

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO VALE DO CAÍ  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**MILENA KERBER MACHADO**

**COMÉRCIO BILATERAL: OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO DAS  
EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA O CANADÁ**

**SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ  
2023**



**MILENA KERBER MACHADO**

**COMÉRCIO BILATERAL: OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO DAS  
EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA O CANADÁ**

Monografia desenvolvida como Trabalho de Conclusão do Curso II, apresentada ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, do Campus Universitário do Vale do Caí, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Ms. Silvio Aurélio Jaeger

**SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ  
2023**



**MILENA KERBER MACHADO**

**COMÉRCIO BILATERAL: OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO DAS  
EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA O CANADÁ**

Monografia desenvolvida como Trabalho de Conclusão do Curso II, apresentada ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, do Campus Universitário do Vale do Caí, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Ms. Silvio Aurélio Jaeger

**Aprovado (a) em 29/11/2023**

**Banca Examinadora**

---

Prof. Ms. Silvio Aurélio Jaeger  
Universidade de Caxias do Sul

---

Prof. Ronald Lopes  
Universidade de Caxias do Sul

---

Prof.<sup>a</sup> Zaida Cristina Reis  
Universidade de Caxias do Sul



## **AGRADECIMENTOS**

Um sentimento profundo de gratidão preenche meu coração ao concluir o trabalho mais importante de minha trajetória acadêmica. Olhar para trás e contemplar todos os desafios superados, bem como a dedicação incansável que investi para alcançar meus objetivos, enche-me de satisfação. Esta jornada tornou-se mais leve graças à presença de pessoas importantes em minha vida, cujo apoio e orientação foram fundamentais para que eu chegasse até aqui com êxito, a elas o meu agradecimento.

Sempre que penso em agradecer, minha primeira lembrança é a de Deus, que me permitiu vivenciar meus sonhos, enfrentar desafios, cair e levantar, mas nunca desistir. A Ele, dedico toda a minha gratidão.

Minha família, em especial minha mãe Marlene, por ser um alicerce inabalável em minha vida. Desde sempre me ensinou que a educação tem o poder de transformar vidas, e ela certamente transformou a minha. Agradeço profundamente por todo o apoio, por sempre me mostrar o lado positivo das coisas e por me ensinar a seguir meus sonhos, mesmo que isso signifique ir para lugares distantes.

Ao meu marido Natan, por seu apoio incondicional, especialmente durante esse último ano desafiador na faculdade. Sua capacidade de enxergar e me mostrar minha própria capacidade, quando eu mesma não conseguia vê-la, fez toda diferença. Aos meus amigos, que ao longo dessa trajetória, e principalmente durante o desenvolvimento deste estudo, sempre estiveram presentes, fornecendo incentivo e apoio inestimável.

Aos nossos incansáveis professores, minha gratidão é imensa. Cada um dos mestres que tive a honra de ter neste caminho merece reconhecimento, pois mesmo em um período pandêmico, eles continuaram a proporcionar educação de excelência e a inspiração para a minha vida profissional. Além disso, quero expressar minha gratidão à Universidade pela excelência em ensino e por sua capacidade de se adaptar às diferentes realidades.

Assim como, preciso agradecer ao Governo Brasileiro pois minha jornada acadêmica foi possível graças à bolsa do ProUni que tive a honra de receber. O ProUni desempenha um papel transformador na vida das pessoas, e é essencial reconhecer como ele muda vidas e realiza sonhos. Que possamos valorizar e investir mais na educação como um meio poderoso de transformar nossa sociedade atual.



## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo analisar as relações econômicas entre Brasil e Canadá, com foco no comércio bilateral, a fim de identificar novas oportunidades para a expansão das exportações brasileiras para o mercado canadense. A globalização e a crescente interdependência econômica entre os países intensificam o comércio internacional, resultando em uma competição acirrada entre as nações. A exportação representa uma estratégia de internacionalização para as empresas, e os benefícios desse processo são discutidos na teoria das vantagens absolutas de Adam Smith. Nesse cenário, o Brasil fortalece sua presença no comércio internacional impulsionando o desenvolvimento de novos mercados como o Canadá, que apresenta um crescimento significativo nas transações comerciais entre si nos últimos anos. Através da metodologia qualitativa com estratégia de pesquisa bibliográfica e entrevista, este estudo evidencia oportunidades para as exportações brasileiras no Canadá. Apresenta os principais aspectos macroambientais do Canadá, como um mercado diversificado e aberto a novos produtos. O Brasil pode ampliar suas operações comerciais com o Canadá, nos segmentos de frutas, carnes, mel e máquinas e equipamentos os quais são oportunidades para o mercado brasileiro. Além disso, entrevistas com atuantes nas relações comerciais entre os dois países foram realizadas, dados foram coletados e analisados para comparar aos aspectos da pesquisa. Os resultados elucidam similaridade das oportunidades pesquisadas com as citadas pelos entrevistados. Assim como apresenta importantes insights como os desafios da negociação e do conhecimento do mercado canadense. As entrevistas corroboram para um entendimento aprofundado do mercado expondo os desafios encontrados ao adentrar ao mercado canadense e complementam a pesquisa das oportunidades. Assim, o presente estudo apresenta oportunidades para as exportações brasileiras no Canadá, assim como fomenta a visibilidade deste mercado para o mercado brasileiro.

**Palavras chaves:** comércio internacional; exportações brasileiras; relações econômicas; Canadá; oportunidades.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Semelhanças e diferenças entre os quatro tipos de barreiras tarifárias.....	39
Figura 2 – Percentual das exportações brasileiras com o Mercosul no ano de 2022.....	48
Figura 3 – Custo x eficiência dos transportes .....	55
Figura 4 – Exportações por setores da atividade econômica.....	57
Figura 5 – Balança comercial (US\$ MI FOB) entre Brasil e Canadá 2022 .....	59
Figura 6 – Participação das atividades no comércio de bens brasileiro com o Canadá em 2021.....	60
Figura 7 – Principais produtos exportados pelo Brasil para Canadá 2022 .....	61
Figura 8 – Mapa do território do Canadá.....	70
Figura 9 – População do Canadá por província e território .....	75
Figura 10 – Os 10 principais países de origem dos imigrantes que residem no Canadá.....	76
Figura 11 – Síntese dos principais tópicos da análise de PESTEL do mercado canadense.....	83
Figura 12 – Análise do Capítulo 8: frutas, cascas de frutos cítricos e de melões.....	87
Figura 13 – Evolução do total exportado de mel brasileiro para Canadá 2020-2022 .....	89
Figura 14 – Participação do mercado canadense por marca em 2020.....	91
Figura 15 – Desenvolvimento das exportações brasileiras em carnes de aves e suas miudezas no Canadá .....	92
Figura 16 – Desenvolvimento das exportações brasileiras de máquinas e equipamentos no Canadá .....	95



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Resumo das rodadas de negociação na história do sistema multilateral de comércio.....	38
Quadro 2 – Exemplo de código do Sistema Harmonizado com a NCM .....	52
Quadro 3 – Detalhamento da metodologia.....	68
Quadro 4 – Principais indicadores econômicos do Canadá .....	71
Quadro 5 – Principais valores de comércio exterior do Canadá .....	73
Quadro 6 – Principais indicadores de Comércio Exterior .....	74
Quadro 7 – Principais produtos importados pelo Canadá em 2022.....	75
Quadro 8 – Principais certificados voluntários Multissetorial do Canadá.....	80
Quadro 9 – Ranking dos principais itens do cap. 8 exportados pelo Brasil para o Canadá em 2022 .....	88
Quadro 10 – Ranking dos principais itens de carnes de aves e suas miudezas exportados pelo Brasil para o Canadá em 2022 .....	93
Quadro 11 – Ranking dos principais itens do Capítulo 84 exportados do Brasil para o Canadá em 2022.....	96
Quadro 12 – Tópicos mais citados pelos entrevistados sobre o mercado do Canadá.....	107
Quadro 13 – Principais tópicos citados pelos entrevistados com relação às oportunidades de exportações brasileiras para o Canadá.....	108
Quadro 14 – Principais desafios enfrentados pelas exportações brasileiras no Canadá.....	110



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Exportações brasileiras - período de janeiro à dezembro de 2022.....	57
Tabela 2 – Análise do crescimento de carnes bovinas e suínas no ano de 2019 para 2022 .....	93



## LISTA DE SIGLAS

APEX	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
ASMC	Acordo sobre Subsídios e Medidas Compensatórias
Bird	Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento
CAD	Câmbio do Dólar Canadense
CBSA	Canada Border Services Agency
CCBC	Câmara de Comércio Brasil-Canadá
CEO	<i>Chief Executive Officer</i>
CFIA	Canadian Food Inspection Agency
CGPR	Coordenação-Geral de Promoção Comercial
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i>
Decom	Departamento de Defesa Comercial
FMI	Fundo Monetário Internacional
FOB	<i>Free On Board</i> (Livre a Bordo)
GATT	<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i> (Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio)
GPT	Tarifa Preferencial Geral
IEC	Índice de Complexidade Econômica
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
MRE	Ministério das Relações Exteriores
NAFTA	North American Free Trade Agreement
NCM	Nomenclatura Comum do Sul
NESH	Notas Explicativas do Sistema Harmonizado
NMF	Nação Mais Favorecida
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OIC	Organização Mundial do Comércio
OIT	Organização Internacional do Comércio
OMA	Organização Mundial das Alfândegas
OMC	Organização Mundial do Comércio
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PI	Propriedade Intelectual

PIB	Produto Interno Bruto
RSE	Responsabilidade Social Corporativa
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECEX	Secretaria do Comércio Exterior
SECOM	Setor de Promoção Comercial e Investimento
SGA	Sistema de Gestão Ambiental
SH	Sistema Harmonizado
SISCOMEX	Sistema Integrado de Comércio Exterior
TEC	Tarifa Externa Comum
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
USMCA	United States – México – Canadá – Agreement

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>21</b>
1.1	TEMA E PROBLEMA DE ESTUDO .....	22
1.2	OBJETIVO.....	24
<b>1.2.1</b>	<b>Objetivo geral</b> .....	<b>25</b>
<b>1.2.2</b>	<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>25</b>
1.3	JUSTIFICATIVA .....	26
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>29</b>
2.1	TEORIAS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	29
<b>2.1.1</b>	<b>Vantagens absolutas</b> .....	<b>30</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Vantagens comparativas</b> .....	<b>31</b>
<b>2.1.3</b>	<b>Heckscher-Ohlin</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1.4</b>	<b>Modelo padrão do comércio internacional</b> .....	<b>33</b>
2.2	EVOLUÇÃO DA ESTRUTURA DO COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	34
<b>2.2.1</b>	<b>Organização Mundial do Comércio - OMC</b> .....	<b>37</b>
2.2.1.1	Barreiras tarifárias.....	39
2.2.1.2	Barreiras não tarifárias.....	41
2.2.1.3	Barreiras técnicas .....	43
2.2.1.4	Dumping .....	43
2.2.1.5	Subsídio.....	44
2.2.1.6	Instrumentos de defesa comercial.....	45
2.2.1.6.1	<i>Medidas salvaguardas</i> .....	45
2.2.1.6.2	<i>Medidas antidumping</i> .....	45
2.2.1.6.3	<i>Medidas Compensatórias</i> .....	46
2.3	BLOCOS ECONÔMICOS.....	46
<b>2.3.1</b>	<b>Mercado Comum do Sul - MERCOSUL</b> .....	<b>48</b>
<b>2.3.2</b>	<b>United States – México – Canadá – Agreement (USMCA)</b> .....	<b>49</b>
2.4	SISTEMA HARMONIZADO (SH) - CLASSIFICAÇÃO DAS MERCADORIAS .....	50
<b>2.4.1</b>	<b>Nomenclatura comum do Mercosul (NCM)</b> .....	<b>51</b>
2.5	DEMAIS FATORES CONDICIONANTES DO COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	52

2.5.1	<b>Modelo gravitacional</b> .....	53
2.5.2	<b>Distância psíquica</b> .....	53
2.5.3	<b>Logística de Transporte</b> .....	54
2.6	<b>CENÁRIO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS</b> .....	56
2.6.1	<b>Relações comerciais entre o Brasil e o Canadá</b> .....	58
3	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	63
3.1	<b>NATUREZA</b> .....	63
3.1.1	<b>Níveis</b> .....	64
3.1.2	<b>Estratégia</b> .....	64
3.1.3	<b>Participantes do estudo</b> .....	65
3.1.4	<b>Procedimentos de coleta de dados</b> .....	65
3.2	<b>ROTEIRO DE ENTREVISTA</b> .....	66
3.2.1	<b>Processo de análise de dados</b> .....	67
4	<b>DESENVOLVIMENTO E RESULTADOS</b> .....	69
4.1	<b>ANÁLISE DE PESTEL</b> .....	69
4.1.1	<b>Fatores Políticos</b> .....	70
4.1.2	<b>Fatores Econômicos</b> .....	71
4.1.2.1	Comércio Exterior .....	73
4.1.3	<b>Fatores Sociais</b> .....	75
4.1.3.1	Tendências de consumo .....	77
4.1.4	<b>Fatores tecnológicos</b> .....	79
4.1.5	<b>Fatores ambientais</b> .....	79
4.1.6	<b>Fatores legais</b> .....	81
4.1.7	<b>Tópicos relevantes da análise de PESTEL</b> .....	83
4.2	<b>ANÁLISE SWOT DO MERCADO CANADENSE</b> .....	83
4.2.1	<b>Pontos Fortes</b> .....	84
4.2.1.1	Diversificação do mercado canadense influenciado pela alta demanda de imigração .....	84
4.2.1.2	Mercado impulsionado pelas importações .....	84
4.2.1.3	Acesso a novos mercados internacionais.....	85
4.2.2	<b>Pontos Fracos</b> .....	85
4.2.2.1	Inexistência de um Acordo comercial entre o Mercosul e o Canadá.....	86

<b>4.2.3</b>	<b>Oportunidades.....</b>	<b>86</b>
4.2.3.1	Frutas, cascas de frutos cítricos e de melões.....	87
4.2.3.2	Mel natural.....	89
4.2.3.3	Carnes de aves e suas miudezas .....	91
4.2.3.4	Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos.....	94
	mecânicos, e suas partes .....	94
<b>4.2.4</b>	<b>Ameaças.....</b>	<b>97</b>
4.2.4.1	Ausência de visibilidade do mercado canadense .....	97
4.2.4.2	Burocracia Brasileira nas exportações.....	98
4.3	ANÁLISE CONSOLIDADA DAS ENTREVISTAS .....	98
<b>4.3.1</b>	<b>Entrevista com o Setor de Promoção Comercial e Investimento</b>	
	<b>(SECOM) de Vancouver .....</b>	<b>99</b>
<b>4.3.2</b>	<b>Entrevista com a Patricia Garcia da Rosa .....</b>	<b>101</b>
<b>4.3.3</b>	<b>Entrevista com o setor de inteligência de mercado - CCBC.....</b>	<b>102</b>
<b>4.3.4</b>	<b>Entrevista com a empresa de logística - Aplus Freight Forwarding</b>	<b>104</b>
<b>4.3.5</b>	<b>Entrevista com a Best Deal Global Trader .....</b>	<b>106</b>
4.4	ANÁLISE DA PESQUISA E ENTREVISTAS .....	107
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>111</b>
5.1	LIMITAÇÕES DO TRABALHO E SUGESTÕES DE ESTUDOS	
	FUTUROS .....	112
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>115</b>
	<b>APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O CONSULADO DO BRASIL EM</b>	
	<b>VANCOUVER E CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ .....</b>	<b>123</b>
	<b>APÊNDICE B – ENTREVISTA COM EMPRESA DE LOGÍSTICA COM</b>	
	<b>OPERAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL E CANADÁ .....</b>	<b>125</b>
	<b>APÊNDICE C – ENTREVISTA COM EMPRESA TRADER COM</b>	
	<b>OPERAÇÕES ENTRE BRASIL E CANADÁ.....</b>	<b>127</b>

<b>ANEXO A – AUTORIZAÇÃO DO SETOR DE PROMOÇÃO COMERCIAL DO CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM VANCOUVER, NO CANADÁ.....</b>	<b>129</b>
<b>ANEXO B – AUTORIZAÇÃO DO SETOR DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO DA CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ .....</b>	<b>131</b>
<b>ANEXO C – AUTORIZAÇÃO SRA. PATRÍCIA GARCIA DA ROSA ....</b>	<b>133</b>
<b>ANEXO D – AUTORIZAÇÃO EMPRESA APLUS FREIGHT FORWARDING.....</b>	<b>135</b>
<b>ANEXO E – AUTORIZAÇÃO EMPRESA BEST DEAL .....</b>	<b>137</b>

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2020) a globalização ocorre devido a crescente interdependência econômica entre os países e suas organizações, que reflete no fluxo de bens e serviços, financeiro e ultrapassa as fronteiras geográficas. Assim, este processo resulta em um forte aumento de competitividade entre países, gerando uma concorrência acentuada entre diversas nações. Existem diversas maneiras de internacionalizar uma empresa, em suma ocorre através do processo de exportação e importação.

Os benefícios provenientes da exportação são discutidos na literatura econômica de Adam Smith, por meio do desenvolvimento da teoria das vantagens absolutas. Smith propôs que cada país buscasse especializar-se na produção de bens nos quais possuísse vantagem competitiva em relação a outras nações que também produzissem esses mesmos bens. Dessa forma, o país seria capaz de produzir esses bens com maior qualidade e com menores custos, tornando-se apto a suprir o mercado internacional e estabelecendo um processo de trocas voluntárias desses bens, no qual cada país obtém vantagens mais significativas.

Assim, surge a necessidade de buscar a expansão do mercado internacional brasileiro, abrangendo o mercado do Canadá. As trocas comerciais entre Brasil e Canadá experimentaram um avanço significativo, atingindo níveis recordes tanto em exportações como importações no ano de 2022. O Canadá ocupa a 12ª posição no ranking das exportações brasileiras, apresentando um crescimento relevante nas transações comerciais com o Brasil desde 2016. Esse crescimento evidencia a importância de investigar como o Brasil pode ampliar suas operações comerciais com o Canadá.

O presente trabalho tem como objetivo analisar as relações econômicas entre Brasil e Canadá, buscando identificar oportunidades que possam impulsionar e expandir as exportações brasileiras para o mercado canadense. Além disso, busca-se aumentar a visibilidade do mercado canadense, que ainda é sub-explorado pelo comércio internacional brasileiro.

A estrutura desta pesquisa é composta de 5 capítulos. No capítulo inicial, é apresentada a introdução ao tópico, delineados os objetivos tanto gerais quanto específicos, e justificada a pesquisa.

No segundo capítulo é apresentada as teorias do Comércio Internacional utilizada como referencial para pesquisa, abordando diferentes aspectos do contexto histórico.

No terceiro capítulo apresentam-se os processos metodológicos usados para levantamento de informações e aplicação de pesquisa, caracterizando o modelo dessa pesquisa como qualitativa, nível exploratório, com a estratégia de pesquisa bibliográfica e para aprofundar a pesquisa utiliza-se dados estatísticos para mensurar o mercado. A coleta de dados é realizada através da entrevista com perguntas semiestruturadas, entrevistando participantes do comércio entre Brasil-Canadá e empresas atuantes neste meio e por fim, analisa-se o discurso.

No quarto capítulo é feita a análise dos dados obtidos através da pesquisa bibliográfica aplicada, buscou-se apresentar os principais aspectos macroeconômicos relacionados ao Canadá utilizando a análise de PESTEL. Os principais fatores positivos e negativos do mercado canadense foram analisados com a Matriz SWOT, assim como as oportunidades evidenciadas e suas ameaças. As entrevistas são apresentadas com os principais tópicos, buscando-se analisar e comparar as respostas da pesquisa e dos entrevistados, apresentando as principais oportunidades e insights.

O quinto capítulo apresenta as considerações finais do estudo, abrangendo as principais perspectivas e resultados. Além disso, apresenta as limitações de estudo encontradas ao realizar a pesquisa.

## 1.1 TEMA E PROBLEMA DE ESTUDO

O cenário econômico mundial ao longo dos anos enfrentou diversos momentos de turbulências com crises financeiras e conflitos entre países. A conjuntura atual é um forte exemplo, conforme o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) (2023) o período pós pandemia, conflitos entre Rússia e Ucrânia, recessão nos Estados Unidos e o alerta global de uma possível crise como desafios a serem enfrentados. De fato, em momentos de crise a tendência é a desaceleração do mercado como resposta, porém também é relevante ter discernimento de que em momentos de crise, surgem novas demandas, mercados e oportunidades a serem explorados pelas organizações.

O mercado demonstra uma competitividade mais intensa entre empresas, uma vez que as empresas não competem somente com outras empresas próximas geograficamente, mas sim com outros estados e países. Dessa forma, as empresas necessitam buscar vantagens competitivas, expansão de novos mercados que possibilitem maximizar seus lucros e obter crescimento de seus produtos e serviços (SOUZA et al., 2020). O comércio internacional começou a ganhar características modernas a partir da Revolução Industrial e tem se efetivado pela gradual abertura de economias e transações comerciais internacionais. No decorrer de mais de dois séculos de crescimento, no início do século XXI, os países estão mais interligados em termos de comércio de bens e serviços (LIMA; SILBER; VASCONCELOS, 2017).

Existem diversas maneiras de internacionalizar uma empresa, em suma ocorre através do processo de exportação e importação. Segundo Vasquez (2015), a exportação é a atividade que possibilita a abertura da empresa para a dimensão global, ocorre com o envio de produtos e serviços para fora do país. Exportar traz benefícios para as empresas como agrega visibilidade para o seu produto e maior diversificação de mercado, assimila novas técnicas de produção e tecnologias que por vezes não teria acesso estando apenas no mercado interno. De acordo com Segre (2018, p. 2) “A importação caracteriza-se pela introdução em um país de mercadorias procedente de outro.”.

Os benefícios oriundos da exportação são expressos na literatura econômica de Adam Smith, com o desenvolvimento da teoria das vantagens absolutas, propôs que cada país buscasse a especialização de produzir um bem que obtivesse vantagem competitiva em comparação com outras nações que produzem o mesmo bem. Assim, o país produziria este bem com maior qualidade de produção e menor custos, sendo capaz de abastecer o mercado internacional, realizando um processo de trocas voluntárias destes bens no qual cada país obtém maior vantagem.

Deste modo, essas trocas externas proporcionam tal vantagem ao setor produtivo de um país, permite o aumento do bem-estar de sua população, que consegue obter maior acesso ao fornecimento de bens que não podem ser produzidos dentro de suas fronteiras devido à geografia, tecnologias e características de produção. Essa situação evidencia a importância do comércio internacional para os países ainda em desenvolvimento, aos quais cabe a responsabilidade de profissionalizar e facilitar os fluxos internacionais.

Sendo assim, surge a necessidade de pesquisar e analisar novas oportunidades de exportação para o mercado brasileiro. Procurando compreender as novas tendências de mercado, analisando informações e dados recentes e identificando produtos e serviços que apresentam crescimento de mercado, os quais podem ser alvo das organizações brasileiras.

Ao observar as exportações brasileiras dos últimos anos, é notável o desenvolvimento de novos mercados. O Brasil chegou ao posto de 25º maior exportador mundial de mercadorias. O índice foi baseado nas transações globais de 2021. O Brasil apresenta uma busca por novos mercados internacionais que possam fomentar suas transações comerciais e permitir desenvolvimento (PERFIL DA INDÚSTRIA BRASILEIRA, 2021). Com este fortalecimento do mercado internacional, as relações entre Brasil e Canadá são um atual destaque. De acordo com a Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC) (2022c), os fluxos comerciais entre o Brasil e o Canadá atingiram um recorde em 2022, totalizando US\$10,5 bilhões (FOB) pela primeira vez. Esse marco confirma a tendência de crescimento constante nas relações comerciais entre os dois países ao longo do ano, representando um aumento de 41% em relação aos US\$7,497 bilhões (FOB) registrados em 2021. O menor nível de relações comerciais entre Brasil e Canadá na última década foi em 2016, quando totalizou US\$4,2 bilhões. Desde então, houve um fortalecimento constante, indicando uma maior complementaridade entre as economias nos anos subsequentes.

O presente trabalho analisa as oportunidades de expansão das exportações brasileiras para o Canadá. A pesquisa tem como delimitação analisar a sua balança comercial, contexto histórico econômico entre os países e comportamento do consumidor canadense. Identificando novos setores que possam ser alvo do mercado brasileiro. Assim, diante do exposto, esta investigação visa responder a seguinte questão: Considerando o estudo prévio das relações econômicas entre Brasil e Canadá, quais setores apresentam novas oportunidades para a exportação brasileira no mercado canadense?

## 1.2 OBJETIVO

A importância do comércio internacional está explícita nas palavras dos autores Krugman, Obstfeld e Melitz (2015), as nações participam do comércio internacional por duas razões fundamentais, ambas contribuindo para seus benefícios

no comércio. Em primeiro lugar, os países engajam-se em comércio devido às suas disparidades. Assim como os indivíduos, as nações podem se beneficiar de suas diferenças, alcançando um acordo no qual cada uma produz as coisas nas quais faz de forma relativamente superior. Em segundo lugar, as nações participam do comércio buscando obter economias de escala na produção. Isso significa que, se cada país se concentra em uma variedade limitada de produtos, ele pode produzir cada um desses bens em uma escala maior e, conseqüentemente, com maior eficiência do que se tentasse produzir todos os itens.

Para a autora Odília Fachin (2017), o objetivo determina o que a pesquisa pretende atingir. Cada etapa do trabalho demanda tempo e possui um grau de dificuldade, a superação das diferentes fases do trabalho determinam a resposta ao tema problema e conseqüentemente permitem atingir o objetivo. O objetivo geral abrange o problema da pesquisa de forma mais ampla.

### **1.2.1 Objetivo geral**

Para tanto, o presente estudo tem como objetivo geral: Analisar as relações econômicas entre Brasil e Canadá, com intuito de identificar novas oportunidades de expandir as exportações brasileiras para o mercado canadense.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

O mercado global encontra-se em constante modificação, a globalização intensificou o comércio internacional possibilitando uma alta competitividade entre países. Exigindo que as economias mundiais encontrem meios de fortalecer o seu mercado externo.

“Para atuar de forma estratégica no mundo globalizado, é preciso compreender o funcionamento do mercado internacional para criar estratégias e selecionar as melhores oportunidades para empreender.” (SOUZA et al., 2020, p. 174).

O objetivo específico permite estudar com maior profundidade o tema da pesquisa. Define fases a serem alcançadas, e tem o papel fundamental de auxiliar a atingir o objetivo principal do trabalho (LOZADA; NUNES, 2018).

Dessa forma, este estudo pretende alcançar os seguintes objetivos específicos:

- a) discorrer sobre teorias do comércio internacional e fatores condicionantes;
- b) pesquisar o contexto das relações econômicas entre Brasil e Canadá;
- c) apresentar o mercado do Canadá e as oportunidades para as exportações brasileiras;
- d) compreender as perspectivas de atuantes nas relações comerciais entre os dois países;

### 1.3 JUSTIFICATIVA

As exportações são de extrema relevância para o país, seu impacto tem efeito imediato na economia sendo de forma direta ou indireta. Segundo o Ministério da Economia (BRASIL, 2023a), em 2022, as exportações do Brasil atingiram um marco histórico, com um total de US\$335 bilhões, representando um aumento médio diário de 19,3% em comparação com 2021. Esse valor é o mais alto já registrado na série histórica. Este crescimento evidencia a importância do comércio exterior para o país, que permite o aumento da produtividade, inovação e competitividade das empresas, refletindo no desenvolvimento econômico. Desse modo, surge a necessidade de buscar o fortalecimento do mercado externo brasileiro com o desenvolvimento de novas oportunidades e identificação de mercados que evidenciam crescimento para o mercado brasileiro.

As relações comerciais entre o Brasil e Canadá obtiveram grandes avanços, e no ano de 2022 a balança comercial apresentou recorde nas operações de exportação e importação. Com isso, o país norte-americano se consolidou na 12ª posição como o maior destino das exportações brasileiras, confirmando ser um mercado estratégico e com tendência de crescimento (MARTINS, 2023). De acordo com estudo apresentado pela Secretaria de Comércio Exterior e pelo Ministério da Economia (BRASIL, 2022a), o Canadá é uma nação com uma economia avançada e classificada como país de renda alta. Com uma população de aproximadamente 38 milhões de habitantes, o país possui uma força econômica significativa. Em 2020, o Canadá foi classificado como a 8ª maior economia globalmente, destacando seu papel como uma potência econômica importante no cenário mundial. O país canadense tornou-se membro da Organização Mundial do Comércio (OMC) desde sua fundação

e desempenha um papel ativo em várias iniciativas plurilaterais e multilaterais promovidas pela organização. Além disso, o país continua a buscar a expansão de sua rede de acordos regionais, fortalecendo suas relações comerciais em diferentes regiões do mundo. Sendo um dos integrantes do G8, o Canadá é o único membro que possui acordos de livre comércio com todos os outros sete integrantes do grupo, assim sendo um local chave para a expansão para outros mercados mundiais. O país canadense apresenta uma grande diversificação cultural, devido à sua facilidade de migração. Este fato permite desenvolver uma economia variada, além disso conforme supracitado acima busca abertura de novos acordos comerciais.

