



JUNIO 2018 - ISSN: 1988-7833

ANÁLISE DO ANTIDUMPING DA ARGENTINA: IMPACTOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR CERÂMICO BRASILEIRO

Eduarda Cipriano Borga,

UNESC,

eduarda.cipriano@ceusa.com.br

Adriana Carvalho Pinto Vieira,

INCT/PPED/UFRJ,

dricpvieira@gmail.com

Julio Cesar Zilli,

UNESC,

zilli42@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Eduarda Cipriano Borga, Adriana Carvalho Pinto Vieira y Julio Cesar Zilli (2018): "Análise do antidumping da Argentina: impactos para o desenvolvimento do setor cerâmico brasileiro", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (junio 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/06/setor-ceramico-brasil.html>

Resumo:

O estudo teve por objetivo analisar os impactos que as medidas de antidumping da Argentina poderão acarretar no desenvolvimento do setor cerâmico da região sul catarinense, caso ele seja aplicado. Para isto, buscou-se a importância do comércio exterior, tal como demonstrar o conceito de exportação e importação, e identificar as defesas comerciais no âmbito internacional. A pesquisa utilizou dados primários e secundários: os primários, coletados através de pesquisa documental; os secundários foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica. A partir dos dados da pesquisa concluiu-se que, caso seja aplicado este Antidumping, serão geradas quedas nas exportações do setor cerâmico. Em consequência, as empresas devem fazer um maior esforço para buscar novos mercados para suprir essa lacuna nas vendas.

Palavras-chaves: Antidumping. Argentina. Comércio Exterior. Revestimentos Cerâmicos.

ARGENTINA'S ANTIDUMPING ANALYSIS: impacts for the development of Brazilian Ceramic Tiles Sector

Abstract:

The purpose of this study was to analyze the impacts that the antidumping measures of Argentina may have on the development of the ceramic industry in the southern region of Santa Catarina, should it be applied. To this end, we sought the importance of foreign trade, such as demonstrating the concept of export and import, and identifying trade defenses at the international level. The research used primary and secondary data: the primary ones, collected through documentary research; the secondary ones were collected through bibliographic research. Based on the research data, it was concluded that if this Antidumping is applied, there will be a drop in exports from the ceramic sector. As a consequence, companies should make a greater effort to seek new markets to fill this gap in sales.

Keywords: Antidumping. Argentina. Foreign trade. Ceramic Tiles.

1 INTRODUÇÃO

Após a Guerra Fria passou a ser possível uma relação entre povos e países integrando cultura, sociedade, política e economia. Essa aproximação, principalmente a financeira, ficou conhecida como globalização. Tempos depois, o aperfeiçoamento da tecnologia aprimorou tal processo possibilitando o avanço dos meios de transportes e das telecomunicações, intensificando as relações comerciais entre os países, ou seja, favoreceu a venda, a compra e o aumento de serviços e produtos.

A partir de então, se acentuou a abertura de novas fronteiras, de acordos comerciais e a conquista de mercados, logo, possibilitou o crescimento das importações e exportações. Esta nada mais é do que a saída da mercadoria do território de um país, consequente de um contrato de compra e venda internacional. Já a importação é a entrada definitiva ou temporária de mercadoria estrangeira em território nacional.

Por conseguinte, empresas que operam com exportações e importações tornam-se mais competitivas. Aquelas que exportam, possibilitam o confronto com outras realidades, concorrentes e exigências. É preciso, para se manter competitivo, que a empresa melhore a qualidade, ou muitas vezes, faça uma adaptação do produto para determinados mercados, incorporação de tecnologia e ter diferencial em seus produtos. As que importam também se tornam competitivas quando trazem matérias-primas e peças industriais com maior qualidade e/ou preços menores.

À vista disso, as organizações estão cada vez mais competitivas buscando dispor a seus clientes opções em melhores preços, qualidade e serviços. Principalmente as que atuam no mercado internacional, pois, a concorrência é tão grande - ou maior - quanto no mercado interno.

No setor de revestimentos cerâmicos, por exemplo, as empresas que mais se destacam são as Italianas e as Espanholas. Portanto, as organizações brasileiras desse setor, que atuam no mercado externo precisam se aprimorar para a conquista do cliente, apostando no novo e no diferente.

