | 1,1411 | 4,3088 | 26,4823 | 5,2915 | 2,7358 | 193,4172 |
| FEV | 2,2580 | 3,9130 | 57,7038 | 1,0197 | 4,1226 | 24,7350 | 4,0936 | 2,6400 | 155,0629 |
| MAR | 2,1568 | 3,6075 | 59,7862 | 1,0998 | 9,8271 | 11,1911 | 3,4377 | 2,4538 | 140,0963 |
| 2 ABR | 2,1236 | 2,8322 | 74,9825 | 1,1174 | 2,0406 | 54,7563 | 3,9536 | 2,4123 | 163,8954 |
| 0 MAI | 2,1446 | 6,4540 | 33,2293 | 1,1016 | 2,8015 | 39,3205 | 4,5219 | 2,8460 | 158,8856 |
| 0 JUN | 2,1337 | 4,7226 | 45,1795 | 1,0640 | 3,7764 | 28,1754 | 4,2335 | 2,8244 | 149,8901 |
| 6 JUL | 2,0271 | 5,2302 | 38,7581 | 0,9943 | 4,1552 | 23,9303 | 3,7284 | 2,4898 | 149,7454 |
| AGO | 1,9784 | 3,4846 | 56,7761 | 1,1663 | 3,2233 | 36,1841 | 4,3276 | 2,7698 | 156,2454 |
| SET | 2,0184 | 3,2902 | 61,3453 | 1,0373 | 4,9899 | 20,7882 | 4,2293 | 2,7259 | 155,1556 |
| OUT | 2,0730 | 3,3560 | 61,7720 | 1,1011 | 3,9571 | 27,8272 | 4,4852 | 2,9052 | 154,3867 |
| NOV | 2,1449 | 6,9649 | 30,7960 | 1,0229 | 1,5208 | 67,2610 | 4,5160 | 2,8439 | 158,7932 |
| DEZ | 2,0765 | 5,3145 | 39,0721 | 1,1616 | 0,8958 | 129,6702 | 3,6902 | 2,7527 | 134,0594 |

