

## A DEFESA COMERCIAL BRASILEIRA NA IMPORTAÇÃO DE PORCELANATO NÃO ESMALTADO DA CHINA: UM ESTUDO DA PORTARIA SECEX NR. 10/2010 E SEUS REFLEXOS JUNTO ÀS EMPRESAS IMPORTADORAS DO SUL DE SANTA CATARINA<sup>1</sup>

Ramiro Búrigo Lima<sup>2</sup>  
Júlio Cesar Zilli<sup>3</sup>

### Resumo

Desde o início de 2006 a indústria cerâmica iniciou a importação de porcelanato não esmaltado na China, impulsionada pela qualidade do produto chinês e valorização do real frente ao dólar. Com o aumento constante das importações, o governo brasileiro implementou a portaria SECEX nr. 10/2010. **Tema:** Desta forma, o presente estudo possui como tema a defesa comercial brasileira na importação de porcelanato não esmaltado da china por intermédio da portaria SECEX nr. 10/2010 e seus reflexos junto às empresas importadoras do Sul de Santa Catarina. **Objetivo:** Diante do tema, objetivou-se identificar a relação das empresas com o mercado chinês, o entendimento, impactos e adequações em virtude da portaria. **Metodologia:** Quanto aos fins à pesquisa enquadrou-se como descritiva e quanto aos meios de investigação caracterizou-se como bibliográfica e de campo. A amostra foi composta por três empresas que mantiveram relacionamento comercial com a China no período de janeiro/dezembro de 2011. Para a coleta de dados utilizou-se a técnica qualitativa, com o auxílio de um roteiro previamente estruturado para nortear a entrevista. **Resultados:** A implementação da portaria foi uma das estratégias do governo para a proteção do mercado nacional. Contudo, torna-se viável continuar importando o porcelanato não esmaltado oriundo da China.

**Palavras-chave:** Barreira Protecionista. Importação. Porcelanato não Esmaltado.

### Abstract

Since early 2006 the industry began importing ceramic unglazed porcelain in China, driven by the quality of the Chinese product and appreciation of the real against the dollar. With the steady increase in imports, the Brazilian government implemented the ordinance SECEX nr. 10/2010. **Subject:** Thus, the present study has as its theme the Brazilian trade protection on unglazed porcelain imported from China through the concierge SECEX nr. 10/2010 and its effects along to the importing of Southern Santa Catarina. **Objective:** Given the theme aimed to identify the relationship between companies and the Chinese market, understanding, impacts and adaptations under the ordinance. **Methodology:** As for research purposes framed as descriptive and as the means of investigation characterized as bibliographic and field. The sample was composed of three companies that maintained commercial relations with China from January / December 2011. For data collection we used the qualitative technique, with the aid of a script previously structured to guide the interview. **Results:** The implementation of the ordinance was one of the government's strategies for the protection of the domestic market. However, it

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT3 – Relações Internacionais

<sup>2</sup> Graduado, Administração com linha Específica em Comércio Exterior - UNESC

<sup>3</sup> Professor, Administração com linha Específica em Comércio Exterior - UNESC

becomes feasible to continue importing the unglazed porcelain originated from China.

**Keywords:** Protectionist Measure. Import. Ceramic Unglazed Porcelain.

## 1 INTRODUÇÃO

Os primeiros contatos do governo brasileiro com o governo chinês ocorreram no final do século XIX. Destacando-se no contexto internacional, o Brasil e a China estão entre as principais economias em desenvolvimento e encontram-se na lista dos cinco maiores do mundo em termos populacionais e de dimensões territoriais. Alguns problemas existentes entre as duas culturas são semelhantes, dentre eles, os elevados índices de desigualdade socioeconômica.

Nos últimos anos o Brasil tem diversificado e aumentado o número de produtos exportados à China. Aproximadamente 75% das exportações brasileiras ainda concentram-se na venda de minérios de ferro, soja, aço e celulose. Alguns fatores como o denominado “custo Brasil” limitam a capacidade na exportação de produtos manufaturados. Dentre os entraves brasileiros, consideram-se as altas cargas tributárias, dificuldades de logística, alto valor pago pelo gás industrial e energia elétrica.

Com relação às importações de produtos chineses, estas vêm crescendo rapidamente, o que vem deixando o governo brasileiro preocupado em tentar proteger a indústria nacional. Barreiras comerciais e o aumento repentino dos impostos de importação, com destaque para a Portaria SECEX nr. 10/2010 que entrou em vigor em 25 de julho de 2011, são medidas tomadas pelo governo para tentar diminuir a busca constante por produtos chineses, principalmente pelo baixo preço, atrelado a uma boa qualidade.

Diante do exposto, e sabendo que o Sul de Santa Catarina é um polo nacional na produção de revestimentos cerâmicos e o maior importador de porcelanato não esmaltado, o presente estudo objetivou identificar os reflexos da portaria SECEX nr. 10/2010 junto às empresas exportadoras do Sul de Santa Catarina que importam porcelanato não esmaltado da China.