O aumento das operações comerciais brasileiras com o país norte-americano sinaliza uma tendência de mercado e apontam grandes vantagens para expandir as exportações brasileiras. Dessa forma, surge a relevância de pesquisar sobre o mercado canadense com intuito de identificar novas oportunidades comerciais para as exportações brasileiras, com objetivo de proporcionar maior entendimento sobre essa o mercado canadense e trazer visibilidade do seu grande potencial é o ponto chave desta pesquisa. Com a utilização de dados atuais, o presente estudo busca apresentar importantes aspectos a serem considerados ao prospectar e adentrar no mercado do Canadá. Assim, almeja-se oferecer uma contribuição relevante tanto para a comunidade acadêmica quanto para as empresas, proporcionando uma compreensão abrangente do mercado canadense e sua ampla oportunidade.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico tem papel fundamental para a elaboração de uma pesquisa científica coesa. Matias-Pereira (2016, p. 83) explana que:

Nas ciências humanas a pesquisa bibliográfica constitui o instrumento por excelência do pesquisador. Como resumo do assunto, que se materializa na tomada de apontamento ou notas, essa investigação constitui, quase sempre, o primeiro passo de qualquer pesquisa científica.

Através da revisão de literatura, é possível obter a fundamentação teórica da pesquisa. Por meio da análise de conteúdos já publicados, é possível delinear um quadro conceitual que dará sustentação ao estudo.

Diante disso, o presente capítulo busca conceituar importantes estudos acerca da temática do comércio internacional, contexto histórico de evolução e a relação do comércio internacional brasileiro.

### 2.1 TEORIAS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

A literatura caracteriza o comércio internacional como um sistema de permuta, troca, compra e venda de bens e serviços entre diferentes países. Importador e exportador devem seguir suas legislações internas e os paradigmas legais estabelecidos para o mercado externo (BREANCINI NETO, 2022).

A troca de mercadorias e serviços entre países, tanto para a satisfação das demandas locais, como para diversificar os bens ofertados ocorreu durante os séculos XVI e metade do século XVIII, conhecidos como o período da "Revolução Comercial". Foram anos fundamentais para desenvolver a economia mundial e definir uma nova forma de organização: o Estado nacional. Na perspectiva do comércio internacional, este período é responsável pela sustentação conceitual de todas as teorias do comércio exterior, que foram e são praticadas até os dias atuais (DIAS; RODRIGUES, 2013).

O mercantilismo comercial se consolidou na expansão marítima, que ocorreu no período entre os séculos XV e XVI. Os países europeus como Espanha e Portugal, investiram fortemente nas navegações para terras desconhecidas a fim de adquirir novas riquezas em produtos para comercializar no mercado europeu e adquirir novos territórios. A história do Brasil relata o mercantilismo, o país em seu passado foi

fortemente explorado por Portugal, que comercializou o pau brasil e a produção açucareira. Na mesma época, a busca pela razão e compreensão, tornou a economia uma ciência. Assim, houve conhecimento de que era necessário ter equilíbrio na balança comercial, como utilizavam o ouro como moeda de troca, surgiu a necessidade de exportar mais mercadoria do que importar. O mercantilismo é marcado pelo Estado nacional que exerce seu poder de forma centralizadora, determinando leis e tomadas de decisões com relação comercial, a fim de beneficiar o comércio de seu país (HIGA, 2023). A atividade mercantil apresentou um desenvolvimento com o passar dos anos, deixando de ser uma atividade artesanal e assumindo o papel de uma atividade econômica essencial para o desenvolvimento de todo o país. A doutrina mercantilista apresenta os primeiros sinais de protecionismo e a valorização das atividades estratégicas nacionais.

No Século XVIII o comércio externo é essencialmente voltado para as Américas e para o Oriente, e caracterizava-se pela americanização das trocas estabelecidas entre a metrópole e as colônias.

O período mercantilista proporcionou o desenvolvimento de diversos autores que compartilharam o estudo de teorias econômicas voltadas para a fomentação das trocas de livres comércio entre países, formando a estrutura teórica que é denominada Liberalismo (DIAS; RODRIGUES, 2013). Essas contribuições são chamadas de Teorias Clássicas do Comércio Internacional, que pretendiam compreender o funcionamento e o papel do comércio internacional na sociedade e em sua atividade econômica.

No século XX os economistas Heckscher e de Ohlin, aprimoraram as teorias já desenvolvidas anteriormente para trazer uma nova e importante visão. Surgiu assim, a teoria de padronização do comércio internacional. Mais recentemente, Paul Robin Krugman adicionou comentários relevantes para as atuais relações internacionais. Tais teorias estão presentes na atualidade do comércio internacional e representam um importante fundamento para o entendimento do contexto do comércio entre países (LIMA; SILBER; VASCONCELLOS, 2017).

### **2.1.1 Vantagens absolutas**

O pensamento mercantilista vivenciava a busca pelo equilíbrio na balança comercial, que consistia no superávit comercial a qualquer custo. Este objetivo

mercantil, transformou-se obsoleto com o tempo, gerando a demanda de aprimorar o conceito. Desse modo, o pensador Adam Smith que é considerado o principal expositor do pensamento econômico, desenvolveu a Teoria das Vantagens absolutas no período do século XVII (SOUSA, 2013).

Em sua obra publicada em 1776, Smith argumenta sobre a evolução das riquezas das nações. Para existir relações comerciais entre países era essencial ter a demanda de algum produto. Com relação ao comércio internacional, Smith defendia o livre comércio, divergindo do pensamento mercantilista. Em sua Teoria das Vantagens Absolutas, o pensador sugere o conceito de que cada país deve se especializar quanto à produção dos bens, nos quais dispõe em maior quantidade de recursos. Com essa especialização aumentaria as vantagens comerciais do país, pois produziria em grande escala, com baixo custo e alta qualidade na produção. Dessa forma, as nações poderiam efetuar trocas voluntárias dos produtos especializados, obtendo o melhor valor do mercado (BREANCINI NETO, 2022).

Em seus textos, afirma que o fator gerador de riquezas dos países está relacionado à produtividade e capacidade de fabricar seus bens com otimização dos recursos. Assim, no sistema capitalista as empresas que iriam conquistar mercados seriam as que produzissem ao menor custo e com qualidade.

### **2.1.2 Vantagens comparativas**

A Teoria Liberalista publicada por David Ricardo no século XIX, foi fundamentada nos conceitos apontados por Adam Smith na Teoria das Vantagens Absolutas. Conforme os autores Dias e Rodrigues (2013, p. 96), destacam:

Com uma visão mais crítica das relações internacionais e do equilíbrio necessário para o desenvolvimento sustentável do comércio internacional, Ricardo formula uma teoria na qual é dada igual importância a vocação do país (e, conseqüentemente a produtividade e aos benefícios gerais proporcionados por ela e já abordados por Smith) e a garantia da continuidade das relações comerciais entre os países.

O conceito principal da Teoria das Vantagens Comparativas, é de que o comércio internacional é benéfico mesmo quando um país produz internamente os bens abaixo custo em comparação aos demais países envolvidos nesta demanda. Isso é válido, ao considerar que cada país tem uma produtividade e custos diferentes (TRIPOLI; PRATES, 2016). Assim, a quantidade de horas necessárias (fator trabalho)

para se produzir um bem é o que definirá o nível de produtividade de cada setor dessa economia. Portanto, a especialização produtiva de cada economia será decidida em torno do bem em que esta possua mais vantagens comparativas.

Quando um país produz um bem com menor custo de trabalho que outro, dizemos que este país possui uma vantagem absoluta em relação aos outros. Deste modo, quando uma nação decide se especializar em um bem deve se perguntar: Do que podemos abrir mão para produzir este bem? Nesta questão se apresenta a Teoria comparativa, que sustenta a ideia de escolha do custo da oportunidade, acerca de um mundo com escassez. De acordo com Krugman, Obstfeld e Melitz (2015), no modelo Ricardiano, os países exportam bens nos quais são relativamente mais eficientes em termos de produção e importam bens nos quais são relativamente menos eficientes em termos de produção.

### **2.1.3 Heckscher-Ohlin**

Os economistas suecos Eli F. Hecksher e a seu discípulo B. Ohlin são autores de uma nova teoria em relação às trocas internacionais, publicada no século XX. A teoria ricardiana baseava-se no pressuposto que todos os bens finais eram comerciáveis entre os países. No entanto, isto não ocorre com os fatores de capital e trabalho, embora estes sejam fatores flexíveis entre os diferentes setores da economia (BADO, 2004). Assim sendo, o que motiva o comércio internacional para Heckscher-Ohlin é a diferenciação dos recursos disponíveis de cada país.

O modelo desenvolvido por Heckscher-Ohlin inclui um segundo fator de produção, a teoria das Vantagens Comparativas. Por esse entendimento, o modelo é denominado 2 X 2 X 2, ou seja, dois países produzem dois bens utilizando dois fatores de produção. O objetivo principal deste conceito é de que em livre comércio, toda nação irá qualificar-se na produção do bem intensivo no fator de produção abundante. Dessa forma, a teoria considera o fator de produção excessivo do país. As nações possuem tanto trabalho como capital, mas como visto na Teoria das Vantagens Comparativas não é a quantidade absoluta do fator que é relevante, mas sim a proporção entre eles (TRIPOLI; PRATES, 2016).

O modelo assume que as interações comerciais e a especialização ocorrem a partir das proporções dos fatores de produção em cada país. Ou seja, dois países produzem e comercializam dois diferentes bens dada uma combinação de dois fatores

de produção, capital e mão de obra. Assim, a quantidade produzida será uma função do capital e da mão de obra alocados para essa produção, levando em conta que sejam suprimentos fixos, distribuídos entre os setores. (KRUGMAN; OBSTFELD; MELITZ, 2015).

Em um modelo de dois fatores, como por exemplo, um fazendeiro pode escolher utilizar equipamentos para a produção (capital) e menos trabalhadores, ou mais trabalhadores (mão de obra) e menos equipamentos. Assim, o produtor pode optar pela quantidade de investimento que vai alocar na produção.

Para Wolfgang Stolper e Paul Samuelson, o custo de produção dependerá dos preços dos fatores de produção. Desta forma, quando houver uma alteração no fator de custos, terá um impacto semelhante na cadeia produtiva. Exemplificando, caso uma empresa tenha investido em maior quantidade de mão de obra quando houver um aumento de custo no salário, este custo terá um impacto direto no custo de produção do produto final (KRUGMAN; OBSTFELD; MELITZ, 2015).

Sendo assim, o modelo assume que cada nação irá buscar especialização na produção de bens que possui maior abundância, e seu excedente será exportado. Da mesma forma, buscará importar bens produzidos no estrangeiro oriundos de recursos escassos para a produção interna.

#### **2.1.4 Modelo padrão do comércio internacional**

A literatura do comércio internacional é uma constituição vertente formada por quatro relações: relação entre fronteiras de possibilidade de produção e a curva de oferta relativa; relação entre preços relativos e demanda relativa; determinação do equilíbrio do mundo pela oferta mundial relativa e demanda mundial relativa; e o efeito das transações comerciais de exportação e importação de um país no seu bem-estar.

O modelo padrão do comércio, segundo Krugman, Obstfeld e Melitz (2015), envolve a dinâmica das relações entre preços, produção, demanda e comércio internacional. Os preços relativos influenciam a quantidade produzida e a oferta de uma economia, enquanto a demanda é determinada pela satisfação do consumidor em relação aos preços relativos. A estruturação comercial entre países é baseada na capacidade de produção e nos preços relativos, resultando em uma oferta e demanda mundial. O bem-estar de uma nação é afetado pelo comércio internacional, sendo benéfico quando os preços relativos aumentam, impulsionando o crescimento do

comércio. Por outro lado, um declínio no comércio internacional e nos preços relativos resulta em uma queda no bem-estar e no preço do bem produzido.

## 2.2 EVOLUÇÃO DA ESTRUTURA DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Ao final da Segunda Guerra Mundial, o anseio dos países ocidentais vencedores situava-se em torno da busca pela reconstrução pacífica de suas nações e de uma nova ordem capitalista capaz de desenvolver crescimento econômico e estabilidade política. Durante o século XX, o comércio internacional obteve significativas modificações estruturais na economia internacional. Essas modificações são oriundas da Globalização, o termo globalização é definido como o processo que envolve capitais e tecnologias privados, utilizados por grandes corporações transnacionais as quais comercializam de forma global. Esse processo tem como característica a circulação mundial, independente das fronteiras nacionais alterando o tratamento jurídico do comércio internacional (DIAS; RODRIGUES, 2013).

De acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2020) a globalização ocorre devido a crescente interdependência econômica entre os países e suas organizações, que reflete no fluxo de bens e serviços, financeiro e ultrapassa as fronteiras geográficas. Assim, este processo resulta em um forte aumento de competitividade entre países, gerando uma concorrência acentuada entre diversas nações.

Assim, é fundamental considerar a diversidade e complexidade das nações, no que tange às práticas comerciais agora em um mundo globalizado, geram conflitos de interesse. Dessa forma, surge a necessidade de criar mecanismos reguladores que abranjam um consenso jurídico perante as diferentes nações, com bases legais comuns a todos os países. Através dessa perspectiva, em 1944 foi finalizado em Bretton Woods, EUA, um acordo no qual a finalidade de proporcionar entendimento acerca da reconstrução da economia internacional tendo como sustentação três instituições internacionais (DIAS; RODRIGUES, 2013).

Em 1945, formou-se a primeira instituição nomeada Fundo Monetário Internacional (FMI). A organização é formada por 190 países-membros e possui sua sede em Washington, EUA. Com o intuito de realizar a manutenção da taxa de câmbio e auxiliar os países-membros com desequilíbrio financeiro, permitindo acesso a fundos especiais. O FMI promovia a desestimulação de práticas protecionistas e

restrições de comércio para nações que se encontravam em um desequilíbrio de balanço de pagamentos (BRASIL, 2021).

A segunda instituição chamou-se Banco Mundial ou Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (Bird). A função desta organização era voltada para a reconstrução dos países atingidos pela guerra, assim como fornecer créditos para criação de infraestrutura, programas educacionais, ambientais, geração de empregos e renda para os países. A terceira instituição chamaria-se Organização Mundial do Comércio (OIC). Fundada com a missão de construir, coordenar e supervisionar um sistema de comércio internacional que pudesse contribuir para aumentar as forças de mercado fundamentadas no multilateralismo e no liberalismo. Porém, diferente das duas primeiras instituições FMI e o Banco Mundial, a Organização Internacional do Comércio não foi estabelecida (DIAS; RODRIGUES, 2013).

Em 1946, foi convocada uma conferência pelo conselho econômico e social para formular as normas da OIC, como continuação dos trabalhos iniciados em Bretton Woods. Foram realizadas duas sessões preparatórias em Londres, Inglaterra, e Genebra, Suíça, resultando em dois documentos: o projeto de constituição da OIC, aprovado durante a conferência em Havana, Cuba, em 1947, e um acordo geral sobre tarifas alfandegárias e comércio, este último de forma provisória. A carta da OIC estabelecia um sistema de tomada de decisões por voto igualitário entre seus membros, diferindo das instituições como o FMI e o Banco Mundial, que têm cotas contributivas desiguais. No entanto, essa diferença de participação causou atritos com os Estados Unidos, então a maior potência econômica, tornando inviável a OIC, uma vez que a presença dos EUA era essencial para uma organização do comércio internacional (ALVES; TREVISAN; DO VALLE, 2020).

Com o impasse para a criação da OIC, um segmento da Carta de Havana, o Acordo Provisório, resguardava a questão relativa às tarifas tributárias e as regras do comércio internacional visando a liberalização do comércio mundial. Este acordo foi negociado em 1947, onde cerca de 23 países adotaram este sistema. Este segmento adotado era chamado de política comercial e passou a ser chamado de *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) – Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio. Este acordo era um tratado, não sendo uma organização. O GATT abrangeu não apenas acordos comerciais, mas também normas relativas ao emprego, práticas empresariais restritivas, investimento internacional e serviços (LIMA; SILBER; VASCONCELOS, 2017).

A complexidade das relações internacionais entre países com múltiplos interesses resultou no desenvolvimento das Regras básicas para o Acordo Geral das Tarifas e Comércio. Com este sistema de regras, que passou a ser aprofundado através de múltiplas rodadas de negociações multilaterais, o comércio internacional desenvolveu-se após o período da Segunda Grande Guerra. O acordo provisório apresentava dois aspectos: o primeiro o relaciona ao conjunto de regras sobre procedimentos para comercialização entre os países signatários. Essa é uma atribuição de ordem jurídica, pois é responsável pela elaboração, prática e controle de regras de direito material. De outra perspectiva, como fórum de negociações entre países com instrumentos próprios à democracia parlamentar, de natureza comercial, procura aproximar os países participantes. Dessa forma, o GATT exerce um papel essencialmente político. Este acordo não era definitivo e imutável. O GATT significou o primeiro passo para a liberalização do comércio internacional, que vem sendo desenvolvido de forma progressiva no decorrer das rodadas de negociações comerciais entre os países (VALÉRIO, 2009).

Para Mesquita (2013), o GATT reconhece a possibilidade de proteção do mercado interno. No entanto, a intenção é que essa proteção seja equilibrada, previsível e permita de forma reduzida, o princípio das vantagens comparativas.

Essa concepção é traduzida através de quatro regras gerais no Acordo:

(1) cláusula de nação mais favorecida, para equalizar as condições de concorrência entre os fornecedores externos; (2) tratamento nacional, para que, uma vez superados os obstáculos nas fronteiras, o produto importado não seja discriminado com relação ao doméstico; (3) proteção exclusivamente por meio de tarifas e (4) transparência, para assegurar a previsibilidade. Essas quatro regras gerais são detalhadas ou complementadas por uma série de artigos destinados a impedir ou, pelo menos, disciplinar as medidas protecionistas mais comuns no período entreguerras (MESQUITA, 2013, p. 28).

São essas as regras básicas negociadas dentro do Acordo Geral do GATT, as quais diversos países aderiram e estabeleceram seus negócios. Mesmo tendo como principal objetivo a eliminação do tratamento discriminatório, o GATT não impede a formação de blocos econômicos regionais ou aduaneiros que eliminem barreiras comerciais entre si. Consequentemente, os blocos devem manter os direitos e seguir o regulamento conforme o Acordo, não podendo impor medidas restritivas que afetem o cumprimento do GATT (ALVES; TREVISAN; DO VALLE, 2020).

O Acordo de caráter provisório que estaria em vigor até a criação da Organização Internacional do Comércio (OIT). Contudo, mesmo com as negociações realizadas em 1948, o OIT não foi criado devido à recusa do Congresso Norte-americano em ratificar o Acordo. Desse modo, foram criados apenas dois sistemas em Bretton Woods sendo eles o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial. O GATT integrou muito dos regulamentos previstos para a OIT, contidos na Carta de Havana (subscrita por 53 países incluindo o Brasil). Ao longo do seu funcionamento foi adquirindo atribuições de uma organização, mesmo sendo um acordo provisório (RÊGO, 1996).

### **2.2.1 Organização Mundial do Comércio - OMC**

O Acordo provisório (GATT), obteve sucesso tanto em termos de liberalização comercial como de criação de um sistema efetivamente multilateral. O número de países contratantes duplicou, afirmando sua aderência. O bom desempenho ocorreu devido à supremacia econômica e a disposição dos EUA para governar a liberalização comercial. Porém, foi criado como caráter provisório, mesmo que benéfico a comercialização nunca havia sido ratificado e encontrava-se defasado. Em meados dos anos 80, o GATT como conjunto de regras, passou a ser obsoleto e não se enquadrava ao comércio multilateral e suas necessidades (MESQUITA, 2013). As relações comerciais internacionais são caracterizadas pelo cenário dinâmico, no qual as vantagens comparativas entre países modificam-se surgindo a necessidade de revisões periódicas no que tange às regras comerciais. (LIMA; SILBER; VASCONCELLOS, 2017).

Com diversas rodadas de negociações entre os países, a busca profunda para reunir regulamentos que beneficiasse ambas nações e possibilita-se a cooperação internacional tornou-se um desafio complexo. Ao longo dos 47 anos do Acordo provisório, o GATT teve seu mecanismo discutido durante 8 rodadas de negociações multilaterais de comércio (DIAS; RODRIGUES, 2013).

A Rodada do Uruguai, realizada em 1987 em Punta Del Leste, é considerada uma das mais marcantes, entre outras efetivações prescreveu a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC) considerando entendimentos anteriores propostos. Assim, a Organização Comércio consolidou-se 1995 substituindo o Acordo Provisório (GATT) tendo em sua ata a assinatura de 123 países, com uma estrutura

ampliada, personalidade jurídica internacional própria e poderes organizacionais no comércio internacional (BRASIL, 2016). O Quadro 1 apresenta a síntese das rodadas de negociação e seus temas abordados.

Quadro 1 – Resumo das rodadas de negociação na história do sistema multilateral de comércio

<b>Rodada</b>	<b>Período</b>	<b>Países Participantes</b>	<b>Temas cobertos</b>
Genebra	1947	23	Tarifas
Annecy	1949	13	Tarifas
Torquay	1950 - 1951	38	Tarifas
Genebra	1955 - 1956	26	Tarifas
Dillon	1960 - 1961	26	Tarifas
Kennedy	1964 - 1967	62	Tarifas e antidumping.
Tóquio	1973 - 1979	102	Tarifas, Medidas não tarifárias, Cláusula de Habilitação.
Uruguai	1986 - 1993	123	Tarifas, Agricultura, Serviços, Propriedade Intelectual, Medidas de Investimento, novo marco jurídico, OMC.
Doha	2001 - 2005*	149	Tarifas, Agricultura, Serviços, Facilitação de Comércio, Solução de Controvérsias, Regras.

Fonte: elaborado pela autora com informações do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (BRASIL, 2016).

Segundo os autores Lima, Silber e Vasconcellos (2017) as principais funções incluem facilitar a implementação de acordos e instrumentos jurídicos negociados, servir como um fórum para negociações de regras multilaterais visando à liberalização do comércio, supervisionar a aplicação das regras estabelecidas por meio de comitês e conselhos, realizar a revisão das políticas comerciais, colaborar com o FMI e o Banco Mundial e, acima de tudo, buscar a resolução de disputas comerciais de acordo com as disciplinas estabelecidas no entendimento sobre a solução de controvérsias.

O órgão máximo na estrutura da OMC é a Conferência Ministerial composta por representantes de todos os seus países membros, estes têm o dever de reunir-se pelo menos uma vez a cada dois anos. Os membros possuem plenos poderes de decisões sobre qualquer tema relacionado a acordos multilaterais comerciais. Além disso, a organização possui inúmeros órgão que auxiliam nas suas atividades como:

o Conselho Geral como órgão principal, ao qual estão subordinados os Conselho para Comércio de Mercadoria, o Conselho para Comércio de Serviços e o Conselho para Direitos de Propriedade de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio aos quais são subordinados a inúmeros grupos e comitês (RÊGO, 1996).

No controle da OMC existem diversos acordos multilaterais, bilaterais e regionais, quanto às medidas de restrição implantadas pelos países, é de extrema importância que haja limites e que elas estejam dentro deles, sendo legítimas e protegendo interesses de comum acordo da nação, como saúde e segurança, contanto que estejam de acordo com as regras, caso contrário, o país prejudicado por esta restrição, pode solicitar a retirada da mesma, podendo até acionar os mecanismos institucionais de solução de controvérsias (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, 2017).

#### 2.2.1.1 Barreiras tarifárias

Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI) (2017), barreiras tarifárias são aquelas que restringem o comércio por meio da imposição de impostos ou quotas tarifárias, aplicadas na exportação e importação de mercadorias. Para Sousa (2013), as barreiras tarifárias são estabelecidas como todos os encargos fiscais e contribuições que estão diretamente associados à entrada de um bem (na importação) ou à saída de um bem (na exportação) de um país.

A Figura 1 apresenta uma síntese das barreiras tarifárias, apresentando sua aplicação e a forma que é aplicada.

Figura 1 – Semelhanças e diferenças entre os quatro tipos de barreiras tarifárias

BARREIRA TARIFÁRIA	QUANDO É APLICADA?	COMO É APLICADA?
Imposto de Importação II	Entrada do produto	Mesma alíquota aplicada a todas as unidades
Imposto de Exportação IE	Saída do produto	
Quota Tarifária de Exportação QTE	Entrada do produto	Alíquota menor é aplicada a uma quantidade limitada do produto; para quantidades importadas ou exportadas além da quota, aplica-se à alíquota maior
Quota Tarifária de Exportação QTI		

Fonte: CNI (2017, p. 21).

Os quatro tipos de barreiras tarifárias existentes são: imposto de importação (aplicado na entrada da mercadoria), imposto de exportação (aplicado na saída da mercadoria), quota tarifária de importação (aplicado na entrada da mercadoria) e quota tarifária de exportação (aplicado na saída da mercadoria). Os diferentes tipos de barreiras possuem distintas funções.

Tipos de Barreiras tarifárias e sua função:

- a) impostos de importação: Pode ser aplicado de forma percentual sobre o valor do produto importado (tarifa ad valorem) ou um valor por quantidade importada (tarifa específica). As tarifas de importação são executadas considerando os acordos da OMC, sendo que os compromissos afirmados servem como um teto, sendo obrigatório que o país não discrimine parceiros comerciais. Assim, quando é aplicado uma diminuição de tarifa de um produto para um parceiro, isto deve ocorrer para os demais. Mesmo quando um país aplica tarifas dentro do acordado com a OMC, as barreiras tarifárias podem ser consideradas barreiras relevantes. Isso ocorre quando essas barreiras tarifárias configuram os chamados picos tarifários e escaladas tarifárias. Os picos tarifários ocorrem quando um país aplica tarifas elevadas em um determinado produto, diferentemente das tarifas aplicadas a demais itens. As escaladas tarifárias, são tarifas mais altas aplicadas em bens acabados e menores para o respectivo consumo, dessa forma incentiva a importação de itens para o insumo e dificulta a importação de itens acabados, criando um incentivo à produção local destes últimos;
- b) imposto de exportação: é aplicado na saída do produto do país de origem. Ele pode modificar o comércio exterior, especialmente se aplicado por um país que seja a única ou a principal fonte de determinadas mercadorias. Por vezes, é utilizado para incentivar o processamento de matérias-primas em um país, com a posterior exportação de produtos acabados. O imposto de exportação em geral não é limitado aos acordos consolidados na OMC. Porém, a utilização deste imposto de forma discriminatória é condenada, ou seja, não podem ser praticadas alíquotas distintas dependendo do país de destino das exportações;

- c) quota tarifária de importação: determinam uma quantidade em relação à qual é aplicada uma tarifa específica. Usualmente, essas quotas têm sua quantidade definida de forma anual. Como por exemplo, os Estados Unidos possuem uma quota para a importação de leite condensado. O Brasil pode exportar aproximadamente até 4 mil toneladas, após essa quantidade sua tarifa dobra e torna o seu produto inviável para a comercialização com os Estados Unidos;
- d) quota tarifária de exportação: as quotas de exportação são similares às de importação, são admitidas em situações excepcionais como por exemplo para evitar o desabastecimento do mercado interno. No período da Covid 19 (período de pandemia 2020-2022), materiais utilizados pelo setor de saúde sofreram restrições de exportações, para que no mercado interno brasileiro o consumidor tivesse um preço mais acessível (CNI, 2017).

As barreiras tarifárias são uma forma de proteção dos países, na qual conseguem limitar a entrada de produtos externos. Tais medidas são utilizadas para proteger o mercado nacional e evitar uma concorrência desleal. Assim como, as barreiras tarifárias possuem seu caráter fiscal, e com isso o governo consegue arrecadar receita.

#### 2.2.1.2 Barreiras não tarifárias

As barreiras não tarifárias são medidas legais diferentes dos impostos de importação que têm como objetivo principal restringir a importação de mercadorias por um determinado país. Essas medidas podem incluir quotas ou exigências de aprovação prévia para importação (SEGRE, 2018).

As barreiras não tarifárias as barreiras não tarifárias abrangem uma variedade de restrições comerciais, como restrições quantitativas, licenciamento de importação, procedimentos aduaneiros, valoração aduaneira arbitrária ou baseada em valores fictícios, medidas antidumping, medidas compensatórias, subsídios, medidas de salvaguarda e medidas sanitárias e fitossanitárias. A complexidade das barreiras não tarifárias, ocorrem devido ocasionalmente não ter cunho ilegal, podem ocorrer como forma de proteção como por exemplo no âmbito da saúde, meio ambiente ou financeiro, e por isso são foco de atenção da OMC (BRASIL, 2022c).

As barreiras não tarifárias podem ser:

- a) restrições quantitativas: são permitidas por regra, exceto em determinadas situações. Há dois principais tipos de restrições quantitativas: às quotas (restrições de quantidades para exportação ou importação) e a proibição de comércio (que restringe completamente a entrada ou saída de um produto);
- b) regulamentos técnicos: são regras que determinam as características a serem cumpridas de forma obrigatoriamente para produtos e seu respectivo processo de produção, como por exemplo as embalagens, rótulos, símbolos e entre outros. Na maioria dos casos, o produto deve comprovar sua adequação às regras por meio de testes, o que pode gerar custos ao fabricante (SOUSA, 2013);
- c) regulamento Sanitário e Fitossanitário: são regras que possuem como principal objetivo a proteção da vida humana e animal, reduzindo riscos de substâncias tóxicas e doenças transmitidas por plantas, animais e insumos. Os países implementam procedimentos rigorosos, incluindo inspeções e testes de qualidade, tanto no país exportador quanto no importador, para garantir esses objetivos essenciais de proteção e bem-estar (CNI, 2017);
- d) padrões Privados/normas voluntárias: são normas determinadas por entidades privadas como varejos e organizações não governamentais, e tem relação à segurança, qualidade, sustentabilidade do produto ou métodos ou processo de produção. Apesar de serem padrões privados, alguns destes padrões contam com a participação governamental. Um ponto negativo, a questão de não existir um foro especial para que se possa questionar esses padrões, se são ou não responsabilidade do Estado, e se cabem questionamentos à OMC (SOUSA, 2013).