APÊNDICE B – RELAÇÃO ENTRE TAXA DE CÂMBIO E AS IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES

| | | Coeficientes | Estatística t | Valor - p | R2Ajustado |
|--|------------|---------------------|----------------------|------------------|-------------------|
| Importação sem defasagem | Interseção | 20658670,5 | 8,94 | 0,000000 | 46,27% |
| | Ptax | -4628394,9 | -5,95 | 0,000000 | |
| | Tendência | 57530,7205 | 3,53 | 0,000740 | |
| Importação com defasagem de 1 mês | Interseção | 20839571,7 | 9,24 | 0,000000 | 49,56% |
| | Ptax | -4764867,8 | -6,26 | 0,000000 | |
| | Tendência | 63741,7187 | 3,95 | 0,000187 | |
| Importação com defasagem de 2 meses | Interseção | 21297227,5 | 9,63 | 0,000000 | 52,38% |
| | Ptax | -4962922,4 | -6,63 | 0,000000 | |
| | Tendência | 67797,5768 | 4,23 | 0,000073 | |
| Importação com defasagem de 3 meses | Interseção | 20770440,7 | 9,82 | 0,000000 | 56,44% |
| | Ptax | -4916114,7 | -6,84 | 0,000000 | |
| | Tendência | 79581,1333 | 5,11 | 0,000003 | |
| Importação com defasagem de 4 meses | Interseção | 20724021,8 | 9,76 | 0,000000 | 56,92% |
| | Ptax | -4934934,8 | -6,82 | 0,000000 | |
| | Tendência | 85016,6666 | 5,36 | 0,000001 | |
| Importação com defasagem de 5 meses | Interseção | 19756321 | 9,16 | 0,000000 | 56,30% |
| | Ptax | -4686425,6 | -6,35 | 0,000000 | |
| | Tendência | 95487,5493 | 5,83 | 0,000000 | |
| Importação com defasagem de 6 meses | Interseção | 19646323,2 | 9,11 | 0,000000 | 57,27% |
| | Ptax | -4701356,8 | -6,35 | 0,000000 | |
| | Tendência | 102611,463 | 6,17 | 0,000000 | |
| | | Coeficientes | Estatística t | Valor - p | R2Ajustado |
| Exportação sem defasagem | Interseção | 13889954,4 | 7,11 | 0,000000 | 93,08% |
| | Ptax | -2418617,1 | -3,68 | 0,000461 | |
| | Tendência | 395054,336 | 28,69 | 0,000000 | |
| Exportação com defasagem de 1 mês | Interseção | 14115372,8 | 7,27 | 0,000000 | 93,12% |
| | Ptax | -2427659 | -3,71 | 0,000425 | |
| | Tendência | 399819,488 | 28,81 | 0,000000 | |
| Exportação com defasagem de 2 meses | Interseção | 14553877,6 | 7,44 | 0,000000 | 92,88% |
| | Ptax | -2452437,1 | -3,71 | 0,000430 | |
| | Tendência | 401107,408 | 28,27 | 0,000000 | |
| Exportação com defasagem de 3 meses | Interseção | 14387101 | 7,43 | 0,000000 | 93,03% |
| | Ptax | -2350249,9 | -3,58 | 0,000659 | |
| | Tendência | 408371,424 | 28,66 | 0,000000 | |
| Exportação com defasagem de 4 meses | Interseção | 14809531,6 | 7,67 | 0,000000 | 92,99% |
| | Ptax | -2410597,5 | -3,66 | 0,000501 | |
| | Tendência | 412306,536 | 28,57 | 0,000000 | |
| Exportação com defasagem de 5 meses | Interseção | 14453374,8 | 7,41 | 0,000000 | 92,85% |
| | Ptax | -2218166,7 | -3,33 | 0,001459 | |
| | Tendência | 418887,849 | 28,32 | 0,000000 | |
| Exportação com defasagem de 6 meses | Interseção | 13929369,1 | 7,01 | 0,000000 | 92,54% |
| | Ptax | -1950241 | -2,86 | 0,005740 | |
| | Tendência | 424811,148 | 27,74 | 0,000000 | |

ANEXO A – Monitoramento dos resultados do Fórum de Competitividade de HPPC em março de 2004, segundo a SDP.

INFORMAÇÕES SELECIONADAS, PARA MONITORAMENTO DOS RESULTADOS – 19/03/2004

| PRINCIPAIS MACROMETAS E METAS INSTRUMENTAIS | RESULTADOS/ SITUAÇÃO DO SETOR EM 2003 E PROJEÇÃO PARA 2004 | AÇÕES DIRECIONADAS À OBTENÇÃO DOS RESULTADOS REACIONADOS ÀS MACROMETAS |
|--|---|--|
| <p>Macrometas (até 2010)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Produção: atingir US\$ 8,2 bi => crescimento médio anual de 12%. ✓ Geração de Emprego e Renda: 650 mil, com qualificação profissional ✓ Exportações: US\$ 600 milhões, com taxa de crescimento médio anual de 18% ✓ Substituição de importações: meta ainda não definida ✓ Superávit comercial: US\$ 150 milhões (2005), US\$ 300 milhões (2008) e US\$ 450 milhões (2010), mantidas as importações nos atuais patamares ✓ Investimento: US\$ 1,2 bi => ampliação e modernização da capacidade instalada ✓ Inclusão Social: criação dos empregos acima mencionado <p>Metas Instrumentais: Produtividade, Qualidade, Inovação e Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumentar a produtividade => faturamento crescendo 2,5 vezes, emprego crescendo cerca de 30%, com aumento médio de renda e qualificação ✓ Ocupar nichos de mercado no exterior, fixando a marca Brasil como sinônimo de qualidade, utilizando matérias-primas nacionais e contribuindo para o desenvolvimento regional ✓ Concentrar esforços no desenvolvimento tecnológico do setor ✓ Priorizar investimentos que utilizem biodiversidade brasileira como matéria-prima | <p>2004</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Faturamento: US\$ 3,5 bi ✓ Exportações: US\$ 261 milhões ✓ Importações: dado não disponível ✓ Zona Franca de Manaus: Aprovação do PPB de Cosméticos ✓ Identificar ações de política industrial aplicáveis à cadeia produtiva ✓ Disponibilizar linhas de financiamento a longo prazo para projetos de expansão da capacidade produtiva e para fixação de marcas no exterior (BNDES) ✓ Disponibilizar linhas de crédito para pesquisa e atualização tecnológica (FINEP) ✓ Criar infra-estrutura laboratorial para realização de testes, emissão de laudos e certificação de qualidade de produtos ✓ Estudar a permissão de adoção de registros recíprocos, na AL, de produtos sem ação terapêutica ✓ Agilizar registros e procedimentos de liberação de novos cosméticos ✓ Articular com fornecedores de insumos a modernização e inovação, principalmente na indústria de embalagens e gráfica, e promover o <i>design</i> e a padronização para atender ao mercado internacional ✓ Fortalecer centros de pesquisa públicos, como o Centro de Biotecnologia da Amazônia ✓ Desonerar insumos não fabricados no País. ✓ Agilizar o processo de registro mútuo entre países da América Latina na ANVISA | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisão da meta de produção => crescimento de 12% em Reais e não mais em US dólares, conforme demanda do setor, cerca de US\$ 4,5 a 5 bilhões ✓ Readequação da meta de investimento para US\$ 500 milhões em 2008, conforme projetos já programados. |