## 2 A RELAÇÃO BRASIL X CHINA – PORCELANATO NÃO ESMALTADOS

A indústria cerâmica a partir do início da década de 90 passou a acompanhar a evolução industrial devido à introdução de técnicas de gestão, controle de matéria-prima e domínio dos produtos fabricados. Atualmente, a cerâmica é dividida em segmentos de características individualizadas, e com distintos avanços tecnológicos (ANFACER, 2012).

No final da década de 80, os italianos criaram uma cerâmica com resistência mais alta, superioridade estética, homogeneidade bastante grande entre as peças e melhores acabamentos e cortes. Passaram a chamar este tipo de cerâmica de porcelanato (CECRISA, 2012).

As tecnologias de fabricação dos porcelanatos continuaram evoluindo e com o tempo estes se dividiram em duas classes: porcelanato esmaltado com a classificação fiscal 6908.90.00, e porcelanato não esmaltado com a classificação fiscal 6907.90.00 (ANFACER, 2012).

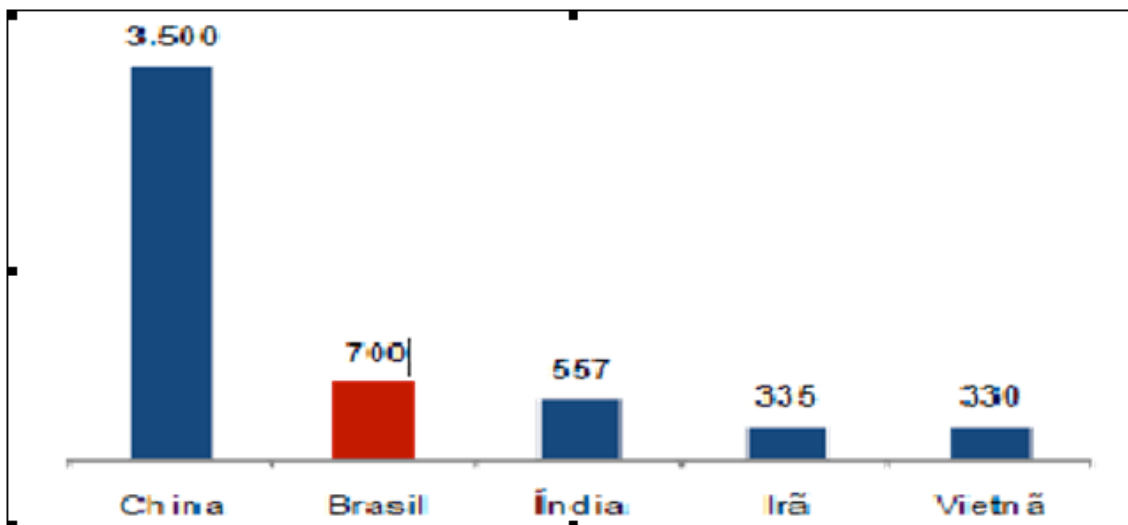
O porcelanato esmaltado com classificação fiscal 6908.90.00, engloba: ladrilhos e placas (lajes), para pavimentação ou revestimento, vidrados ou esmaltados, de cerâmica; cubos, pastilhas e artigos semelhantes, para mosaicos, vidrados ou esmaltados, de cerâmica, mesmo com suporte. Pelo fato de ter uma camada de esmalte, é diferenciado do porcelanato não esmaltado por haver um desgaste deste esmalte com o passar do tempo (ANFACER, 2012).

O porcelanato não esmaltado com classificação fiscal 6907.90.00, engloba: ladrilhos e placas (lajes), para pavimentação ou revestimento, não vidrados nem esmaltados, de cerâmica; cubos, pastilhas e artigos semelhantes, para mosaicos, não vidrados nem esmaltados, de cerâmica, mesmo com suporte. É produzido com massa de *feldspato* e caulim. O custo é mais alto, uma vez que consome muito corante em comparação ao que consumiria um esmalte além de não sofrer problemas de desgastes (ANFACER, 2012).

O mercado atual de revestimentos cerâmicos tem a China como principal referência para o setor. O mercado chinês tem crescido a uma taxa anual de 11,1% desde 2005 (CERAMIC WORLD REVIEW, 2011).

A Figura 1 destaca a China, Brasil, Índia, Irã e o Vietnã dentre os países com maior consumo mundial de revestimentos cerâmicos.

Figura 1 - Consumo mundial de revestimentos cerâmicos.



Fonte: *Cerâmico World Review* (2011, p.19).

A superioridade da China é notável, uma vez que em 2011 consumiu quase o dobro de revestimento cerâmico dos outros quatro países juntos, conforme demonstra-se na Figura 1. Nota-se que o Brasil é o segundo maior consumidor mundial, sendo que seu consumo está diretamente ligado ao crescimento da construção civil, com expectativas de avanço em ritmo acelerado para os próximos anos.

A partir de 1970, o governo brasileiro trouxe para o mercado nacional, tecnologias e inovações para os setores em desenvolvimento, dentre eles o comércio de revestimentos cerâmicos. Com a abertura do mercado para o mundo global na “era Collor” em 1990, o comércio exterior brasileiro expandiu-se e passou a vivenciar uma maior experiência de mercado na troca de informações com diversos países (LUDOVICO, 2007).