As barreiras não tarifárias podem causar diversas consequências no comércio exterior. A mais expressiva é a restrição do comércio, com a diminuição do fluxo internacional de mercadorias. Além disso, caso algumas barreiras não tarifárias sejam adotadas como forma de mascarar um protecionismo comercial, tal medida pode ser pauta de um painel da OMC, podendo resultar em medidas compensatórias para reparação de danos causados pela restrição comercial (CNI, 2017).

Dentro das barreiras não tarifárias podemos citar diferentes tipos como barreiras técnicas, *dumping* e subsídios. Para a defesa comercial nestes casos,

existem três instrumentos: as medidas salvaguardas, medidas antidumping e as medidas compensatórias.

#### 2.2.1.3 Barreiras técnicas

Para Segre (2018), as barreiras técnicas podem surgir devido à falta de transparência nas normas e regulamentos, bem como à imposição de procedimentos de avaliação demorados e custosos. Tais barreiras são definidas como normas e regulamentos técnicos, regulamentos sanitários, fitossanitários e de vigilância animal. Estas barreiras são normas, e regulamentos, dos níveis técnicos, sanitários, fitossanitários e de vigilância animal.

As barreiras técnicas não se encaixam como barreiras comerciais, mas podem impor protecionismo, falta de transparência, regulamentos muito rigorosos, discriminações, entre outros. Assim, como exemplo de barreiras técnicas são os procedimentos de registro de produto, que podem ser excessivamente custosos para o produtor ou para o exportador, procedimentos de avaliação da conformidade e demais exigências excessivas que gerem altos custos e tornem o processo oneroso (SOUSA, 2013).

#### 2.2.1.4 Dumping

Considera-se prática de *dumping* quando uma empresa vende um produto para o Brasil a um preço de exportação inferior ao valor praticado para produtos similares em seu mercado interno (valor normal). Essa diferenciação de preços é considerada uma prática desleal de comércio. Dessa maneira, a diferenciação dos preços já é considerada uma prática desleal de concorrência. Por exemplo, quando uma empresa A, localizada no país X, vende um produto neste país por US\$100 e exporta-o para o Brasil, em condições comparáveis de comercialização por US\$80, considera-se que há prática de *dumping* de US\$20 (BRASIL, 2023b).

Existem três maneiras em que o *dumping* pode ocorrer: de forma esporádica, quando acontece a venda de excedentes de mercadorias sem prejudicar o mercado normal; de forma predatória, quando ocorre a venda com perdas para afastamento da concorrência, tornando o mercado acessível; de forma persistente, quando ocorre vendas contínuas utilizando preços mais baixos que em outros (SOUSA, 2013).

Essa prática desleal no comércio internacional, é condenada pela Organização Mundial do Comércio. A OMC é o órgão competente para julgar os casos de *dumping*, quando a prática é efetivamente comprovada, ocorre a aprovação do órgão para a prática de taxaço antidumping.

#### 2.2.1.5 Subsídio

Os subsídios são contribuições financeiras que podem ser oferecidas de diferentes formas, é um estímulo concedido pelo governo a empresas ou indústrias específicas ou que estão situadas em uma determinada região (CNI, 2017). Segundo o Ministério das Relações Exteriores (BRASIL, 2023b), o Acordo sobre Subsídios e Medidas Compensatórias (ASMC) trata de dois aspectos que estão interligados: as regras multilaterais que regulam os subsídios e o uso unilateral de medidas compensatórias para combater os efeitos prejudiciais causados pelas importações subsidiadas.

Conforme Sousa (2013), o subsídio pode ser entendido como um benefício relacionado a duas hipóteses. A primeira, considera que existe no país exportador de qualquer forma de sustentação de renda ou de preços que, direta ou indiretamente, contribua para aumentar as exportações ou reduzir as importações de um determinado produto. A segunda hipótese, relaciona a contribuição financeira por um governo ou órgão público, dentro do território do país exportador.

De acordo com a CNI (2017), os subsídios ainda podem se tornar importantes barreiras comerciais, em função das distorções criadas tanto em mercados domésticos quanto no mercado internacional. No mercado interno, produtos com preços subsidiados, mais baixos, se tornam mais competitivos, dificultando assim a entrada de produtos importados, quanto ao mercado externo, preços subsidiados podem causar um excesso de oferta, diminuindo excessivamente preços e dificultando assim as exportações para mercados que não receberam esta concessão de subsídio.

Em certos contextos, quando um bem importado é essencial para a sociedade e possui um alto valor agregado, o governo pode adotar medidas de subsídios para diminuir o valor e aumentar seu consumo. Um exemplo deste contexto, o Brasil durante muitos anos adotou uma política de subsídios para a importação de trigo e petróleo, tais bens são considerados essenciais para qualquer país (TRIPOLI; PRATES, 2016).

### 2.2.1.6 Instrumentos de defesa comercial

Os instrumentos de defesa comercial foram criados com o propósito de coibir as práticas desleais. A Defesa Comercial está baseada em três instrumentos distintos, cuja aplicação está fundamentada em acordos específicos da Organização Mundial do Comércio.

#### 2.2.1.6.1 Medidas salvaguardas

As Medidas de Salvaguarda permitem ao produtor aplicar para proteger-se de concorrências desleais. Aplicada contra as importações de produtos específicos, sendo de qualquer país de origem, tem como objetivo prevenir e oferecer reparação ao dano e salvaguardar a empresa nacional (SEGRE, 2018).

As medidas salvaguardas são aplicadas somente no período necessário para reparar o prejuízo grave, não devendo se estender por mais de quatro anos. Tendo como exceção, casos que comprovam que a aplicação ainda é indispensável demonstrando a comprovação do ajustamento da indústria, respeitando o prazo máximo de dez anos (SOUSA, 2013). Um exemplo de medida de Salvaguarda adotada pela CAMEX-Brasil em 2005, ocorreu contra a China, no setor de produtos têxteis. A origem do dano ao setor de têxteis ocorreu devido ao grande aumento de importações destes produtos com a China como também envolveu ações de países terceiros. Assim, a China teve que aplicar automaticamente uma auto-restrição de exportação de seus produtos, de forma que não ultrapasse em 7,5% a média dos 14 meses anteriores. Essa restrição à China, proporcionou uma melhora no setor têxtil brasileiro que vinha sendo fortemente afetado, determinada salvaguarda foi acordada pelo período de um ano, podendo ser prolongada por dois anos (BALTAR, 2011).

#### 2.2.1.6.2 Medidas antidumping

As medidas antidumping buscam anular o dano sofrido por uma indústria em decorrência de importações realizadas com preços de *dumping*. Conforme o Ministério das Relações Exteriores (BRASIL, 2023), o cálculo do *dumping* é realizado por meio de uma "comparação justa" entre o valor normal (o preço de um produto importado no curso normal do comércio no país de origem ou exportação) e o preço de exportação

(o preço do produto no país de importação) Medidas antidumping podem apenas ser aplicadas se o *dumping* estiver prejudicando a indústria no país importado.

#### 2.2.1.6.3 Medidas Compensatórias

Segundo o Siscomex (BRASIL, 2022c), as medidas compensatórias visam compensar os subsídios concedidos de forma direta ou indireta no país exportador, para a fabricação, produção, exportação ou ao transporte de qualquer produto, cuja exportação cause danos à indústria doméstica do país importador.

Segundo Albuquerque (2007), um exemplo de medida compensatória disputada recentemente com o Canadá sobre aeronaves civis (DS 522) em setembro de 2017, o Brasil solicitou a abertura de um painel devido aos subsídios concedidos pelo Canadá para o lançamento, desenvolvimento e produção de novos modelos de aeronaves civis pela Bombardier, conhecido como Projeto C-Series. O Brasil estima um prejuízo superior a US \$3 bilhões e grandes impactos causados pela concessão do benefício indevido. Contudo, este processo ainda está na fase inicial, dessa forma não é possível afirmar o resultado final. Caso o Brasil consiga comprovar tamanho prejuízo, terá que receber uma medida compensatória pelos prejuízos obtidos.

Para proteger o exportador brasileiro e auxiliar na utilização da Defesa Comercial existem órgãos como a Secretária do Comércio Exterior, que por meio do Departamento de Defesa Comercial (Decom) dão suporte em casos de antidumping, subsídios e salvaguardas.

### 2.3 BLOCOS ECONÔMICOS

O aumento da cooperação econômica entre países ocorre diante da conscientização da necessidade de desenvolver os países menos desenvolvidos, com a interdependência entre países resultante do processo de globalização e a crescente liberalização de mercados. Após a concretização da Organização Mundial do Comércio (OMC) que transcorreu em 1995, o comércio mundial sofreu fortes mudanças e imprevisíveis. A liberalização dos mercados ocorreu intensivamente abrangendo produtos e serviços criando a necessidade de incrementar os processos de integração econômica regional (SOUSA, 2013). Desempenham um papel fundamental nesta integração as corporações transnacionais e as organizações

multilaterais, tais como: Organização Mundial do Comércio (OMC), o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (Bird).

Conforme Maia (2020) os blocos econômicos surgiram com o objetivo de promover o comércio em uma região específica, resultando em um aumento do poder de compra nos países membros e, conseqüentemente, elevando o padrão de vida de suas populações. Para Machado e Matsushita (2019), os blocos econômicos são formados por associações entre países, com o objetivo de estabelecer relações econômicas entre si e com outros Estados-Nação, promovendo o crescimento das relações econômicas mútuas e a integração do comércio. A permissão aos blocos comerciais consta no § 4º do art. XXIV.

O órgão responsável por avaliar os Acordos, monitorando as tarifas, prazos e cumprimentos das regras é a OMC. O Acordo do Gatt autoriza e por vezes até busca estimular a formação de blocos comerciais, mas com limites. Para que um bloco possa existir (o que gera benefícios para membros que poderão negociar benefícios exclusivamente entre si) algumas regras devem ser seguidas.

Os blocos econômicos podem ser classificados como:

- (i) áreas de livre comércio, onde há a isenção de taxas e impostos na comercialização de produtos e serviços entre os países que formam o bloco;
- (ii) união aduaneira, com a implementação de condutas de comércio com vistas a alcançar países fora do bloco;
- (iii) mercado comum, com a integração da economia, possibilitando a passagem de mercadorias e pessoas entre os países; e
- (iv) união econômica e monetária, com a integração da economia e a criação de moeda única para os países do bloco (MACHADO, MATSUSHITA, 2019, p. 118).

Essa classificação representa as fases em que os blocos acabam se constituindo. Como por exemplo, a União Europeia antes designado Mercado Europeu. Todas as fases foram seguidas, até mesmo a criação da Moeda única, o euro. Os países integram blocos econômicos para buscar benefícios comerciais para sua nação. Dessa forma, é possível ter diferentes tipos de acordos, como por exemplo, acordos bilaterais que são feitos entre dois países que visam alcançar vantagens para o seu povo por meio da cooperação entre as nações. Já os acordos multilaterais, como o próprio nome evidencia, são formados por três ou mais países. Como exemplos coerentes com o tópico de pesquisa, podemos citar os seguintes blocos econômicos: USMA (anteriormente chamado NAFTA) e o Mercosul (MAIA, 2020).

### 2.3.1 Mercado Comum do Sul - MERCOSUL

O Mercado Comum do Sul (Mercosul) foi criado em 1991, e engloba o Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e a recente adesão da Venezuela em 2012. O acordo teve seu início com a assinatura do Tratado de Assunção que tinha como objetivo a conformação de um mercado comum, configura uma personalidade jurídica que possui sua sede na capital do Uruguai, Montevidéu (BRASIL, [202-]).

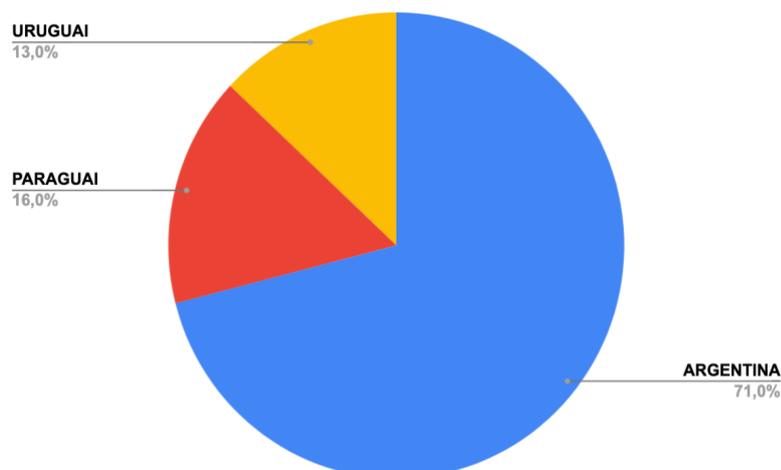
De acordo com Maia (2020), o principal objetivo do Mercosul é tornar a economia dos países-membros mais competitiva. Deste modo, haveria maior crescimento econômico, o que geraria aumento de empregos e padrão de vida para a população do bloco. Conforme o autor, o tratado tem como principais objetivos:

I-Eliminar as tarifas aduaneiras para o comércio entre os países do bloco; II-Adotar política comercial comum com relação ao comércio com os países fora do bloco, particularmente com relação à Tarifa Externa Comum-TEC (no item 5, expomos o que é TEC); III-Tornar as legislações coerentes com os princípios desse mercado; IV-Permitir o livre trânsito de trabalhadores, de modo que eles poderiam trabalhar em qualquer país do Mercosul (MAIA, 2020, p. 399).

Em 2002, seguindo o objetivo de livre trânsito de trabalhadores, ficou estabelecido que qualquer cidadão com nacionalidade dos países membros poderá usufruir dos direitos civis e trabalhistas na área do Mercosul. Contudo, este direito somente é obtido quando o cidadão adquire o visto permanente do país membro, evitando objeções com imigrantes ilegais.

A Figura 2 apresenta a recente relação comercial entre Brasil e o Mercosul.

Figura 2 – Percentual das exportações brasileiras com o Mercosul no ano de 2022



Fonte: elaborado pela autora com as informações do Comex Stat (2023).

A Figura 2 apresenta informações importantes no contexto da participação das exportações brasileiras com o Mercosul no ano de 2022. A Argentina é o principal destino das exportações brasileiras no Mercosul com 71%, mas o mesmo país também ocupa o terceiro lugar no ranking das exportações brasileiras em 2022. Após, temos o Paraguai com 16% e o Uruguai com 13% que também são importantes parceiros comerciais do Brasil no Mercosul.

### **2.3.2 United States – México – Canadá – Agreement (USMCA)**

O bloco econômico inicialmente chamado de North American Free Trade Agreement (NAFTA), foi criado em 1994. O conceito inicial teve origem em 1988, através do Acordo de Liberalização Econômica assinado pelos Estados Unidos e Canadá. O NAFTA é um acordo de livre comércio que abrange Estados Unidos, Canadá e México. É um instrumento de integração das economias dos países membros, visando a fomentação do comércio da América do Norte, com a proteção dos direitos de propriedade intelectual, proteção do trabalhador e do meio ambiente (MACHADO; MATSUSHITA, 2019).

Para Luz (2015, p. 222) o NAFTA apresenta como principais objetivos:

I – eliminar barreiras ao comércio e facilitar movimentos fronteiriços de bens e serviços entre os territórios das partes; II – promover condições para uma competição justa na área de livre comércio; III – crescer substancialmente as oportunidades de investimento nesses territórios; IV – prover adequada e efetiva proteção e implementação dos direitos de propriedade intelectual no território de cada parte; V – criar procedimentos efetivos para a implementação e aplicação deste Acordo, e de sua administração conjunta e solução de disputas; e VI – estabelecer uma estrutura para que cooperações futuras trilaterais, regionais e multilaterais se expandam e ampliem os benefícios desse acordo.

O bloco NAFTA busca viabilizar o comércio no bloco a imposição de uma lei comum, ou seja, não há uma personalidade jurídica para este tratado. As barreiras comerciais são diminuídas, mas as leis internas permanecem vigentes, incluindo o que abrange a circulação de pessoas dos países membros, restringindo a circulação de mercadorias entre os mesmos. Isso ocorre devido a falta de equiparação econômica entre os países, sendo os Estados Unidos e Canadá países desenvolvidos, o México ainda é um país em desenvolvimento. Assim, a participação

do México é pautada especialmente na mão-de-obra que pode oferecer aos demais países do bloco. Na realidade, diante da falta de simetria econômica, os Estados Unidos estão em vantagem no âmbito do NAFTA.

Segundo Mariano, Mattos e Sugahara (2019, p. 235) “A renegociação do Acordo de Livre-Comércio da América do Norte foi tema central na campanha eleitoral do candidato Donald Trump, e em sua agenda de governo.”. O acordo após diversas negociações teve alterações em seu nome, entrou em vigor em 1º de julho de 2020 e a adição de novos objetivos, o antigo NAFTA passou a chamar-se Estados Unidos-México-Canadá (USMCA).

Dentre os principais resultados das negociações estão novas regras voltadas para o comércio digital, proteção de propriedade intelectual, trabalho, meio ambiente e comércio de produtos automotivos. Outro fator importante, o USMCA passou a ter uma revisão periódica definida para ser realizada a cada seis anos. Assim, a ideia apresentada é de que essa revisão permitiria o ajuste regular no processo evitando descontentamento e impulsionando-o para sua renovação.

#### 2.4 SISTEMA HARMONIZADO (SH) - CLASSIFICAÇÃO DAS MERCADORIAS

O Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias, ou simplesmente Sistema Harmonizado (SH), desenvolvido pela Organização Mundial das Alfândegas (OMA). É a forma de classificar as mercadorias, tendo como base em uma estrutura de códigos e respectivas descrições. Este Sistema foi criado para promover o desenvolvimento do comércio internacional, assim como proporcionar a coleta, a comparação e a análise das estatísticas, particularmente as do comércio exterior (SEGRE, 2018).

Os autores Dias e Rodrigues (2013) destacam que a correta classificação fiscal é essencial para garantir a precisão e a conformidade das transações comerciais internacionais, uma vez que cada item possui uma posição fiscal específica. Essa classificação permite a identificação dos impostos, taxas e encargos que incidem sobre a mercadoria, fornecendo informações cruciais para o cálculo dos custos e a conformidade com as regulamentações alfandegárias. Além disso, o Sistema Harmonizado auxilia a negociação no comércio internacional, facilita a elaboração das tarifas de frete das estatísticas relativas aos diferentes meios de transporte de

mercadorias e de outras informações utilizadas pelos diversos intervenientes no comércio internacional.

O código do SH é composto por seis dígitos numéricos, que abrange as especificações do produto, origem, matéria constitutiva e aplicação, em um ordenamento numérico lógico, crescente e de acordo com o nível de sofisticação das mercadorias. O Sistema Harmonizado engloba:

- I) nomenclatura – compreende 21 seções, composta por 96 capítulos, além das Notas de Seção, de Capítulo e de Subposição. Os capítulos, por sua vez, são divididos em posições e subposições, atribuindo-se códigos numéricos a cada um dos desdobramentos citados. Enquanto o Capítulo 77 foi reservado para uma eventual utilização futura no SH, os Capítulos 98 e 99 foram reservados para usos especiais pelas Partes Contratantes. O Brasil, por exemplo, utiliza o Capítulo 99 para registrar operações especiais na exportação;
- II) regras gerais para a interpretação do sistema harmonizado – estabelecem as regras gerais de classificação das mercadorias na Nomenclatura;
- III) Notas Explicativas do Sistema Harmonizado (NESH) – Fornecem esclarecimentos e interpretam o Sistema Harmonizado, estabelecendo, detalhadamente, o alcance e conteúdo da Nomenclatura. (BRASIL, 2020, não paginado).

Dessa forma, um dos primeiros passos a serem realizados na exportação é a classificação fiscal, utilizando o sistema harmonizado. Através da classificação definida, a organização consegue visualizar as exigências fiscais e técnicas para realizar a exportação do seu produto para o destino planejado. Além disso, a classificação é obrigatória e seu uso indevido pode acarretar multas.

#### **2.4.1 Nomenclatura comum do Mercosul (NCM)**

A nomenclatura é a solução desenvolvida para auxiliar na dificuldade que haveria na troca comercial entre países e seus diferentes idiomas. No Brasil, com o início do Mercosul em 1991, foi adotada a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), baseada no Sistema Harmonizado. A NCM foi aderida por todos os países membros do Mercosul. Dessa forma, além dos seis dígitos do Sistema Harmonizado, a NCM adicionou mais dois, que são denominados item e subitem. A estrutura da NCM é composta por:

- I) 21 seções e 96 capítulos contendo uma lista ordenada de posições, subposições, itens e subitens;

II) 6 regras gerais interpretativas e uma regra complementar; III) notas de seção, de capítulo, de subposição e complementares (SEGRE, 2018).

O Quadro 2 demonstra o funcionamento do Sistema Harmonizado, quanto sua seção, código e descrição.

Quadro 2 – Exemplo de código do Sistema Harmonizado com a NCM

<b>Seção 1</b>	<b>Código</b>	<b>Descrição</b>
Capítulo	<u>4</u>	Leite
Posição	<u>04.02</u>	Leite e creme de leite, concentrados ou adicionados de açúcar ou de outros edulcorantes.
Subposição	<u>0402.10</u>	Em pó, grânulos ou outras formas sólidas, com um teor, em peso, de matérias gordas, não superior a 1.5%
Item e subitem (NCM)	<u>0402.10.10</u>	Com um teor de arsênio, chumbo ou cobre, considerados isoladamente, inferior a 5ppm 28

Fonte: elaborada pela autora com informações FAZCOMEX (2021).

É necessário identificar o produto e sua categoria, o código NCM, é fundamental para reconhecer os tributos de importação e exportação, além de ser base para o estabelecimento de direitos da defesa comercial e ser utilizado no âmbito do ICMS e na valoração aduaneira.

## 2.5 DEMAIS FATORES CONDICIONANTES DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

O desenvolvimento de um país no comércio internacional está sujeito a diversos fatores que podem afetar o desenvolvimento da exportação. A evolução do comércio internacional e a globalização impulsionaram o crescimento da concorrência entre países, porém desenvolveram barreiras para proteger suas nações como a defesa comercial criada pela OMC, como exemplo as barreiras tarifárias, salvaguarda, *dumping* e subsídios. Assim, essa seção irá enunciar alguns dos condicionantes das exportações, como o modelo gravitacional, distância psíquica e a logística internacional.

### 2.5.1 Modelo gravitacional

A bibliografia da economia internacional busca, de várias maneiras, descrever quais países possuem tendência de negociar entre si. O modelo de gravidade é uma relação que procura apresentar o valor das transações comerciais entre países. O modelo em sua versão primária, o comércio entre países como sendo baseado na distância entre eles e na interação derivada do tamanho das suas economias, ou seja, a distância e o tamanho dos objetos que se atraem (KRUGMAN; OBSTFELD; MELITZ, 2015).

Para Nascimento e Pregardier Júnior (2013), os primeiros estudiosos deste modelo foram Tinbergen (1962) e Pöyhönen (1963), que começaram a utilizá-lo na década de 60. O modelo gravitacional demonstra que o comércio entre dois países é proporcional ao Produto Interno Bruto (PIB) destes países, diminuindo em proporção inversa à sua distância. O nome do modelo é uma analogia à Lei da Gravidade de Newton, que diz que dois corpos se atraem proporcionalmente ao produto de suas massas, e diminui conforme sua distância.

Segundo Krugman, Obstfeld e Melitz (2015), afirmam que há fatores que “reduzem” a distância geográfica entre as duas economias, como a afinidade cultural, os custos de transporte, idioma e a própria geografia, sujeitando ou não os países a fazer comércio. Com estas afinidades alguns blocos econômicos foram formados, como por exemplo o USMCA (anterior Nafta) e o Mercosul. Mas também é importante ressaltar, que mesmo que os acordos comerciais proporcionem diminuição das barreiras comerciais entre os países, dificilmente tornam as fronteiras nacionais irrelevantes. Isto é, mesmo que acordos sejam firmados os países podem encontrar melhores negociações com países mais distantes.

### 2.5.2 Distância psíquica

A forma como as organizações decidem investir em novos mercados externos é frequentemente alvo de estudo, para compreender as principais estratégias para atingir êxito. Um dos conceitos chaves utilizadas para o entendimento deste processo é a distância psíquica. Dentro desta concepção, estão as diferenças de cultura, idioma, práticas de negócios e desenvolvimento industrial são alguns exemplos. Além disso, a distância psíquica é um fator determinante ou influenciador na escolha do

país em que a empresa irá expandir o seu mercado (GERVASONI, KUBO, FARINA, 2014).

Um exemplo prático da distância psíquica entre o Brasil e o Canadá pode ser a diferença de cultura e linguística entre os dois países. Apesar de ambos serem países com diversidade cultural e étnica, existem diferenças significativas nas práticas e normas sociais. O Brasil tem uma cultura mais informal e expressiva, onde o contato físico, como abraços e beijos no rosto, é comum nas interações sociais. Por outro lado, o Canadá tende a ter uma cultura mais reservada e formal, com menor contato físico nas saudações. O idioma dos países é diferente, o Brasil tem como língua oficial o português, já o Canadá possui duas línguas oficiais, o inglês e o francês.

A teoria de Uppsala constitui a única teoria que relaciona a ligação entre o processo de internacionalização e a distância psíquica. Tal teoria afirma que os países iniciam a expansão de mercado externo em nações próximas, e de forma gradual, partindo para destinos como afinidades. Desse modo, o crescimento no mercado externo ocorre gradualmente, na medida que as organizações possuem experiência nos processos e conseguem consolidar-se no mercado. A literatura acerca do modelo de Uppsala afirma que a exportação é o primeiro passo para a internacionalização de empresas, ocorrendo de forma gradativa. Assim, compreender as diferenças culturais, linguísticas e sociais entre os países é fundamental para estabelecer relações comerciais bem-sucedidas e adaptar as estratégias de exportação para que estejam alinhadas com o mercado alvo (GERVASONI, KUBO, FARINA, 2014).

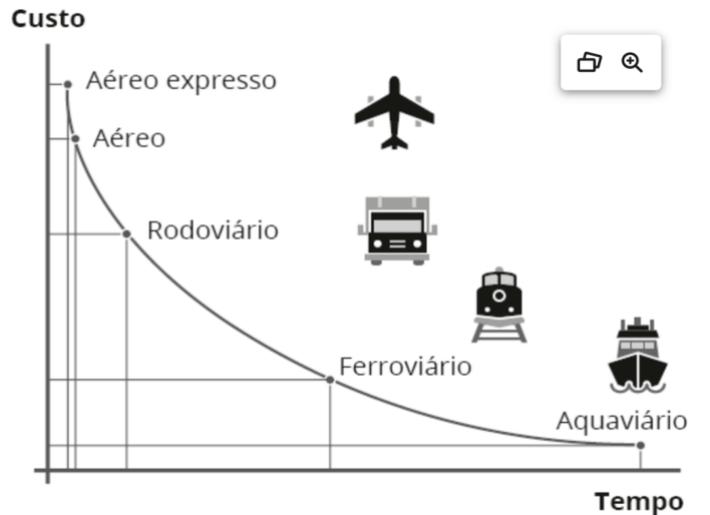
### **2.5.3 Logística de Transporte**

A logística no Brasil e no mundo está passando por um processo de grandes transformações. O crescente aumento do comércio entre países exige uma infraestrutura maior e exige o desenvolvimento de um transporte de qualidade e com maior disponibilidade, ou seja, uma logística moderna. No Brasil, grandes investimentos estão sendo realizados por empresários para aprimorar as operações logísticas. Entretanto, todo este esforço esbarra nas enormes deficiências ainda existentes no transporte e na comunicação (SOUSA, 2013).

Acerca das estatísticas, estima-se que o Brasil gasta 10% do PIB-Bruto Interno Bruto com investimento em transporte, sendo este aplicado no modal rodoviário devido à forte dependência deste modal. O transporte rodoviário é o

segundo mais caro, atrás apenas do aéreo. Enquanto no Brasil, o modal rodoviário é responsável por 58% das cargas transportadas (em toneladas-km), na Austrália, EUA e China os números são 30%, 28% e 19%, respectivamente (SEGRE, 2018).

Figura 3 – Custo x eficiência dos transportes



Fonte: Segre (2018, p. 104).

A Figura 3 relaciona os custos de transportes comparando com o tempo de chegada do transporte. Em termos de velocidade o modal aéreo é a opção mais rápida entre os modais e o marítimo é a mais demorada. O uso do aéreo ocorre em exportações com materiais menos volumosos em caráter de urgência de recebimento. Os demais modais levam maior tempo para chegar, porém comportam maior volume de mercadorias, sendo eles os modais rodoviários, ferroviários e marítimos. Também, através da imagem é possível entender outro fator condicionante no comércio exterior, o custo do transporte internacional.

A Confederação Nacional da Indústria (CNI) confirmou em uma pesquisa de 2008, os mais frequentes pontos negativos dos portos brasileiros enunciados pelos exportadores, sendo eles:

- a. burocracia na liberação de cargas;
- b. greves;
- c. atrasos na estadia dos navios nos portos;
- d. tempo de movimentação de cargas nos portos;
- e. armazenagem de carga nos portos;
- f. acesso aos complexos portuários;
- g. roubo ou furto de carga nos portos.

