

UMA REFLEXÃO SOBRE AS BARREIRAS TÉCNICAS IMPOSTAS PELA CHINA NA IMPORTAÇÃO DE SUCO DE LARANJA BRASILEIRO

Givan Aparecido Fortuoso da Silva,
Faculdade de Tecnologia de Barueri (FATEC),
givan.silva2@fatec.sp.gov.br

Ana Carolina Pires,
Faculdade de Tecnologia de Barueri (FATEC),
c.anapires@gmail.com

Lucas da Silva Moreira Lima,
Faculdade de Tecnologia de Barueri (FATEC),
lucasmoreira19@hotmail.com

Nicolle Tavares Pimentel Silva,
Faculdade de Tecnologia de Barueri (FATEC),
nicolle.tavaresp@gmail.com

RESUMO

Considerando que o Brasil é responsável por mais da metade da produção mundial de suco de laranja, exportando mais de 90% do que produz, e que a China é um importante e promissor mercado importador, e por fim, que as barreiras técnicas impostas pelo mercado chinês se mostram impeditivas, o presente trabalho tem como objetivo geral verificar se as barreiras técnicas impostas pela China na importação de suco de laranja brasileiro comprometem o desempenho das vendas externas das empresas do setor. Como objetivos específicos têm-se: averiguar o grau de significância da China como importadora de suco de laranja brasileiro; e constatar quais são as barreiras comerciais (tarifárias, não-tarifárias e técnicas) impostas pela China para a importação do suco de laranja brasileiro. A pesquisa classificada como exploratória qualitativa, fez uso de um roteiro de entrevista estruturado a partir dos objetivos definidos. A coleta de dados foi realizada junto a Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos – CitrusBR, que congrega as quatro maiores empresas exportadoras do setor. A análise de conteúdo foi a técnica utilizada para análise dos dados. Concluindo que há barreiras técnicas e que essas barreiras comprometem as exportações de suco laranja para a China.

Palavras-chave: Suco de laranja; barreiras técnicas; exportação; China.

1 INTRODUÇÃO

Notoriamente, o Brasil sempre se destacou como um grande produtor de commodities, que nos últimos anos, em especial, vem apresentando uma forte relação de comércio com a China. De acordo com Gomide (2017), desde 2009 a China tornou-se o maior destino das exportações brasileiras, além disso o país representa 25,7% do total destas exportações, segundo Ministério da Economia (BRASIL, 2019a). Principal cliente importador e com um enorme

mercado ainda a ser explorado, a China evidencia-se pela grande relevância que as exportações para a sua localidade representam para o Brasil; informação está confirmada pelo site oficial do Governo do Brasil (2017): “parceiro comercial de longa data, a China se firmou como o mais importante mercado para produtos brasileiros, e seu interesse pelas matérias-primas brasileiras possui papel determinante para a balança comercial do Brasil”.

Dentre os diversos produtos exportados para a China, encontra-se o suco de laranja; que tem o Brasil como o maior produtor e exportador da fruta, representando 81,5% do comércio mundial deste setor (SÃO PAULO, 2019). Neste âmbito, as principais empresas brasileiras produtoras e exportadoras, segundo a Associação Nacional dos Exportadores de Cítricos – CitrusBR (2017), com base no estudo “Barreiras Comerciais para o suco de laranja Brasil – China”, representam 80% da produção do setor, observaram uma oportunidade de negócio no mercado consumidor chinês, e assim iniciaram suas exportações para o país obtendo um resultado positivamente considerável, o que acabou impulsionando mais investimentos nesta atividade, tornando a China o quarto maior importador de suco de laranja brasileiro.

No entanto, embora esta relação seja favorável para ambos os países, há um fator em particular que impede que ela seja ainda melhor: a imposição de barreiras técnicas pela China. De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BRASIL, 2016), no ano de 2015, a China representou 3% das exportações brasileiras de suco de laranja, demonstrando que há espaço para expandir as vendas, sendo necessário, porém, a realização de alguns acordos para facilitar a entrada do produto no mercado chinês, pelo fato de suas barreiras tornarem as exportações muito caras.

Partindo do exposto, o objetivo geral definido para a presente pesquisa é *constatar se as barreiras técnicas impostas pela China na importação do suco de laranja brasileiro comprometem o desempenho das vendas externas das empresas do setor*. A fim de se alcançar uma maior compreensão das variáveis que norteiam o objetivo geral, foram definidos como objetivos específicos: 1. Averiguar junto a amostra da pesquisa o grau de significância da China como cliente importador de suco de laranja brasileiro; 2. Constatar junto as integrantes da amostra quais são as barreiras comerciais (tarifárias e não-tarifárias) impostas pela China para a importação do suco de laranja brasileiro; e 3. Relatar, por meio de pesquisa junto a amostra da pesquisa, quais são as barreiras técnicas impostas pela China para a importação do suco de laranja brasileiro.

Além dessa introdução, o presente artigo é compreendido por uma revisão da literatura, na qual, faz-se uma abordagem do panorama do mercado de suco de laranja brasileiro, destacando desempenho das exportações de suco de laranja para a China, finalizando a revisão com uma abordagem sobre as barreiras ao comércio internacional, enfatizando as barreiras técnicas. Os procedimentos metodológicos são apresentados na sequência e, por fim, apresentam-se as conclusões e contribuições do estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1. PANORAMA DO MERCADO DE SUCO DE LARANJA BRASILEIRO

Considerada uma das frutas mais cultivadas ao redor do mundo, de origem asiática, de acordo com a Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítrico – CitrusBR (2019), a laranja foi trazida ao Brasil pelos portugueses durante a colonização, onde encontrou melhores condições para vegetação e produção. Hoje a laranja é comumente encontrada no país nos tipos: Bahia, Pêra, Natal, Valência, Hamlin, Westin e Rubi.

Franco (2016) confirma que o Brasil representa mais da metade da produção do suco de laranja no mundo e exporta mais de 90% do que produz, sendo motivo de representatividade e notoriedade. A força do suco de laranja brasileiro justifica o cultivo da laranja em todos os estados brasileiros, Neves et al (2010) destaca São Paulo e o triângulo mineiro, região conhecida por ser o cinturão citrícola brasileiro, como a região com maior produção de laranja, sendo responsável pela produção de 80% das laranjas no país.