Atualmente no Brasil existem aproximadamente 120 empresas inseridas no setor de revestimentos cerâmicos. A maior concentração de produção está na região sudeste, com 67,5%. A região Sul tem uma produção estimada em 20,5% e 12% para as demais regiões (ANFACER, 2012).

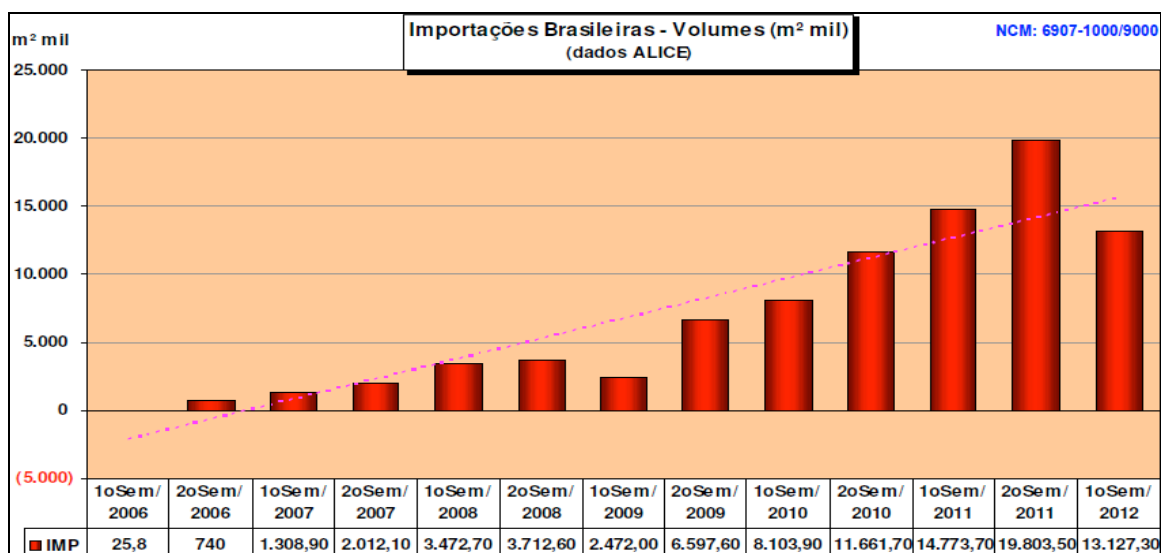
A China, por conta deste crescimento observado no setor brasileiro, vem se beneficiando com suas exportações de revestimentos cerâmicos, principalmente de porcelanatos não esmaltados. Atrela-se a este crescimento, principalmente à

competitividade no preço do produto comparado os demais fabricantes mundiais (CERAMIC WORLD REVIEW, 2011).

Os chineses atingiram 95,1% das importações brasileiras de porcelanato não esmaltado no final de 2011, comprovando a alta qualidade e resistência dos produtos, facilidade de limpeza e durabilidade. O preço médio de venda por metro quadrado chinês no ano de 2011 ficou em US\$ 6,35, enquanto para a produção no mercado nacional, o preço médio de venda para o porcelanato não esmaltado girou em torno de US\$ 19,00 (ANFACER, 2012).

A Figura 2 apresenta a evolução das importações brasileiras de porcelanato não esmaltado oriundos da China no período de 2006 a 2012 (1ª. semestre).

Figura 2 – Importações brasileiras de porcelanato não esmaltado oriundos da China.



Fonte: ANFACER (2012, p.01).

De acordo com a Figura 2, nota-se que o Brasil iniciou seu interesse em importar porcelanatos não esmaltados oriundos da China no ano de 2006, com um total de 766 mil m<sup>2</sup> e uma receita de US\$ 3,7 milhões. Foi a partir do segundo semestre de 2006, que os processos dessas importações aceleraram bruscamente. Já no ano seguinte, em 2007, atingiu o montante de 3.321 milhões de m<sup>2</sup> de porcelanato não esmaltado importados, com um aumento de 434% com relação ao ano de 2006.

Devido à crise mundial no final de 2008, o primeiro semestre de 2009 foi considerado um período de recuperação. O Brasil conseguiu superar bem esta crise, comprovando o aumento de 56% da importação no segundo semestre de 2009 comparado ao segundo semestre de 2008. Chega-se ao ano de 2011 com o total de 34.577 milhões m<sup>2</sup> importados e uma receita de quase US\$ 212 milhões, representando 45 vezes mais que no ano de 2006, (ANFACER, 2012).

Em um aspecto regional, Santa Catarina é o estado polo para os ceramistas brasileiros, possuindo os três maiores grupos do setor de revestimentos cerâmicos no Brasil (ANFACER, 2012). O Estado representa 11,5% da produção total de revestimentos cerâmicos do país. Porém, comparando o faturamento destas três empresas com o restante do setor, pode-se observar uma participação bastante superior, totalizando 27%, principalmente por conta da venda de produtos de maior valor agregado (MDIC, 2012).