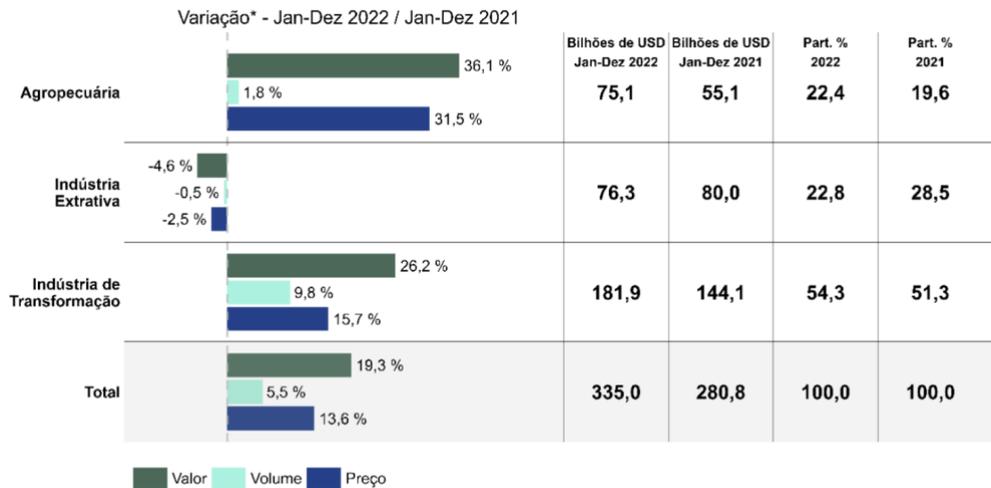
O desenvolvimento da infraestrutura logística e portuária no Brasil, apesar dos recentes avanços, não acompanhou o significativo crescimento do porte dos navios das últimas três décadas. Aliado a entraves burocráticos, esse fator tem agravado os “gargalos” nos portos nacionais (PINHEIRO; FRISCHTAK, 2014). Assim, a logística de transporte demonstra significativos desafios nos quais o Brasil terá que buscar melhorar a infraestrutura, para que o transporte internacional deixe de ser um fator condicionante no comércio internacional brasileiro.

## 2.6 CENÁRIO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

O mercado doméstico brasileiro, oferece inúmeras oportunidades para a atuação de empresas do país, o que é o principal motivo pelo qual muitas delas escolhem permanecer exclusivamente no mercado nacional. No entanto, atualmente, diversas dessas empresas que atuavam somente no mercado interno estão migrando para o mercado internacional, uma vez que perceberam nas operações internacionais a oportunidade de expandir seus negócios, aprimorar a qualidade de seus produtos e desenvolver competências em áreas como produção, negociação e tecnologia. Além disso, as organizações buscam criar uma imagem mais favorável junto a parceiros, como fornecedores, instituições financeiras, clientes e outros, a fim de fortalecer seus empreendimentos no mercado externo e, por consequência, no mercado doméstico (BRASIL, 2022c).

Segundo os Ministérios da Economia e do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (BRASIL, 2023a), em 2022 as exportações brasileiras alcançaram o recorde de US \$335 bilhões, maior valor da série histórica, crescimento de 19,3% na média diária exportada em relação a 2021.

Figura 4 – Exportações por setores da atividade econômica



Fonte: Brasil (2023a, p. 3).

A Figura 4 representa os setores econômicos brasileiros divididos por setores, apresentando uma comparação de valores do ano de 2021 e 2022 e seu respectivo crescimento. O setor com maior crescimento no período de 2022, foi o setor agropecuário com 36,1%, na qual o destaque se deve ao crescimento do preço deste setor. A indústria de transformação também apresentou crescimento de 26,2%. A indústria extrativa obteve uma redução na exportação no período de 2022, de 4,6%, sendo impactada pela redução do preço do setor.

Com relação aos destinos de exportação, o Brasil também obteve crescimento de exportação com os seus principais parceiros comerciais.

Tabela 1 – Exportações brasileiras - período de janeiro à dezembro de 2022

	Valor FOB (em milhões de USD)		Participação (%)		Variação (%)		
	2022	2021	2022	2021	Valor (m.d.)	Quantum	Preço
<b>Ásia (Exclusive Oriente Médio)</b>	<b>140.160</b>	<b>130.336</b>	<b>41,8</b>	<b>46,4</b>	<b>7,5</b>	<b>-3,4</b>	<b>9,6</b>
China, Hong Kong e Macau	91.260	89.944	27,2	32,0	1,5	-4,7	6,7
ASEAN	23.892	19.330	7,1	6,9	23,6	4,4	17,2
Japão	6.614	5.539	2,0	2,0	19,4	7,3	7,3
<b>Europa</b>	<b>63.456</b>	<b>48.295</b>	<b>18,9</b>	<b>17,2</b>	<b>31,4</b>	<b>9,6</b>	<b>19,1</b>
União Europeia - UE	50.998	36.533	15,2	13,0	39,6	14,6	20,5
<b>América do Norte</b>	<b>49.896</b>	<b>41.628</b>	<b>14,9</b>	<b>14,8</b>	<b>19,9</b>	<b>3,4</b>	<b>16,2</b>
Estados Unidos	37.429	31.145	11,2	11,1	20,2	3,2	16,8
Canadá	5.411	4.922	1,6	1,8	9,9	-0,5	13,2
México	7.056	5.560	2,1	2,0	26,9	8,8	14,3
<b>América do Sul</b>	<b>43.938</b>	<b>34.052</b>	<b>13,1</b>	<b>12,1</b>	<b>29,0</b>	<b>11,3</b>	<b>16,7</b>
Mercosul	21.696	16.990	6,5	6,1	27,7	8,3	15,7
Argentina	15.356	11.878	4,6	4,2	29,3	10,2	15,6
<b>Oriente Médio</b>	<b>17.232</b>	<b>12.074</b>	<b>5,1</b>	<b>4,3</b>	<b>42,7</b>	<b>24,6</b>	<b>11,4</b>
<b>África</b>	<b>12.847</b>	<b>9.479</b>	<b>3,8</b>	<b>3,4</b>	<b>35,5</b>	<b>12,7</b>	<b>19,1</b>
<b>América Central e Caribe</b>	<b>6.020</b>	<b>3.979</b>	<b>1,8</b>	<b>1,4</b>	<b>51,3</b>	<b>26,8</b>	<b>22,7</b>

Fonte: Brasil (2023a).

A Tabela 1 apresenta os valores comercializados nos anos de 2021 em comparação com o ano de 2022, na qual obteve aumentos consideráveis de valores comerciais, como com a China, União Europeia, Estados Unidos e Argentina. Dessa forma, o mercado exterior brasileiro demonstra aumento de suas exportações no ano de 2022 em comparação com o ano anterior.

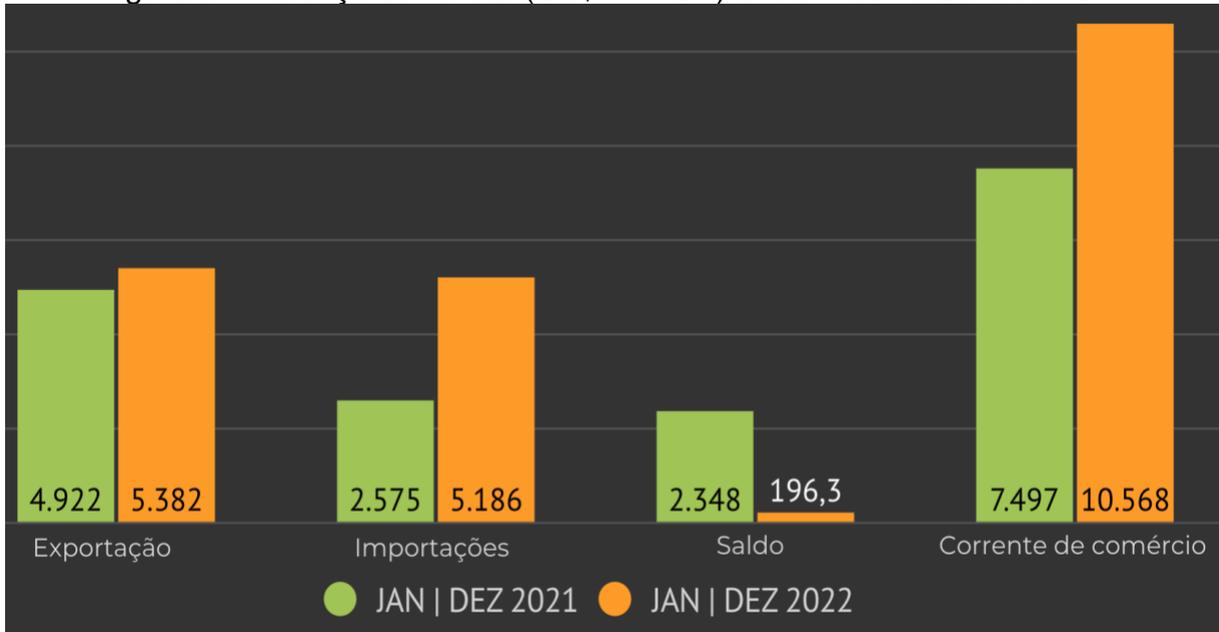
### 2.6.1 Relações comerciais entre o Brasil e o Canadá

O Canadá é atualmente o 12º principal destino das exportações brasileiras de bens e a 18ª origem das importações realizadas pelo Brasil. O Canadá é parte de organizações internacionais de comércio, como a OMC e a Organização Mundial das Alfândegas (OMA). Além disso, ele possui vários acordos de livre comércio, o que permite ao país um amplo acesso aos principais mercados globais, tornando-se também um excelente centro para as exportações. O Acordo do Mercosul com o Canadá está em negociações, iniciadas em 9 de março de 2018, em Assunção, Paraguai, e, desde então, foram realizadas sete rodadas negociadoras. Esse acordo abrangerá diversas áreas, incluindo comércio de produtos e serviços, investimentos, reduções de impostos e compras governamentais. Atualmente, devido ao acordo ainda não ter sido assinado, as exportações entre esses dois países são regidas pela

Tarifa de Nação Mais Favorecida (MFN), que é a tarifa padrão aplicada a todos os países membros da Organização Mundial do Comércio (2022).

A Figura 5 apresenta a balança comercial FOB em milhões de dólares acumulada em 2022 entre o Brasil e o Canadá. As exportações de 2022 obtiveram um aumento de 9%, recorde comercial.

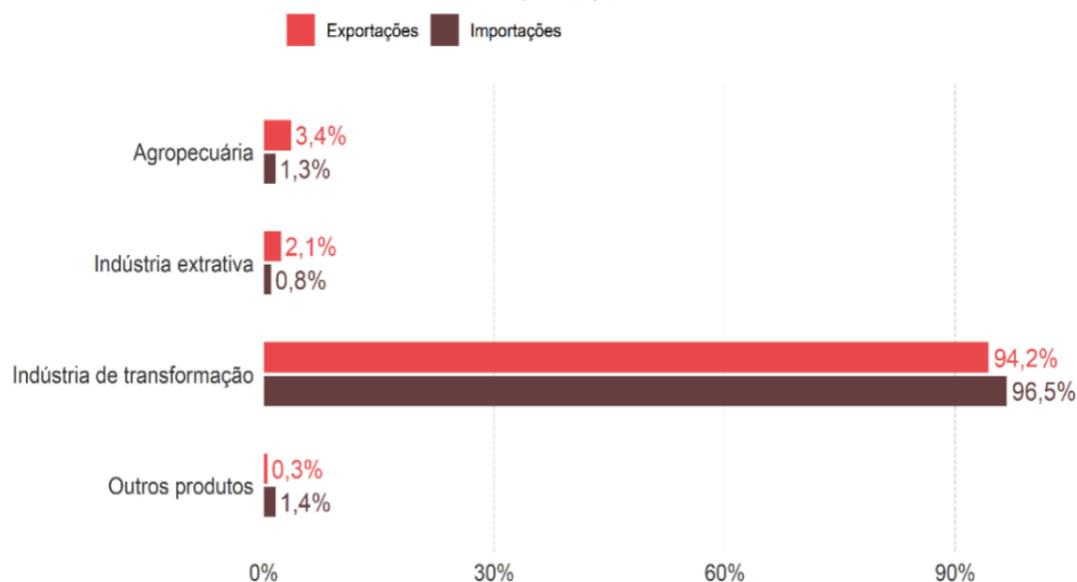
Figura 5 – Balança comercial (US\$ MI FOB) entre Brasil e Canadá 2022



Fonte: Câmara de Comércio Brasil-Canadá ([202-], não paginado).

As importações brasileiras do Canadá alcançaram significativos avanços em 2022, apresentando aumento de 101% em comparação com 2021. O significativo crescimento das importações deve-se à guerra entre Rússia e Ucrânia. A Rússia é uma exportadora global de fertilizantes, com os conflitos diversos países optaram por buscar novas alternativas, assim o Brasil passou a importar grande parte de fertilizantes do Canadá. O saldo comercial entre os países permaneceu em superávit com US\$ (FOB) 196,3 milhões na corrente comercial entre as duas nações.

Figura 6 – Participação das atividades no comércio de bens brasileiro com o Canadá em 2021



Fonte: Brasil (2022a, p. 15).

A Figura 6 representa o perfil do comércio bilateral de bens. Assim, verifica-se que as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá concentram-se em bens da indústria de transformação. As exportações e as importações entre Brasil e Canadá de tais bens representam, respectivamente, 94,2% e 96,5% da pauta comercial. Em relação às exportações, a agropecuária e a indústria extrativa correspondem a 3,4% e 2,1% da pauta respectivamente, e, em relação às importações, 1,3% e 0,8%.

Figura 7 – Principais produtos exportados pelo Brasil para Canadá 2022

#	Código NCM	Descrição NCM 8 dígitos	Jan-Dez 2022 - Valor FOB (US\$)	Variação Jan-Dez 2022/2021 - Valor FOB (US\$)	Share do Total Exportado - Valor FOB (US\$)
1	71081210	Bulhão dourado (bullion doré), em formas brutas, para uso não monetário	1.426.189.198	24%	26%
2	28182010	Alumina calcinada	1.423.601.625	15%	26%
3	17011400	Outros açúcares de cana	494.729.361	16%	9%
4	72071200	Outros produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado, de seção transversal retangular, que contenham, em peso, menos de 0,25 % de carbono	252.878.451	-46%	5%
5	71081310	Ouro em barras, fios e perfis de seção maciça	223.658.442	-47%	4%
6	90011110	Café não torrado, não descafeinado, em grão	155.847.321	42%	3%
7	88024090	Outros aviões e outros veículos aéreos, de peso superior a 15.000 kg, vazios	120.471.658	#N/D	2,2%
8	26060011	Bauxita não calcinada (minério de alumínio)	82.471.152	42%	1,5%
9	26040000	Minérios de níquel e seus concentrados	68.003.742	#N/D	1,3%
10	02071400	Pedaços e miudezas, comestíveis de galos/galinhas, congelados	53.248.560	16%	1,0%

Fonte: Câmara de Comércio Brasil-Canadá ([202-], não paginado).

A Figura 7 evidencia os principais produtos brasileiros exportados para o Canadá em 2022. A concentração maior de bens de transformação permanece no ano 2022, no ranking de exportações brasileiras do mercado canadense identifica-se que os produtos de dez primeiros compreendem a produtos das indústrias extrativistas, especialmente mineração, incluindo metais comuns, preciosos, e pedras preciosas e óleos minerais. O ouro é destaque em 2022, ocupando o primeiro lugar no ranking de exportações brasileiras ao Canadá, seguido da Alumina calcinada em segundo.

Para a Câmara de Comércio Brasil-Canadá ([202-]), além do crescimento comercial entre os países, o ranking de produtos apresenta destaques para produtos em potencial de crescimento tais como como açúcar, café, frutas, e produtos da indústria de transformação, como maquinários e motores elétricos.



### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para Odília Fachin (2017), a humanidade diante da necessidade de compreender e influenciar o ambiente em benefício próprio e da sociedade, adquire conhecimentos racionais sobre o meio e as ações que podem transformá-lo. Esse constante acúmulo de conhecimentos racionais e empiricamente verificáveis sobre a realidade é denominado ciência. A exposição das definições de ciência enfatiza a importância dada pela pesquisa científica à evidência dos fatos ou objetos, evidenciando como cada campo científico geralmente se inicia com dados provenientes de observação e verificação, seguindo os princípios da metodologia científica.

A metodologia é a lógica do processo científico e possui um caráter normativo, que se distingue claramente da concepção (substantiva). No entanto, as ferramentas e procedimentos utilizados na pesquisa sociológica devem atender aos critérios de abordagem, pressupondo, logicamente, uma concepção substantiva. Portanto, na prática da pesquisa, é muito difícil separar concepção e método. É incontestável que uma pesquisa desprovida de premissas conceituais não apenas é infrutífera, mas impossível (MATIAS-PEREIRA, 2019).

De acordo com Matias-Pereira (2019), o método compreende um conjunto de estratégias, diretrizes e práticas que devem ser seguidas ao conduzir uma investigação científica. Assim, a escolha do método está intrinsecamente ligada à natureza e aos objetivos da pesquisa em questão.

#### 3.1 NATUREZA

O método de pesquisa é a maneira como o pesquisador decide fazer a verificação dos fatos e a explicação de maneira coerente do fenômeno estudado (MATIAS-PEREIRA, 2019). Segundo Antônio Carlos Gil (2019), a pesquisa qualitativa lida com dados conhecidos como análise de dados não numéricos. Essa abordagem reconhece que esses dados podem ser mais qualitativos ou descritivos, em vez de quantitativos.

Para atingir o objetivo descrito no subcapítulo 1.2.2 do presente trabalho desenvolveu um estudo aplicando a pesquisa qualitativa, no qual a análise de dados não numéricos é frequentemente utilizada para fornecer insights, gerar hipóteses e

conduzir pesquisas exploratórias. É importante ressaltar que a metodologia qualitativa pode fornecer uma compreensão mais aprofundada e contextualizada das oportunidades de exportação, mas também pode ser complementada por métodos quantitativos para uma análise mais abrangente.

### **3.1.1 Níveis**

A pesquisa tem como nível exploratório, entende-se por pesquisa exploratória, a busca para obter entendimento e familiarização com o tema em questão, gerar ideias e hipóteses iniciais.

Para Gil (2019) o mais adequado é a realização de uma revisão exploratória, que tem como propósito identificar o que existe na literatura acadêmica em termos de teoria, evidências empíricas e métodos de pesquisa relativos ao tópico e às questões de pesquisa. Durante a revisão exploratória, o pesquisador examina trabalhos acadêmicos relevantes, como artigos científicos, livros, teses e dissertações, além de outros materiais que abordem o tema em questão. É importante observar que, na pesquisa qualitativa, a revisão da literatura não constitui uma etapa bem definida que se conclui antes da coleta de dados, como é comumente realizado na pesquisa quantitativa.

### **3.1.2 Estratégia**

As principais técnicas da pesquisa qualitativa é a pesquisa bibliográfica, como método de captação das informações pertinentes publicadas até o ano vigente. Na parte que antecede a metodologia, realizou-se a busca pela compreensão das teorias do comércio internacional, a estrutura, fatores condicionantes, além de dados sobre a relação entre o Brasil e o Canadá.

Paralelamente, buscou-se compreender e apresentar o perfil econômico do Canadá, características de consumo e as diferenças culturais que impactam ao negociar. Através da busca supracitada, desenvolveu-se o diagrama de PESTEL considerando os fatores (políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais e legais) do Canadá, assim como a matriz SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) avaliando a expansão de oportunidades do país. Com esta investigação, foi

possível constituir os fundamentos necessários para uma verificação profunda da expansão das exportações para o país canadense.

Os dados estatísticos de importação e exportação do comércio internacional entre os países Brasil e Canadá, são utilizados para quantificar e demonstrar o tamanho e relevância das relações comerciais. O período selecionado para a análise englobou as décadas de 2017 até 2023, em virtude da busca por dados recentes sobre as relações bilaterais entre os dois países. Além disso, a pesquisa utiliza sites do Ministério do Comércio Exterior Brasileiro (Comex Stat), dados da Receita Federal, dados do país estatísticos disponibilizados pelo governo do Canadá, entre outros sites pertinentes. Através da utilização destes dados, o trabalho apresenta possíveis oportunidades no que tange a exportação brasileira para o Canadá.

Para aprofundar os resultados, realizou-se uma pesquisa exploratória com a finalidade de investigar a questão inicial do presente estudo. Entrevistas foram efetuadas, de modo onde verificou-se, catalogou-se e refletiu-se sobre circunstâncias e informações do mercado canadense.

### **3.1.3 Participantes do estudo**

Ao abordar a seleção dos participantes do estudo, a referência relaciona-se às pessoas nas quais a pesquisa será aplicada com o objetivo de coletar os dados desejados.

Para obter resultados efetivos, aplicou-se a estratégia de entrevista. Aplicou-se a entrevista qualitativa a órgãos interligados às relações comerciais brasileiras com o Canadá, como o Consulado do Brasil em Vancouver, Câmara de Comércio Brasil-Canadá. Para contribuir com as temáticas deste estudo, e apresentar os desafios de exportar para o mercado canadense, entrevistou-se uma empresa agente de cargas atuante comercial com o Brasil e o Canadá e uma empresa *trader* com experiência e conhecimento no mercado canadense.

### **3.1.4 Procedimentos de coleta de dados**

Para Gil (2019) a coleta de dados requer a definição precisa dos objetivos a serem alcançados e a formulação das questões que guiarão a pesquisa. Além disso, é necessário identificar os métodos mais adequados para coletar os dados de forma

eficiente e precisa. A obtenção de dados envolve o estabelecimento claro dos objetivos a serem alcançados e a definição das questões que orientarão a pesquisa. Também requer a identificação dos procedimentos mais apropriados para obter na entrevista os dados desejados, garantindo a confiabilidade e a validade dos resultados obtidos.

Conforme supracitado, o presente estudo utiliza a estratégia de entrevista de campo para coleta de dados pertinentes ao estudo. O procedimento de coleta será mediante um encontro remoto via Google Meet para aplicação das questões. As entrevistas abrangem a modalidade semiestruturada. Para Gil (2019) a entrevista semiestruturada pode variar em termos de formatos, mas é caracterizada pela definição antecipada de uma lista de questões ou tópicos que são apresentados aos entrevistados. Em sua forma mais estruturada, consiste em uma série de perguntas padronizadas que são apresentadas de maneira uniforme aos entrevistados, sem fornecer opções de resposta predefinidas. Outra importante característica dessa modalidade, é as perguntas serem abertas, ou seja, o entrevistado pode desenvolver sua resposta sobre a questão.

### 3.2 ROTEIRO DE ENTREVISTA

Para a pesquisa aprofundada, optou-se por utilizar a entrevista semiestruturada como o método utilizado para conduzir o estudo, por meio do qual foi possível obter dados detalhados sobre a experiência vivenciada no mercado analisado. Este tipo de abordagem permite inclusão de novas perguntas durante a aplicação da entrevista, fator importante no que tange a necessidade de aprofundar determinada questão.

As entrevistas foram realizadas com três diferentes entidades, e estão dispostas nos apêndices A, B e C. O Apêndice A, apresenta as alíneas elencadas para consulta junto um órgão com atuação entre o Brasil e o Canadá, no qual entrevistou-se pessoas nomeadas como entrevistado 1, entrevistado 2 e entrevistado 3. Estes tendo atuação no Consulado do Brasil em Vancouver e na Câmara de Comércio Brasil-Canadá. Considerando os objetivos elencados neste estudo, entendeu-se pertinente a busca por informações de caráter econômico, dados de percepções da atuação no mercado e o entendimento da cultura de internacionalização para confrontação com levantamentos bibliográficos. Para

conhecer o cenário logístico no qual o exportador brasileiro está inserido ao ter operações comerciais com o Canadá, apresenta-se o Apêndice B. No qual contém questões destinadas a uma empresa de logística com atuação entre os dois países em questão, o entrevistado é nomeado entrevistado 4. Para compreender o funcionamento do mercado de um país é necessário ter informações concretas, assim o Apêndice C apresenta questões de entrevista para uma empresa *Trader* com operações com os dois países. Assim, sendo denominado o entrevistado 5.

De acordo com os critérios estabelecidos para as entrevistas com os órgãos governamentais e empresas, foram elaborados tópicos abrangendo as variáveis econômicas e comerciais, com o intuito de questionamento e posterior análise. Nomeia-se os entrevistados por números para assegurar seus nomes. Portanto, considera-se que as entrevistas desempenharam um papel significativo neste estudo.

### **3.2.1 Processo de análise de dados**

Para Gil (2019) a análise dos dados na pesquisa qualitativa é um processo iterativo e fluido que ocorre simultaneamente à coleta de dados. É um processo não linear, mas sim uma progressão em espiral, envolvendo revisões e interações contínuas. Nas pesquisas qualitativas, mesmo que o pesquisador tenha estabelecido objetivos e questões de pesquisa, não é possível prever exatamente o que será descoberto nem em quais aspectos a pesquisa concentra-se. O resultado final da pesquisa é moldado pelos dados coletados e pela análise que permeia todo o processo.

Assim, o presente estudo utiliza a análise de discurso que proporciona uma reflexão profunda sobre o texto. Nesta técnica, o pesquisador examina as condições de produção do texto e seus múltiplos significados de maneira minuciosa. A coleta de dados é realizada com a pesquisa de profundidade e analisada com a técnica de discurso. Assim como ao analisar os dados entrevistados, busca-se cruzar as informações com as pesquisadas e apresentar os resultados.

O Quadro 3 apresenta o resumo dos elementos principais utilizados na metodologia deste trabalho acadêmico.

Quadro 3 – Detalhamento da metodologia

Delineamento			Participantes	Processo de coleta	Processo de Análise
Natureza	Nível	Estratégia	Participantes do comércio entre Brasil-Canadá, e empresas atuantes	Entrevista em profundidade semiestruturada	Discurso
Qualitativa	Exploratório	Pesquisa Bibliográfica e Entrevista.			

Fonte: elaborado pela autora.

## 4 DESENVOLVIMENTO E RESULTADOS

Para realizar uma análise aprofundada e fornecer informações precisas sobre o perfil do mercado do Canadá, serão abordados os seus principais fatores através da análise de Pestel. Após esta análise, apresenta-se a matriz SWOT com os aspectos positivos e negativos do mercado canadense, identificando-se as possíveis oportunidades que o Brasil poderia explorar para expandir suas relações comerciais com o Canadá, e as ameaças que podem afetar essas perspectivas.

Com o intuito de estabelecer uma base aprofundada para esta pesquisa, além da revisão bibliográfica, este capítulo também incorpora um estudo qualitativo com entrevistas. Esse estudo visa comparar respostas pesquisadas e avaliar de maneira aprofundada as oportunidades reais de expansão comercial, especialmente no que se refere às exportações brasileiras para o mercado canadense.

### 4.1 ANÁLISE DE PESTEL

A análise Pestel é uma sigla que significa fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais e legais. Utilizada como uma ferramenta essencial na avaliação e acompanhamento dos fatores macro ambientais que têm o potencial de exercer uma influência significativa sobre o desempenho de um novo mercado ou ambiente empresarial. Esta metodologia revela-se particularmente valiosa para novos negócios ou entrada no mercado externo (SILVA, 2020).

O Canadá é o segundo maior país em área do mundo, localizado na América do Norte. O país é dividido em províncias e territórios, sendo 10 províncias e 3 territórios. Sendo as províncias Ontário, Quebec, Nova Scotia, Manitoba, New Brunswick, British Columbia, Prince Edward Island, Saskatchewan e Alberta, Newfoundland and Labrador. Os três territórios são Northwest Territories, Yukon e Nunavut. Os territórios retratam cerca de 40% da massa de terra do Canadá, porém apresenta somente 3% da população canadense. Há uma clara distinção constitucional entre províncias e territórios. Enquanto as províncias exercem poderes constitucionais por direito próprio, os territórios exercem poderes delegados sob a autoridade do Parlamento do Canadá. Os territórios por estarem em partes isoladas, recebem uma grande parcela de recursos financeiros governamentais. (GOVERNMENT OF CANADA, 2022b).

A Figura 8 mostra a divisão territorial do Canadá, localizando províncias e territórios. A capital do Canadá é Ottawa, está localizada na província de Ontário.

Figura 8 – Mapa do território do Canadá



Fonte: Government of Canada (2022b).

#### 4.1.1 Fatores Políticos

O sistema de governo no Canadá é uma Monarquia Constitucional, com a presença de um Primeiro-Ministro, que exerce a função de chefe de governo, e um Monarca, que assume o papel de chefe de Estado. O Canadá integra um conjunto de nações que compartilham a influência da monarquia britânica, em conjunto com a África do Sul, Austrália e o Paquistão. Nesse contexto, o monarca Rei Charles III do Reino Unido ocupa a posição de chefe de Estado no Canadá. A atual governadora Mary Simon, indicada pelo monarca, é a representante legal do Rei Charles III em terras canadenses. Na prática, o Rei é o chefe de Estado e suas funções são exercidas pelo governador-geral. O primeiro-ministro atual é Justin Trudeau, do partido liberal, o qual possui maior poder. O poder executivo no Canadá é exercido pelo primeiro-ministro, que tem a responsabilidade de selecionar os ministros que ocuparão os cargos executivos do governo. É incumbência do primeiro-ministro administrar e governar com o objetivo de promover o bem-estar público. As próximas

eleições canadenses estão previstas para ocorrer em outubro de 2025 (ROYAL BANK OF CANADA, 2023).

De acordo com o Banco Santander (2023c), o índice de liberdade política do país canadense é considerado livre. A pesquisa mede a liberdade através de duas grandes categorias: liberdade política e liberdades individuais. Com relação à liberdade de imprensa, o Canadá ocupa o 14º lugar. Este ranking reflete a liberdade dos jornalistas, meios de comunicação e usuários da Internet em diferentes países, assim como os métodos empregados pelos Estados para garantir e proteger essa liberdade. As políticas canadenses frequentemente seguem a mesma linha das políticas britânicas em várias áreas, resultando em uma afinidade de posicionamentos. Em linhas gerais, o sistema político do Canadá é amplamente considerado estável e harmonioso.

#### 4.1.2 Fatores Econômicos

A economia do Canadá mesmo diante dos impactos da Covid-19 apresenta desenvolvimento no PIB, no ano de 2020 sendo de 1.647 bilhões e no ano seguinte 2021, obtém crescimento alcançando 2.000 bilhões (ROYAL BANK OF CANADA, 2023). O Quadro 4 apresenta os principais indicadores econômicos do Canadá, estes sendo analisados nos anos correspondente a 2020,2021 e 2022.