De acordo com Franco (2016, p. 11) “os principais países importadores de suco de laranja são a União Europeia, Estados Unidos, Japão e China”. Entretanto, por mais que o país seja um grande produtor e exportador de suco de laranja, durante a temporada de 2016/2017, de acordo com Lopes (2017), houve uma queda neste setor no cinturão de produção formado por São Paulo e Minas Gerais devido as adversidades provocadas pelo fenômeno *El Niño*, fazendo com que os embarques brasileiros de suco de laranja fechassem a temporada com uma baixa inesperada. Porém, a Souza (2018) observa que após a temporada de baixa no setor a safra de 2017/2018 teve um aumento de 29% nas exportações entre julho de 2017 e junho de 2018. Os embarques totalizaram 1,15 milhão de toneladas de suco de laranja concentrado e congelado, sendo que a conjuntura econômica contribuiu para essa melhoria, sendo que o destaque foi o aumento dos embarques para os EUA.

No entanto, durante os primeiros nove meses da safra 2018/2019, de acordo com Taguchi (2019) houve um declínio de 13% em relação ao mesmo período da safra anterior, e esse recuo foi devido a diminuição dos embarques para os Estados Unidos. Ainda com base na mesma fonte, para o executivo Ibiapaba Netto, da CitrusBR, as perspectivas do grupo estão na China, que teve um avanço de 200% no consumo interno nos últimos 15 anos. O executivo afirmou ainda que há “grandes esperanças que as negociações lideradas pelo Ministério da Agricultura em relação as condições de acesso melhorem nossa competitividade e possamos crescer naquele mercado”.

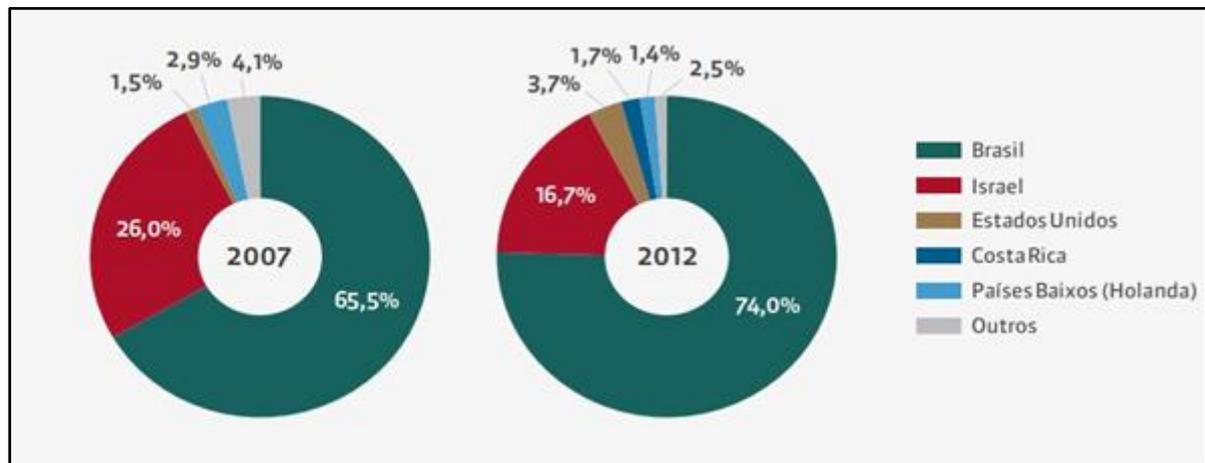
2.2. DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES DE SUCO DE LARANJA PARA A CHINA

Palmiere (2018) destaca que o Brasil é o principal abastecedor mundial no que diz respeito ao suco de laranja industrializado, pois segundo dados apresentados pela autora, com base no Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, 67% da produção mundial é brasileira, sendo a representatividade ainda maior quando se fala de exportações, sendo o país responsável por 79% das exportações mundiais. As exportações brasileiras desse segmento têm como principais destinos a União Europeia, os Estados Unidos, o Japão e a China. Embora a China seja o quarto principal país importador do suco de laranja brasileiro, na perspectiva chinesa o país latino-americano se apresenta como principal fornecedor do produto desde 2007, de acordo com o Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – Apex Brasil (2014).

No período de 2003 a 2013, dados da Citrus BR mostram que os principais mercados consumidores do suco de laranja na época (EUA, Alemanha e Reino Unido) apresentaram redução em suas importações, de 29%, 34% e 10% respectivamente; a China, em direção oposta, apresentou elevação de 130%, desde então o gigante asiático destacou-se ainda mais como novo e importante mercado para o suco de laranja, segundo Apex Brasil (2014). O crescimento das exportações se manteve, de acordo com dados do Ministério da Economia (BRASIL, 2019a), em 2017 o total de exportações de suco de laranja foi de US\$ 62,8 milhões, e em 2018 US\$ 73,23 milhões, demonstrando um aumento de aproximadamente US\$ 10,43 milhões.

Segundo Lohbauer (2019), 95% do suco de laranja importado pela China são de origem brasileira, e como demonstrado no Gráfico 1 o Brasil já era seu principal fornecedor há anos, pois embora o gigante asiático também seja um grande produtor da fruta, destina sua produção majoritariamente para o abastecimento interno *in natura*, o que compromete a produção do suco cítrico, fazendo com que a importação a opção mais viável para a demanda doméstica.

Gráfico 1: Principais fornecedores de suco de laranja para a China entre 2007 e 2012.