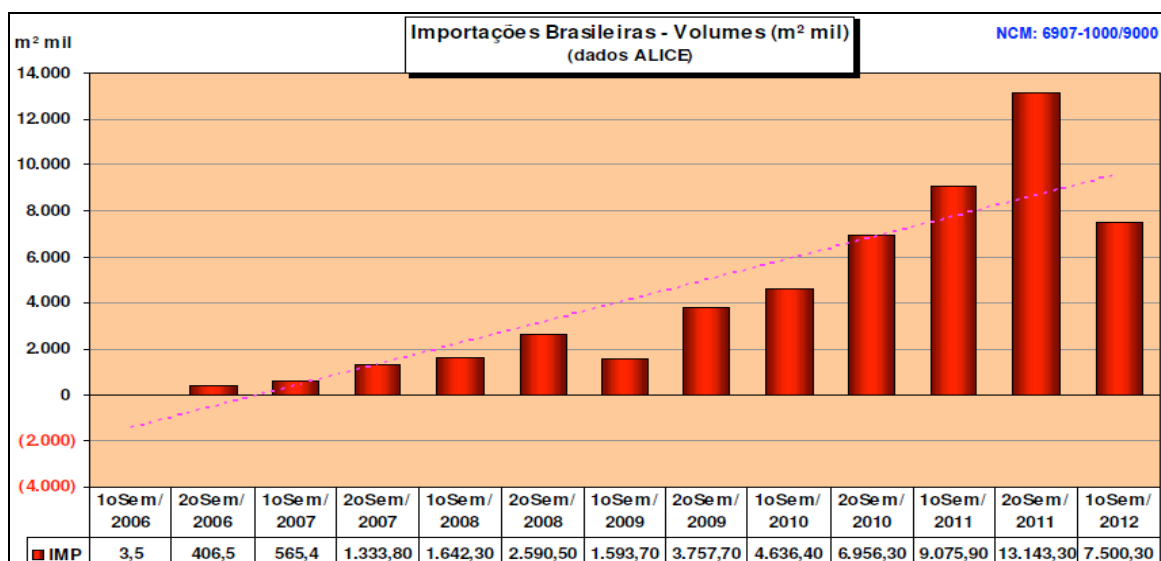
Para as importações de porcelanato não esmaltado oriundos da China, Santa Catarina é o estado brasileiro que mais importa este tipo de produto. Somente no primeiro semestre de 2012, os números comprovam esta identidade somando um total de 57% das importações brasileiras (MDIC, 2012).

O trabalho logístico diferenciado dos portos catarinenses junto aos diversos benefícios oferecidos pelo governo do Estado tornou Santa Catarina como destaque nacional quando o assunto é importação. As empresas nacionais de outros estados por terem interesse em usar estes benefícios, contribuem para o aumento considerável das importações via portos catarinenses (MDIC, 2012).

O porto de Itajaí, por exemplo, até 2004, era considerado um porto destinado basicamente às exportações. A partir de 2007, a criação do Pró-Emprego possibilitou aos empresários enquadrarem-se na exigência da Secretaria de Estado da Fazenda e terem o ICMS reduzido de 17% para 3%. Desde então, 781 empresas investiram R\$ 14,2 bilhões de reais na economia catarinense empregando diretamente 64,4 mil pessoas (MDIC, 2012).

A Figura 3 destaca as importações catarinenses de porcelanato não esmaltados oriundos da China no período de 2006 a 2012 (1º. Semestre).

Figura 3 – Importações catarinenses de porcelanato não esmaltado oriundos da China.



Fonte: ANFACER (2012, p.02)

De acordo com a Figura 3, nota-se que o crescimento catarinense na importação de porcelanato não esmaltado, aumentou 462% no final de 2007 comparando-se com o início das importações em 2006. Somente o primeiro semestre de 2009, período este de recuperação da crise mundial, não acompanhou a crescente das importações. A receita no primeiro semestre de 2009 foi de US\$ 11 milhões, ou seja, US\$ 391 mil a menos que o primeiro semestre de 2008. O ano de 2010, comparado ao ano de 2009 teve as importações voltando a todo vapor com um aumento de 217%. Já no final de 2011, percebe-se na Figura 3 um crescimento de 54 vezes comparando-se ao início das importações em 2006, com uma receita de US\$ 87 milhões (ANFACER, 2012).

## 2.1 BARREIRAS PROTECIONISTAS

O Quadro 1 apresenta as principais barreiras protecionistas, destacando as barreiras tarifas (imposto de importação, valoração aduaneira e taxas) e não tarifárias (restrições quantitativas, licenciamento, procedimentos alfandegários, medidas *antidumping*, medidas compensatórias, subsídios e medidas de salvaguardas).

Quadro 1 – Síntese das principais barreiras tarifárias e não tarifárias.