Ainda assim, muitas empresas encontram problemas para se manter competitivas no mercado externo. São muitas as dificuldades encontradas como, por exemplo, desconhecimento dos mercados internacionais, ausência de mão-de-obra capacitada, pequena capacidade de explorar as oportunidades oferecidas pelos mercados, baixo volume de produção para atender compradores grandes, dificuldades de acesso ao crédito e a outros produtos financeiros (câmbio valorizado, impostos elevados, burocracia, infraestrutura precária). Além disso, existem algumas dificuldades comerciais como o dumping e o antidumping. Com isto posto, busca-se neste trabalho analisar os problemas que o antidumping da Argentina, se aplicado, poderá ocasionar sobre o setor cerâmico da região.

Expor a importância do comércio exterior, tal como demonstrar o conceito de exportação e importação, identificar as defesas comerciais no âmbito internacional, e, além disso, demonstrar informações a respeito do antidumping da Argentina sobre os revestimentos cerâmicos do Brasil. Dessa maneira, será possível avaliar o impacto que ocorrerá no setor cerâmico da região caso o Antidumping seja aplicado.

A partir do desenvolvimento da globalização, das exportações, importações e, conseqüentemente da competitividade, há uma constante busca das empresas para se diferenciar no mercado procurando novidade, diminuição de custos e novos mercados. Desta maneira, percebe-se que esta pesquisa é importante para as empresas, visto que, será um estudo na área das exportações de cerâmica para a Argentina, onde ao final será possível verificar os problemas que as mesmas possuíram com a aplicação da medida Antidumping.

É também por motivos profissionais que este tema foi escolhido. Pois, a autora desta pesquisa é colaboradora no setor de exportação e importação de empresa de revestimentos cerâmicos da região, diante disto, despertou um desejo de explorar o tema, já que o mesmo é tão recente.

Ainda pode-se ressaltar que esta pesquisa é importante também por razões acadêmicas e pessoais, uma vez que é uma maneira de executar os fundamentos vistos ao longo do MBA de Comércio Exterior e Negócios Internacionais, bem como, associar os conteúdos ensinados em sala de aula com ocasiões do dia-a-dia da rotina empresarial. Para a autora, trata-se da possibilidade de melhorar seus conhecimentos específicos na área, valorizando seu currículo acadêmico e profissional.

A pesquisa que ora se desenvolve quanto ao nível assume caráter descritivo. Segundo Gil (2002, p. 42), as pesquisas descritivas são aquelas que têm como objetivo “[...] a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Quanto à abordagem, o estudo classifica-se como qualitativo. Qualitativo porque considera a existência de uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, sendo descritiva e utilizando o método indutivo, portanto, o processo é o foco principal. (GIL, 2002, p. 42).

Quanto ao procedimento para coleta e análise de dados esta é do tipo documental, que difere da pesquisa bibliográfica por utilizar fontes primárias, ou seja, material ainda não publicado podendo estes ser: arquivos particulares, documentos jurídicos, materiais físicos e outros (RAUEN, 2002). Ainda sobre os procedimentos a pesquisa assume o caráter de estudo de caso. Ao tratarem do estudo de caso, Leonel e Motta (2007, p. 53) afirmam que “[...] pode ser definido com um estudo exaustivo, profundo e extenso de uma ou de poucas unidades, empiricamente verificáveis, de maneira que permita seu conhecimento amplo e detalhado”. Neste caso, o interesse são as características que o caso tem de único, especial ou particular.

Este trabalho utilizou dados primários e secundários. Os dados secundários foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica. Segundo Rauen (2002, p. 37) dados secundários são aqueles que “[...] já foram analisados e publicados, tendo como exemplo livros, artigos, relatórios, normas, entre outros”. Ainda, o mesmo autor (2002) destaca que pesquisa bibliográfica é feita através de materiais já publicados como: livros, artigos, revistas, meios eletrônicos, etc. Já os dados primários foram coletados através de pesquisa documental. De acordo com Rauen (2002, p. 25) dados primários são aqueles que “[...] ainda não foram analisados ou publicados”, ou seja, quando os dados estão recém coletados, para mais tarde poder ser analisado ou publicado e por conseguinte se tornar um dado secundário.

A pesquisa está elaborada em cinco capítulos, mais as referências. O primeiro capítulo é a introdução, onde trata-se de considerações sobre o tema, a delimitação do tema, a formulação do problema, a justificativa, o objetivo geral, os específicos e os processos metodológicos. Já o segundo capítulo, refere-se à relevância do comércio exterior, explana sobre a globalização, a exportação e a importação. Em relação ao terceiro, faz-se uma explanação sobre defesa comercial, expõe-se sobre dumping e antidumping. Por fim, no quarto capítulo têm-se a análise sobre o antidumping da Argentina sobre o Brasil no setor de revestimentos cerâmicos e, no quinto capítulo, as conclusões alcançadas por meio do estudo realizado.