Quadro 4 – Principais indicadores econômicos do Canadá

<b>Principais indicadores Econômicos</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
PIB (tri de dólares)	1,647.60	2,001.49	2,139.84
PIB (preços constantes, variação percentual anual)	-5.1	5.0	3.4
PIB per capita (USD)	43,384	52,388	55,085
Saldo das Administrações Públicas (em % do PIB)	-8.1	-3.3	-1.2
Dívida bruta das administrações públicas (em % do PIB)	118.9	115.1	106.6
Taxa de inflação (%)	0.7	3.4	6.8
Taxa de desemprego (% da força de trabalho)	9.7	7.5	5.3
Conta corrente (bi de dólares)	-35.48	-5.38	-8.32

Fonte: elaborado pela autora com dados do Banco Santander (2023c).

Um outro elemento que sinaliza a estabilidade econômica reside na taxa de câmbio do dólar canadense (CAD). A média de conversão para dólares americanos (USD) se mantém em 1,29, com uma flutuação máxima de apenas 0,7% entre o ponto mais alto e o mais baixo da taxa. No decorrer de 2021, a média da taxa de câmbio situou-se em 1,2531, o que evidencia a continuidade da política cambial da moeda canadense sem variações substanciais (CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ, [202-]).

O crescimento da indústria canadense de bens avançou 3,4% em 2022 em comparação com 2021, lideradas pelo crescimento da indústria transformadora de 4,0%. O clima favorável ao longo do ano impulsionou a produção agrícola, resultando em um crescimento significativo nos setores de agricultura, silvicultura, pesca e caça. Isso desempenhou um papel crucial na contribuição do Canadá para preencher a lacuna no abastecimento global de alimentos, que foi exacerbada devido à invasão da Ucrânia. Além disso, a mineração, extração de recursos e produção de petróleo e gás também experimentaram um notável crescimento em 2022, em parte devido ao aumento dos preços e da demanda resultantes da situação na Ucrânia. Importante ressaltar que tanto a agricultura, silvicultura, pesca e caça quanto a mineração, petróleo e gás ultrapassaram seus níveis pré-pandêmicos (GOVERNMENT OF CANADA, 2023b).

O panorama dos setores industriais no Canadá apresenta uma diversidade. O setor agrícola e alimentar, representa apenas 1,7% do PIB e empregando 2% da população, o setor agrícola e de processamento de alimentos desempenham um papel vital. Responsável por 1 em cada 8 empregos, contribui com mais de 100 bilhões de CAD ao PIB e exporta mais de 60 bilhões de CAD em produtos. O Canadá é um grande exportador global de produtos agrícolas, como trigo, e produz cerca de 10% das culturas geneticamente modificadas do mundo. O país canadense se destaca como um dos principais produtores de minerais, incluindo níquel, zinco e urânio. O país também abriga a 4ª maior reserva de petróleo do mundo, com produção concentrada em Alberta (ROYAL BANK OF CANADA, 2023).

A Indústria Transformadora e de energia contribui com 24,6% do PIB e emprega 19% da força de trabalho. Destacam-se energias renováveis, como a energia eólica, a indústria florestal, hidrogênio e células de combustível, mineração, metais e minerais. A indústria transformadora, representando 10% do PIB, permanece resiliente, apesar de desafios recentes. O setor extrativo apresenta destaque no país

com depósitos significativos de petróleo betuminoso localizados no oeste do país, o Canadá é atualmente o detentor da terceira maior reserva de petróleo do mundo, ficando atrás apenas da Arábia Saudita e da Venezuela. Nos últimos anos, a exploração mineral na província de Alberta tem testemunhado um aumento considerável em sua intensidade (BANCO SANTANDER, 2023c).

O setor de Serviços é destaque na economia canadense, o setor de serviços contribui com impressionantes 66,9% do PIB e emprega mais de 79% da população ativa. Setores-chave incluem varejo, educação e saúde. Segmentos em ascensão nos últimos anos abrangem telecomunicações, turismo, internet e engenharia aeroespacial. O turismo, em particular, é um dos maiores empregadores e contribui substancialmente para a economia, com 1 em cada 10 empregos e inúmeras pequenas e médias empresas. Essa diversidade e a força dos setores canadenses refletem a resiliência e o potencial de crescimento da economia do país (BANCO SANTANDER, 2023c).

#### 4.1.2.1 Comércio Exterior

O Canadá é uma nação que se destaca por sua abertura ao comércio internacional, o qual corresponde a uma significativa parcela de 61% de seu Produto Interno Bruto (PIB). O comércio de bens no Canadá experimentou um aumento significativo em 2021, com as exportações subindo 20,8% durante o ano, atingindo a marca de 631 bilhões de dólares canadenses. Isso representou um aumento de 6,6% em relação ao recorde anterior de 2019, antes da pandemia, de acordo com dados fornecidos pelo governo. Ao mesmo tempo, as importações também cresceram substancialmente, aumentando 13% e totalizando 614 bilhões de dólares canadenses, estabelecendo um novo recorde sem precedentes (ROYAL BANK OF CANADA, 2023). O Quadro 5 evidencia os principais valores do comércio exterior do Canadá.

Quadro 5 – Principais valores de comércio exterior do Canadá

<b>Valores de comércio exterior</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Importação de mercadorias (bi de dólares)	470.466	463.786	414.165	504.017
Exportação de mercadorias (bi de dólares)	450.743	446.585	390.599	507.615
Importação de serviços (bi de USD)	119.605	120.043	90.175	104.903
Exportação de serviços (bi de dólares)	102.243	103.698	84.434	103.790

Fonte: elaborado pela autora com informações do Royal Bank of Canada (2023).

O Quadro 5 apresenta os dados mais recentes do comércio exterior no Canadá. O fator que influenciou este crescimento nas exportações em 2021 foi impulsionado pelo aumento nos preços das matérias-primas. Quando considerados os números reais, as exportações e importações do Canadá cresceram 1,2% e 9,2%, respectivamente, em comparação com o ano de 2020. Em relação às importações, houve um aumento notável em produtos minerais metálicos e não metálicos, produtos químicos básicos e industriais, produtos plásticos e de borracha, bem como bens de consumo.

O Quadro 6 demonstra o desenvolvimento da balança comercial e do comércio exterior no Canadá

Quadro 6 – Principais indicadores de Comércio Exterior

<b>Indicadores de comércio exterior</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Comércio exterior (em % do PIB)	66,4	65,4	60,8	61,4
Balança comercial (milhões de dólares)	-16.838	-13.875	-29.665	3.586

Fonte: elaborado pela autora com informações do Royal Bank of Canada (2023).

A balança comercial deficitária deve-se à dependência do país com as importações, as quais nos anos de 2018, 2019 e 2020 foram maiores do que as exportações. Em 2020, a balança apresentou maior déficit, no qual o período pandêmico favoreceu este resultado. No ano de 2021 a balança obteve o resultado de superávit, demonstrando estabilidade econômica.

Entre os principais países parceiros comerciais do Canadá em 2022, na exportação estão os Estados Unidos sendo o destino de 76% das exportações canadenses, seguidos de China 3,7% e Reino Unido com 2,4%. Nas importações do Canadá os principais parceiros são os Estados Unidos 49,2% novamente ocupando a primeira colocação, seguido da China 13,5% e México com 5,5%. O Brasil ocupa o décimo lugar, com 1,1% das importações do Canadá. Dentre as relações comerciais, o país canadense tem destaque com os Estados Unidos, no qual junto com o México participam do USMCA (United States-Mexico-Canada Agreement), acordo de promoção comercial entre os países (APEX BRASIL, 2022).

O Quadro 7 demonstra os principais produtos importados pelo Canadá em 2022. Os dez produtos mais importados pelo Canadá correspondem a 27,40% das importações do país.

Quadro 7 – Principais produtos importados pelo Canadá em 2022

Ranking	Itens	Participação
1º	Automóveis de passageiros e outros veículos motorizados	5,70%
2º	Óleos minerais de petróleo ou betuminosos	3,60%
3º	Veículos motorizados para transporte de mercadorias	3,30%
4º	Peças e acessórios de tratores, veículos automotores	3,00%
5º	Petróleo bruto ou óleos minerais betuminosos	2,90%
6º	Aparelho elétrico de telefone ou telegrafia por fio	2,3%
7º	Máquinas automáticas para tratamento	2,00%
8º	Medicamentos compostos por produtos mistos	1,80%
9º	Sangue humano, sangue animal preparado para usos terapêuticos	1,40%
10º	Ouro, incluindo ouro platinado, bruto ou semitrabalhado	1,40%

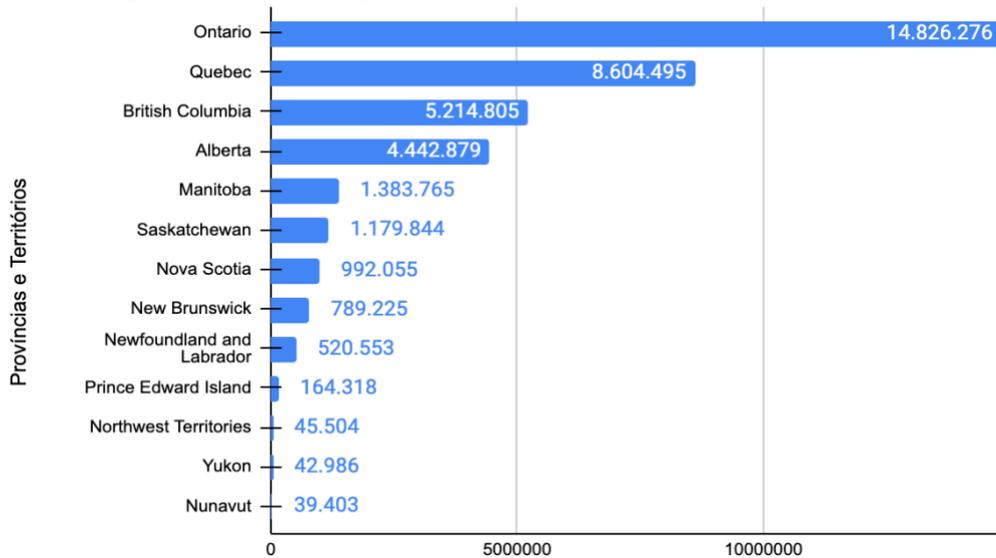
Fonte: elaborado pela autora com dados do Banco Santander (2023d).

#### 4.1.3 Fatores Sociais

A população do país é estimada em 38.246.108 milhões de habitantes. É um dos países mais diversos do mundo, o Canadá atrai historicamente milhares de pessoas de outros países.

Sendo as províncias de Ontário, Quebec e British Columbia as mais populosas. É importante salientar que a população do Canadá apresenta atualmente uma proporção bastante reduzida de indivíduos com idade até 24 anos, somando menos de 13 milhões de pessoas nessa faixa etária. Essa tendência reflete uma taxa de natalidade relativamente baixa no país, ao mesmo tempo em que evidencia uma expectativa de vida elevada para toda a população (CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ, 2022a).

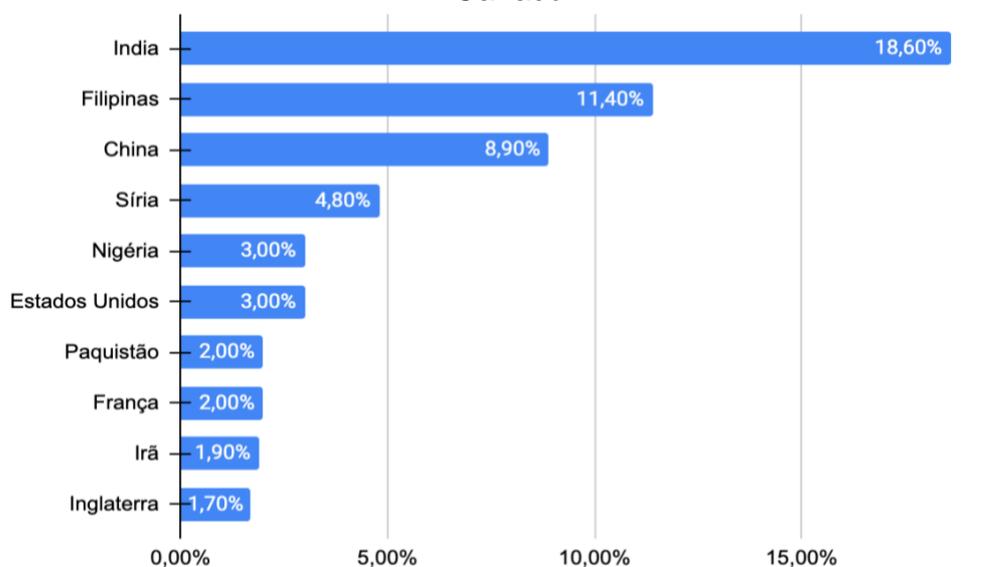
Figura 9 – População do Canadá por província e território



Fonte: elaborado pela autora com dados do Government of Canada (2022b).

A imigração é um componente significativo, contribuindo com mais de 50% do crescimento populacional no Canadá, e é prevista para ser a principal impulsionadora do crescimento da força de trabalho no futuro. Cerca de 20% dos habitantes do Canadá são nascidos em outros países, e a maioria deles, aproximadamente dois terços, reside nas três maiores áreas metropolitanas do país: Toronto, Montreal e Vancouver (APEX BRASIL, 2022).

Figura 10 – Os 10 principais países de origem dos imigrantes que residem no Canadá



Fonte: elaborado pela autora com informações do Statistics Canada (2023).

A média de idade da população canadense atinge os 41,8 anos neste mesmo ano. Dos habitantes, 66,5% situam-se entre os 14 e os 65 anos, enquanto 15,8% são classificados como jovens, e 17,6% são identificados como idosos. A observação indica um aumento no número total de agregados familiares, embora a dimensão individual destes esteja em declínio: os agregados compostos por uma única pessoa são os mais comuns, seguidos pelos casais que têm filhos. Em média, cada núcleo familiar no Canadá possui 2,9 membros. As mulheres compõem uma proporção ligeiramente maior (50,3%) do que os homens. A maior parte da população, ou seja, 81,3%, vive em zonas urbanas e está concentrada no sul do país, em proximidade à fronteira com os Estados Unidos (ROYAL BANK OF CANADA, 2023).

As línguas oficiais do Canadá são o inglês e o francês, contudo com as intensas ondas de imigração estima-se que mais de 100 línguas diferentes foram declaradas quando foi feito um inventário das línguas maternas. Em relação à religião, os católicos representam 39% da população, seguidos pelos protestantes com 24,1%, os não crentes somam 23,9%, enquanto outras religiões representam 13% (BANCO SANTANDER, 2023b). O grau de educação é considerável. No contexto canadense, 91% dos adultos entre 25 e 64 anos alcançaram a conclusão do ensino médio, superando significativamente a média da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) de 78%. As áreas ocupacionais mais proeminentes na população incluem as atividades ligadas a vendas e serviços (24%), ocupações nos campos de comércio, finanças e administração (16%), bem como posições relacionadas a comércio, transporte, operação de equipamentos e funções correlatas (14%) (BANCO SANTANDER, 2023a).

#### 4.1.3.1 Tendências de consumo

O período da pandemia influenciou diversas mudanças comportamentais nos consumidores canadenses, o crescimento das compras online é um dos fatores. No Canadá, 50% dos consumidores procuram produtos e serviços online antes de fazer uma compra. Os compradores de smartphones geralmente confiam em seus dispositivos para pesquisar produtos na loja, bem como para comparar preços na loja com ofertas online (ASSELIN; BILODEAU, 2022).

A conscientização e preocupação com a saúde, gerou grandes mudanças na demanda de alimentos do país. A busca pelo bem-estar deu origem a um mercado

crescente de alimentos saudáveis, que inclui superalimentos, equipamentos de monitoramento da saúde, vestuário esportivo e produtos fitness. Estima-se que 33% dos canadenses demonstram disposição para investir mais em produtos relacionados à saúde, aqueles que promovem o aprimoramento do bem-estar. Há um crescimento de alimentos para pessoas com restrições alimentares como sem glúten, veganismo, vegetarianismo e alimentos sem laticínios. Alimentos naturais e orgânicos são um mercado crescente no Canadá. A mudança para hábitos alimentares saudáveis inclui incorporar mais frutas e vegetais frescos nas refeições diárias e procurar alimentos processados que ofereçam bom sabor com pouca ou nenhuma adição de açúcar, sal ou gorduras. Os fabricantes estão respondendo com soluções inovadoras produtos que tornam a ingestão de alimentos saudáveis e frescos mais fácil, saborosa e atraente, incluindo novas combinações de sabores e salgadinhos prontos de frutas e vegetais. Produtos com bom potencial são certificados orgânico, feito com superalimentos como alimentos ricos em nutrientes considerados benéficos para a saúde como couve, mirtilos e quinoa (TFO CANADÁ, 2020).

Os desafios logísticos dos alimentos durante o período de pandemia em 2020, também influenciaram os consumidores a buscarem alternativas diferenciadas. Dessa forma, outra tendência de mercado global é o de alimentos veganos que apresenta um crescimento de mercado rápido. Em 2018, a comida vegana no mercado foi avaliada em US\$ 12,69 bilhões. O aumento da conscientização sobre saúde, meio ambiente e os benefícios religiosos têm sido fatores-chave no crescimento deste segmento de mercado, especialmente no Norte América, Europa e Ásia-Pacífico que têm a maior percentagem da população vegana (BUSINESS DEVELOPMENT BANK OF CANADA, 2022).

Os produtos sustentáveis estão em destaque para os consumidores canadenses. Nos últimos anos, os consumidores têm prestado atenção a questões como as alterações climáticas, a ética e o fornecimento de embalagens ecológicas para reduzir resíduos e pegadas de carbono. A pesquisa do Business Development Bank of Canadá (BDC) (2022) estima que 33% dos consumidores canadenses pesquisaram os negócios, as redes sociais de uma empresa ou práticas ambientais nos últimos 12 meses antes de fazer compras, e que 75% dos consumidores disseram que estariam dispostos a pagar a mais por produtos ou serviços de uma empresa socialmente responsável.

#### 4.1.4 Fatores tecnológicos

O Canadá tem um setor tecnológico desenvolvido. De acordo com uma pesquisa da BBC News (2019), o Canadá é considerado o 7º no ranking geral mundial como fácil acesso à internet. Além disso, a pesquisa leva em consideração os serviços governamentais disponibilizados online e facilidade de obter uma internet de qualidade.

O setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) contribui significativamente para o PIB do Canadá. Em 2021, registrou um PIB de US\$104,5 bilhões, o que corresponde a 5,3% do PIB nacional, marcando uma tendência contínua de aumento em sua participação na economia do país. Além disso, o setor de TIC foi responsável por um crescimento notável de 15,3% no PIB nacional entre 2016 e 2021 (GOVERNMENT OF CANADA, 2022a).

De acordo com a pesquisa de perspectiva de investimento em pequenas empresas do outono de 2021, foi constatado que 52% das empresas canadenses planejam alocar recursos para ativos intangíveis, tais como software, proteção de propriedade intelectual (PI), pesquisa e desenvolvimento (P&D), marketing e treinamento de funcionários nos próximos 12 meses. Dentre essas empresas, 58% têm a intenção de investir especificamente em software. É notável que as intenções de investimento em software se destacam como particularmente elevadas, além de demonstrar abertura para este mercado (BDC, 2022). O Canadá está fortemente investindo em tecnologias de ponta, como novas mídias, animação e jogos, redes de comunicação, segurança cibernética, análise de dados avançada, sistemas máquina a máquina, computação quântica, *machine learning* e inteligência artificial. Além disso, o país identifica como prioridades o investimento tecnológico no setor de agricultura e de energia limpa como uma das suas prioridades (GOVERNMENT OF CANADA, 2019).

#### 4.1.5 Fatores ambientais

Demonstrar Responsabilidade Social Corporativa (RSE) em inglês, *Corporate Social Responsibility* (CSR) é tornando-se cada vez mais importante ao fazer negócios com empresas canadenses. Empresas, governos, compradores e consumidores procuram comprar produtos e serviços que sejam produzidos de forma social e

ambientalmente responsável. Há uma expectativa crescente de que os fornecedores demonstrem bom desempenho em uma série de questões de RSE, incluindo o impacto ambiental de sua produção e direitos trabalhistas, saúde e segurança. Para obter acesso aos mercados canadenses, os exportadores devem estar prontos para atender às expectativas de RSE dos compradores canadenses (GOVERNMENT OF CANADA, 2023a).

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é uma abordagem sistemática para melhorar o desempenho. À medida que a preocupação com as alterações climáticas e a degradação ambiental cresce em todo o mundo, os consumidores e os governos estão a exercer mais pressão sobre as empresas para que reduzam os seus riscos ambientais. O governo canadense tem a obrigação de garantir que todos os produtos importados cumpram regulamentações ambientais, como aquelas que contém substâncias tóxicas, para proteger a saúde dos cidadãos e o meio ambiente. Para entrar no mercado canadense, os exportadores devem atender aos requisitos ambientais de compradores canadenses e inspetores governamentais (TFO CANADÁ, 2020).

Além de cumprir as leis e regulamentos canadenses, que são obrigatórios, os exportadores podem desejar buscar certificações adicionais de terceiros. Estas certificações são voluntárias e podem aumentar a confiabilidade na qualidade do seu produto, estima-se que cerca 74% dos canadenses consideram a sustentabilidade do produto importante, seja ele um produto feito de forma ambiental ou socialmente responsável (STATISTICS CANADA, 2023).

Quadro 8 – Principais certificados voluntários Multissetorial do Canadá

(continua)

Logo	Objetivo dos certificados	Site
	<p>Indicado para os seguintes produtos:            Cacao, café, algodão, flores, frutas,            grãos (arroz / quinoa), temperos e ervas,            nozes, sementes oleaginosas, coco,            bolas esportivas, açúcar, chá, vinho.</p>	<p><a href="https://www.fairtrade.ca/">Fairtrade Canada</a></p>

(conclusão)

	<p>Indicado para os seguintes produtos: Bananas, cacau, café, samambaias e flores de corte, óleo de palma, chá, silvicultura, turismo.</p>	<p><a href="#">Transforming Business Practices   Rainforest Alliance   Para empresas</a></p>
	<p>Sustentabilidade Ambiental: Produtos verificados quanto ao impacto ambiental</p>	<p><a href="#">ECOLOGO Certification Program   UL Solutions</a></p>
	<p>Organização Internacional para a Padronização</p>	<p><a href="#">ISO - About us</a></p>

Fonte: elaborado pela autora com dados TFO Canadá (2020).

O Quadro 8 apresenta alguns certificados multissetoriais, que abrange mais de um setor econômico e que as empresas podem aderir de forma voluntária. Contudo, o Canadá oferece outros certificados que podem agregar confiabilidade no produto sendo no setor de alimentos, bebidas, floricultura e construção.

#### 4.1.6 Fatores legais

Como parte da Organização Mundial das Alfândegas, o Canadá adotou seu sistema de categorização com base no Sistema Harmonizado de Denominação e Codificação de Bens da WCO, que é amplamente conhecido como Sistema Harmonizado (HS). Os códigos HS têm a função de estabelecer definições e descrições para produtos importados, bem como de designar a unidade de medida e a alíquota de imposto correspondentes. Os códigos HS identificam produtos importados e determinam a alíquota de imposto, sendo os primeiros seis dígitos padrão internacional e os últimos quatro específicos do Canadá (GOVERNMENT OF CANADA, 2021).

Em 2015, o Brasil foi retirado do programa GPT (Tarifa Preferencial Geral) que concedia isenção de cota de importação e imposto de importação. Este programa era destinado a países em desenvolvimento, mas o Brasil não atendeu aos critérios econômicos exigidos. A partir de 2018, o Canadá iniciou negociações para um acordo de livre comércio com o Mercosul, abrangendo a liberalização de várias áreas.

Contudo, este Acordo ainda permanece em tramitação. A tarifa atual aplicada ao Brasil é a MFN (Tarifa da nação mais favorecida). Esta tarifa é padrão para todos os países membros da Organização Mundial do Comércio (APEX BRASIL, 2022).

A fiscalização da entrada de produtos para o Canadá é realizada pela CBSA (*Canada Border Services Agency*). Embora um produto possa não estar sujeito a controles de importação, pode ser necessário emitir um Certificado Internacional de Importação. Isso implica na obtenção de um documento que formalmente reconhece que o Governo do Canadá tem conhecimento e não apresenta objeções imediatas à importação de mercadorias específicas para o Canadá, conforme declarado pelo importador em relação ao uso final e usuário final (GOVERNMENT OF CANADA, 2021).

A CFIA (*Canadian Food Inspection Agency*), é o órgão responsável pela fiscalização e regulamentação dos alimentos do Canadá. Produtos alimentícios estão sujeitos a requisitos adicionais de etiquetagem. Em 2016, entraram em vigor modificações nos regulamentos relacionados a informações nutricionais, listas de ingredientes e corantes alimentares, conforme estipulado no Regulamento de Alimentos e Medicamentos (*Food and Drug Regulations*). Os rótulos primordiais devem ser apresentados em francês e inglês, incluindo informações como nome comum, país de origem, data de validade, orientações de armazenamento, identificação da empresa, informações sobre alimentos irradiados, legibilidade e localização, lista de ingredientes e potenciais alérgenos, quantidade líquida, detalhes nutricionais e aditivos alimentares. Além disso, a CFIA fornece diretrizes relacionadas a declarações e alegações específicas, como "sem glúten", "produto saudável" ou "orgânico" (APEX BRASIL, 2022).

Os grupos de produtos mais protegidos no Canadá são os laticínios, produtos de origem animal e cereais e suas preparações. Tais grupos apresentam elevadas taxas de impostos, como barreiras comerciais. Contudo, é sempre importante verificar as licenças e certificações necessárias para determinado produto adentrar no país canadense. De forma geral, a entrada de produtos no Oeste do Canadá é proibida apenas para alguns produtos químicos ou considerados perigosos. Isso significa que a maioria dos produtos comumente exportados pelo Brasil não enfrenta restrições de entrada nessa região do Canadá (APEX BRASIL, 2022).

O país canadense é uma federação e sua Constituição concede considerável autonomia às unidades subnacionais. Por consequência, a elaboração de

regulamentações técnicas e medidas é descentralizada, podendo ser estabelecida por autoridades tanto federais quanto provinciais, conforme a necessidade específica. Assim, é importante buscar as especificações do produto para determinada província, as quais podem ter exigências diferentes (GOVERNMENT OF CANADA, 2021).

#### 4.1.7 Tópicos relevantes da análise de PESTEL

A Figura 11 apresenta a síntese dos tópicos da análise PESTEL do mercado canadense. Com o objetivo de destacar as principais questões desenvolvidas, e apresentá-las de forma simplificada.

Figura 11 – Síntese principais tópicos da análise de PESTEL do mercado canadense



Fonte: elaborado pela autora (2023).

#### 4.2 ANÁLISE SWOT DO MERCADO CANADENSE

As oportunidades que o mercado canadense oferece serão delineadas através de uma análise SWOT. Nesse contexto, serão examinados os fatores internos

do país como pontos fortes e pontos fracos com base na pesquisa bibliográfica das relações entre os países. Os fatores externos como oportunidades e possíveis ameaças para o comércio entre o Brasil e o Canadá, serão analisados conforme pesquisa junto a sites governamentais do mercado brasileiro e canadense, buscando-se analisar e apresentar o mercado. Com a finalidade de destacar as tendências de mercado nas quais as exportações brasileiras podem encontrar oportunidades de crescimento e desenvolvimento.

#### **4.2.1 Pontos Fortes**

Para expandir no mercado canadense, é crucial compreender os principais fatores que o tornam um país promissor.

##### **4.2.1.1 Diversificação do mercado canadense influenciado pela alta demanda de imigração**

A imigração é uma característica histórica do Canadá. O crescimento populacional do país está associado ao fator de imigração, a cada ano o país recebe milhares de imigrantes que procuram por uma vida melhor. Desse modo, o país é conhecido como Mosaico Cultural, no qual reúne pessoas de diferentes países que convivem em harmonia e mantêm sua identidade cultural. Estes grupos de imigrantes são responsáveis pela diversidade cultural que reflete no comportamento do consumidor. Produtos anteriormente destinados a grupos étnicos específicos agora estão acessíveis a um público mais amplo, proporcionando aos importadores de novos produtos um considerável potencial de vendas no Canadá, superando muitos outros mercados em termos de oportunidades de negócios (CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ, 2022b).

##### **4.2.1.2 Mercado impulsionado pelas importações**

O Canadá é reconhecido globalmente por sua estabilidade econômica e alta demanda de importação. A economia canadense está fortemente dependente das importações para estimular o crescimento e atender à crescente demanda dos consumidores. Apesar de ser um país com grande extensão territorial, o Canadá

enfrenta dificuldades para produzir uma ampla variedade de produtos devido ao inverno extremo, assim as importações são vitais para o país (TFO CANADÁ, 2020).

Segundo o Índice de Complexidade Econômica (IEC) o Canadá também ocupa uma posição de visibilidade no contexto das importações globais, figurando como o 15º maior importador do mundo. Este fator aponta a importância das importações para o Canadá, permitindo que as exportações brasileiras vislumbrem crescimento de mercado (CCBC, 2022a).

#### 4.2.1.3 Acesso a novos mercados internacionais

Exportar para o Canadá oferece uma vantagem estratégica, já que esse país mantém acordos comerciais com mais de 180 nações ao redor do mundo. Além de ser um mercado exigente, o Canadá serve como uma plataforma de visibilidade para novos horizontes internacionais. O acesso a essa rede global de relações comerciais não apenas aumenta as oportunidades de expansão, mas também fortalece a credibilidade dos produtos e serviços, uma vez que a marca pode se beneficiar da reputação e dos padrões rigorosos do mercado canadense, abrindo portas para oportunidades de negócios em escala global (TFO CANADÁ, 2020).