BARREIRAS PROTECIONISTAS	TIPOS	CARACTERÍSTICAS
<b>Barreiras Tarifárias</b>	Imposto de Importação	As alíquotas do imposto de importação são registradas e são especificadas na Tarifa Externa Comum (TEC), vinculadas na codificação da Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), na data do fato gerador (BIZELLI; BARBOSA, 2002).
	Valoração Aduaneira	Refere-se ao controle do valor aduaneiro, perante as informações prestadas junto à aduana. O valor aduaneiro foi conceituado na Rodada de Tóquio por meio do “Código de Valoração Aduaneira”. Rodada esta ocorrida em Genebra em 12 de abril de 1979, aprovado e promulgado no Brasil em 8 de maio de 1981 pelo Decreto Legislativo 9 e em 16 de julho de 1986 pelo Decreto 92.930 (WERNECK, 2008).
	Taxas	O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) dá-se devido às operações sobre os próprios produtos industrializados (VASQUEZ, 2003). O ICMS tem como cálculo final o valor que consta no documento de importação mais o IPI somando as despesas aduaneiras (LOPEZ; GAMA, 2005). O Adicional de Frete para Renovação da Marinha Mercante (AFRMM) surgiu como um tributo para a melhoria das frotas mercantes no país, sendo aplicados 25% do frete internacional. Ainda existem as taxas de armazenagens e taxas de capatazias. (BEHREND, 2002).
<b>Barreiras Não Tarifárias</b>	Restrições Quantitativas	Como exemplo das restrições quantitativas, tem-se as quotas de importação. Estas quotas restringem ao montante de produtos importados, limitando-se a um número estabelecido sob a base específica ou global (ABIMAQ, 2012).
	Licenciamento de Importação	O licenciamento automático para importação, por base geral, acontece de forma automática. Ao importar um produto, fica obrigatório o contribuinte apresentar as informações deste produto, de natureza comercial, financeira, cambial e fiscal (MDIC, 2012). Para o licenciamento não-automático, a legislação obriga ao importador a apresentar uma autorização prévia de outros órgãos da administração pública para a importação de determinada mercadoria. A licença de importação (LI) deverá ser providenciada com antecedência, antes do embarque da mercadoria no país de origem (ABIMAQ, 2012).
	Procedimentos Alfandegários	Ao conjunto de procedimentos alfandegários em sua maior parte feitos pelo SISCOMEX, chamamos de despacho aduaneiro de importação, ou exportação. O despacho aduaneiro é o procedimento final para a autorização da mercadoria na entrada no país até ser entregue nas mãos do importador (MORINI, 2006).
	Medidas Antidumping	As medidas <i>antidumping</i> servem para anular os reflexos negativos sofridos pelas indústrias nacionais. Devido à abusiva redução das tarifas de importação brasileira, o mercado nacional fica na vitrine dos exportadores estrangeiros. É cabível ao



		governo evitar por meio de alguma medida, a enxurrada de produtos importados, que prejudicam os diversos segmentos da indústria brasileira (MDIC, 2012).
	Medidas Compensatórias	As medidas compensatórias surgiram como forma de compensação de subsídio concedido, direta ou indiretamente, no país exportador, para os processos de produção, fabricação, exportação ou ao transporte de qualquer produto, cuja exportação ao Brasil cause dano à indústria nacional (ABIMAQ, 2012).
	Subsídios	A definição de subsídios é válida quando existe a concessão de um benefício por meio das seguintes situações: a) exista contribuição financeira por um órgão público ou um governo no interior do território de um governo; b) quando existir por parte do governo, transferências de fundos, doações, e garantias de empréstimos; c) quando exista o perdão das receitas públicas ou o não recolhimento das mesmas por meio de benefícios fiscais ou bonificações fiscais; d) quando o governo adquira bens ou forneça bens ou serviços além daqueles destinados à infraestrutura (MDIC, 2012).
	Medidas de Salvaguarda	A medida de salvaguarda é aplicada no intuito de aumentar por determinado tempo, a proteção do mercado interno e facilitar o ajuste da indústria nacional para recuperar sua competitividade. Esta pode ser praticada por suspensão das concessões tarifárias, ou pela limitação quantitativa da entrada de produtos específicos no mercado nacional (BROGINI, 2008).

**Fonte:** Adaptado de Bizelli e Barbosa (2002), Behrends (2002), Brogini (2008), Werneck (2008), Morini (2006), ABIMAQ (2012) e MDIC (2012).

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Quanto aos fins de investigação, a pesquisa definiu-se como descritiva (OLIVEIRA, 1999), sabendo que o estudo procurou descrever os reflexos causados pela portaria SECEX nr. 10/2010 junto às empresas importadoras do sul de Santa Catarina que importam porcelanato não esmaltados da China.

Quanto aos meios de investigação, enquadrou-se a pesquisa como bibliográfica e de campo. Para ser determinada uma pesquisa bibliográfica, esta deve estar repleta de informações por intermédio de artigos, documentos, livros, buscas pela *internet* sobre assuntos que envolvem a área desejada (SEVERINO, 2002). A pesquisa de campo é desenvolvida por meio de um planejamento específico que consiste na coleta, registro e análise de dados, sem que o pesquisador interfira e manipule os fatos (ANDRADE, 2005).