Fonte: APEX Brasil (2014)

Tendo em vista que o rápido crescimento econômico da China fez com que o país se tornasse um consumidor em níveis elevados, o grande potencial importador chinês para produtos básicos e manufaturados motivou o Brasil a buscar oportunidades para expansão de mercado naquele território, de acordo com o Manual Como Exportar: China, publicação do Ministério das Relações Exteriores – MRE (BRASIL, 2017). Ainda tendo como base a fonte citada, referente ao setor alimentício (no qual se encaixa o suco de laranja), segundo maior mercado com possibilidade de obtenção de sucesso e crescimento no país estrangeiro, pode-se afirmar que “a renda dos consumidores chineses está cada vez mais alta, o que lhe oferece condições de enriquecer a dieta com alimentos não disponíveis no mercado doméstico”. A CitrusBR (2017) que o crescimento de 270% no consumo interno de suco de laranja, havido no período de 2004 a 2015, faz do mercado chinês, um mercado promissor para as exportações brasileiras. Na observação dessa entidade, embora a produção de citrus da China represente o dobro da brasileira, maior parte da produção é destinada para o consumo *in natura*, a produção industrial de citrus é irregular, com baixo rendimento industrial, e com qualidade inferior a do suco produzido no Brasil. Porém, ainda com base na referida fonte, “os entraves encontrados pelo suco brasileiro exportado para a China fizeram com que o Brasil não conseguisse se beneficiar do ritmo de crescimento chinês”.

2.3. BARREIRAS AO COMÉRCIO INTERNACIONAL – BARREIRAS TARIFÁRIAS E NÃO-TARIFÁRIAS

Thorstensen (2011) declara ser as barreiras comerciais, um instrumento de política de

comércio internacional, sendo as tarifas e quotas tarifárias, os únicos instrumentos de proteção ao comércio internacional, acordados no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). Porém, a autora destaca que as rodadas de negociação promovidas pela OMC, desde ainda do período de existência do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT), contribuíram para a redução do uso de tarifa, porém observa-se a substituição por mecanismos não tarifários, considerados menos transparentes.

Tomando como referência o Guia de Comércio Exterior e Investimento (BRASIL, 2019g), entende-se como barreiras comerciais, toda e qualquer lei, regulamento, medida, restrição ou exigência imposta por um país para a importação de algum produto. As barreiras comerciais assumem papel significativo na proteção do mercado interno dos países que as impõem, e são utilizadas para além de categorizar a qualidade exigida do produto, cobrar taxas e impostos sobre as atividades de comércio exterior. Tais barreiras podem ser divididas em dois tipos: as tarifárias e não-tarifárias. De acordo com o Aprendendo a Exportar, iniciativa do governo federal (BRASIL, 2019b) e com o Manual sobre Barreiras Comerciais e aos Investimentos, da Confederação Nacional da Indústria – CNI (2017), as barreiras tarifárias são aquelas que estipulam determinadas taxas, tarifas e alíquotas diversas para a importação de respectivos produtos, com o objetivo de impactar o preço final da mercadoria, tornando-a menos competitiva em relação às mercadorias da produção interna. Já as barreiras não-tarifárias, por sua vez, irão tratar de todas as outras exigências e restrições, não envolvida cobrança monetária, imposta sobre a importação de um produto. Tais barreiras agregam: restrições quantitativas (quotas), procedimentos alfandegários, licenciamento de importação, valoração aduaneira, medidas diversas, e etc (ABIMAQ – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS, 2019).

2.3.1. BARREIRAS TÉCNICAS – DEFINIÇÃO E CLASSIFICAÇÃO

No que se refere ao âmbito não-tarifário encontra-se mais uma categoria de barreira comercial, as barreiras técnicas. Tomando por base o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Inmetro (BRASIL, 2019c), o Ministério das Relações Exteriores (BRASIL, 2019d) e a ABIMAQ (2019), essas barreiras são definidas como sendo de proteção social e não comercial, ou seja, suas exigências têm fins preventivos contra práticas enganosas e desleais, saúde/ higiene e segurança populacional e ambiental. São exemplos de barreiras técnicas: restrições fitossanitárias, ambientais, laborais e documentos que certificam

características específicas do produto como função, embalagem, desempenho, etiquetagem, métodos e processos de produção relacionados.

Entretanto, segundo Ministério da Economia (BRASIL, 2019e) e Inmetro (BRASIL, 2019c), esse tipo de barreira não é muito bem aceita, pois são tidas como uma má utilização de normas e regulamento técnicos não transparentes, bem como não fundamentados em leis internacionalmente aceitas; além de serem vistas por muitos países, e por suas empresas, como impedimentos desnecessários, que apesar de possuírem fins inicialmente tidos como preocupações legítimas, acabam sendo dissimulados com a finalidade de dificultar o acesso ao mercado interno, mostrando-se através de inspeções excessivamente rigorosas.

Tendo isso em vista, que a Organização Mundial do Comércio – OMC, de acordo com MRE (BRASIL, 2019d), tem procurado notificar por meio do Comitê das Barreiras Técnicas todos os regulamentos e projetos de regulamentos que geram impacto negativo ao comércio, para que os demais países membros que se sintam afetados por estes ou semelhantes, tenham a liberdade de solicitar esclarecimentos ao país gerador do regulamento, bem como avaliar se aceitam as barreiras técnicas em questão, tornando-as como equivalentes, assim como previsto no Acordo de Barreiras Técnicas ao Comércio - Acordo plurilateral, ratificado desde 1995, e que segundo o Manual de Barreiras Técnicas as Exportações, publicado pelo Inmetro (BRASIL, 2014), tem como objetivo assegurar que os regulamentos técnicos, normas técnicas e as avaliações de conformidade não assumam a posição de impedimentos desnecessários ao comércio internacional, do mesmo modo que também reconhece o direito da estipulação de tais quando condizentes com a definição de causa legítima, sendo estas, segurança nacional, qualidade, proteção da saúde e vida humana, animal e vegetal etc. Segundo o MRE (BRASIL, 2019d) “cerca de 900 regulamentos técnicos novos ou alterações a regulamentos já em vigor são notificados à OMC a cada ano.”

De acordo com o Inmetro (BRASIL, 2019f), conforme disposto no Quadro 1, as barreiras técnicas podem se apresentar por meio de três formas: norma técnica, regulamento técnico e avaliação de conformidade.