De acordo com um estudo sobre como exportar para a região oeste do Canadá, realizado em conjunto com a CCBC e o Consulado Geral do Brasil em Vancouver (CCBC, 2022a), o país é um mercado sólido por si só, mas também serve como uma plataforma de exportação. Assim, oferece às empresas uma entrada mais acessível em outros mercados globais, com custos operacionais reduzidos. Estar presente no mercado canadense permite uma visão para o mercado asiático, devido sua proximidade com o país. Isso abre as portas para o acesso direto a países com forte demanda por importações, tais como China, Japão, Coreia do Sul e Singapura.

#### 4.2.2 Pontos Fracos

Fator que enfraquece o relacionamento entre o mercado brasileiro de exportações e o Canadá.

#### 4.2.2.1 Inexistência de um Acordo comercial entre o Mercosul e o Canadá

O Canadá desempenha um papel crucial como parceiro comercial do Brasil, com potencial para se tornar ainda mais relevante nas exportações e importações brasileiras. Um fator que impossibilita maior crescimento comercial entre os dois países é a inexistência de um Acordo comercial entre o Brasil e o Canadá. Em março de 2018, o Mercosul e o Canadá iniciaram as negociações para um acordo abrangente e moderno de livre comércio. O Brasil é o membro do Mercosul responsável pelas negociações pelo lado do bloco sul-americano, atualmente o acordo segue em negociação.

A Secretaria de Comércio Exterior em parceria com o Ministério da Economia, (BRASIL, 2022a), divulgou um importante estudo de impacto que se refere ao Acordo de Livre Comércio Mercosul-Canadá. Neste contexto, avaliou-se o impacto nas relações comerciais entre o Brasil e o Canadá. A avaliação da estrutura tarifária canadense revela que, embora o país aplique tarifas baixas, ainda existem tarifas significativas que representam barreiras importantes ao comércio e criam desafios para certos setores exportadores brasileiros. O Acordo também prevê a eliminação de quotas de exportação, as quais são aplicadas atualmente e interferem no crescimento das relações. Neste contexto, a falta de um Acordo com o país canadense faz com que os produtos brasileiros percam competitividade de preço e espaço no mercado que apresenta um grande potencial.

#### 4.2.3 Oportunidades

Na análise aprofundada dos mercados internacionais, identifica-se setores que se destacam para a expansão das exportações brasileiras no Canadá. De acordo com a Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC, 2022c), as exportações brasileiras de produtos agropecuários concentram-se no açúcar, café, frango e madeira. Existem diferentes produtos a serem explorados como frutas frescas e mel, nos quais o Brasil apresenta diversidade. A expansão das vendas de produtos manufaturados do Brasil para o Canadá está associada ao aumento nas exportações de maquinário e equipamentos.

As oportunidades são apresentadas com a análise do capítulo da Nomenclatura Comum do Mercosul com dados do Ministério da Indústria, Comércio

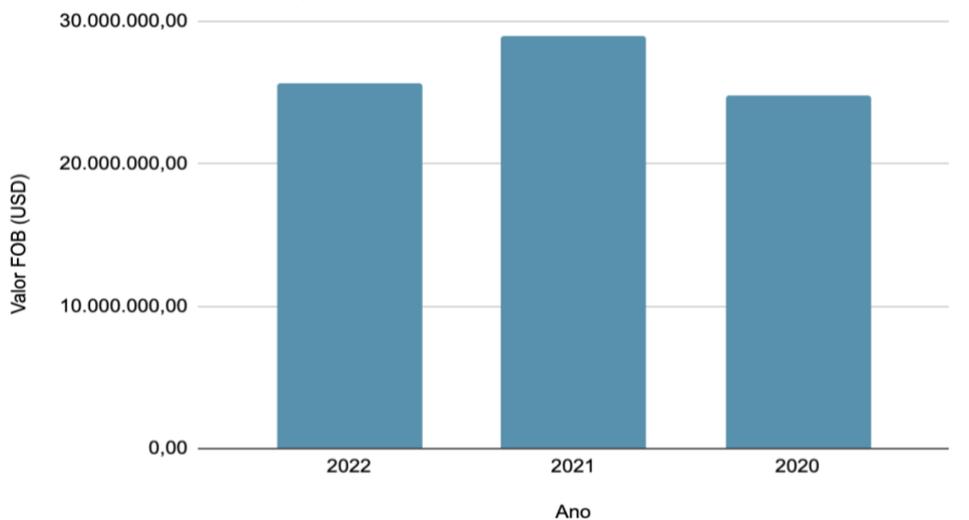
Exterior e Serviços do Brasil, com exceção do capítulo 04 no qual será analisado somente a NCM do mel natural devido a alta restrição comercial de laticínios para o Canadá. Esses segmentos apresentam potencial para crescimento e competitividade, tornando-se alvos estratégicos para as empresas brasileiras que desejam ampliar sua presença global no mercado canadense.

#### 4.2.3.1 Frutas, cascas de frutos cítricos e de melões

A busca por uma alimentação saudável está ganhando destaque no mercado canadense. O consumo de frutas apresenta-se com um bom desempenho, aproximadamente 34,7% das mulheres apresentaram essa preocupação com a saúde, com uma taxa mais elevada na faixa etária de 35 anos ou mais. Entre os homens, a presença foi de 22,3% em média, sendo mais significativa na faixa etária de 12 a 17 anos. Assim, existem iniciativas governamentais para incentivar maior consumo de frutas orgânicas para melhorar a qualidade de vida dos norte-americanos. Os consumidores de frutas orgânicas apresentam maior poder aquisitivo, tornando o mercado atrativo. O Brasil conhecido pela sua diversidade e qualidade na produção de frutas apresenta crescimento de participação no mercado canadense nos últimos anos (TFO CANADÁ, 2020).

A Figura 12 apresenta o cenário considerando o capítulo 8 do código de NCM, no qual as frutas refrigeradas são classificadas nas mesmas categorias que as frutas frescas correspondentes.

Figura 12 – Análise do Capítulo 8: frutas, cascas de frutos cítricos e de melões



Fontes: elaborado pela autora com dados do Comex Stat (2023).

No ano de 2021 as exportações brasileiras somaram um crescimento totalizando o valor FOB acima dos USD 28 milhões. O ano de 2022 afetou-se por desafios significativos devido a uma série de eventos, incluindo conflitos internacionais. O embargo econômico imposto por vários países à Rússia, devido à sua invasão da Ucrânia, resultou em um excesso de produção de frutas nos mercados tradicionalmente compradores do Brasil, como a União Europeia. Além disso, o conflito global impulsionou os preços dos fertilizantes, aumentando os custos de produção no Brasil e afetando a competitividade de algumas frutas (BOUÇAS, 2022).

Os principais concorrentes deste setor são Estados Unidos, México e Chile nos respectivos anos de 2020 e 2021. No ano de 2022, o Peru substituiu o Chile, tornando-se o terceiro maior fornecedor do país canadense no setor de frutas (GOVERNMENT OF CANADA, [202-]). O Quadro 9 apresenta os dez principais itens do capítulo 8 exportados pelo Brasil em 2022.

Quadro 9 – Ranking dos principais itens do cap. 8 exportados pelo Brasil para o Canadá em 2022

Ranking	Código NCM	Descrição NCM	Valor FOB (US\$)
1º	8045020	Mangas frescas ou secas	5.744.819,00
2º	8013200	Castanha de caju, fresca ou seca, sem casca	4.797.385,00
3º	8071900	Melões frescos	3.343.820,00
4º	8012200	Castanha-do-pará, fresca ou seca, sem casca	1.789.235,00
5º	8109012	Anonas e outras frutas do gênero Annona	1.531.462,00
6º	8061000	Uvas frescas	848.342,00
7º	8055000	Limões (Citrus limon, Citrus limonum) e limas...	826.636,00
8º	8042010	Figos frescos	720.966,00
9º	8071100	Melancias frescas	685.737,00
10º	8107000	Caquis (dióspiros), frescos	677.439,00

Fonte: elaborado pela autora com dados Comex Stat (2023).

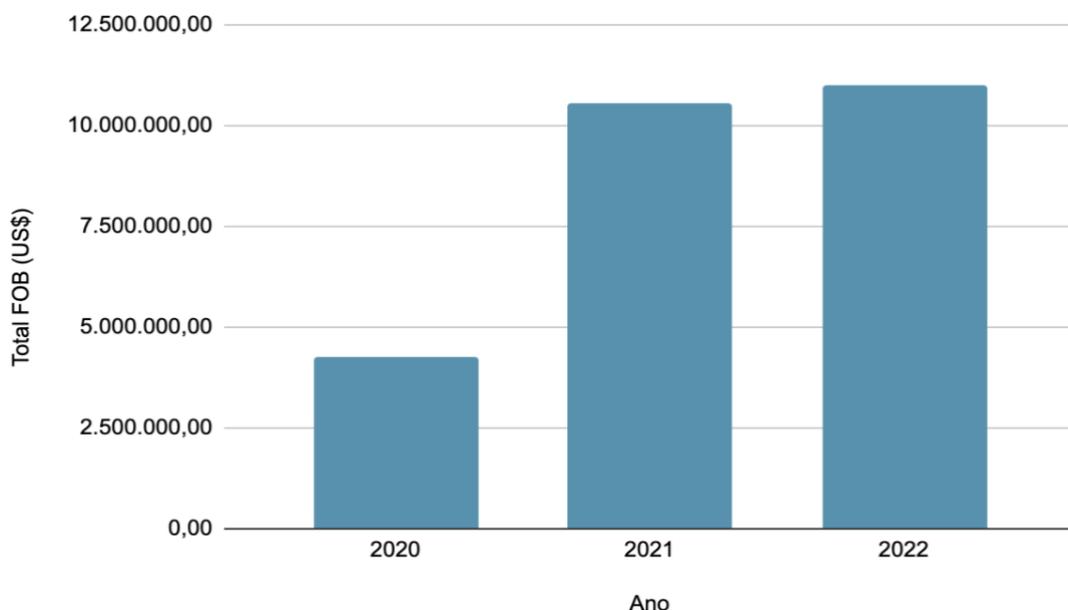
Tendo destaque para a manga, castanha de caju e melões frescos que juntos somam o valor FOB de USD 13.886.042,00 milhões de dólares. Os principais destinos das exportações brasileiras estão na costa Leste do Canadá, sendo Montreal e Toronto, já na costa Oeste o destino é Vancouver.

A diversidade de frutas do Brasil e a abertura dos consumidores canadenses para o cuidado com a saúde e aumento de consumo de frutas são oportunidades de mercado para as exportações brasileiras. Segundo Pritzke (2021), embora os Estados Unidos e o México, que estão geograficamente mais próximos e têm acordos de livre comércio com o Canadá, representem concorrência, as frutas brasileiras mantêm uma posição significativa no mercado canadense. Assim, mesmo um pequeno produtor, teria viabilidade para exportar para o Canadá desde que possua preços competitivos, qualidade e consistência no fornecimento.

#### 4.2.3.2 Mel natural

O Canadá é reconhecido por ser um enorme produtor de mel, contudo sua produção tem apresentado queda nos últimos anos. O interesse pelo consumo do mel no país teve aumento durante o período da pandemia, na qual as pessoas buscavam o produto por sua saudabilidade. Da mesma forma, a ampliação do consumo também se deve a busca pela substituição ou diminuição do açúcar na alimentação dos canadenses. Assim, atualmente o Canadá importa o mel de mais de cem países incluindo o Brasil. O Mercado brasileiro de apicultura apresenta crescimento comercial com o Canadá. (CCBC, 2022b). A Figura 13 apresenta a evolução das exportações do mel brasileiro para o Canadá.

Figura 13 – Evolução do total exportado de mel brasileiro para Canadá 2020-2022



Fonte: elaborado pela autora com dados do Comex Stat (2023).

Em 2020, o Brasil obteve US\$4,28 milhões em exportação de mel para o mercado Canadense. O crescimento no setor de mel foi efetivado no ano de 2021 com participação de US\$10,54 milhões, duplicando o valor exportado do ano anterior. Em 2022, o aumento resultou em US\$11,023 milhões exportados para o país canadense.

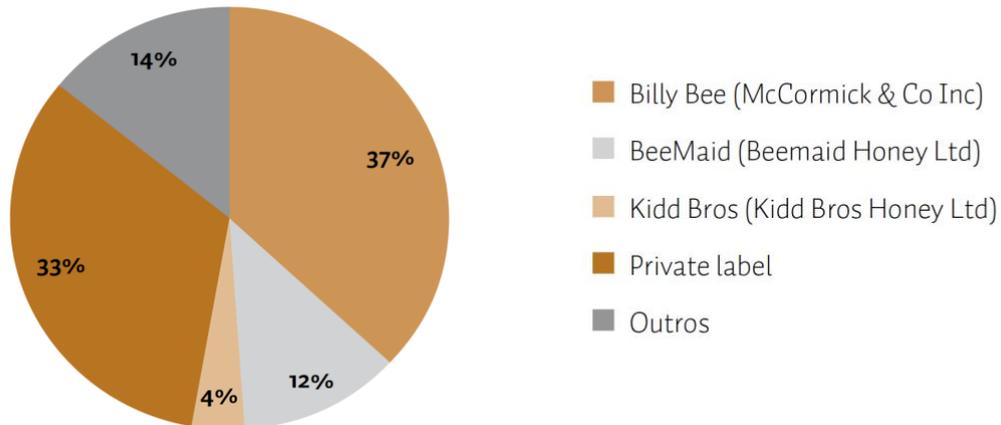
A importância da participação brasileira na exportação de mel é evidenciada ao verificar-se que o Brasil é o 2º maior exportador de mel do Canadá. Sendo ultrapassado apenas pela Nova Zelândia que permanece em primeiro lugar. Depois do Brasil, segue os Estados Unidos, sendo o terceiro maior exportador. O valor total de mel exportado pelo Canadá em 2022 representa US\$56,81 milhões, dos quais considerando o total exportado pelo Brasil, o mercado brasileiro detém 19,40% de participação neste mercado (GOVERNMENT OF CANADA, [202-]).

De acordo com a CCBC (2022b), os fatores que corroboram para potencializar essa comercialização encontram-se na qualidade do mel brasileiro reconhecida mundialmente. Atualmente, as exportações brasileiras de mel estão concentradas nos Estados Unidos, que por sua vez é o maior parceiro comercial do Canadá. O crescimento no mercado canadense desenvolve novas oportunidades para as exportações brasileiras e auxilia a diminuir a dependência das exportações para os Estados Unidos. Um aspecto que merece destaque é a ausência de tarifas de importação para o mel natural no Canadá. O país, de fato, ocupa a posição de terceiro maior destino das exportações de mel brasileiro em escala global. Esse cenário, aliado a políticas comerciais favoráveis, estabelece um ambiente propício para o crescimento e fortalecimento das relações comerciais entre o Brasil e o Canadá no setor de produtos apícolas.

Segundo o estudo realizado pela Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC, 2022b), as exportações brasileiras de mel para o Canadá são destaque. Assim, analisou a distribuição do mel nas principais cadeias de varejo do Canadá e as marcas dominantes no país.

A Figura 14 apresenta a análise de marcas presentes no mercado de mel no Canadá e sua participação de mercado em percentual. Além de apresentar marcas já conceituadas no mercado como Billy Bee, Bee Maid e Kidd Bros, o gráfico chama a atenção para a participação de 33% das marcas Private Label, que são marcas próprias.

Figura 14 – Participação do mercado canadense por marca em 2020



Fonte: CCBC (2022b).

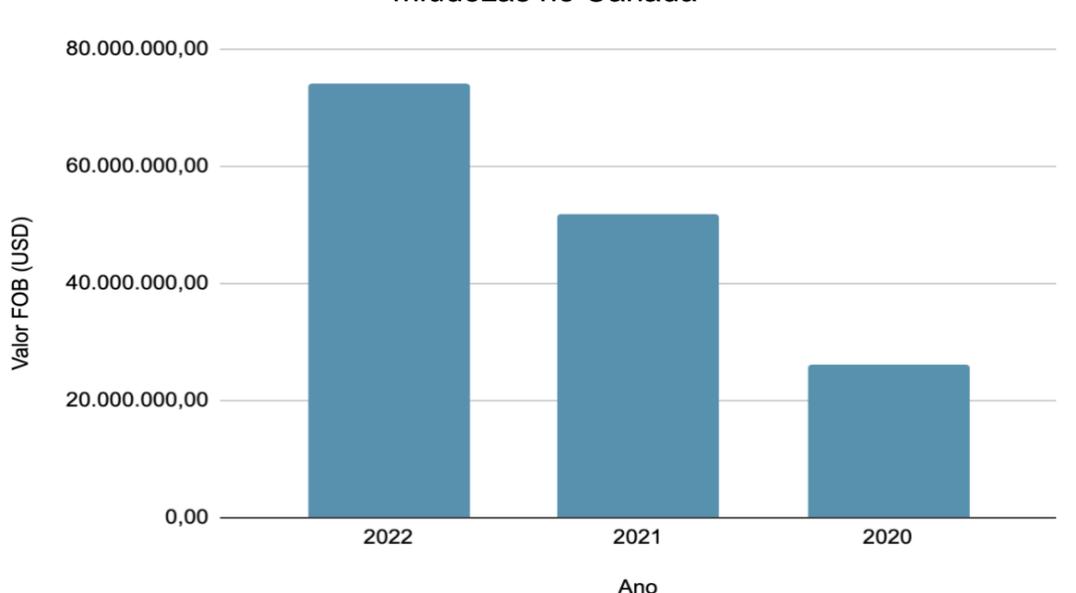
Assim, demonstra-se o potencial de oportunidades para exportadores que queiram trabalhar com sua própria marca ou a granel. Dessa forma o exportador teria a vantagem de exportar em maior quantidade, mas também de não estar fechado a regras de embalagens pré-estabelecidas para produtos direcionados diretamente para o varejo.

#### 4.2.3.3 Carnes de aves e suas miudezas

O Brasil é um dos maiores produtores e exportadores de carne do mundo, particularmente nas categorias de carne bovina, suína e de frango. Ao longo dos anos, o mercado brasileiro buscou adentrar ao mercado canadense considerado exigente no qual atualmente apresenta crescimento de participação de mercado (SISCARO, 2022).

A Figura 15 apresenta a evolução da participação das exportações brasileiras no mercado canadense. Apresenta os valores totais do capítulo 2 da NCM, referente a carnes de aves e suas miudezas. Em 2020, as exportações para o Canadá atingiram o valor FOB superior a USD 20 milhões no qual o Brasil estava em 10º lugar no ranking de fornecimento. Nos anos seguintes, o crescimento de mercado no setor tornou-se evidente, atingindo valores recordes.

Figura 15 – Desenvolvimento das exportações brasileiras em carnes de aves e suas miudezas no Canadá



Fonte: elaborado pela autora com dados do Comex Stat (2023).

Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (BRASIL, 2023a), as exportações para o mercado canadense em 2021 atingiram o valor FOB superior a USD 50 milhões, subindo no ranking de fornecimento para o 8º lugar. Em 2022, a participação no mercado canadense atingiu o recorde de valor superior a USD 70 milhões, garantindo a 6º posição no ranking das exportações de carne para o Canadá (BRASIL, 2023a).

O setor de aves lidera as exportações brasileiras para o Canadá. Em 2022, a Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) anunciou um acordo comercial para fomentar as exportações de carnes bovinas e suínas in natura para o mercado canadense (BRASIL, 2022b). O acesso a esse mercado é possível por meio de uma cota da Organização Mundial do Comércio (OMC) que corresponde a 76,4 mil toneladas, sujeitas a uma tarifa de zero por cento. O Canadá não aplica taxas de importação sobre a carne suína, enquanto, no que se refere à carne bovina, há uma alíquota de 26,5%. Isso representa uma significativa vantagem para as exportações brasileiras, facilitando o comércio de produtos cárneos no Canadá. Em compensação, o Brasil abrirá mercado para os cortes de carne canadense considerados “mais gordos”. O Quadro 10 apresenta os principais produtos do capítulo 2, carnes de aves e suas miudezas, com suas descrições e respectivos valores de participações de mercado.

Quadro 10 – Ranking dos principais itens de carnes de aves e suas miudezas exportados pelo Brasil para o Canadá em 2022

Ranking	Código NCM	Descrição NCM	Valor FOB (US\$)
1º	2071400	Pedaços e miudezas, comestíveis de galos/galinhas, congelados	53.248.476,00
2º	2023000	Carnes desossadas de bovino, congeladas	19.305.117,00
3º	2032900	Outras carnes de suíno, congeladas	1.434.000,00
4º	2064900	Outras miudezas comestíveis de suíno, congeladas	20.034,00
5º	2032200	Pernas, pás e pedaços não desossados de suíno, congelados	2.020,00

Fonte: elaborado pela autora com dados do Comex Stat (2023).

Em primeiro lugar apresenta as exportações de aves para o mercado canadense, a qual segue em crescimento. O destaque está para a carne bovina e suína, as quais foram recentemente liberadas pelo acordo comercial e apresentam um crescimento exponencial. A Tabela 2 apresenta o crescimento de carnes bovinas e suínas no período de 2019 a 2022

Tabela 2 – Análise do crescimento de carnes bovinas e suínas no ano de 2019 para 2022

Ano	Descrição NCM	Valor FOB (US\$)
2019	Carnes desossadas de bovino, congeladas	133.883,00
2022	Carnes desossadas de bovino, congeladas	19.306.821,00
2019	Outras carnes de suíno, congeladas	115,00
2022	Outras carnes de suíno, congeladas	1.434.391,00

Fonte: elaborado pela autora com dados Comex Stat (2023).

Em 2019, período em que não havia um acordo de fomentação das exportações brasileiras para o mercado canadense a participação brasileira apresenta-se de forma sutil. Em 2022, com o acordo entre os dois países a fomentação da carne bovina e suína é significativa em relação ao ano de 2019.

De acordo com Siscaro (2022), o acesso das exportações brasileiras de carne bovina e suína ao Canadá é de considerável relevância, considerando o tamanho de

nossos mercados e o fato de o Canadá ser um país conhecido por suas normas e práticas de alto padrão, além de contar com um mercado consumidor altamente exigente. A aprovação sanitária das autoridades canadenses fortalecerá ainda mais as credenciais já estabelecidas de qualidade e segurança dos produtos brasileiros. Adentrar ao mercado canadense representa e contribuirá para diversificar as exportações de carne bovina e suína do Brasil, reduzindo a atual dependência das vendas para a China.

Os países que são os principais concorrentes do Brasil nas exportações de carnes para o Canadá são os Estados Unidos, a Austrália e a Nova Zelândia (COMEX STAT, 2023). Sendo os Estados Unidos o país com acordo de livre comércio com o Canadá e o principal parceiro de comércio (GOVERNMENT OF CANADA, [202-]).

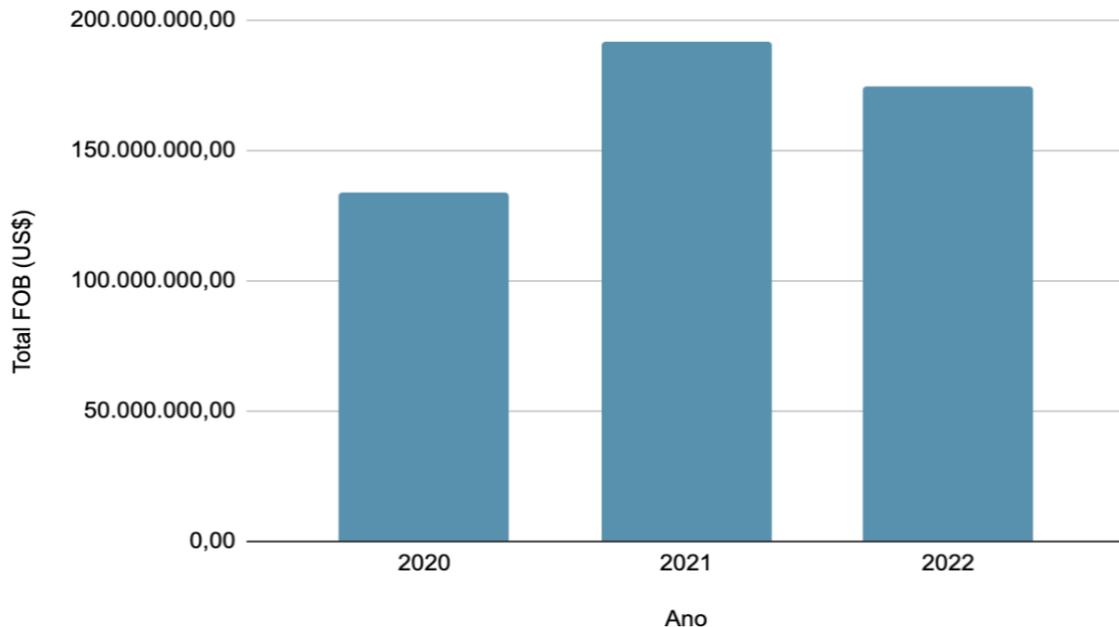
As exportações brasileiras de carne para o Canadá desempenham um papel estratégico na expansão dos mercados de exportação, no fortalecimento econômico e na promoção da indústria de carne do Brasil. Além de apresentar oportunidades de crescimento econômico, também fortalecem as relações comerciais entre os dois países oportunizando a inserção de novos produtos agropecuários no mercado (EDUCAPOINT, 2022).

#### 4.2.3.4 Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes

O Canadá obteve um aumento de 13,7% em 2021, as importações de máquinas, equipamentos e peças industriais apresentaram um crescimento ainda mais significativo, com um aumento de 22,9%, atingindo um marco histórico de 84,6 bilhões de dólares em 2022. Após uma queda em 2020, os valores das importações nesse setor retornaram a níveis semelhantes aos de 2018 e 2019 em 2021 e, no ano seguinte, alcançaram novos recordes. Além do impacto dos preços das importações de máquinas, equipamentos e peças industriais também registraram um notável aumento em termos de volume, com um acréscimo de 10,3% em 2022. Esse aumento no valor das importações abrangeu todas as subseções de produtos em 2022, com crescimento generalizado. Embora tenham sido observados maiores volumes de importação em categorias mais tradicionais, como máquinas para silvicultura, construção, mineração e agricultura, outras categorias também experimentaram aumentos consideráveis (GOVERNMENT OF CANADA, 2023b).

Durante o ano de 2021, o Brasil divulgou recordes de exportações para o mercado canadense, entre os destaques estão máquinas e equipamentos (MARTINS, 2023). A Figura 16 apresenta a evolução das exportações brasileiras do capítulo 84 da NCM.

Figura 16 – Desenvolvimento das exportações brasileiras de máquinas e equipamentos no Canadá



Fonte: elaborado pela autora com dados do Comex Stat (2023).

No ano de 2020, durante o período da pandemia, o Canadá teve queda nas importações de máquinas e equipamentos, refletindo na quantidade exportada pelo Brasil. Assim, em 2020 as exportações representaram o valor de USD 133,78 milhões. Em 2021, o aumento das exportações atingiu o valor de USD 192,14 milhões sendo destaque. Conforme a Câmara de Comércio Brasil-Canadá ([202-]), ocorreu uma redução nas exportações de 2022, somando USD 174,71 milhões exportados, uma queda de 9% com relação ao exportado em 2021. O Quadro 11 expõe o ranking dos principais itens do capítulo 84 exportados pelo Brasil para o Canadá no ano de 2022.

Quadro 11 – Ranking dos principais itens do Capítulo 84 exportados do Brasil para o Canadá em 2022

Ranking	Código NCM	Descrição NCM	Valor FOB (US\$)
1º	84295199	Outras carregadoras e pás carregadoras, de carregamento frontal	33.624.105,00
2º	84291190	Outros bulldozers e angledozers, de lagartas	25.161.285,00
3º	84292090	Outros niveladores	24.111.626,00
4º	84329000	Partes de máquinas e aparelhos de uso agrícola, hortícola ou florestal...	7.004.937,00
5º	84705010	Caixas registradoras eletrônicas	5.592.213,00

Fonte: elaborado pela autora com dados do Comex Stat (2023).

No ranking geral das exportações brasileiras para o Canadá o capítulo destes itens está em 5º lugar. O primeiro item "Outras carregadoras e pás carregadoras, de carregamento frontal", com um valor impressionante de US\$33,6 milhões, configura-se 16º no ranking geral das exportações brasileiras para o mercado canadense. Este grupo de produtos compreende 19% do capítulo e contribui com 0,6% de tudo que foi exportado ao Canadá no ano. As exportações deste item cresceram significativamente em relação a 2021, registrando um aumento de 44%. O segundo item "Outros bulldozers e angledozers, de lagartas", que representaram 14% do capítulo e alcançaram um valor de US\$25,1 milhões. Este setor ocupa a 19ª posição do ranking geral e também teve um crescimento notável, com um aumento de 4% em relação ao ano anterior. O 21º lugar no ranking geral é ocupado pelos "Outros niveladores", que representaram 14% do capítulo, somando um total de US\$24,1 milhões (MARTINS, 2023).

Ao analisar a participação do capítulo 84 engloba reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes com relação a 2023 o resultado expõe crescimento. Conforme o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (BRASIL, 2023a), ao verificar as exportações deste item no ano de 2023 até o mês de outubro, somam USD 193,7 milhões (valor FOB), mostrando-se uma tendência de aumento e superando os anos anteriores de exportações 2022, 2021 e 2020.