Desta forma, visando identificar os reflexos causados pela defesa comercial brasileira na importação de porcelanato não esmaltados da China, realizou-se uma pesquisa de campo junto a três empresas importadoras do sul de Santa Catarina, caracterizando uma amostra não probabilística (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

A coleta de dados foi feita diretamente nas empresas em estudo, utilizando-se também da Portaria SECEX 10/2010, caracterizando assim, a origem primária e secundária dos dados da pesquisa (MATTAR, 2006). A técnica qualitativa (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006) foi aplicada para a coleta dos dados, utilizando como instrumento uma entrevista (MARCONI; LAKATOS, 2005) junto aos gerentes do departamento comercial/importação das empresas em estudo.

#### **4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA**

Destaca-se para cada empresa primeiramente o processo de negociação com o mercado chinês e em seguida apresentam-se aspectos relacionados com a Portaria SECEX nr. 10/2012.

##### **4.1 EMPRESA A**

A empresa A iniciou suas negociações de importação de porcelanato não esmaltado da China no ano de 2006. É importante ressaltar que o período anterior ao ano de 2006, o valor do dólar estava mais alto em relação ao real, tornando inviável importar o porcelanato não esmaltado devido aos impostos e custos da operação passar a ser superior ao da própria produção nacional.

A partir de 2006 com a valorização do real e a queda do dólar, o preço do produto chinês tornou-se competitivo e a empresa A passou a praticar a compra de produtos acabados do exterior, inserindo na operação chamada de *Outsourcing*.

O *Outsourcing* é uma expressão originada da língua inglesa sendo considerado como uma terceirização ou uma fidelidade de compra de um determinado produto com o fornecedor externo ou um fornecedor nacional (GIOSA, 1997).

A empresa A efetua as importações por conta e ordem de terceiros, com a

intermediação de uma Comercial Importadora, devido ao subsídio disponibilizado pelo governo de Santa Catarina, conseguindo creditar-se do valor do ICMS total.

O volume estimado de importação da empresa A por contêineres de porcelanato não esmaltado chinês desde 2006, fica na média de 1700 contêineres importados por ano. O valor FOB/US\$ de compra para o mesmo produto atingiu o montante de US\$ 12 milhões ao ano.

No ano de 2011 quando o governo implementou a portaria SECEX nr 10/2010, a empresa A já tinha conhecimento desta barreira, porém foi uma surpresa para a empresa quando o governo resolveu implementá-la efetivamente. Neste sentido, de acordo com o Gerente de *Outsourcing* da empresa A:

A visão que a empresa tem pela implementação da portaria é de respeito perante a decisão do governo, apesar de não estar de acordo. A porcentagem de compra do porcelanato não esmaltado importado ainda equivale uma fatia pequena devido à alta demanda que proporciona o mercado da construção civil no Brasil [...]

Para o fornecedor chinês, a atitude do governo brasileiro fez com que muitas fábricas pequenas na China quebrassem, pois estas eram sustentadas pelas pequenas empresas brasileiras que importavam este tipo de produto. No mercado interno brasileiro, o impacto comercial causado foi muito grande, principalmente pela fixação do preço mínimo de compra por m<sup>2</sup> de US\$ 10,00.

No aspecto financeiro, o impacto causado pela portaria SECEX nr 10/2010 na empresa A foi a elevação do seu custo logístico, justificado pela obrigação de pagar o licenciamento prévio antes do embarque da mercadoria na China.

O prazo de entrega também foi afetado pela implementação da portaria devido à burocracia e demora do sistema em deferir as licenças de importação. O atraso na entrega do produto no cliente final trouxe muita insatisfação por parte de muitos destes.

A empresa A acredita que novas medidas do governo podem ser aplicadas, pois quem dita às medidas protecionistas é a própria indústria brasileira com o intuito de proteger o mercado nacional e a sobrevivência da mesma. Para a empresa A, o governo somente aplica estas medidas nestas condições.

Mesmo com a implementação da portaria, a empresa A ainda considera viável

a importação de porcelanato não esmaltado da China. Um dos motivos da vantagem competitiva para a importação é o benefício fiscal dos portos de Santa Catarina. Porém, a empresa sempre está procurando novas alternativas para atender o mercado interno com um produto de qualidade.

## 4.2 EMPRESA B

O que motivou a empresa B a importar o porcelanato não esmaltado da China foi o baixo preço do produto atrelado à boa qualidade e uma estratégia competitiva. A estratégia competitiva é descrita por Porter (1990, p1) e determina que:

A estratégia competitiva é a busca de uma posição competitiva favorável em uma indústria, a arena fundamental onde ocorre a concorrência. A estratégia competitiva visa a estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência na indústria.

A empresa B iniciou seu processo de importação de porcelanatos não esmaltados da China no início do ano de 2008 por meio de vendas diretas. Segundo o Gerente Comercial da empresa B:

O motivo deste início tardio, foi esperar pela aceitação do mercado nacional do produto importado chinês. Depois de várias análises de viabilidade, percebemos que também conseguiríamos ser competitivos importando este tipo de porcelanato [...]