2 RELEVÂNCIA DO COMÉRCIO EXTERIOR

A necessidade dos países em trocar mercadorias pelos mais diferentes motivos, é uma das principais razões que movem o comércio exterior. A importância das relações entre os países ultrapassa questões materiais. Segundo Keedi (2002, p. 17), esta pode estar “[...] relacionada a motivos comerciais em que a compra e a venda de mercadorias podem fazer parte de um conjunto mais abrangente de contatos e ações entre os países”. Nos acordos comerciais é considerável também a política, porque pode determinar a capacidade de negócios entre os países. Nas transações comerciais o aumento da qualidade é decisivo, visto que a concorrência estrangeira com a desobstrução de fronteiras pode determinar a produção interna, uma vez que afeta a produção das indústrias nacionais.

Portanto, técnicas de produção mais avançadas e controles de qualidade mais exigentes são requisitos do mercado internacional para empresas exportadoras. Assim, conforme Castro (2003, p. 20), deve-se dar atenção especial “[...] a aplicação desses instrumentos operacionais nos produtos destinados ao exterior, automaticamente, também será adotada para melhorar a operacionalidade e a qualidade dos produtos comercializados no mercado doméstico, provocando aumento em sua competitividade, produtividade e lucratividade”. Deste modo, com o passar do tempo essas atividades tendem a se internalizar e passam a ser rotineiras, logo, tanto as atividades do mercado exterior quanto do interior serão realizadas dentro destas normas.

Destarte, a diluição de riscos também é de grande importância, de acordo com o entendimento de Keedi (2002, p. 18):

Pois estar focado em apenas um mercado, o interno, poderá trazer problemas na medida em que a economia nacional poderá sofrer abalos com crises cíclicas ou inesperadas. A importação de mercadorias de vários países poderá eliminar os problemas nacionais, assim como a exportação também ampliará os mercados para escoamento de uma produção que poderá ter seu consumo diminuído em seu mercado interno. Mercados alternativos são uma forma de manter o equilíbrio de uma empresa, que assim fica livre das ocorrências e eventos de um único mercado.

Consequentemente, dissolvem-se os riscos comerciais e econômicos entre mais mercados quando parte da produção também é orientada ao mercado externo, assim propicia maior segurança na tomada de decisões, exclusivamente as de longo prazo, por ser mais difícil haver instabilidade ao mesmo tempo no mercado externo e interno. Portanto, empresas que exportam estão menos vulneráveis às flutuações do mercado, seja por razões de sazonalidade ou econômicas,

diretamente relacionado à redução da dependência do mercado interno e o melhoramento da sua imagem no mercado interno (POYER, 2013, p. 11).

2.1. EXPORTAÇÃO

O mercado internacional é encarado como alternativa pela maioria das empresas e são muitas as razões que as levam a esta situação. Por exemplo: provável dificuldade das vendas no mercado interno, menor dependência do mercado doméstico, inclusão de tecnologia e aumento do rendimento, melhor qualidade do produto consequente das adaptações exigidas dos diferentes mercados, obtenção de um ciclo de vida prolongado do produto e preços mais lucrativos. Ainda assim, o maior proveito de exportar é a possibilidade de confrontar com outras exigências, outros concorrentes e outras realidades (MINERVINI, 2008).

Desse modo, para que um produto circule em um mercado escolhido, o primeiro passo é atender às exigências legais dos governos e as peculiaridades dos consumidores. O cuidado com o cumprimento dessas exigências contribui fortemente para que tais produtos conquistem novos mercados no cenário internacional. Obtendo essa atenção especial às exigências, o lançamento dos produtos em novos espaços se resumirá em uma única palavra, sucesso. (LUDOVICO, 2009)

Posto isto, exportar, na visão de Keedi (2002, p. 15) “[...]é o ato de remeter a outro país mercadorias produzidas em seu próprio ou em terceiros países, que sejam de interesse do país importador e, que proporcionem a ambos envolvidos, vantagens na sua comercialização. É, portanto, a saída de mercadorias para o exterior”.

Assim como para Martignago (2011, p. 27) sobre o conceito:

A exportação consiste na venda de produtos fabricados em um país para uso ou revenda em outros países. É a forma de entrada no mercado externo na qual os produtos finais ou intermediários de uma organização são fabricados fora do país de destino e subsequente transferidos para ele. Trata-se de um modo simples e mais comum de ingresso em mercado externo, particularmente para as pequenas empresas, que têm poucas alternativas viáveis de expandir-se para o exterior.