Quadro 1: Classificação das Barreiras Técnicas

Classificação	Definição	Como se apresenta
---------------	-----------	-------------------

<p>Norma técnica</p>	<p>Consiste em um documento que determina certas características da mercadoria, de observância não obrigatória, este documento deve ser aprovado por uma instituição reconhecida.</p>	<p>Exigências específicas de tamanho, forma, função, desempenho, terminologia, etiquetagem e embalagem, processo ou método de produção símbolos etc.</p>
<p>Regulamento técnico</p>	<p>É semelhante à norma técnica no que diz respeito ao conceito de documento que prevê diretrizes nas quais o produto deve se encaixar, entretanto difere-se do primeiro por ser de aplicação obrigatória e exigir anuência de órgãos governamentais.</p>	<p>Exigências específicas de tamanho, forma, função, desempenho, terminologia, etiquetagem e embalagem, processo ou método de produção símbolos etc.</p>
<p>Avaliação de conformidade</p>	<p>Caracteriza-se por todo procedimento que deve ser feito para comprovação do cumprimento das prescrições constatadas nos regulamentos e normas técnicas referentes ao produto em questão.</p>	<p>São exemplos de avaliação de conformidade: “...procedimento de amostragem, prova e inspeção; avaliação, verificação e garantia da conformidade; registro, acreditação e aprovação, separadamente ou em distintas combinações.”</p>

Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Inmetro (BRASIL, 2019f)

2.3.2. BARREIRAS TÉCNICAS EXIGIDAS PELA CHINA EM RELAÇÃO AO SUCO DE LARANJA

No que tange a China, constata-se, com base em Thorstensen (2011), que esse país faz uso de barreiras não-tarifárias como licenças de importação e exportação, como instrumentos de política comercial e industrial. Nesse sentido, a autora aponta a existência de barreira técnica, caracterizada por normas e padrões, exercidas por meio de regras nacionais. As normas chinesas, segundo a Apex Brasil (2014), são chamadas de GB, Guójiā Biāozhǔn, em português “padrão nacional”, e são divididas em 3 grupos: GB – Normas Obrigatórias; GB/T – Normas Recomendadas; e GB/Z: Guias Técnicas de Standardização Nacional. As normas obrigatórias estabelecem o limite máximo de resíduos e as recomendadas definem os métodos, procedimentos, especificações e formulações.

Com base na Apex Brasil (2014), no que diz respeito às exigências nas exportações dos produtos agrícolas e alimentícios para a China, o produto a ser exportado pode ser classificado em um dos seguintes grupos: a) Produtos que precisam de um protocolo assinado (carnes, animais vivos, sêmen e embriões, frutas e hortaliças frescas, oleaginosas e cereais); b) Produtos que precisam de um certificado sanitário para aprovação (pescados e produtos lácteos); ou c) Produtos que não precisam de nenhum dos dois citados anteriormente (demais produtos, exceto plantas vivas e ervas medicinais).

Apesar do suco de laranja se enquadrar no terceiro grupo da divisão dos produtos agrícolas e alimentícios para a China, o qual não necessita de um protocolo assinado e/ou de um certificado sanitário para aprovação, não significa que ele não é certificado ou muito menos avaliado. Com base no MRE (BRASIL, 2013), é necessária a anuência da Administração Geral de Supervisão da Qualidade, Inspeção e Quarentena (AQSIQ). Essa Administração, a AQSIQ, é um órgão do governo chinês responsável pela fiscalização e aprovação prévia das importações de alimentos para o país, o mais importante órgão quando o assunto é exportação de produtos agrícolas ou alimentícios para a China. A AQSIQ (CHINA, 2019) declara como objetivo de atuação, avaliar se os produtos importados estão de acordo com os critérios de qualidade impostos no contrato de venda, ou seja, confirmar se os produtos estão compatíveis com o padrão chinês, portanto é muito importante que o exportador confirme com o importador todos os requisitos necessários para internacionalizar o produto; caso o produto avaliado seja aprovado na vistoria, a AQSIQ emite um certificado de inspeção, liberando a entrada da mercadoria no país, agora, se o produto for reprovado, com base na Lei Contratual da China de 1999, em três diferentes cenários podem surgir como desfecho para esta exportação: 1) O comprador rejeita a mercadoria e os custos com a perda desta, serão de responsabilidade do exportador; 2) O exportador pode encontrar outro comprador ou trazê-la novamente para o Brasil, antes que os custos de armazenagem deste material inviabilizem esta segunda opção; e, por fim, 3) o importador pode usar as deficiências no produto exportado para renegociar as condições de preço do produto.

Tomando por base estudo da CitrusBR (2017), uma das barreiras técnicas que prejudicam a exportação de suco de laranja para a China é a imposição em relação a temperatura que o produto deve chegar ao país, que é até 18 graus negativos, havendo, neste caso, uma taxa de 7,5%. No entanto se essa temperatura for maior que 18 graus negativos, a taxa chega a 30%, tornando a exportação mais cara. As condições para atendimento do limite de temperatura que garanta uma menor taxa, ou seja, até -18°C, impede que o embarque seja feito a granel, como ocorre para outros grandes importadores de suco de laranja, como a União Europeia e Estados Unidos, sendo os embarques destinados à China, realizados em tambores, encarecendo a logística de exportação.

Outra barreira técnica imposta pela China diz respeito aos níveis de bolores e leveduras que não podem ser acima de 20 CFU/ml já em outros países esse valor pode chegar a 100 CFU/ml, porém negociações iniciadas em 2014 pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e

Abastecimento (BRASIL, 2016), com o governo chinês, resultaram, em 2016, na adoção de padrões utilizados pela maioria dos países importadores. Os novos padrões chineses substituíram a regra “GB 17325-2005” pela “GB 17325-2015”, sendo os níveis para bolor e leveduras modificados para até 100 CFU/ml, atendendo a demanda do Brasil.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. TIPO, MÉTODO E AMOSTRA DA PESQUISA

Quanto ao tipo de pesquisa este estudo classifica-se como exploratória, no qual, segundo Gil (2007) envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e análise de exemplos que estimulem a compreensão. No que se refere ao método, foi utilizado o método qualitativo que, segundo Gerhardt e Silveira (2009), o foco não está na representatividade numérica, e sim no aprofundamento da compreensão de um determinado grupo social, organização etc.