A empresa B importa anualmente 700 contêineres de porcelanato não esmaltado da China. O volume de compras no valor FOB/US\$ é equivalente a US\$ 4 milhões. Dentre os projetos futuros da empresa A, destacam-se o aumento no próximo ano a compra de porcelanatos não esmaltados chineses para 1000 contêineres ao ano.

Com relação à implementação da portaria SECEX nr 10/2010, a empresa B não tinha conhecimento e foi pega de surpresa pela medida. Em julho de 2011 quando veio a notificação oficial do MDIC sobre a publicação da portaria, a empresa B estava com muitos contêineres em água e a insegurança em continuar importando este produto foi bastante grande.

A empresa B visualiza a portaria SECEX 10/2010 como uma forma de fazer com que a produção nacional consiga reagir frente aos produtos importados tanto na qualidade quanto no preço. A garantia de emprego para o profissional da área é um dos benefícios trazidos com esta portaria.

O impacto comercial causado pela portaria junto ao fornecedor chinês, fez com que estes buscassem novas alternativas e fórmulas para a redução dos custos de seus produtos. O objetivo desta redução é o de não causar impacto no preço final do produto para que seus clientes ainda continuem comprando o porcelanato não esmaltado.

A empresa B após a implementação da portaria, foi obrigada a refazer o preço final de venda do porcelanato não esmaltado chinês devido à burocracia no deferimento e pagamento das licenças de importação. A insegurança com o governo brasileiro caso novas medidas viessem a ser aplicadas também foram relevantes.

As projeções financeiras de faturamentos com base nos importados sofreram um pequeno impacto, porém a empresa B não depende exclusivamente da importação dos porcelanato não esmaltado oriundos da China.

No aspecto logístico, o impacto causado foi de muito retrabalho para a empresa, ocorrendo perdas de embarques e remarcações dos *booking* junto aos armadores. Mercadorias importantes deixaram de serem embarcadas em tempo hábil por não conseguir obter o licenciamento prévio devido à demora do sistema de liberar as licenças para o NCM 6907 9000.

A atitude da empresa B frente à portaria foi de tentar antecipar o seu cliente final com informações que pudessem diminuir o prejuízo final. Mesmo após a aplicação da portaria, ainda ficou viável para a empresa B continuar importando o porcelanato não esmaltado da China.

### **4.3 EMPRESA C**

A empresa C efetua suas negociações com o mercado chinês desde 2006, logo após ter conseguido a licença legal para importar. A importação ocorre por meio da forma direta e um dos aspectos que impulsionou esta atividade, foi a valorização do real diante ao dólar e também o preço competitivo que o produto proporciona.

A empresa C teve a aproximação com a China ao perceber que o mercado de construção civil brasileiro começou a importar determinados tipos de produtos similares aos brasileiros, porém com um custo muito menor que o nacional.

O fator importante que determinou a segurança de negociação com a China

foi ter encontrado uma *trading* com ampla experiência e conhecimento para identificar o fornecedor chinês certo. De acordo com o Gerente Comercial da empresa C: “Os chineses são interessados em saber quem de importante você conhece, ao invés de se interessar em saber quem você é [...]”.

O volume de compras por metro quadrado da empresa C chega a 50 mil por mês com a estimativa de crescimento para 100 mil metros quadrados por mês. O valor de compra anual US\$/FOB está na faixa dos 3 milhões de dólares.

Para a empresa C a implementação da portaria SECEX foi uma surpresa. A empresa não tinha conhecimento da atitude que seria tomada pelo governo assim como a maioria das empresas também não tinham este conhecimento.

Os chineses no primeiro momento começaram a deixar a empresa C de lado, haja vista que muitos importadores brasileiros foram obrigados a cancelar seus pedidos de compras e mudar suas estratégias de mercado de uma hora para outra. Porém, aos poucos o processo voltou a ter as mesmas tratativas anteriores.

Financeiramente, a empresa não sofreu grandes impactos porque consegue manter-se muito bem com a produção nacional de outros produtos como pisos, azulejos e porcelanatos esmaltados. O bom atendimento da empresa C antes e depois da venda, com a variedade de *portfolio* e a entrega na expectativa esperada pelo cliente, supriu em tese a atitude tomada pelo governo.

Após a alteração da portaria SECEX nr 10/2010 onde não é mais necessário o deferimento da LI, voltando a ser automático, o imposto de importação aumentou de 12% para 35%. Ainda assim, ainda continua viável importar o porcelanato não esmaltado da China devido ao grande volume mensal somado a valorização do real.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A forma não alinhada que a China atua com os critérios do mercado global é um dos referenciais de grande competitividade com o restante dos países. A China possui uma moeda bastante desvalorizada com relação ao dólar contribuindo para uma maior facilidade na exportação de seus produtos. A mão-de-obra chinesa é barata, o preço do gás e da energia é baixo, com isso, os chineses conseguem estar

em constante renovação e inovação de seus parques fabris.