Atualmente o Brasil ocupa a posição de 23º no ranking de fornecimento do capítulo 84. Tendo como os três primeiros concorrentes os Estados Unidos, China e

México. Após um aumento de 13,7% em 2021, as importações de máquinas, equipamentos e peças industriais atingiram um máximo histórico de 84,6 bilhões de dólares em 2022. Embora os preços tenham contribuído para esse crescimento, as importações também aumentaram em termos de volume, registrando um aumento de 10,3% em 2022, após se recuperarem em 2021. Esta análise pode incluir outros capítulos de máquinas, porém apresenta uma visão otimista quanto ao setor (GOVERNMENT OF CANADA, 2023b).

Conforme a Apex Brasil (2021), o segmento de maquinário e equipamentos, incorpora-se nas redes de valor que demonstram a diversidade de produtos brasileiros, no qual o posicionamento no mercado conquista sua fatia no mercado global. Nesse cenário, ele encara desafios decorrentes tanto da concorrência de nações altamente industrializadas, conhecidas por sua excelência na qualidade e tradição manufatureira, como da competição com nações em estágios iniciais de industrialização, que conseguem oferecer preços altamente competitivos.

#### **4.2.4 Ameaças**

Identificação de fatores que podem contribuir para impossibilitar o desenvolvimento de oportunidades entre o Brasil e o Canadá.

##### **4.2.4.1 Ausência de visibilidade do mercado canadense**

O Canadá, muitas vezes é subestimado pelas empresas brasileiras, representa uma oportunidade valiosa que merece mais atenção. Com um mercado que guarda notáveis semelhanças com o dos Estados Unidos, o Canadá é um consumidor de grande porte, possuindo uma economia desenvolvida, infraestrutura de qualidade e um ambiente propício para negócios e uma forte dependência das importações. Muitas empresas brasileiras ainda não reconhecem a similitude entre o mercado canadense e o americano, o que impede a exploração do seu potencial. É fundamental destacar a importância de considerar o Canadá como um destino estratégico para a expansão de negócios e para o crescimento das exportações brasileiras, aproveitando ao máximo essa oportunidade muitas vezes subestimada (CNI, 2020). Conforme a CCBC (2022b), Canadá e Brasil são gigantes que mantêm

relações subestimadas. Os consumidores canadenses não só demonstram interesse em comprar, mas também têm poder aquisitivo para fazê-lo.

#### 4.2.4.2 Burocracia Brasileira nas exportações

A burocracia no comércio exterior do Brasil é alarmante. Mesmo com a digitalização de parte dos processos com a implementação do Portal Único de Comércio Exterior, as exportações brasileiras continuam sujeitas a 46 procedimentos distintos, gerenciados por 12 órgãos governamentais. Essa alta complexidade nas operações do comércio internacional gera um impacto negativo em 23% das operações de exportação no último ano. No que diz respeito às importações, atualmente envolvem 72 obrigações regulamentadas por 16 órgãos governamentais, afetando 59% das compras realizadas. A burocratização além de afetar fortemente as empresas brasileiras com a geração de longos processos de documentação, também aumentou o custo da logística internacional dificultando a expansão a novos mercados (ESTADÃO CONTEÚDO, 2018).

Empresários que buscam ampliar suas operações através do comércio global frequentemente se deparam com desafios relacionados às regulamentações aduaneiras que persistem no comércio exterior brasileiro. Entre os principais entraves estão a falta de transparência nas diretrizes, a lentidão na liberação dos procedimentos e carga tributária excessiva. A burocracia retarda a diversificação de novos mercados internacionais, uma vez que a burocracia brasileira é reconhecida mundialmente (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2023).

### 4.3 ANÁLISE CONSOLIDADA DAS ENTREVISTAS

As entrevistas efetuaram-se através de perguntas semiestruturadas, para dar direcionamento e permitir profundidade nos assuntos abordados. Para a realização das entrevistas elaborou-se três apêndices diferentes: Apêndice (A) direcionado ao Setor de Promoção Comercial do Consulado Geral do Brasil em Vancouver e Câmara de Comércio Brasil-Canadá abrangendo entrevistados; Apêndice (B) empresa Aplus Freight Forwarding com operações logísticas relacionada aos dois países; e Apêndice

(C) empresa Best Deal Global Trader com experiência nas relações comerciais entre o Brasil e o Canadá.

Com base na pesquisa qualitativa, relevantes aspectos das oportunidades de expansão das exportações brasileiras para o Canadá foram explorados pelos entrevistados abordados, contribuindo com os dados mercadológicos levantados ao longo deste capítulo.

#### **4.3.1 Entrevista com o Setor de Promoção Comercial e Investimento (SECOM) de Vancouver**

O Setor de Promoção Comercial e Investimento (SECOM) desempenha um papel essencial no Consulado-Geral do Brasil em Vancouver, atuando como um elo vital entre o Brasil e o Canadá. Subordinado à Coordenação-Geral de Promoção Comercial (CGPR) do Ministério das Relações Exteriores (MRE) em Brasília-DF, o SECOM desempenha múltiplas funções estratégicas e engloba as províncias de Colúmbia Britânica, Alberta, Saskatchewan, Yukon and Northwest Territories no Canadá. Isso inclui promover as exportações brasileiras para o Canadá. Além disso, o SECOM oferece suporte tanto a empresas brasileiras que desejam ingressar no mercado canadense, quanto a empresas canadenses que buscam investir no Brasil ou importar produtos e serviços do país. Suas atividades de pesquisa de mercado, organização de eventos e assistência a missões comerciais fortalecem os laços econômicos e comerciais entre as duas nações, proporcionando um ambiente favorável para negócios e colaboração. A entrevistado 1 atua como funcionária do SECOM atua como *Trade Office* no setor de promoção comercial do Consulado em Vancouver, região oeste do Canadá. Assim, apresenta suas perspectivas de oportunidades para as exportações brasileiras no Canadá.

Com relação às principais regiões comerciais do Canadá citou-se a região leste que compreende New Brunswick, Terra Nova e Labrador, Nova Escócia, Ontário, Prince Edward Island, Quebec. Em especial as províncias de Quebec e Ontário que são responsáveis pelos principais destinos das exportações brasileiras para o Canadá. Existe um guia “Como exportar para a região Oeste do Canadá” desenvolvido para estimular as exportações para a região Oeste do Canadá, trazendo maior visibilidade para este território. A entrevistado 1 também enfatizou como o próprio site do governo disponibiliza material sobre setores e suas estatísticas, sendo uma boa ferramenta para iniciar as pesquisas de como exportar para o Canadá. Uma das

maneiras de fomentar as exportações para a região oeste é explicar sobre as possibilidades de comercializar com a Ásia e com o oeste dos Estados Unidos. Entrevistado 1: “Os canadenses buscam importar produtos pelos quais o Brasil é conhecido, como soja, açúcar e carne. E essas importações são em grande volume para que sejam exportadas para países asiáticos e Oriente Médio.”.

Segundo Entrevistado 1 “O setor recebe diariamente solicitações de empresas brasileiras pedindo informações de como exportar para o Canadá, e nomes de possíveis importadores”. Apesar do crescimento pela busca de informações, o Brasil ainda não enxerga o potencial do mercado canadense. Assim, o setor tem trabalhado em buscar a participação de empresas brasileiras em importantes feiras como enfatiza: “A feira Cial é uma feira anual que acontece em Toronto, no setor de alimentação e nos últimos anos os Consulados têm trabalhado para trazerem empresas brasileiras, assim como feiras na região oeste, para que os produtos brasileiros tenham visibilidade”. Outro ponto importante com relação a visibilidade é exposto: “Para gente abrir mais mercados é necessário ter uma presença constante em feiras e eventos”.

A atual relação comercial entre o Brasil e o Canadá, Entrevistado 1 destaca o crescimento das exportações ao longo dos anos. Mas também menciona “A falta de um Acordo comercial entre Canadá e Mercosul faz com que o Brasil tenha uma tarifa NMF - Nação mais favorecida a qual outros países também terão acesso. Isso impacta o preço dos produtos brasileiros, sendo um desafio”. Assim, destaca: “O Brasil é conhecido por sua diversidade de frutas, porém ao ir a um mercado no Canadá encontramos frutas do México, Chile, China, Estados Unidos e não vemos a presença de frutas brasileiras.”. A falta de um acordo comercial entre os países, afeta hoje a inserção de produtos brasileiros.

As exportações brasileiras estão concentradas no setor de transformação, quando questionado sobre a fomentação dos setores agrícolas e indústria extrativa, a Entrevistado 1 citou: “Sobre estes setores específicos não haveria algo. Porém, existe um trabalho voltado ao setor de produtos brasileiros de alimentos, bebidas e startups de tecnologia”. Ao avaliar os aspectos positivos de exportar para o Canadá, destaca: “O consumidor canadense pode pagar por produtos de valor agregado, é um consumidor que busca qualidade. Com relação às tendências, o entrevistado 1 ressalta “O canadense quer produtos que tenham sustentabilidade, produtos orgânicos e que tenham storytelling (história de impacto positivo)”. Outro fator

importante que a entrevistada destaca é pensar em uma embalagem adequada e que esteja alinhada com a tendência de sustentabilidade.

Quando questionado sobre os principais desafios do brasileiro exportar para o Canadá, Entrevistado 1 reflete dois tópicos: “A logística e a falta de conhecimento do mercado canadense”. Com relação a logística explica sobre os custos e como impactam no exportador que está adentrando ao mercado. Ao destacar sobre a falta de conhecimento do mercado canadense, pontua sobre as províncias terem a liberdade de criar leis próprias que podem alterar a forma do produto ser exportado e inserido no mercado, na qual muitas vezes não é estudada pelos empresários brasileiros.

#### **4.3.2 Entrevista com atuante no Comércio Brasil-Canadá**

A Entrevistado 2 é residente de Alberta-Canadá, é considerada uma referência nas relações comerciais entre o Brasil e o Canadá. Atua como Empreendedora, Diretora para Oeste do Canadá pela Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC), Chair da Brasil Canadá Câmara de Comércio (BCCC) em Alberta, Sócia e Gerente de Marketing da Pampa Brazilian Steakhouse, e Sócia Fundadora da Brasportsul Ass. em Comércio Exterior, Ltda. Assim, apresenta suas perspectivas com relação ao comércio entre o Brasil e Canadá.

Com relação às principais regiões de comercialização das exportações do Brasil para o Canadá, o Entrevistado 2 destaca ser a região leste do Canadá. Porém enfatiza o incentivo em buscar ampliar as exportações brasileiras para a região oeste canadense. Com sua experiência e visão das relações entre o Brasil e o Canadá comenta: “O Brasil e o Canadá possuem uma balança comercial em crescimento, o que está trazendo maior visibilidade dessa relação. Mas, o Brasil ainda não enxerga o enorme mercado canadense e sua diversidade”.

Com atuação na expansão de oportunidades para o mercado brasileiro no Canadá, afirma que existem muitos produtos brasileiros que poderiam já estar presentes no mercado canadense: “O Brasil é um dos grandes produtores de frutas no mundo, conhecido pela sua variedade de frutas tropicais, mas não vemos bananas brasileiras no Canadá.”. A Entrevistado 2 cita ter diversas frutas de outros países, e que o Brasil poderia ter uma presença maior neste setor. Com relação à exportação de carnes, apesar da abertura comercial entre os países ainda é um setor que precisa

acompanhar o seu desenvolvimento. O Entrevistado 2 que existe uma diversidade muito grande no mercado canadense, na qual o Brasil pode explorar oportunidades.

Ao conversar sobre o novo acordo de exportação de carne bovina e suína, ela afirma que é algo recente e será acompanhado, mas que já representa um ganho para o mercado de carnes do Brasil, comenta: “Hoje no Canadá os principais parceiros de importação de carne são Austrália e Nova Zelândia, nas quais o Brasil poderia ter oportunidade como a carne suína e de frango.

O fato de não haver um acordo comercial entre o Mercosul e o Brasil é algo que impacta a tarifa das exportações brasileiras, o Entrevistado 2 ressalta: “A negociação do acordo comercial iniciou em 2018 e existe uma expectativa que impulse o mercado Brasil e Canadá.”. As barreiras comerciais citadas por Patrícia são a falta de um acordo comercial, o que impacta as taxas de impostos, custo logística e a barreira linguística. Ao citar a logística, o entrevistado destaca os altos custos envolvidos e a burocracia brasileira como um desafio “O Brasil é um país burocrático, precisa de processos mais ágeis”. A barreira linguística do inglês, destaca “Menos de 5% da população do Brasil fala inglês, é um índice preocupante. Assim, quando o canadense vai buscar negócios é algo relevante e que pode impedir novos negócios entre os dois países”. Segundo o entrevistado, o idioma afeta as negociações com o mercado canadense.

Existe um trabalho em incentivar e auxiliar os empresários brasileiros que querem iniciar suas exportações para o Canadá, na qual os Consulados, CCBC, Embaixada Brasileira procuram colaborar. O Entrevistado 2 ressalta: “Trazer visibilidade para o mercado do Canadá tem sido um trabalho a longo prazo. Existe muita oportunidade, mas também é necessário que os órgãos governamentais invistam em uma estrutura maior para que haja aumento de demanda para o mercado Brasil e Canadá.

#### **4.3.3 Entrevista com o setor de inteligência de mercado - CCBC**

A Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC) fundada em 1973 é uma organização independente, mantida pelo setor privado e sem fins lucrativos. Situada em São Paulo- SP e Montreal-QC, tem como missão fortalecer as relações entre o Brasil e o Canadá. Seu amplo escopo de atuação abrange a promoção de relações comerciais e industriais, o estímulo ao intercâmbio cultural e tecnológico, a

representação dos interesses de seus associados perante as autoridades, o apoio aos negócios bilaterais, a divulgação de informações relevantes, a colaboração com entidades similares e a prestação de serviços relacionados a seu objeto social. Esses objetivos refletem seu compromisso com o desenvolvimento mútuo dessas nações e a promoção de uma parceria sólida e benéfica para ambos os países. A CCBC tem um importante papel na divulgação de dados atualizados e oportunidade entre o Brasil e o Canadá.

O Entrevistado 3 atua no setor de inteligência de mercado é responsável por fazer a ligação entre o empresário brasileiro e o mercado canadense, assim também ao contrário quando o investidor é o Canadá no Brasil. Com relação à quantidade de empresas exportadoras para o Canadá, atualmente o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços não está mais divulgando essas informações, o entrevistado relata: “Estima-se 160 empresas associadas à CCBC, porém há empresas instaladas no Canadá dentro desta estimativa”. Sobre as principais estratégias adotadas para incentivar as empresas brasileiras a buscarem o mercado canadense, destaca: “A participação em feiras e eventos para promover produtos brasileiros, é uma das estratégias. A organização também promove missões de desenvolvimento de negócios, nas quais busca auxiliar empresários brasileiros a estarem presentes em feiras e eventos.”.

A maioria das exportações brasileiras pertence ao setor de transformação, sobre existir programas de incentivos às exportações da indústria extrativista e agrícola o entrevistado destaca: “CCBC atua na fomentação de mercado entre o Brasil e Canadá, atualmente busca desenvolver diferentes estudos de mercado e tendências. Assim, busca compreender de forma individual as necessidades dos empresários e buscar fazer a ponte de negócios com importadores canadenses.”.

Atualmente a balança comercial entre os dois países apresenta um crescimento, ao questionar sobre as expectativas das relações comerciais entre Brasil e Canadá, o Entrevistado 3 destaca: “O acordo comercial entre o Mercosul e Canadá está em andamento desde 2018, existe uma expectativa de que com a visita da embaixada do Canadá ao Brasil em maio deste ano, possa trazer novidades quanto ao acordo.”. De acordo com o entrevistado, o Acordo com o Mercosul teria um impacto positivo nas exportações que passariam a ter um perfil tarifário mais baixo e consequentemente quotas de exportações seriam excluídas e maior competitividade no mercado canadense.

As principais oportunidades para os empresários brasileiros estariam no setor de bebidas e alimentos. Sobre as oportunidades o entrevistado destaca: “O setor de alimentos apresenta um grande mercado, como o canadense é propenso a experimentar produtos o Brasil teria um excelente espaço a ser aproveitado.”. Com relação ao setor de bebidas, o entrevistado destaca que há um estudo em andamento e uma missão para fomentar as bebidas alcoólicas brasileiras no Canadá, o que pode desenvolver novos negócios. Seguindo sobre outra oportunidade o entrevistado comenta: “Os produtos orgânicos apresentam uma boa oportunidade para o Brasil por ter uma grande diversidade em frutas, são produtos de valores agregados com aceitação no mercado canadense.”.

As principais dificuldades encontradas pelo entrevistado, com relação ao comércio entre o Brasil e o Canadá são dificuldades na negociação, falta de conhecimento do mercado canadense e os custos para adequação dos produtos. O Entrevistado 3 relata: “O Brasil possui um jeito informal de negociar que é completamente diferente dos canadenses que são diretos ao assunto, isso pode atrapalhar na hora da negociação.”. Outro fator é a falta de conhecimento de mercado na qual o entrevistado ressalta: “O empresário brasileiro muitas vezes busca comercializar o mesmo produto exportado para outros países para o Canadá e isso é um erro muito sério.”. É necessário buscar uma adequação de mercado como a embalagem do produto. Com relação a adequação destaca: “Com a adequação das embalagens e demais fatores operacionais necessários para exportar geram um custo elevado que pode ser um desafio para o exportador”. O entrevistado ao final, comenta sobre como o Brasil foca suas exportações nos Estados Unidos que é uma grande economia global, porém ano após ano o Canadá tem se apresentado como um mercado de grande potencial e que merece visibilidade.

#### **4.3.4 Entrevista com a empresa de logística - Aplus Freight Forwarding**

A Aplus Freight Forwarding é uma empresa de transporte líder especializada em serviços de frete em todo o mundo. Com especialidade nos mercados, Brasil, México, Chile, Colômbia, Canadá e Estados Unidos, estabelecem uma forte conexão com a América do Sul e Norte. Entrevistado 4, residente em Surrey, Província de British Columbia no Canadá é proprietário e diretor da Aplus Freight Forwarding. Com

mais de 20 anos de experiência no ramo de agenciamento de cargas, contendo muito conhecimento e experiência na logística entre o Brasil e o Canadá.

Com relação aos desafios logísticos enfrentados para as exportações brasileiras para o Canadá, o Entrevistado 4 enfatiza: “É muito mais fácil importar para o Canadá do que ao contrário, exportar do Canadá para o Brasil”. Neste sentido, o entrevistado explica que um dos grandes desafios é a burocratização brasileira, na qual os países podem ter receio de comercializar devido a grandiosos procedimentos e prazos altos para liberação de cargas. Sobre os procedimentos de documentos, salienta que no Canadá existe facilitação nos processos, como no caso da liberação de carga, na qual pode ser realizada por uma pessoa física não precisando ser um despachante aduaneiro. O Entrevistado 4 comenta que a falta de um Acordo Comercial do Mercosul e Canadá acarreta maiores custos para as exportações brasileiras.

Acerca da rota logística utilizada para exportar do Brasil para o mercado canadense o Entrevistado 4 destaca: “Para os embarques a empresa costuma utilizar a Rota Santos-Filadélfia-Montreal”. O Canadá possui rotas ferroviárias que auxiliam na logística, mesmo tendo que a carga passar por duas aduaneiras é uma das melhores formas para o embarque marítimo, comenta. O Entrevistado 4 ressalta que ao utilizar a rota que inclui o canal do Panamá não é válido devido ao alto custo e demora da operação. Sobre os embarques aéreos destaca: “Existe uma parceria com as cargas aéreas da AirCanada, a qual possui voos diários para os principais aeroportos como Toronto, Montreal e Vancouver”. Os embarques aéreos são utilizados para mercadorias perecíveis e necessitam chegar em curto prazo. Existe um crescimento das exportações de peças de aviões na modalidade de transporte aéreo, conforme destaca: “Peças utilizadas para a manutenção de aviões são levadas em caráter de emergência e existe um crescimento deste tipo de embarque.

Sobre os produtos exportados o Entrevistado 4 ressalta já ter feito exportações de frutas: “Já realizamos exportações brasileiras de bananas congeladas”. O entrevistado comenta sobre como exportar uma fruta congelada pode auxiliar em um maior prazo de validade podendo essa modalidade ser mais utilizada para exportações de frutas brasileiras. Assim como, comenta sobre a diversidade de frutas brasileiras e como este setor poderia explorar mais o mercado canadense.

Para o Entrevistado 4, as perspectivas de mercado entre o Brasil e o Canadá são de crescimento e afirma: “Existe muito potencial no mercado canadense e o Brasil pode explorar isso”.

#### **4.3.5 Entrevista com a Best Deal Global Trader**

A empresa Best Deal Global Trade é uma empresa de representação comercial que visa apoiar os nossos clientes na construção e desenvolvimento das suas cadeias de abastecimento através da procura de novos produtos e/ou novos fornecedores no mercado local e global. A empresa conta com operação em Fortaleza no Brasil, assim como em Vancouver no Canadá. O entrevistado 5, é CEO da empresa com experiência de mais de 10 anos no comércio exterior.

O entrevistado comenta sobre a forte influência da imigração no Canadá, este fator proporciona um mercado diversificado. Com relação ao mercado canadense, destaca: “O Canadá é uma grande potência e permite abrir mercados para a Ásia.”. Por ser uma grande economia atrai investidores do mundo todo, exportar para o Canadá é ter essa visibilidade para outros países como o continente asiático comenta o entrevistado. Sobre os benefícios de exportar para o Canadá, comenta: “O comprador canadense dificilmente irá buscar o Brasil, mas está aberto a novos mercados, o que permite ao Brasil olhar para o Canadá e buscar a oportunidade”.

Sobre as tendências de exportações brasileiras, o Entrevistado 5 ressalta: “Houve um crescimento das relações comerciais entre o Brasil e o Canadá nos últimos anos, mas o mercado canadense ainda é pouco explorado pelos brasileiros.”. Para o mercado brasileiro, comenta sobre oportunidades: “O diversificado setor de frutas tem potencial no Canadá, as frutas têm uma taxa menor e o consumidor é aberto a experimentar novas frutas.”. Outro fator que o entrevistado comenta é que a fruta pode ser vendida com valor agregado, em especial as frutas orgânicas. Com relação ao setor de carnes, o Entrevistado 5 esclarece: “Apesar do Acordo de carnes bovinas e suínas havia uma expectativa maior das exportações brasileiras para o Canadá, mas ainda pode apresentar melhora”. O setor de máquinas e equipamentos, para o entrevistado pode ter crescimento, conforme comenta: “O setor de maquinário teve um aumento de mercado, e pode apresentar um potencial nas exportações assim como o setor de peças automotivas.”. Referente às exportações brasileiras de carne, comenta: “O setor de carnes agora com um Acordo de fomentação, não tende a

crescer tanto quanto o esperado, devido ser recente e haver outros concorrentes em potencial”. O entrevistado também comenta sobre a logística do produto de carne ser de alto custo e risco por ser perecível.

No que diz respeito aos principais desafios de exportar para o mercado canadense, o Entrevistado 5 ressalta: “A falta de um Acordo favorece o protecionismo nas exportações brasileiras, o alto custo logístico e a dificuldade em negociação com os canadenses são as principais barreiras comerciais”. A dificuldade em fazer negociações com os canadenses, foi citada pelo entrevistado.

As perspectivas de crescimento do comércio entre o Brasil e o Canadá, são ressaltadas: “O Brasil e o Canadá possuem suas similaridades de mercado como por exemplo a exportação de madeira na qual ambos são concorrentes. Assim, existem perspectivas de crescimento, mas também o Brasil sofre com as altas taxas de impostos”, comenta o Entrevistado 5. Acerca da negociação de um Acordo comercial entre o Mercosul e o Brasil, o entrevistado destaca: “O Brasil é altamente taxado por não ter um Acordo comercial o que reflete no aumento de preços dos produtos e às vezes perda de mercado. O Acordo seria muito importante neste sentido.”.

#### 4.4 ANÁLISE DA PESQUISA E ENTREVISTAS

Com base na pesquisa qualitativa, importantes aspectos do mercado canadense foram explorados pelos entrevistados abordados, contribuindo com os dados mercadológicos levantados ao longo deste capítulo. Assim, serão abordados os principais tópicos citados pelos entrevistados e pesquisados.

Quadro 12 – Tópicos mais citados pelos entrevistados sobre o mercado do Canadá

	Perspectiva de crescimento Brasil-Canadá	Diversidade do mercado Canadense	Mercado canadense: acesso à novos mercados	Importância de participar em feiras no Canadá
Entrevistado 1	X		X	X
Entrevistado 2	X			
Entrevistado 3	X	X	X	X
Entrevistado 4	X	X		
Entrevistado 5	X	X	X	

Fonte: elaborado pela autora com dados coletados dos entrevistados.

O Quadro 12 apresenta as perspectivas de crescimento das relações comerciais entre Brasil e o Canadá, além de dados estatísticos também foram altamente afirmadas pelos entrevistados. Entre os aspectos que influenciam este crescimento está a diversidade do mercado canadense, citada pelos entrevistados é apresentada também ao longo da pesquisa, e relaciona a imigração como um dos fatores de impacto. A junção de diversas culturas no Canadá, permite que ao exportar para o Canadá o Brasil tenha oportunidade de comercializar com novos mercados internacionais.

Conforme apontado pelos entrevistados existe maior facilidade de abrir mercado no Oriente Médio, fortemente presente no Canadá. Para adentrar ao mercado canadense, um aspecto interessante comentado pelo Entrevistado 1 e Entrevistado 3 é a participação em feiras e eventos no mercado canadense. Segundo os entrevistados é através das feiras que os brasileiros podem ter visibilidade de seus produtos e importantes negociações.

Sobre as principais oportunidades apresentadas pelos entrevistados, ocorreu similaridade com a pesquisa realizada.

Quadro 13 – Principais tópicos citados pelos entrevistados com relação às oportunidades de exportações brasileiras para o Canadá

	Frutas	Maquinários e equipamentos	Peças de aviões	Alimentos e bebidas em Geral	Carnes e suas miudezas
Entrevistado 1	X			X	
Entrevistado 2	X				X
Entrevistado 3	X		X	X	X
Entrevistado 4	X		X		
Entrevistado 5	X	X			X

Fonte: elaborado pela autora com dados coletados dos entrevistados.

O Quadro 13 apresenta os principais tópicos citados pelos entrevistados quando questionados sobre as oportunidades de expansão das exportações brasileiras para o Canadá.

As frutas brasileiras foram citadas por todos os entrevistados como um produto em potencial de aumento das exportações, em concordância com a pesquisa apresentada. A grande diversidade de frutas brasileiras, mesmo que exportadas com

o modal aéreo e terem um valor agregado, fazem parte da tendência de consumo de alimentos saudáveis evidenciada no perfil do consumidor no Canadá. O setor de maquinário e equipamentos citado pelo Entrevistado 5, apresenta oportunidade e a pesquisa obteve dados estatísticos que também demonstram capacidade de crescimento, considerando a alta aceitação de tecnologias no mercado canadense.

Acerca de aviões e suas peças, apresenta grande participação na balança comercial Brasileira com o Canadá, podendo obter crescimento comercial. Para os entrevistados 1 e 3, os alimentos e bebidas em geral teriam oportunidades no mercado canadense principalmente pela grande variedade encontrada nos produtos brasileiros. Com relação às bebidas, existe projeto de fomentação do setor de bebidas alcoólicas brasileiras para iniciar as exportações, conforme citado pelo Entrevistado 1.

O setor de carnes e suas miudezas foram citados pelos entrevistados com possibilidade de crescimento. Para os entrevistados 2 e 5, existe muita dificuldade com a logística e riscos nas exportações de carnes, além do Acordo entre o Brasil e o Canadá não ter apresentado tantos aumentos nas exportações de carne suína e bovina. Apesar dos contrapontos em comparação com anos anteriores na balança comercial, carnes e suas miudezas tiveram um aumento das exportações, em especial carnes bovinas e suínas que anteriormente não eram exportadas para o Canadá.

Apesar dos entrevistados não terem citado o mel como oportunidade para o mercado brasileiro, o estudo da Câmara de Comércio Brasil-Canadá em parceria com o Consulado Geral do Brasil em Montreal (CCBC, 2022b) realizou um estudo de mercado afirmando potencial de expansão das exportações de mel para o Canadá. Atualmente, o Brasil ocupa o 2º lugar no ranking das exportações de mel e existe mercado para a expansão das exportações brasileiras de mel, que é considerado um produto de alto consumo no Canadá.

As exportações brasileiras para o Canadá enfrentam desafios para adentrar no mercado.

Quadro 14 – Principais desafios enfrentados pelas exportações brasileiras no Canadá

	Ausência de um Acordo Comercial com Canadá	Burocracia Brasileira	Falta de conhecimento de mercado	Custos com a logística	Negociação Comercial
Entrevistado 1	X		X	X	
Entrevistado 2	X	X		X	X
Entrevistado 3	X		X		X
Entrevistado 4	X	X			
Entrevistado 5	X				X

Fonte: elaborado pela autora com dados coletados dos entrevistados.

O Quadro 15 apresenta os principais desafios enfrentados pelas exportações brasileiras no Canadá. A ausência de um Acordo comercial do Mercosul com o Canadá é o principal desafio, com unanimidade entre os entrevistados, tendo impacto no aumento de custos para as exportações brasileiras. O fato de não ter um Acordo do Mercosul com o Canadá impacta os produtos brasileiros, aumentando os custos de impostos, além de alguns terem quotas de exportação. Atualmente o Acordo está em negociações e existe uma expectativa de ser assinado em breve conforme citado pelo Entrevistado 3. Outro desafio é a burocracia brasileira, que influencia quando países pretendem comercializar entre si. O Entrevistado 5 cita que receber a mercadoria no Canadá e a documentação das exportações são muito mais facilitadas no Canadá do que no Brasil. Além disso, a burocracia é vista como uma barreira para países que querem comercializar com o Brasil. Segundo Entrevistado 2, o Brasil possui processos muito demorados e documentações burocráticas que impactam em uma grande burocracia no comércio exterior. O impacto da burocracia aumenta os custos logísticos, que são apontados como desafios pelos entrevistados 1 e 2.