ANEXO B- Nota Técnica nº 72/06/CGTP/DESIT/SDP de 25 de setembro de 2006 da SDP. (RESULTADOS DO GT 1)

V.1 – GT-1 (Comércio Exterior)

A ABIHPEC apontou que ainda persistem entraves nos procedimentos operacionais de comércio exterior.

Ficou acordado que a ABIHPEC encaminhará à DECEX/SECEX uma Lista de Entraves apresentando os pontos e problemas relacionados à liberação de mercadorias, para que a Secretaria da Receita Federal e a Anvisa possam responder à instituição e tomar as providências cabíveis.

A coordenadora do GT-1 ficou de convocar uma reunião com o setor, com a presença da Secretaria de Receita Federal e da ANVISA para propor medidas que visem superar os problemas de comércio exterior que afetam o setor.

Com relação ao processo de registro e de reconhecimento mútuo tratado e coordenado pela ANVISA no GT – 4 Regulação, a agência apresentou as seguintes informações, conforme crítica apresentada anteriormente à nota 3806 de 24/05/2006 e acrescentada pelos comentários da ABHIPEC de 04/10/2006:

1. Reconhecimento Mútuo no Mercosul: falta internalizar no Brasil e colocar em prática;

- A nomenclatura adequada é “SIMPLIFICAÇÃO DE PROCEDIMENTOS DE CONTROLE SANITÁRIO DE PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL, COSMÉTICOS E PERFUMES GRAU 1 FABRICADOS NO MERCOSUL”.

RESULTADO: Continua pendente de solução

2. Redução do prazo para obtenção do Registro/Notificação e Certificado de Venda Livre junto ao Ministério de Saúde/ANVISA e órgãos reguladores dos demais Estados-Membros do MERCOSUL. A ABIHPEC sugeriu a emissão do Certificado de Venda Livre pela própria ABIHPEC, como é feito em outros

países. Outra sugestão é que o Certificado de Venda Livre seja emitido junto com o Registro/Notificação. A Notificação para categoria 1 já foi sanada, mas estaria pendente para a categoria 2;