Já para Sousa (2010, p. 161) a exportação é “[...] definida como a venda além fronteiras”. Sendo assim, a exportação pode ser realizada de duas maneiras: direta e indireta. Na exportação direta, para Castro (2003, p. 58) “[...] a indústria ou produtor exporta diretamente ao importador no exterior, sem qualquer intermediário mercantil no Brasil.” Para Martignago (2011, p. 29) “[...] a exportação direta é caracterizada por envios diretos de bens para clientes no exterior”. Para Ludovico (2009, p. 75), entende o autor que:

Por esse método, o fabricante do produto é o próprio exportador, ou seja, é o responsável pela comercialização, embarque, recebimento e tudo o que diz respeito à exportação, por estar devidamente registrado no Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Mdice). Nesse caso, o exportador tem seu próprio departamento e pode terceirizar algumas atividades operacionais.

Esta tem seus benefícios, os principais são o maior controle sobre as operações internacionais, melhor retorno e informações do mercado, e maior proteção da marca registrada. (KEEDI, 2002)

Em relação ao método indireto, acontece por intermédio de empresas estabelecidas no mesmo país, quando uma compra o produto da outra para depois exportá-lo. (LUDOVICO, 2009, p. 74). Para Martignago (2011, p. 29) “[...] a exportação indireta é aquela que ocorre por intermédio de distribuidores localizados nos países importadores”. Na visão de Castro (2003, p. 59) aponta o autor que:

O canal de distribuição via exportação indireta, como o próprio nome indica, requer a participação de uma empresa mercantil no Brasil, a qual adquire mercadorias de indústrias ou produtores no mercado interno, com o fim específico de exportação, para serem posteriormente exportadas.

Nesta modalidade é possível encontrar algumas vantagens, a relevante é que a empresa industrial elimina os riscos comerciais e os políticos, os quais são assumidos integralmente pela empresa comercial que realizar as exportações (KEEDI, 2002)

2.2. IMPORTAÇÃO

A importação é um evento de origem econômica, cuja qual possui forte intenção fiscal. Refere-se a um setor de muita necessidade e importância para vida tanto dos países desenvolvidos quanto dos em desenvolvimento. Pode ser designada como a entrada de mercadorias em um país, vinda do exterior, a qual se configura, diante da legislação brasileira, no momento do desembaraço aduaneiro. (HERMANN, 2011)

Desta maneira, para Keedi (2002, p. 21) a importância da importação “[...] está na diversificação de mercados, deixando de atuar apenas no mercado interno nas suas compras, aumentando o seu leque de fornecedores reduzindo seus riscos de crise de mercado como aumento de preços e política governamental, para citar apenas dois motivos”. Assim, se tem uma maior quantidade e variedade de produtos oferecidos, além de mais concorrência e menor preço.

3 DEFESA COMERCIAL

Medidas de Defesa Comercial são intervenções dos Estados que tem como objetivo proteger seus setores industriais da forte influência de importações feitas através de práticas desleais que por sua vez, inundam o mercado consumidor interno e prejudicam a economia nacional ou ramos específicos da indústria (AMARAL, 2004).

A defesa comercial é formada pelo recurso de salvaguarda, subsídio e dumping, como explica Segre (2012). Salvaguarda é um recurso que permite ao produtor de se proteger de eventuais concorrentes desonestos. Este recurso é aplicado contra as importações de produtos estipulados, independentemente do país de origem, para prevenir e salvaguardar a empresa nacional. Sendo assim a salvaguarda é aplicada quando as importações de um determinado país aumentam em quantidades que podem ameaçar a produção nacional de produtos semelhantes ou concorrente

diretos. Isto é, se um produtor nacional considerar que suas vendas no mercado interno, são prejudicadas por determinadas importações de um produto similar e tiver conhecimento de que elas se realizam em condições ilegais ou desleais, o mesmo tem direito de solicitar junto aos órgãos oficiais, medidas de proteção para sua indústria.

É considerado subsídio a concessão de um benefício ao exportador. Qualquer ajuda financeira ou econômica do Estado a produtores ou exportadores, oferecida através de empresas privadas ou oferecida diretamente, que permita a colocação de produtos no mercado externo com um preço inferior, considera-se subsídio. Já sobre a prática de Dumping vamos ver melhor a seguir.