O preço competitivo do porcelanato não esmaltado chinês foi um dos critérios fundamentais para o início das importações brasileiras em 2006. O lucro obtido com a venda para o consumidor final fez com que as empresas procurassem cada vez mais esta alternativa, uma vez que a qualidade do produto também se destacou, conseguindo satisfazer as necessidades dos clientes finais brasileiros.

Com o intuito de travar os processos de importação de porcelanatos não esmaltados da China, tendo em vista o grande crescimento desde 2006, o governo brasileiro agiu em defesa do mercado doméstico impondo algumas barreiras comerciais, dentre elas, a Portaria SECEX nr. 10/2010.

Neste sentido, o estudo objetivou identificar os reflexos da Portaria SECEX nr. 10/2010 perante as empresas importadoras do Sul de Santa Catarina que importam porcelanato não esmaltado da China.

Com a portaria implementada, o fornecedor chinês foi buscar novas fórmulas e alternativas para a redução de custos de seus produtos a fim de não impactar no preço final do produto para exportação. Já para o cliente final no Brasil, destacou-se a revisão do preço do produto, bem como o descontentamento e dificuldades para realização de novas compras.

Infere-se que o pagamento prévio da licença de importação antes do embarque fez com que os custos logísticos aumentassem, causando um retrabalho devido à perda dos embarques e o não faturamento de pedidos de clientes importantes na data estipulada para entrega.

As empresas estudam novas alternativas para a redução do uso de matéria prima para o porcelanato não esmaltado, sendo uma das estratégias das empresas para poder atender o mercado com um produto competitivo e de boa qualidade.

A partir da pesquisa, sugerem-se para as empresas algumas ações que podem gerar bons resultados, como um programa de ideias onde os funcionários possam estar cadastrando-as, objetivando a diminuição de custos, favorecendo a inovação e a valorização dos seus ativos intangíveis, estudar a viabilidade na importação de porcelanato esmaltado com a NCM 6908900, sendo que este possui a alíquota de importação de 12%, bem como a criação de uma nova coleção de

produtos com algo diferenciado para explorar a arte brasileira.

Para que as defesas comerciais sejam estudadas e que gerem discussões, ampliando o seu entendimento, recomenda-se estudar os diferentes tipos de produtos importados que sofreram aumento de seus impostos por barreiras impostas pelo governo brasileiro, estudar a viabilidade das empresas de revestimentos cerâmicos importarem o porcelanato esmaltado com NCM 6908 9000 onde o imposto incidente ainda é de 12% e a relação de crescimento comercial entre Brasil e a Índia, sendo este um país que cada vez mais se insere no continente americano.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2005. 174p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS. **Números do Setor**. Disponível em: <<http://www.datamaq.com.br>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO. **História da Cerâmica**. Disponível em:<<http://www.anfacer.org.br>>. Acesso em: 10 out. 2012.

\_\_\_\_\_. **Números do Setor**. Disponível em: <<http://www.anfacer.org.br>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

BEHRENDTS, Frederico L. **Comércio Exterior: economia internacional**. 7. ed. Porto Alegre: Síntese, 2002. 343p.

BIZELLI, João dos Santos; BARBOSA, Ricardo. **Noções básicas de importação**. 6. ed. São Paulo: Aduaneiras, 1997.

BRASIL **Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior**. Portaria nr. 10 de 24 de maio de 2010. Dispõe sobre as operações de comércio exterior. Disponível em: < [http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1274796088.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1274796088.pdf)> Aceso: 17 ago. 2011.

BROGINI, Gilvan. **Tributação e benefícios fiscais no comércio exterior**. Curitiba: Ibpex, 2008.

CECRISA REVESTIMENTOS CERÂMICOS. **Cecrisa mantém as importações em crescimento**. Disponível em: <<http://www.cecrisa.com.br>> Acesso em: 12 set. 2012.



CERAMIC WORLD REVIEW. Disponível em:<  
<http://www.ceramicworldweb.it/DocumentList.aspx?levelId=191>> Acesso em: 10 out. 2012

GIOSA, L. Antonio. **Terceirização: Uma Abordagem Estratégica**. São Paulo: Pioneira, 1997.

LOPEZ, José Manuel Cortiñas; GAMA, Marilza. **Comércio Exterior: Competitivo**. 2. ed. São Paulo: Lex Editora S.A., 2005. 461 p.

LUDOVICO, Nelson. **Logística Internacional: um enfoque em comércio exterior**. São Paulo: Saraiva, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR.  
Disponível em:<  
<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=2782>>  
Acesso em: 15 ago. 2012.

MORINI, Cristiano. **Manual de comércio exterior**. Regina Célia Faria Simões, Valdir, Lusif Dainez (organizadores). Campinas, SP: Editora Alínea, 2006.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 1999.

SAMPIERI, Roberto Hernandez; COLLADO, Carlos Fernandez; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Mac Graw-Hill, 2006.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 22.ed. São Paulo: Cortez, 2002.

VASQUEZ , Jose Lopes. **Dicionário de Termos de Comércio Exterior**. Atlas 2003.

WERNECK, Paulo. **Comércio exterior & despacho aduaneiro**. 4.ed. Curitiba: Juruá, 2007. 329 p.