Amostra ou população amostral, segundo Vergara (2010), é uma parte do universo escolhida segundo algum critério de representatividade. Assim sendo, a amostra da pesquisa utilizada compreendeu as empresas Citrovita – Grupo Votorantim, Cutrale, Citrosuco – Grupo Fischer e Louis Dreyfus Commodities, congregadas por meio da Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos – CitrusBR, responsável pelos dados de suco cítricos brasileiros. As empresas citadas fundaram a CitrusBR em 2009 com objetivo de defender os interesses coletivos do setor em escala nacional e internacional. No que se refere ao mercado externo, a CitrusBr atua no monitoramento das questões de comércio internacional, lutando pela eliminação de barreiras comerciais.

3.3. INSTRUMENTO, COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O instrumento de pesquisa foi um roteiro de entrevista, contendo questões estruturadas a partir dos objetivos determinados. A coleta de dados se deu por meio de entrevistas realizadas por e-mail junto à amostra definida, sendo a respondente da pesquisa a Gerente de Relações Internacionais e Institucionais na CitrusBr, profissional de Relações Internacionais e Relações Governamentais com 15 anos de experiência em Desenvolvimento de Negócios. Em complemento a coleta dos dados realizada por meio da entrevista, utilizou-se duas entrevistas concedidas pelo Diretor-Executivo da CitrusBr, que abordou questões relacionadas aos

objetivos da presente pesquisa.

A análise dos resultados foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo, que corresponde a:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2011, p. 47).

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1. GRAU DE SIGNIFICÂNCIA DA CHINA COMO CLIENTE IMPORTADOR DE SUCO DE LARANJA BRASILEIRO

Averiguar o grau de significância da China como cliente importador de suco de laranja brasileiro se referiu a um dos objetivos definidos para a presente pesquisa. Nesse sentido, a Gerente de Relações Internacionais e Institucionais na CitrusBr, respondente da pesquisa, disse que o mercado de suco de laranja chinês tem crescido muito para o mercado exportador brasileiro, por conta de fatores que pesam contra a produção interna chinesa. Os fatores apontados pela entrevista foram: que a maior parte da produção é destinada para o consumo *in natura*; o rendimento industrial chinês é baixo; a qualidade do suco é inferior a produzida no Brasil; além da China possuir uma produção irregular. Para a entrevistada, o mercado de suco de laranja tem crescido na China, pois o Brasil tem condições de oferecer um produto melhor, aumentando a base de consumidores de suco de laranja no país.

Em complemento às informações prestadas pelo respondente, em entrevista concedida a Salomão (2019a), tem-se o registro da importância do mercado chinês para as exportações do agronegócio brasileiro. No que se refere às vendas externas do suco de laranja, a reportagem destaca o aumento de embarques para o mercado chinês. Tomando por base estatísticas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que “de 2017 para 2018, o volume embarcado passou de 32,243 mil para 35,255 mil toneladas e o faturamento dos exportadores, de US\$ 62,80 milhões para US\$ 73,24 milhões”. Porém, o autor destaca que embora o Brasil seja o maior produtor e exportador mundial de suco de laranja, esse produto figura de maneira tímida, ocupando a décima posição na lista das principais *commodities* exportadas.

O conteúdo coletado e analisado tem respaldo no que foi citado no Manual Como Exportar: China, publicação do Ministério das Relações Exteriores – MRE (BRASIL, 2017), que diz que o mercado chinês possui o grande potencial importador para produtos básicos e

manufaturados, o que motiva o Brasil a buscar oportunidades para expansão de mercado naquele território. Sendo assim, a resposta dada pela entrevistada e os dados apontados por Salomão (2019a) têm amparo nas informações contidas no referencial teórico pesquisado, no qual a Apex Brasil (2014) diz que o Brasil se apresenta como principal fornecedor do produto para a China desde 2007, destacando ainda, a elevação das vendas em 130% para esse país, tornando-o como um novo e importante mercado para o suco de laranja brasileiro. Os fatores contribuintes para a importância da China como cliente importador é pelo fato de que o país asiático destina a produção de laranja para o consumo interno em sua forma natural, gerando amplas oportunidades para exportação do suco (bem industrializado), uma vez que a produção interna deste produto não é suficiente para o abastecimento local, como relatado no referencial teórico, de acordo com Lohbauer (2019).

4.2. BARREIRAS COMERCIAIS (TARIFÁRIAS E NÃO-TARIFÁRIAS) IMPOSTAS PELA CHINA PARA A IMPORTAÇÃO DE SUCO DE LARANJA BRASILEIRO

As barreiras comerciais, como declarado por Thorstensen (2011), são instrumentos de política de comércio internacional; assumindo, segundo o Guia de Comércio Exterior e Investimento (BRASIL, 2019g), um papel significativo na proteção do mercado interno dos países que as impõem, categorizando a qualidade exigida do produto, cobrando taxas e impostos sobre as atividades de comércio exterior. Partindo dessas considerações um outro objetivo definido foi o de constatar quais são as barreiras comerciais (tarifárias e não-tarifárias) impostas pela China para a importação do suco de laranja brasileiro.

No questionamento feito a entrevistada da CitrusBR, a respondente cita a existência de uma barreira tarifária imposta sobre o produto, sendo que esta pode variar de 7,5% a 30% sobre a importação do bem, significando uma restrição às exportações brasileiras de suco de laranja para o mercado chinês. Essas barreiras tarifárias, como declarado pela iniciativa do governo federal Aprendendo a Exportar (BRASIL, 2019b) e pela CNI (2017), por meio do Manual sobre Barreiras Comerciais e aos Investimentos, correspondem a taxas, tarifas e alíquotas diversas para a importação de determinados produtos, impactando o preço final da mercadoria, comprometendo a competitividade da mercadoria importada em relação às mercadorias produzidas localmente.

Embora tenha citado a existência de barreiras tarifárias, a representante entrevistada, buscou enfatizar a existência de barreiras não-tarifárias, sendo declarado que “há certa burocracia neste processo de importação”, expressa, de acordo com a fala da entrevista,

principalmente, por exigências criteriosas sobre as condições de como o produto deve chegar ao local de destino. A burocracia apontada pela entrevistada pode ser entendida como a aplicação de barreiras não-tarifárias à importação, pois essas barreiras podem compreender, segundo o Inmetro (BRASIL, 2019c), o Ministério das Relações Exteriores (BRASIL, 2019d) e a ABIMAQ (2019), todas as exigências e/ou restrições – restrições quantitativas (quotas), procedimentos alfandegários, licenciamento de importação, valoração aduaneira, medidas diversas, entre outras; não envolvendo cobrança monetária, e que são impostas sobre a importação de um produto.