3.1. DUMPING

Muitos países com o propósito de estimular a produção, proteger o mercado contra a concorrência de produtores estrangeiros e acumular divisas, vem, com o passar dos anos, utilizando-se de práticas excessivas que restringem o comércio de bens e serviços, estas práticas são consideradas inadequadas para o desenvolvimento do comércio internacional, como o dumping.

O dumping, é uma palavra de origem inglesa que não tem tradução nas línguas latinas, e nem portuguesas, previstas no acordo geral do comércio, é considerado uma das mais importantes práticas abusivas do comércio. É basicamente um produto introduzido no mercado do outro país por um preço inferior ao seu valor normal. Sendo assim, de modo geral, dumping é a exportação de uma mercadoria para outro país por preço abaixo do valor normal, ou seja, um preço inferior ao custo de produção do bem ou inferior ao praticado internamente no país exportador, desejando à conquista de novos mercados e a eliminação da concorrência no país importador, com isso, a indústria do país importador é afetada. Esta situação gera inúmeros problemas na economia do país importador, sendo que poderá quebrar empresas já ali instaladas ou barrar que outras mais se estabeleçam em seu território, podendo prejudicar o padrão de vida das pessoas que habitam o país atingido. (DI SENA JUNIOR, 2000)

3.2. ANTIDUMPING

A criação de métodos de defesa de mercado contra práticas desleais de comércio não são algo novo, ao longo dos anos o que tem ocorrido são modificações da aplicação destes métodos, sabendo que a concorrência entre os mercados está cada vez mais forte e que o comércio internacional é bastante dinâmico.

Segundo Cordovil (2011, p. 31), a história da legislação antidumping pode ser dividida em três períodos: (a) o primeiro, que vai do início do século XX até a Segunda Guerra Mundial. Nesse período foi dado tratamento similar entre o dumping e os subsídios. Os acordos comerciais eram raríssimos; (b) o segundo, iniciado após o término da Segunda Guerra Mundial, período em que ocorreram as primeiras discussões sobre dumping em foros multilaterais, em razão do excesso de discricionariedade das autoridades nacionais na aplicação do antidumping. Foi nesse período, e em razão das dificuldades de serem aplicadas as medidas antidumping, que se começou a pensar na

criação de um organismo internacional de comércio; (c) o terceiro, que começou com a celebração do Acordo Antidumping da OMC (1995) e segue até os dias atuais

O conceito de antidumping pode ser extraído do art. 2º do Acordo Antidumping vigente, que não é diferente do estipulado no Acordo de 1947, que o define como a oferta de um produto no comércio de outro país a preço inferior a seu valor normal, no caso do preço de exportação do produto ser inferior àquele praticado, no curso normal das atividades comerciais, para o mesmo produto quando destinado ao consumo do país exportador.

Desta forma, o antidumping é uma medida de proteção aos produtores nacionais quando lesionados pela importação de bens ao preço de dumping. Pode-se caracterizar tanto como um percentual sobre o valor do produto, como também um valor pré-fixado por unidade negociada (quilo, peça, etc.). A aplicação destas medidas, é feita através de um processo administrativo, este faz uma investigação com a participação de todas as partes interessadas, dados e informações, para que por fim, o órgão responsável, o departamento de Defesa Comercial possa sugerir a aplicação da medida ou o fim da investigação sem a imposição da mesma.

No entendimento de Barral (2000, p. 65) com base no artigo 174, “caput” da Constituição Federal, inclui os direitos antidumping como uma modalidade não tributária de intervenção no domínio econômico. Tal dispositivo constitucional, dá ao Estado o papel de regulador da atividade econômica, e lhe atribui função de incentivo ao setor privado.

Assim, o antidumping está na pauta das maiores negociações de acordos comerciais e nas rodadas de negociações da Organização Mundial do Comércio (OMC), tornando-se objeto debate (MIRANDA, 2003).

Portanto, o emprego deste método pode ser aplicado para impedir uma pratica cuja permanência pode acarretar sérios danos as indústrias nacionais e conseqüentemente, aos que delas obtem seu sustento. Segundo as normas da OMC, as medidas antidumping se dividem em provisórias e definitivas. As provisórias, são aquelas que só podem ser implantadas após 60 dias da data do início das investigações. O limite máximo para decretar esta medida é de quatro meses podendo ser estendido por mais dois meses conforme decisão da autoridade competente ou a pedido de exportadores do mercado doméstico, desde que representem significativa parcela do comércio em questão.