- Esclarece que o prazo de obtenção do Registro/Notificação, desde janeiro de 2006 as Notificações de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes de Grau 1 são feitas online, diretamente pelas empresas. Imediatamente após a conclusão do procedimento já é possível verificar no Banco de Dados, através do site da ANVISA, que o produto está Notificado. Tal fato, inclusive, já foi reconhecido pelo Presidente da ABIHPEC como um grande avanço, sem precedentes equivalentes no mundo.
- Quanto ao prazo de obtenção do Certificado de Venda Livre, até final de abril de 2006, já haviam sido emitidos 926 Certificados e Certidões para produtos cosméticos, o que corresponde ao atendimento de 100% das solicitações. Os procedimentos internos da Gerência Geral de Cosméticos prevê emissão do Certificado no máximo 8 dias após o recebimento do pedido pela área e não houve nenhum atraso de emissão registrado até o momento. Muitos Certificados e Certidões ficam prontos, mas as empresas ou seus representantes demoram para resgatá-los.
- A emissão de Certificado de Venda Livre pela Câmara de Comércio ou outra instituição, a exemplo do que ocorre em outros países, é juridicamente inviável no Brasil em função do estabelecido na legislação sanitária em vigor.
- Quanto ao Registro de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, informamos que o prazo estabelecido na legislação (90 dias) está sendo cumprido. O tempo médio de Registro (incluindo análise técnica e publicação em DOU) é em torno de 30 dias para os processos que são instruídos e formalizados corretamente. As demoras ocorrem quando o processo ou o produto não atendem ao disposto na legislação sanitária. Nesses casos, quando as irregularidades são passíveis de adequação à legislação, é feita uma exigência técnica apontando as irregularidades que devem ser corrigidas. As exigências são enviadas eletronicamente para agilizar o procedimento. Em alguns casos, as empresas ainda solicitam prorrogação de prazo para cumprimento da exigência, o que tem como consequência uma demora adicional, gerada pelo interessado, na conclusão do processo.

RESULTADO: Continua pendente Categoria 2

3. Eliminação da obrigatoriedade de obtenção de registro junto ao Ministério da Saúde/ANVISA para produtos destinados exclusivamente à exportação;

- Esclarece que a obrigatoriedade de obtenção de registro junto ao MS/ANVISA para produtos destinados exclusivamente à exportação está estabelecida na Lei 6.360/76 e que se tem buscado mecanismos ágeis para execução deste procedimento.

4. Eliminação da obrigatoriedade da emissão de Licença de Importação (LI) prévia à data de embarque, permitindo que seja emitida posteriormente ao embarque (em qualquer situação, não apenas em casos de greves/paralisações).

Existem alguns produtos que necessitam de anuência prévia ao embarque no exterior. A Secretaria da Receita Federal observou que a anuência prévia é, nesse caso, de competência da ANVISA;

- Com a publicação da Resolução RDC nº. 01/03 (DOU 06/01/03), a exigência de autorização de embarque para o licenciamento de importações para mercadorias pertencentes às classes de cosméticos, perfumes e produtos para higiene pessoal não é mais solicitada. Além disso, na mesma época, essa exigência foi retirada do SISCOMEX pelo DECEX/ MDIC.
- O licenciamento (LI) para os produtos cosméticos, perfumes e produtos para higiene pessoal é não automático, porém a intervenção ANVISA somente acontece após a chegada dessas mercadorias no território nacional e do pleito de fiscalização sanitária por parte do importador por meio de peticionamento eletrônico.

5. PAF/ANVISA - Diferentes procedimentos quanto à liberação de mercadoria em razão de diferentes interpretações sobre as normas da ANVISA em cada região fiscal;

- Com relação ao ponto “diferentes procedimentos quanto à liberação de mercadoria em razão de diferentes interpretações sobre as normas da ANVISA em cada região fiscal”, a agência solicita que a Associação apresente casos concretos e específicos para que possa averiguar a situação e realizar as devidas correções de conduta em casos pertinentes.

6. PAF/ANVISA – Simplificação dos trâmites fiscais, sanitários e aduaneiros (desde a verificação da documentação até a liberação da mercadoria). O setor expôs os seguintes casos:

- a) DIs parametrizadas em canal vermelho sofrem grande demora para liberação pela Alfândega de Guarulhos como, por exemplo, uma DI em canal vermelho, cuja previsão de conferência/liberação da carga era de 10 dias, prazo longo demais;**
- Os temas Declaração de Importação (DI) e Canal vermelho são de competência exclusiva da Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Fazenda. Nesse sentido, sugere-se o encaminhamento do tema ao órgão pertinente.

RESULTADO: Continua pendente de solução junto à SRF, conforme ANVISA

b. Facilitar o recebimento de amostras do exterior (via importação), mantendo o tempo médio de importações normais e a competitividade dos laboratórios nacionais quanto à agilidade dos testes.