4.3. BARREIRAS TÉCNICAS IMPOSTAS PELA CHINA PARA A IMPORTAÇÃO DO SUCO DE LARANJA BRASILEIRO

Buscando identificar quais são as barreiras técnicas impostas pela China para a importação do suco de laranja brasileiro, a Gerente de Relações Internacionais e Institucionais na CitrusBr, respondente da pesquisa, reiterou que a principal barreira tarifária imposta pela China na importação do suco de laranja brasileiro, e como já mencionado anteriormente, podendo variar de 7,5% a 30% sobre a importação do produto, é derivada de uma barreira técnica relacionada às exigências na temperatura do suco exportado. O conteúdo trazido por meio da entrevista, encontra respaldo na pesquisa desenvolvida, pois Thorstensen (2011), aponta a existência de barreiras técnicas por parte do governo chinês, sendo essas caracterizadas por normas e padrões, exercidas por meio de regras nacionais. Essas barreiras, segundo a CitrusBR (2017), são prejudiciais a exportação de suco de laranja para a China, sendo a sua imposição relacionada a temperatura que o produto deve chegar ao país: até -18°C , há uma taxa de 7,5%; se essa temperatura for maior que -18°C , a taxa chega a 30%.

De acordo com a entrevistada, a tarifa relacionada à temperatura que a indústria do suco de laranja brasileiro enfrenta no mercado chinês é uma “barreira técnica” que não impede as exportações, mas as tornam mais caras e impõem dificuldades de logística para os exportadores, pois, para o suco ser exportado para a China, é necessário que ele seja enviado em tambores, para que seja possível manter a temperatura de -18°C , pois caso o produto chegue com uma temperatura acima disso a tarifa sobe para 30%. A entrevistada, declara, ainda, que além da dificuldade técnica e dos riscos de uma incidência maior de impostos, o transporte por tambores geralmente tem um custo mais elevado do que o transporte a granel. Para a entrevistada, mudar essa regra tornaria o suco de laranja brasileiro mais competitivo no mercado chinês.

Como reforço ao que foi dito pela entrevista na pesquisa, destaca-se a fala do diretor-executivo da Associação Brasileira dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBr), Ibiapaba Netto, em entrevista para Salomão (2019b):

“O ganho de escala logístico que você consegue com o granel é importante na nossa operação. Então, para pensarmos em um dia ter uma operação a granel na China, tem que resolver isso. O que pedimos é que não haja diferenciação de tarifa por causa da temperatura. Se pagamos 7,5% para o suco congelado a pelo menos -18 graus, que se mantenha para o que não for nessas condições”.

4.4. CONSTATAÇÃO SE BARREIRAS TÉCNICAS IMPOSTAS PELA CHINA NA IMPORTAÇÃO DO SUCO DE LARANJA BRASILEIRO COMPROMETEM AS VENDAS EXTERNAS DAS EMPRESAS DO SETOR.

Constatar se as barreiras técnicas impostas pela China na importação do suco de laranja brasileiro comprometem o desempenho das vendas externas das empresas do setor refere-se ao o objetivo geral do presente estudo. A coleta trouxe os dados que serão apresentados e analisados a seguir.

A Gerente de Relações Internacionais e Institucionais na CitrusBr, respondente da pesquisa, reforçou os impactos gerados pela imposição da barreira técnica no que se refere a incidência dos impostos (barreira tarifária) e nos custos logísticos, pois o suco de laranja tem que ser exportado em tambores ao invés do transporte a granel. A consequência direta da imposição da barreira técnica é o encarecimento das exportações do produto, tornando, menos competitiva a oferta brasileira de suco de laranja para o mercado chinês. A respondente reitera veementemente que a barreira técnica em questão gera mesmo impacto negativo nas exportações: “...a temperatura que o produto deve chegar ao país, que é até 18 graus negativos, havendo uma taxa de 7,5%. No entanto, se essa temperatura for maior que 18 graus negativos a taxa chega a 30%, tornando a exportação mais cara e não podendo ser a granel como é realizada para outros países grandes exportadores de suco de laranja, como a União Europeia e Estados Unidos.” A fala da respondente é respaldada pelo o que é registrado no estudo da CitrusBR (2017) e pelo o que diz Thorstensen (2011) quanto aos prejuízos causados pelas barreiras técnicas.

Segundo a Gerente de Relações Internacionais e Institucionais na CitrusBr, respondente da pesquisa, as barreiras técnicas que são impostas pela China nas importações originárias do Brasil, comprometem sim o desempenho de vendas do país. A mesma afirma que: “exatamente por conta da barreira técnica de temperatura, as exportações ficam limitadas e conseqüentemente não há um aumento no setor”. Enfatizando assim, que o maior empecilho

para as exportações de suco de laranja chinês é exatamente a barreira técnica apresentada na coleta de dados e mencionada no referencial teórico. Em complemento, o diretor-executivo da CitrusBr, Ibiapaba Netto, em entrevista para Salomão (2019a) ressaltou que “a China é um mercado onde o consumo tem crescido, mas a participação brasileira não. Quando olhamos a nossa participação em outros mercados e comparamos com a China, é menor justamente pela falta de competitividade que a tarifa de temperatura nos impõe”

O referencial teórico valida tais afirmações quando traz juntamente com o conceito de barreira técnica, a forma como ela pode ser prejudicial para os mercados exportadores estrangeiros, como é o caso da barreira técnica imposta pela China na importação do suco de laranja brasileiro, pois de acordo com o Ministério da Economia (BRASIL, 2019e) e Inmetro (BRASIL, 2019c), esse tipo de barreira não é muito bem aceita, por serem consideradas uma má utilização de normas e regulamentos técnicos não transparentes, bem como não fundamentados em leis internacionalmente aceitas. As barreiras técnicas são vistas por muitos países, e, também, por suas empresas, como impedimentos desnecessários, que apesar de possuírem fins inicialmente tidos como preocupações legítimas, acabam sendo formas dissimuladas, e excessivamente rigorosas, com a finalidade de dificultar o acesso do produto importado no mercado importador.