Já no caso das definitivas, se após doze meses do início das investigações for constatado o dumping, o antidumping permanecerá por um prazo máximo de até cinco anos. Porém, nos cinco meses que antes do término do prazo da vigência, as partes interessadas poderão se manifestar solicitando a revisão do direito de aplicação da medida, podendo até se possível suspender tais direitos pelo período de um ano.

Na legislação antidumping, para se concretizar dumping é preciso que haja o nexos causal entre as conseqüências mencionadas para a indústria domestica e a prática desleal do país exportador. É necessário provar que os danos causados à indústria nacional são ocasionados das importações realizadas a preço de dumping e, dessa maneira, serão legítimas as aplicações de medidas antidumping. E também, a ameaça de dano somente será possível a caracterização da ameaça se estiverem presentes em sua totalidade os fatores elencados no artigo 3.7 do Acordo

Antidumping da Rodada Uruguai. No entanto, quando isso ocorrer as autoridades estarão aptas a concluir sobre a possibilidade da aplicação das medidas antidumping. (MIRANDA, 2003)

4 ACORDOS COMERCIAIS INTERNACIONAIS – BRASIL X ARGENTINA

De acordo com a Convenção de Viena, do qual dispõe sobre o Direito dos Tratados, de 1969, em seu artigo 2º, tratado internacional é "um acordo internacional concluído por escrito entre Estados e regido pelo Direito Internacional, quer conste de um instrumento único, quer de dois ou mais instrumentos conexos, qualquer que seja sua denominação específica".

O Ministério das Relações Exteriores está investido pelo Direito pátrio de atribuições para negociar e celebrar, com a cooperação de outros órgãos interessados, tratados, acordos e outros tipos de atos internacionais, com vistas a auxiliar o Presidente da República no exercício de sua competência privativa na matéria (BRASIL, 2015, p. 5).

No âmbito da doutrina jurídica, a definição exposta por José Francisco Rezek (2010, p.14), "Tratado é o acordo formal, concluído entre sujeitos de direito internacional público, e destinado a produzir efeitos jurídicos"

No ano de 1991, no mês de março, os países Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai assinaram o Tratado de Assunção, o qual cria o Mercosul, onde os objetivos iniciais e principais eram de redução automática de tarifas de importação no bloco, a definição de uma política comercial comum entre os parceiros e o programa para eliminação de barreiras não-tarifárias e o estabelecimento de tarifas externas comuns. (CARVALHO, 2005).

Entretanto, antes mesmo da criação do Mercosul Brasil e Argentina viram a necessidade, diante a períodos de instabilidade, de iniciar uma integração. Conforme Fonseca Jr. (1998):

"A crise da dívida externa, por um lado, e por outro lado, a imposição protecionista de barreiras no macrosistema econômico internacional, levou o Brasil e Argentina, a partir dos anos 80, a concentrar esforços para a experiência sub-regional de integração. Empenhados ambos na busca de caminhos democráticos na direção de uma almejada justiça social, depois da deterioração de seus regimes militares autocráticos, ambos os países assim, em 1985 a Declaração de Iguaçu, constituindo a Comissão Mista Binacional de Alto Nível, para acelerar os processos de integração bilateral".

Desta maneira, já com o Mercosul formado, um dos principais e mais importantes acordos multilaterais que temos e vamos comentar é o celebrado com o ACE 18 – Acordo de Complementação Econômica 18 que são preferências tarifárias entre os membros Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai de 100%, independentemente do NCM, classificação utilizada neste acordo. Segundo Keedi (2011), "isso quer dizer que o Imposto de Importação nas transações entre os Países-Membros é "0%" (zero por cento). A única indústria que não faz parte deste acordo é a automotiva, esta participa do acordo ACE-14.

4 ANTIDUMPING SOBRE OS REVESTIMENTOS CERÂMICOS – ARGENTINA X BRASIL

O segmento de revestimentos cerâmicos integra o ramo de produtos de minerais não-metálicos da Indústria de Transformação e o Complexo da Construção Civil, juntamente com outras indústrias, como as de cerâmica vermelha, sanitários, indústria cimenteira e vidreira. Compreende a produção de materiais no formato de placas para revestimento de paredes, pisos, bancadas e piscinas, em ambientes internos e externos, recebendo designações comerciais como pastilha, porcelanato, grês, lajota, piso, entre outros. (ANFACER, 2017)