- Conforme o Anexo XXII, Capítulo IV, Seção I da Resolução RDC nº. 350/05 - “Regulamento Técnico de Vigilância Sanitária de Mercadorias Importadas”, a importação de amostras de mercadorias nas formas de produto acabado ou a granel, pertencentes à classe de cosméticos, perfumes e produtos de higiene pessoal, não regularizados junto a ANVISA, destinados a análise laboratorial de controle da qualidade e avaliação de embalagem e rotulagem, deverá submeter-se à fiscalização pela autoridade sanitária em exercício no local de desembarço da mercadoria, mediante a apresentação de Petição para Fiscalização e

Liberação Sanitária prevista no Anexo II, item 1.2, instruída por Termo de Responsabilidade constante do Anexo XXIII, deste Regulamento. Desta forma, a Agência entende que o procedimento de importação de amostras está resolvido e simplificado, desde que o importador apresente a documentação completa exigida no referido regulamento.

- c. **Eliminar a burocracia quando, a cada importação e de acordo com cada NCM que está sendo trazida na carga, uma declaração RDC01 para a trading da empresa deve ser assinada pelo responsável técnico e pelo representante legal, com firmas reconhecidas em cartório.**
- A Resolução RDC nº. 01/03 foi revogada pela Resolução RDC nº 350/05, portanto, a RDC nº 01/03 não está mais vigente.

ANEXO C- Nota Técnica nº 72/06/CGTP/DESIT/SDP de 25 de setembro de 2006 da SDP. (RESULTADOS DO GT 2)

V.2 – GT-2 (Investimentos)

O BNDES informou que fez visitas in loco em sete empresas em colaboração com a ABIHPEC para analisar as necessidades de financiamento do setor.

O BNDES solicitou que a ABIHPEC articulasse junto ao setor a apresentação de 2 a 3 projetos que poderiam ser objeto de análise pelo BNDES, mesmo com financiamento inferior a R\$ 10 milhões, de forma **a ser estudado o rebaixamento desse piso de financiamento direto pelo BNDES ao Setor** (desde que valor de financiamento não fosse irrisório e que as empresas fossem regularizadas tanto em nível fiscal quanto sanitário).

As linhas já existentes FINEM e PROCOMP continuam à disposição do setor.

ANEXO D- Nota Técnica nº 72/06/CGTP/DESIT/SDP de 25 de setembro de 2006 da SDP. (RESULTADOS DO GT 3)

V.3 – GT-3 (Capacitação Tecnológica)

O MCT anunciou as linhas já existentes de financiamento, bem como as de subvenção econômica voltadas à área de HPPC e a realização **da II RODADA TECNOLÓGICA DO SETOR, uma iniciativa conjunta com a ABIHPEC, cujo tema é “OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS EM COSMÉTICOS PARA PELE COM USO DE INGREDIENTES ATIVOS DA FLORA BRASILEIRA”**, que está previsto para ocorrer em 07/11/2006.

ANEXO E- Classificação dos produtos de HPPC conforme o nível de risco para o usuário

A Anvisa classifica os produtos de HPPC conforme o nível de risco para o usuário. São eles:

- Risco Nível 1 – Produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes que se caracterizam por possuírem propriedades básicas ou elementares, cuja comprovação não seja inicialmente necessária e não requeiram informações detalhadas quanto ao seu modo de usar e suas restrições de uso, por causa das características intrínsecas do produto. Constam nesse nível produtos tais como: sabões, xampus, cremes de barbear, loções pós-barba, escovas dentais, fios dentais, pós, cremes de beleza, loções de beleza, óleos, *make-up*, batom, lápis para os lábios e delineadores, produtos para os olhos e perfumes.
- Risco Nível 2 – Produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes que possuem indicações específicas, cujas características exigem comprovação de segurança e/ou eficácia, bem como informações e cuidados, modo e restrições de uso. Nesse nível se encontram produtos que apresentam risco potencial, tais como: xampus anticaspa, cremes dentais anticárie e antiplaca, desodorantes íntimos femininos, desodorantes de axilas, esfoliantes químicos para a pele, protetores para os lábios com proteção solar, certos produtos para a área dos olhos, filtros UV, loções bronzeadoras, tinturas para cabelos, descolorantes, clareadores, produtos para ondulação permanente, produtos para