5. CONCLUSÕES

Sempre se sobressaindo como exportador de *commodities*, o Brasil estabeleceu de forma progressiva boas oportunidades no mercado internacional. Dentre os destaques nas exportações brasileiras, o suco de laranja coloca o Brasil como o maior exportador mundial, representando mais da metade da produção da fruta no globo e exportando mais de 90% do que produz.

A pesquisa constatou que o mercado chinês é uma ótima oportunidade para o setor brasileiro de suco de laranja investir no crescimento de suas exportações, pois a China possui atributos positivos que a evidenciam no quesito de “parceiros em potencial”. No entanto, nesta mesma análise também foi constatado que as empresas enfrentam dificuldades para o cumprimento das exportações destinadas a este mercado, uma vez que além da existência de barreiras comerciais (tarifárias e não – tarifárias) há também o empecilho das barreiras técnicas, que não permitem o crescimento das exportações setor no país asiático. A partir desta constatação definiu-se o seguinte objetivo geral estipulado a partir do problema de pesquisa: “Constatar se as barreiras técnicas impostas pela China na importação do suco de laranja brasileiro comprometem o desempenho das vendas externas das empresas do setor”.

Para uma melhor análise e resultado do objetivo geral foram definidos objetivos específicos. No que tange ao objetivo que se propôs averiguar o grau de significância da China como cliente importador de suco de laranja brasileiro foi constatado que esse país é um mercado em ascensão para as exportações do produto e que o Brasil possui grandes oportunidades nele, principalmente por conta do aumento do consumo de suco de laranja pelo mercado interno, e pela falta de capacidade em manter tal consumo sem o auxílio das importações, uma vez que grande parte da produção da fruta realizada no próprio país e destinada para o abastecimento nacional *in natura* e, também, por a capacidade produtiva e qualidade do suco de laranjas serem inferiores a brasileira.

Quanto as barreiras comerciais (tarifárias e não-tarifárias) impostas pela China, outro objetivo da pesquisa, foi constatada a presença de ambas modalidades uma vez que há a incidência de impostos e taxas (barreiras tarifárias) para a importação do produto, bem como existe de burocracia e exigências (barreiras não-tarifárias) para a realização deste mesmo processo. No entanto, dentro do âmbito das barreiras ao comércio com a China, mesmo a literatura registrando a existência de barreiras comerciais, a ênfase, tomando por base os dados coletados, se deu sobre as barreiras técnicas, uma vez que essas se mostram fatores de impacto negativo para a exportação de suco de laranja para o mercado chinês. Levando ao último objetivo específico analisado: quais são barreiras técnicas existentes para a importação de suco de laranja, o destaque foi para a barreira técnica imposta pelas condições de temperatura. Essa barreira técnica foi percebida como o ponto impeditivo de maior impacto no volume das exportações de suco de laranja para a China, significando o encarecimento das exportações, uma vez que para manter a temperatura exigida a fim de evitar níveis de tarifa elevados, a mercadoria acaba sendo transportada em tambores ao invés de modo a granel, o que é considerado por ambos, estudo bibliográfico e coleta de dados, como uma desvantagem neste comércio, e se for realizado um acordo como as empresas de suco de laranja, o governo brasileiro e o da China, em relação a essas barreiras, espera-se que haja uma expansão ainda maior no setor exportador para o mercado chinês, trazendo benefícios não somente para o setor produtivo em questão, mas, também, melhores perspectivas e melhores resultados para o comércio exterior brasileiro.

Com uma análise feita com base nos dados coletados e o confronto com o referencial teórico, no que tange ao objetivo geral, o estudo permitiu constatar que, indubitavelmente, as barreiras técnicas impostas pela China na importação do suco de laranja brasileiro,

comprometem sim o desempenho das vendas externas do setor, confirmando desta forma o que foi pressuposto no início deste estudo, trazendo uma reflexão consistente para que sejam estabelecidas, por parte do governo brasileiro, junto ao governo chinês, tratativas em termos de política comercial externa, a fim de que as negociações resultem na eliminação destas barreiras técnicas, garantindo, assim, trocas internacionais, mais favoráveis tanto para o Brasil como para a China.

REFERÊNCIAS

ABIMAQ - Associação Brasileira de Indústria e Máquinas e Equipamentos. **Barreiras tarifárias e não tarifárias.** Disponível em:

<<http://www.abimaq.org.br/site.aspx/Barreiras-Tarif%C3%A1rias-e-n%C3%A3o-tarif%C3%A1rias>>. Acesso em: 02 abr. 2019.

APEX BRASIL. Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento. **China: Perfil e Oportunidades Comerciais em Alimentos, Bebidas e Agronegócio.** Disponível em:

<<http://www.apexbrasil.com.br/Content/imagens/0e7d4f42-10f6-4554-a8da-acf5cfacdad2.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2019.

BARDIN L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – Inmetro. **Barreiras Técnicas às Exportações: O que são e como superá-las.** 2019c. Disponível em:

<<http://repositorios.inmetro.gov.br/handle/10926/1165>>. Acesso em: 02 abr. 2019.

BRASIL. Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – Inmetro. **Definições de Regulamento Técnico, Norma e Procedimento de Avaliação da Conformidade.** 2019f.

Disponível em:

<<http://www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas/definicoes.asp>>. Acesso em: 02 abr. 2019.

BRASIL. Invest & Export Brasil. Guia de Comércio Exterior e Investimento. 2019g.

Barreiras comerciais. Disponível em:

<<https://barreirascomerciais.dpr.gov.br/>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Mapa negocia com a China novas regras para facilitar exportações de suco de laranja.** 2016. Disponível em:

<<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/mapa-negocia-com-a-china-novas-regras-para-facilitar-exportacoes-de-suco-de-laranja>> Acesso em 20 abr. 2019

BRASIL. Ministério da Economia . **Comex Vis: Países Parceiros - China.** 2019a. Disponível em:

<<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/comex-vis/frame-pais?pais=chn>>. Acesso em: 02 mai. 2019.

BRASIL. Ministério da Economia. **Aprendendo a Exportar. Barreiras Comerciais.** 2019b.