O Brasil é o segundo maior produtor e consumidor mundial de placas cerâmicas – em 2016, foram produzidos 792 milhões de metros quadrados para uma capacidade instalada de 1.048 milhões de metros quadrados – superado, em termos de volume, apenas pelo imenso mercado chinês. Aspectos como alta produtividade, custos baixos de produção, disponibilidade de insumos minerais e energéticos, diante a um mercado consumidor doméstico em franca expansão, sustentaram, nos últimos 15 anos, o potente crescimento dessa indústria no país, e que consolidaram dois dos mais importantes clusters brasileiros de base mineral – São Paulo e Santa Catarina. (ANFACER, 2017)

Segundo a Associação Nacional de Fabricantes de Cerâmica para Revestimento – ANFACER (2017), “em 2017, o Brasil exportou para 111 países, totalizando 94,3 milhões de metros quadrados. As exportações brasileiras têm como principais destinos: América do Sul, América Central, América do Norte e Caribe”. A partir disto, destacou-se nos últimos anos uma intensa exportação ao mercado Argentino mais de US\$ 32,76 milhões, mesmo a partir do ano de 2016 que para a exportação ao mercado argentino, os importadores precisam pedir autorização ao governo mediante a SIMI (Sistema de Monitoramento Global de Importação).

Diante da situação, em 18 de agosto de 2016, por meio da publicação da Resolução nº 220 no Boletín Oficial da Argentina, o mesmo inicia oficialmente a investigação antidumping contra porcelanatos originários de Índia, Malásia, Vietnã, China e Brasil. Nos termos da legislação argentina, a determinação preliminar sobre dumping, a cargo da Dirección de Competencia Desleal (DCD), estava prevista para ser divulgada por volta do final do mês de novembro de 2015. Algumas empresas brasileiras da região Sul habilitaram-se no processo e vinham respondendo normalmente os questionários da DCD. A Anfacer também apresentou manifestação questionando algumas premissas do processo. (ANFACER, 2017)

Em janeiro de 2017, a embaixada brasileira foi notificada da determinação preliminar da DCD, apenas no dia 31 do mesmo mês é que o documento chegou ao conhecimento da Associação. Um aspecto, porém, chama a atenção: a determinação preliminar apresenta como data de elaboração o dia 17 de novembro. Ou seja, somente cerca de dois meses e meio depois é que houve sua divulgação para as partes envolvidas. Em termos de conteúdo, o parecer preliminar da DCD não levou em consideração qualquer documento apresentado pelas partes brasileiras: seja a manifestação preliminar da Anfacer, sejam as respostas que já haviam sido enviadas pelas empresas até aquela data (ANFACER, 2017).

Por causa disso, os resultados alcançados pela DCD em termos de margens de dumping foram analisados, exclusivamente, nas informações que os peticionários argentinos apresentarem. Houve, inclusive, por parte deles apresentação de duas faturas, a que não se teve acesso, para as quais sequer houve dedução de tributos, o que fez inflar o valor normal da investigação. Junto a isso,

o fato de a DCD ter atualizado o período de dumping até julho de 2016 fez com as novas estatísticas de importação fizessem o preço de exportação brasileiro cair ainda mais. A combinação de todos esses fatores levou as margens preliminares de dumping a patamares muito superiores àqueles da abertura da investigação, conforme o relatório preliminar da DCD o Brasil tem o valor normal de US\$ 27,32/m², o preço de exportação de US\$ 12,72/m² onde a margem de dumping é de 114,78% ficando atrás apenas da China e da Malásia (ANFACER, 2017).

Segundo a ANFACER (2017), essa determinação preliminar não significa que, a partir de agora, haverá automaticamente imposição de sobretaxa contra exportações brasileiras (e das demais origens). Primeiro, deve ser divulgado o relatório preliminar da Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE), a respeito do dano e do nexo de causalidade. Somente após esse relatório é que eventual recomendação de aplicação de direito provisório (o que ainda não existe) será levada para decisão do Ministro de Producción, que decide sozinho a esse respeito. Acredita-se que essa decisão sobre aplicação ou não de direito provisório deva sair até o final do ano de 2017, se os prazos da legislação forem respeitados.