Disponível em:

<<http://www.aprendendoaexportar.gov.br/index.php/pesquisa-de-mercado/barreiras-comerciais>>. Acesso em: 02. abr. 2019.

BRASIL. Ministério da Economia. **Barreiras comerciais**. 2019e. Disponível em:

<<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/negociacoes-internacionais/803-barreiras-comerciais>>. Acesso em: 08 abr. 2019.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Inteligência Comercial. **Como Exportar: China**. Brasília: MRE, 2017. Disponível em:

<<https://sistemas.mre.gov.br/kitweb/datafiles/Pequim/pt-br/file/CEXChina-2017-%20vers%C3%A3o%20final.pdf>>. Acesso em: 29 mai. 2019.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Barreiras Técnicas ao Comércio**. 2019d.

Disponível em:

<<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/politica-externa/diplomacia-economica-comercial-e-financeira/15560-barreiras-tecnicas-ao-comercio>>. Acesso em: 2 abr. 2019.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Regulamento de Supervisão, Administração, Inspeção e Quarentena sobre Laticínios Importados e Exportados**. 2013. Disponível em:

<[https://sistemas.mre.gov.br/kitweb/datafiles/Pequim/pt-br/file/Regulamento%20de%20Inspe%C3%A7%C3%A3o%20e%20Quarentena%20sobre%20Latic%C3%ADnios%20Importados%20e%20Exportados%20PT\(2\).pdf](https://sistemas.mre.gov.br/kitweb/datafiles/Pequim/pt-br/file/Regulamento%20de%20Inspe%C3%A7%C3%A3o%20e%20Quarentena%20sobre%20Latic%C3%ADnios%20Importados%20e%20Exportados%20PT(2).pdf)>. Acesso em 08 abr. 2019.

BRASIL. **Exportações para China impulsionam balança comercial. 2017**. Disponível em:

<<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/10/exportacoes-para-china-impulsionam-balanca-comercial>>. Acesso em 18 abr. 2019.

CITRUSBR. Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítrico. **Laranja e suco**.

Disponível em:

<<http://www.citrusbr.com/laranjaesuco/?ins=20>>. Acesso em 02 abr. 2019

CITRUSBR. Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítrico. **Barreiras Comerciais para o suco de laranja Brasil – China**. 2017. Disponível em:

<http://quartetto.com.br/wp/wp-content/uploads/2017/09/BARREIRAS-TARIFARIAS_CITRUSBR.pdf>. Acesso em 18 abr. 2019

CITRUSBR. Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítrico. **Barreiras tarifárias e não-tarifárias**. Disponível em:

<<http://www.citrusbr.com/mercadoexterno/?me=03>>. Acesso em: 02 abr. 2019.

CHINA. Administração Geral de Supervisão da Qualidade, Inspeção e Quarentena (AQSIQ). **O que é CIQ (China inspection and Quarantine)?** Disponível em:

<<https://www.aqsiq.net/pt/o-que-e-ciq>>. Acesso em 18 nov. 2019.

CNI – Confederação Nacional da Indústria. **Manual sobre barreiras comerciais e aos investimentos**. Disponível em:

<<http://www.apexbrasil.com.br/uploads/cliq%20aqui.pdf>>. Acesso em 13 mai.2019.

FRANCO, A.S. M. **O suco de laranja brasileiro no mercado global**. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/bol_38_6_c.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2019.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 28 mai.2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOMIDE, F. M. **Comércio Brasil – China: uma relação de interdependência**. 2017. 66f. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Instituto de Relações Internacionais, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

LOPES, Fernando. Queda da oferta de laranja derruba exportação de suco. **Valor Econômico**. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/agro/5019176/queda-da-oferta-de-laranja-derruba-exportacao-de-suco>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

NEVES, Marcos Fava (org.); TROMBIN, Vinicius Gustavo; MILAN, Patrícia; LOPES, Frederico Fonseca; CRESSONI, Francisco; KALAKI, Rafael. **O retrato da citricultura brasileira**. Markestrat: Ribeirão Preto, 2010.

PALMIERE, F. G. **A competitividade das firmas de suco de laranja de pequeno porte no estado de São Paulo**. 2018. 133f. Dissertação (Mestrado) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

SALOMÃO, Raphael. Indústria de suco de laranja do Brasil busca ampliar espaço na China. 2019a. **Revista Globo Rural**. Disponível em: <<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/Laranja/noticia/2019/02/industria-de-suco-de-laranja-do-brasil-busca-ampliar-espaco-na-china.html>>. Acesso em 18 nov. 2019.

SALOMÃO, Raphael. Indústria de suco mantém confiança em maior abertura da China. 2019b. **Revista Globo Rural**. Disponível em: <<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/Laranja/noticia/2019/11/industria-de-suco-mantem-confianca-em-maior-abertura-da-china.html>>. Acesso em 18 nov. 2019.

SÃO PAULO. Investe São Paulo – Agência Paulista de Promoção de Investimentos e Competitividade. **Setor de Negócios. Agronegócios. Laranja**. Disponível em <<https://www.investe.sp.gov.br/setores-de-negocios/agronegocios/laranja/>> Acesso 13 maio. 2019

SOUZA, Ludmila. Souza Exportação de suco de laranja registra alta de 29%, puxada pelos EUA. **Agência Brasil**. Disponível em <<https://agenciabrasil.etc.com.br/economia/noticia/2018-07/exportacao-de-suco-de-laranja-registra-alta-de-29-puxada-pelos-eua>>. Acesso em 20 mar. 2019.

TAGUCHI, Viviane. Exportações de suco de laranja registraram queda de 13% nos nove

primeiros meses da safra 2018/2019. **Revista Attalea Agronegócios.**

<<https://attleadigital.com.br/exportacoes-de-suco-de-laranja-registraram-queda-de-13-nos-nove-primeiros-meses-da-safra-2018-2019/>>. Acesso em: 20 abr. 2019

THORSTENSEN, V. **Perfil da política e instrumentos de comércio internacional dos BIC's: China, Índia e Brasil.** Nota Técnica – Projeto regulação do comércio Global. IPEA: Brasília, 2011.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.