Em termos de próximos passos, esclareça-se que, a determinação final da DCD (sobre dumping) deveria já ter saído junto a da CNCE (dano e nexo causal). Desta forma, suspeita-se que até final do ano é para o processo estar concluído e a decisão sobre aplicação ou não de medida definitiva ser tomada. Até lá, no tocante ao dumping, a DCD tem que considerar os dados fornecidos pelas empresas que estão respondendo questionários. Inclusive, a legislação antidumping da OMC determina que sejam aplicados direitos antidumping individualizados, por empresa, algo que não se cogita fazer em se tratando de direitos provisórios. Além disso, a depender ainda da determinação preliminar da CNCE, ainda não divulgada, compromissos de preços podem ser propostos pelas empresas envolvidas (ANFACER, 2017).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Abordando os assuntos sobre a relevância do comércio exterior, tratando das necessidades dos países em terem um relacionamento comercial incessante e progressivo, falou-se a respeito da exportação e os primeiros passos para entrar no mercado externo. Tratou-se também da importação, um setor essencial para os países desenvolvidos.

Seguiu-se com uma descrição das defesas comerciais, os objetivos e como se formam, dentro deste aspecto abordou-se sobre o Dumping e o Antidumping, suas características e importância diante do mercado externo. Logo, relatou-se a respeito de acordos comerciais e o principal ente os países Brasil e Argentina. Houve também uma breve explanação sobre o Antidumping proposto pela Argentina sobre as exportações de revestimentos cerâmicos do Brasil.

Com isto posto, cumpriu-se todos os objetivos específicos propostos: o primeiro expor a relevância do mercado externo; o segundo identificou-se as defesas comerciais e o terceiro atingido no capítulo quatro com as informações a respeito do antidumping da Argentina sobre as cerâmicas do Brasil.

Desta maneira, diante ao estudo conclui-se que caso a Argentina aprove a aplicação e venha a exercer o antidumping sobre os revestimentos cerâmicos do Brasil, irá ocasionar uma queda

significativa das exportações brasileiras, pois como já visto, a Argentina é um dos principais destinos dessas exportações, e com a aplicação da medida o custo para o importador argentino ficará muito elevado tornando a importação inviável, ou seja, isso forçará o importador a ir em busca de novos mercados fornecedores.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Antonio Carlos Rodrigues do. **Direito do Comércio Internacional: Aspectos Fundamentais**. São Paulo: Aduaneiras/Lex Editora, 2004.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO - ANFACER. **Números do Setor**. Disponível em: <<http://www.anfacer.org.br> . Acesso em: 02 jun. 2017>.

BARRAL, Weber. **Dumping e Comércio Internacional: A regulamentação antidumping após a Rodada Uruguai**, Rio de Janeiro: Editora Forense, 2000.

CARVALHO, Maria Auxiliadora de. **Acordos Comerciais do Brasil**. 2005. Disponível em: <<ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/seto3-1005.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2017.

CASTRO, José Augusto de. **Exportação: aspectos práticos e operacionais**. 5 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2003.

CORDOVIL, Leonor. **Antidumping: Interesse público e protecionismo no comércio internacional**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

DI SENA JÚNIOR, Roberto. **O dumping e as práticas desleais de comércio exterior**. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 5, n. 44, 1 ago. 2000. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/768>>. Acesso em: 05 ago. 2017.

FONSECA JR., Gelson. **A legitimidade e outras questões internacionais**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HERMANN, Kênia Alexandra Costa. **Comércio exterior III: Livro didático**. 1 ed. Palhoça: UnisulVirtual, 2011.

KEEDI, Samir. **ABC do comércio exterior: abrindo as primeiras páginas**. 1 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

LEONEL, Vilson; MOTTA, Alexandre de Medeiros. **Ciência e pesquisa: livro didático**. 2 ed. Palhoça: UnisulVirtual, 2007.

LUDOVICO, Nelson. **Como preparar uma empresa para o comércio exterior**, volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARTIGNAGO, Graciella. **Gestão estratégica de negócios internacionais II**: livro didático. 2 ed. Palhoça: UnisulVirtual, 2011.

MINERVINI, Nicola. **O exportador**: ferramentas para atuar com sucesso no mercado internacional. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

MIRANDA, Pedro. **Aplicação do direito Antidumping e o impacto sobre as exportações brasileiras**. CEPAL, COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA E O CARIBE. LC/BRS/R.145. Junho de 2003. Acesso em: 12 de Abril, 2011.

POYER, Maria da Graça. **Sistemática de exportação**: livro didático. 3 ed. Palhoça: UnisulVirtual, 2013.

RAUEN, F. J. **Roteiros de investigação científica**. Tubarão: Unisul, 2002.

REZEK, José Francisco. **Direito Internacional Público**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SEGRE, German. **Manual Prático de Comércio Exterior**. São Paulo: Atlas, 2012.

SOUSA, José Meireles de. **Gestão do comércio exterior**: exportação/importação. Volume 4. São Paulo: Saraiva, 2010.