As diferenças culturais entre o Brasil e o Canadá são evidenciadas na negociação comercial entre os países. No Quadro 14 os entrevistados 3 e 5, apresentam a negociação como um desafio. O canadense é direto aos assuntos de negócios e o brasileiro ainda apresenta uma negociação informal com assuntos fora da pauta.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo abordou o comércio bilateral entre Brasil e Canadá, com ênfase nas exportações brasileiras. O crescimento das transações comerciais do Brasil com o país norte-americano indica uma tendência de mercado e destaca benefícios significativos para a expansão das exportações brasileiras. Para atingir o objetivo de identificar setores promissores que possam interessar ao mercado brasileiro, elaborou-se objetivos específicos. Neste capítulo, é analisado o cumprimento de cada um desses objetivos a partir dos resultados do presente estudo.

O primeiro objetivo específico, que relaciona as teorias do comércio internacional e os fatores condicionantes, permitiu a compreensão das relações comerciais entre países. Essa análise demonstrou que o Brasil e o Canadá se beneficiam mutuamente por meio de suas trocas comerciais, o que oferece oportunidades para explorar suas respectivas vantagens competitivas e ampliar o acesso a uma ampla variedade de bens e serviços.

O segundo objetivo específico, que se concentra nas análises das relações comerciais entre o Brasil e o Canadá, é respaldado com a apresentação da balança comercial e ranking dos principais produtos. Esses números evidenciam um crescimento nas relações comerciais, tanto nas exportações como nas importações com o Canadá, refletindo uma maior colaboração comercial entre os dois países. Esse crescimento também aponta para oportunidades adicionais de explorar o mercado canadense.

O terceiro objetivo específico abrange os aspectos do mercado canadense e suas oportunidades para as exportações brasileiras. A pesquisa incluiu uma análise da literatura respaldada por dados estatísticos, que destacou os principais fatores relacionados ao mercado do Canadá. Estes fatores incluem o alto volume de importações canadenses, a elevada taxa de imigração, a abertura tecnológica, a preocupação com a sustentabilidade nos produtos e as diferentes leis provinciais. Considerando o estudo prévio das relações econômicas entre Brasil e o Canadá, apresenta-se oportunidades no segmento de frutas, mel, carnes e suas miudezas, bem como máquinas e equipamentos.

O quarto objetivo deste estudo envolveu entrevistas com profissionais atuantes no comércio entre o Brasil e o Canadá. As entrevistas, realizadas com perguntas semiestruturadas, abordaram perspectivas comerciais, desafios e

oportunidades nesse mercado. Os entrevistados expressaram otimismo quanto ao crescimento das relações comerciais entre o Brasil e o Canadá. Em relação às oportunidades, suas visões coincidiram com as identificadas na pesquisa, com destaque para a expansão no setor de alimentos e bebidas brasileiras. Quanto aos desafios, mencionaram a falta de conhecimento no mercado canadense e as dificuldades em negociar, atribuindo negociações, em parte, às diferenças culturais. Todos os entrevistados ressaltaram a importância do Acordo Comercial em negociação entre o Canadá e o Mercosul, destacando seu potencial impacto na redução de custos e na facilitação das operações comerciais.

Portanto, este estudo forneceu uma análise das relações econômicas entre o Brasil e o Canadá, destacando novas oportunidades. A pesquisa enriqueceu a compreensão sobre o comércio internacional e a análise de mercado. As entrevistas foram particularmente valiosas, proporcionando uma experiência enriquecedora e compartilhando conhecimentos que contribuíram significativamente para o crescimento, tanto no âmbito pessoal quanto profissional. Ressalta-se a importância de visualizar o Canadá como um potencial e buscar oportunidades comerciais, preparando-se para que, quando houver um Acordo Comercial entre Mercosul e Canadá. Isso permitirá que o mercado brasileiro esteja estrategicamente posicionado para expandir suas exportações e aumentar sua presença no mercado com maior facilidade, quando essa oportunidade se concretizar.

## 5.1 LIMITAÇÕES DO TRABALHO E SUGESTÕES DE ESTUDOS FUTUROS

Embora tenha suas contribuições, o presente estudo também apresenta algumas limitações que devem ser levadas em consideração ao interpretar os resultados obtidos. A primeira limitação é relacionada à disponibilidade de conteúdo sobre as relações comerciais brasileiras com o mercado canadense. Durante a pesquisa, percebeu-se a escassez de artigos científicos e materiais recentes para englobar o estudo. A Câmara de Comércio Brasil-Canadá desenvolveu um importante papel, sendo praticamente o único veículo de compartilhamento de notícias do comércio entre os dois países atuais.

Outra limitação está relacionada à abordagem de coleta de dados adotada, que se baseou em entrevistas com os atuantes no comércio entre Brasil e Canadá. Embora esse método seja amplamente reconhecido por sua eficácia na obtenção de

informações qualitativas, é imperativo reconhecer que as respostas dos entrevistados podem estar sujeitas a viés individual e, portanto, podem não representar de maneira completa a realidade. É importante notar que as percepções dos entrevistados podem ser subjetivas e influenciadas por suas experiências pessoais. Além disso, conciliar as agendas para realizar as entrevistas via Google Meet, também foram desafiadoras levando em consideração a diferença de fuso horário dos entrevistados.

No que se refere às entrevistas, uma limitação observada foi a tendência das respostas generalizadas ao abordar sobre as oportunidades de mercado. Quando questionados sobre uma seção específica, os entrevistados frequentemente afirmavam que havia oportunidades, no entanto, sem uma pesquisa prévia, essas oportunidades poderiam ser subestimadas ou insuficientemente exploradas.

Nesse sentido, estudos futuros podem contemplar a integração de métodos adicionais, incluindo a coleta de dados quantitativos e qualitativos, com o intuito de obter uma visão mais abrangente do tema. Importante destacar que o presente estudo buscou analisar as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá e identificar oportunidades para as expansões brasileiras. Além disso, as oportunidades identificadas para as exportações brasileiras no mercado canadense podem ser pesquisadas separadamente buscando aprofundar a análise e englobar mais tópicos relacionados à seção.

Assim, ao ultrapassar essas limitações e expor o conhecimento sobre o tema, futuras pesquisas poderão contribuir de forma significativa para a compreensão e visibilidade das oportunidades no mercado canadense, fornecendo insights valiosos para o meio acadêmico e empresarial, tornando as exportações brasileiras competitivas neste mercado.



## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Flávia Regina Costa Ramos. O caso Bombardier versus Embraer: análise crítica do emprego da retaliação no seio do sistema de solução de controvérsias da OMC. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 12, n. 1514, ago. 2007. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/10318>. Acesso em: 28 maio 2023.
- ALVES, Elisangela Souza; TREVISAN, Rosaldo; DO VALLE, Maurício Dalri Timm. A Criação da OMC e a importância do seu órgão de solução de controvérsias. **Revista do Mestrado em Direito da Universidade Católica de Brasília**, Brasília, v. 14, n. 2, p. 81-104, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/rvmd/article/view/13983>. Acesso em: 30 abr. 2023.
- APEX BRASIL. **Máquinas e equipamentos**. 2021. Disponível em: <http://www.apexbrasil.com.br/maquinas-e-equipamentos>. Acesso em: 23 out. 2023.
- APEX BRASIL. **Perfil País Canadá**. 2022. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/estudos/perfil-pais-canada.html>. Acesso em: 12 set. 2023.
- ASSELIN, Gabrielle; BILODEAU, Howard. **Changes in the e-commerce strategies of Canadian businesses during the COVID-19 pandemic**. 29 Nov. 2022. Disponível em: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2022001/article/00012-eng.htm>. Acesso em: 14 set. 2023.
- BADO, Álvaro Roberto Labrada. Das vantagens comparativas à construção das vantagens competitivas: uma Resenha das Teorias que Explicam o Comércio Internacional. **Revista de Economia e Relações Internacionais/Faculdade de Economia da Fundação Armando Alvares Penteado**, São Paulo, v. 3, n. 5, p. 5-20, 2004.
- BALTAR, Ciro Fernandes Rodrigues. Análise crítica e comparativa entre as medidas de salvaguarda e as de antidumping previstas no GATT. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 16, n. 2858, abr. 2011. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/18997>. Acesso em: 28 maio 2023.
- BANCO SANTANDER. **Canadá**: alcance do cliente. 2023a. Disponível em: <https://santandertrade.com/pt/portal/analise-os-mercados/canada/alcançar-o-consumidor>. Acesso em: 3 set. 2023.
- BANCO SANTANDER. **Canadá**: introdução. 2023b. Disponível em: <https://santandertrade.com/pt/portal/analise-os-mercados/canada/introducao>. Acesso em: 3 set. 2023.
- BANCO SANTANDER. **Canadá**: visão geral política e econômica. 2023c. Disponível em: <https://santandertrade.com/pt/portal/analise-os-mercados/canada/economica-e-politica>. Acesso em: 3 set. 2023.

BANCO SANTANDER. **Dados de comércio exterior do Canadá.** 2023d. Disponível em: <https://santandertrade.com/pt/portal/analise-os-mercados/canada/valores-do-comercio>. Acesso em: 3 set. 2023.

BBC NEWS. **Conheça os países mais conectados do mundo.** 14 jul. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-48877552>. Acesso em: 18 set. 2023.

BOUÇAS, Fábio. Exportações de frutas frescas promete fechar bem 2022, mas não supera marca alcançada em 2021. **Revista Cultivar**, 17 nov. 2022. Disponível em: <https://revistacultivar.com.br/noticias/exportacoes-de-frutas-frescas-promete-fechar-bem-2022-mas-nao-supera-marca-alcancada-em-2021>. Acesso em: 10 out. 2023.

BRASIL. Ministério da Economia. **MERCOSUL – Mercado Comum do Sul.** [202-]. Disponível em: <http://mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/negociacoes-internacionais/799-mercosul-mercado-comum-do-sul>. Acesso em: 3 jun. 2023.

BRASIL. Ministério da Economia. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Confira o resultado da Balança Comercial brasileira de 2022.** 2 jan. 2023a. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2023/janeiro/Balanca2022.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023.

BRASIL. Ministério da Economia. **Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM.** 2020. Disponível em: <http://mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/contatos/9-assuntos/categ-comercio-exterior/343-certificado-form-13>. Acesso em: 3 jun. 2023.

BRASIL. Ministério da Economia. Secretaria de Comércio Exterior. **Estudo de Impacto: Acordo de Livre Comércio Mercosul-Canadá.** Brasília, maio 2022a. Disponível em: <https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/comercio-exterior/publicacoes-secex/serie-acordos-comerciais/arquivos/canada-estudo-de-impacto.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2023.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Acordos sobre Antidumping, Subsídios e Salvaguardas.** 23 jan. 2023b. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/delbrasomc/brasil-e-a-omc/acordos-sobre-antidumping-subsidios-e-salvaguardas>. Acesso em: 27 maio 2023.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Fundo Monetário Internacional – FMI.** 26 jan. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/assuntos-economicos-internacionais/cooperacao-internacional/fundo-monetario-internacional-2013-fmi>. Acesso em: 25 abr. 2023.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Rodadas de Negociações.** 18 mar. 2016. Disponível em: <https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/comercio-exterior/negociacoes-internacionais/omc-organizacao-mundial-do-comercio/omc-rodadas-de-negociacoes>. Acesso em: 20 maio 2023.

BRASIL. Secretaria de Comércio Exterior. **Canadá vai abrir mercado para importação de carne bovina e suína do Brasil**. 15 mar. 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/agricultura-e-pecuaria/2022/03/canada-vai-abrir-mercado-para-importacao-de-carne-bovina-e-suina-do-brasil>. Acesso em: 18 out. 2023.

BRASIL. Siscomex. **Barreiras Comerciais**. 8 mar. 2022c. Disponível em: <https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportar/identificando-mercados-1/barreiras-comerciais>. Acesso em: 25 maio 2023.

BREANCINI NETO, Pedro. **Exportações Brasileiras de Produtos de Confeitaria Sem Cacau**: uma análise do período de 2010-2019. 2022. 59 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2022.

BUSINESS DEVELOPMENT BANK OF CANADA – BDC. **5 Must-watch trends: shaping the future of Canadian business**. 2022. Disponível em: [https://www.bdc.ca/globalassets/digizuite/10508-infographic\\_five\\_must-watch\\_trends.pdf](https://www.bdc.ca/globalassets/digizuite/10508-infographic_five_must-watch_trends.pdf). Acesso em: 18 set. 2023.

CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ – CCBC. **Como exportar para o Oeste do Canadá**. Montreal: CCBC, 2022a.

CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ – CCBC. **Mel no Canadá**: oportunidades para exportadores brasileiros. Montreal: CCBC/Consulado Geral do Brasil em Montreal, 2022b.

CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ – CCBC. **Quick Trade Facts**. [202-]. Disponível em: <https://ccbc.org.br/camara-comercio-brasil-canada/publicacoes/quick-trade-facts/quick-trade-facts-4o-trimestre-2022/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ – CCBC. **Relação Bilateral**. 2022c. Disponível em: <https://ccbc.org.br/camara-comercio-brasil-canada/sobre/estatisticas-gerais/>. Acesso em: 22 mar. 2023.

COMEX STAT. **Comex Vis**. Governo Federal, Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, [2023]. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>. Acesso: 1 jun. 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. **Canadá é uma potência para os negócios, mas é preciso visão para conquistá-lo**. 30 nov. 2020. Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/especiais/canada-e-uma-potencia-para-os-negocios-mas-e-preciso-visao-para-conquista-lo/>. Acesso em: 24 out. 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. **Manual sobre barreiras comerciais e aos investimentos**. Brasília: CNI, 2017. Disponível em: <http://www.apexbrasil.com.br/uploads/cliq%20aqui.pdf>. Acesso em: 22 maio 2023.

DIAS, Reinaldo; RODRIGUES, Waldemar (org.). **Comércio exterior: teoria e gestão**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

EDUCAPOINT. **Exportação de carne para o Canadá: qual o impacto para a economia brasileira?** 8 abr. 2022. Disponível em: <https://www.educapoint.com.br/blog/pecuaria-corte/abertura-canada-exportacoes-carne/>. Acesso em: 23 out. 2023.

ESTADÃO CONTEÚDO. Burocracia trava comércio exterior, diz estudo da CNI. **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, 22 maio 2018. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2018/05/burocracia-trava-comercio-exterior-diz-estudo-da-cni.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2017. ISBN 9788502636552.

FAZCOMEX. **Sistema Harmonizado – SH: o que é**. 8 jul. 2021. Disponível em: <https://www.fazcomex.com.br/ncm/sistema-harmonizado-sh-o-que-e/>. Acesso em: 3 jun. 2023.

GERVASONI, Vinicius Chunques; KUBO, Edson Keyso de Miranda; FARINA, Milton Carlos. Distância psíquica no processo de internacionalização: a percepção dos expatriados brasileiros. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 57-77, set./dez. 2014. Disponível em: <https://internext.emnuvens.com.br/plugins/generic/pdfJsViewer/pdf.js/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2Finternext.emnuvens.com.br%2Finternext%2Farticle%2Fdownload%2F193%2F207%2F601>. Acesso em: 5 jun. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GOVERNMENT OF CANADA. **2021 Canadian ICT Sector Profile**. 17 Aug. 2022a. Disponível em: <https://ised-isde.canada.ca/site/digital-technologies-ict/en/canadian-ict-sector-profile>. Acesso em: 20 set. 2023.

GOVERNMENT OF CANADA. Canada Border Services Agency. **General Rules for the Interpretation of the Harmonized System**. 1 Apr. 2021. Disponível em: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2021/html/rules-regles-3-eng.html>. Acesso em: 28 set. 2023.

GOVERNMENT OF CANADA. **Canada's Innovation Strengths and Priorities**. 21 Nov. 2019. Disponível em: <https://www.tradecommissioner.gc.ca/innovators-innovateurs/strategies.aspx?lang=eng>. Acesso em: 23 set. 2023.

GOVERNMENT OF CANADA. **Guide: Spotlight on Social Responsibility**. 14 Mar. 2023a. Disponível em: [https://www.tradecommissioner.gc.ca/guides/spotlight-pleins\\_feux/spotlight\\_social\\_responsability\\_guide-guide\\_plein\\_feux\\_responsabilite\\_sociale.aspx?lang=eng](https://www.tradecommissioner.gc.ca/guides/spotlight-pleins_feux/spotlight_social_responsability_guide-guide_plein_feux_responsabilite_sociale.aspx?lang=eng). Acesso em: 25 set. 2023.

GOVERNMENT OF CANADÁ. **Provincial and territorial**. 6 Sept. 2022b. Disponível em: <https://www.canada.ca/en/intergovernmental-affairs/services/provinces-territories.html>. Acesso em: 10 set. 2023.

GOVERNMENT OF CANADA. **Report – Trade data online**. [202-]. Disponível em: <https://www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?grouped=INDIVIDUAL&searchType=BL&naArea=9999&countryList=DET&toFromCountry=CDN&reportType=TI&customYears=2021&timePeriod=%7CCustom+Years&currency=US&productType=HS6&hSelectedCodes=%7C8&runReport=true>. Acesso em: 15 out. 2023.

GOVERNMENT OF CANADA. **State of Trade 2023: Inclusive Trade**. 2023b. Disponível em: <https://www.international.gc.ca/transparency-transparence/state-trade-commerce-international/2023.aspx?lang=eng>. Acesso em: 16 set. 2023.

HIGA, Carlos César. **Mercantilismo**. c2023. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/mercantilismo.htm>. Acesso em: 23 abr. 2023.

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica: Competitividade e globalização: Conceitos**. Tradução de Priscilla Rodrigues da Silva e Lopes. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2020. Título original: Strategic management: Competitiveness & globalization.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. **Visão Geral da Conjuntura**. 2023. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/category/sumario-executivo/>. Acesso em: 16 mar. 2023.

KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice; MELITZ, Marc J. **Economia Internacional**. Tradução de Ana Julia Perrotti-Garcia. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Título original: International economics: theory and policy. ISBN: 978-85-430-0452-5.

LIMA, Miguel; SILBER, Simão D.; VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval de. **Manual de comércio exterior e negócios internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2017. ISBN 9788547218485.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina da Silva. **Metodologia científica**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. ISBN 9788595029576.

LUZ, Rodrigo. **Relações econômicas internacionais e comércio internacional**. 4. ed. São Paulo: Forense, 2015. ISBN 978-85-309-6580-8.

MACHADO, Marlon Wander; MATSUSHITA, Thiago Lopes. Globalização e Blocos econômicos. **Revista Direito Internacional e Globalização Econômica**, São Paulo, v. 1, n. 1-ext, p. 118-125, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/DIGE/article/view/42353>. Acesso em: 30 maio 2023.

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2020. ISBN 978-85-970-2363-3.

MARIANO, Karina Lilia Pasquariello; MATTOS, Angelo Raphael; SUGAHARA, Daniela Rodrigues. Do NAFTA ao USMCA: Trump e os interesses nacionais. **Perspectivas**, São Paulo, v. 54, p. 235-260, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/perspectivas/article/view/15215/10904>. Acesso em: 2 jun. 2023.

MARTINS, João. **Comércio entre Brasil e Canadá mantém tendência de alta no primeiro semestre de 2023**. Câmara de Comércio Brasil-Canadá, 28 ago. 2023. Disponível em: <https://ccbc.org.br/publicacoes/noticias-ccbc/comercio-entre-brasil-e-canada-mantem-alta/>. Acesso em: 21 out. 2023.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN 9788597008821.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 978-85-97-00881-4.

MESQUITA, Paulo Estivallet de. **A Organização Mundial do Comércio**. Brasília: FUNAG, 2013. ISBN 978-85-7631-472-1.

NASCIMENTO, Fábio; PREGARDIER JÚNIOR, Dilmar. A evolução do modelo gravitacional na economia. **Revista Saber Humano**, Recanto Maestro, n. 3, p. 163-175, 2013. Disponível em: <https://saberhumano.emnuvens.com.br/sh/article/view/45/47>. Acesso em: 5 jun. 2023.

PERFIL DA INDÚSTRIA BRASILEIRA. **Comércio Exterior**. 2021. Disponível em: <https://industriabrasileira.portaldaindustria.com.br/grafico/total/exportacoes/#!/industria-total>. Acesso em: 25 mar. 2023.

PINHEIRO, Armando Castelar; FRISCHTAK, Cláudio Roberto. Os gargalos da infraestrutura de transportes e suas soluções. **Conjuntura Econômica/FGV**, Rio de Janeiro, v. 68, n. 5, p. 45, mai. 2014. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rce/article/view/31730>. Acesso em: 5 jun. 2023.

PRITZKE, Rogerio. **O Canadá é mercado promissor para exportação de frutas brasileiras**. Abrafrutas, 21 maio 2021. Disponível em: <https://abrafrutas.org/2021/05/canada-e-mercado-promissor-para-exportacao-de-frutas-brasileiras/>. Acesso em: 16 out. 2023.

RÊGO, Elba Cristina Lima. Do Gatt a OMC: O que mudou, como funciona e para onde caminha o sistema multilateral de comércio. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 6, p. 3-22, dez. 1996. Disponível em: [https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/11014?&locale=pt\\_BR](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/11014?&locale=pt_BR). Acesso em: 16 maio 2023.

ROYAL BANK OF CANADA. **Canada: Economic and Political Overview**. 2023. Disponível em: <https://rbcglobalconnect.rbc.com/en/resources/explore-new-markets/country-profiles/canada/political-outline>. Acesso em: 15 set. 2023.

SEGRE, German (org.). **Manual prático de comércio exterior**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 978-85-97-01738-0.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Pesquisa Sebrae traz a percepção dos empresários sobre a exportação**. 23 mar. 2023. Disponível: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-sebrae-traz-a-percepcao-dos-empresarios-sobre-a-exportacao>. Acesso em: 22 out. 2023.

SILVA, Rodilson. **Análise PESTEL: ferramenta estratégica**. 7 dez. 2020. Disponível em: <https://guiacorporativo.com.br/analise-pestel-ferramenta-estrategica/>. Acesso em: 2 set. 2023.

SISCARO, Sérgio. **Canadá abre oportunidades para carne brasileira**. Câmara de Comércio Brasil-Canadá, 28 mar. 2022. Disponível em: <https://ccbc.org.br/publicacoes/noticias-ccbc/canada-abre-oportunidades-para-carne-brasileira/>. Acesso em: 20 out. 2023.

SOUSA, José Manuel Baptista Meireles de. **Fundamentos do Comércio Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2013. ISBN 978-85-02-10096-1.

SOUZA, Ana Clara Aparecida Alves de *et al.* **Identificação e análise de oportunidades nacionais e internacionais**. Porto Alegre: Sagah, 2020. ISBN 9786556900926.

STATISTICS CANADA. **Canadian international merchandise trade: Annual review 2022**. 9 May 2023. Disponível em: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/230509/dq230509a-eng.htm>. Acesso em: 10 out. 2023.

TFO CANADÁ. **Acesso Canadá: Um Guia sobre Exportação para o Canadá**. 2020. Disponível em: [https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/invest-export-brasil/exportar/conheca-os-mercados/como\\_exportar\\_privado/como-exportar.pdf/canada.pdf](https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/invest-export-brasil/exportar/conheca-os-mercados/como_exportar_privado/como-exportar.pdf/canada.pdf). Acesso em: 15 set. 2023.

TRIPOLI, Ângela Cristina Kochinski; PRATES, Rodolfo Coelho. **Comércio Internacional: teoria e prática**. Curitiba: Intersaberes, 2016. ISBN: 978-85-5972-081-5.

VALÉRIO. Marco Aurélio Gumieri. Organização Mundial do Comércio: Novo ator na esfera internacional. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, ano 46, n. 184, p. 121-129, out./dez. 2009. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/194952/000881710.pdf?sequen ce=3&isAllowed=y>. Acesso em: 28 abr. 2023.

VAZQUEZ, José Lopes. **Comércio exterior brasileiro**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2015. ISBN 978-85-224-9867-3.

## **APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O CONSULADO DO BRASIL EM VANCOUVER E CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ**

Acadêmica: Milena Kerber Machado

Curso: Administração

Universidade: UCS (Universidade de Caxias do Sul)

Desde 2016, as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá têm mostrado dados consistentes e promissores. O Canadá se destaca como um dos 15 principais destinos das exportações brasileiras, evidenciando o potencial e a oportunidade de fortalecer ainda mais essa relação comercial. O presente trabalho tem como objetivo analisar as relações comerciais entre os dois países, com foco específico nas exportações brasileiras para o Canadá. Pretende-se identificar novas oportunidades de exportação para empresas brasileiras e examinar as tendências de mercado entre os dois países. Para compreender o panorama atual das relações comerciais entre os dois países, é fundamental buscar informações junto aos órgãos governamentais envolvidos e analisar suas perspectivas diante desse tema. Isso permitirá obter uma visão mais abrangente das políticas e diretrizes adotadas, assim como das expectativas e planos de ambos os governos em relação à comercialização entre o Brasil e o Canadá.

- a) Qual é o número atual de empresas brasileiras que exportam para o Canadá?
  
- b) Quais são as principais regiões ou mercados canadenses em que as empresas brasileiras têm maior presença?
  
- c) Quais são as principais políticas e estratégias adotadas pelo governo brasileiro para fortalecer as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá?
  
- d) Como a autoridade governamental brasileira avalia o atual estado das relações comerciais entre o Brasil e o Canadá e quais são os principais desafios enfrentados?
  
- e) Quais são as áreas de cooperação prioritárias identificadas pelo governo brasileiro para promover o comércio bilateral com o Canadá?

f) As exportações brasileiras para o Canadá em sua maioria é composta pelo setor de transformação. Existe algum projeto de fomento das exportações dos setores agrícolas e de indústria extrativa?

g) Quais medidas estão sendo tomadas para reduzir barreiras comerciais e burocráticas entre os dois países?

h) Existem programas de apoio às empresas interessadas em expandir seus negócios nos dois países? Quais podem ser citados?

i) Quais são as perspectivas futuras para o aprofundamento das relações comerciais entre o Brasil e o Canadá? Existem negociações em curso para a assinatura de acordos comerciais bilaterais?

## **APÊNDICE B – ENTREVISTA COM EMPRESA DE LOGÍSTICA COM OPERAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL E CANADÁ**

Acadêmica: Milena Kerber Machado

Curso: Administração

Universidade: UCS (Universidade de Caxias do Sul)

O Brasil e o Canadá têm construído relações comerciais sólidas desde 2016, e o Canadá se destaca como um dos principais destinos das exportações brasileiras, figurando entre os 15 principais países receptores dessas exportações. Esse contexto reflete um crescimento significativo nas operações comerciais entre ambos os países. Diante disso, o objetivo deste estudo é identificar novas oportunidades de expansão das exportações brasileiras para o mercado canadense. Reconhecendo o papel crucial do setor logístico nessas operações, é fundamental compreender o seu funcionamento e impacto nesse contexto.

- a) Quais são os principais desafios logísticos enfrentados ao transportar mercadorias entre o Brasil e o Canadá?
  
- b) Quais são os modais de transporte mais utilizados para as operações de logística entre os dois países? Existe algum modal específico que seja mais vantajoso para determinados tipos de carga?
  
- c) Como a empresa lida com as questões regulatórias e aduaneiras relacionadas ao transporte de mercadorias entre o Brasil e o Canadá?
  
- d) Quais são os procedimentos e documentações necessárias para garantir uma operação de logística eficiente entre os dois países?
  
- e) Quais são as principais rotas e corredores logísticos utilizados para otimizar o transporte de mercadorias entre os dois países?
  
- f) Quais os custos relacionados aos modais de transporte escolhidos para operação de exportação brasileira para o Canadá?

g) Quais as principais peculiaridades e cuidados que devem ser observados pelo exportador brasileiro ao comercializar com Canadá?

h) Quais são as expectativas de crescimento e as perspectivas para as operações de logística entre os dois países nos próximos anos?

## APÊNDICE C – ENTREVISTA COM EMPRESA TRADER COM OPERAÇÕES ENTRE BRASIL E CANADÁ

Acadêmica: Milena Kerber Machado

Curso: Administração

Universidade: UCS (Universidade de Caxias do Sul)

Nos últimos anos, as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá têm se mostrado promissoras e consistentes, proporcionando uma excelente oportunidade para as empresas brasileiras que já exportam para o Canadá. O Canadá se destaca como um dos principais destinos das exportações brasileiras, demonstrando um mercado favorável e com grande potencial de crescimento para essas empresas. Diante desse cenário, o objetivo deste estudo é realizar uma análise aprofundada das relações comerciais entre os dois países, com foco específico nas exportações brasileiras para o mercado canadense. Buscamos identificar novas oportunidades e tendências de mercado que possam impulsionar a expansão dos negócios, fornecendo insights valiosos para as empresas brasileiras aproveitarem ao máximo o potencial do mercado canadense e fortalecerem ainda mais suas operações de exportação. Dessa forma, corroborando para o entendimento das relações comerciais entre os Brasil e Canadá, é essencial buscar empresas *trader* com experiência de atuação com os dois países para aprimorar este estudo.

- a) Qual é a origem da empresa de trading e como é estruturada atualmente?
- b) Quais são as demandas e preferências do mercado canadense em relação a qualidade, sustentabilidade ou outros atributos dos produtos brasileiros?
- c) Quais são as tendências do mercado canadense em relação a produtos inovadores, orgânicos, saudáveis ou sustentáveis, e como a empresa trader pode capitalizar essas tendências?

d) Como a empresa avalia a relação entre o mercado canadense e os fatores que influenciam sua dinâmica, como políticas governamentais, demanda do mercado e concorrência?

e) Quais são os principais desafios enfrentados pela empresa ao exportar para o Canadá?

f) Quais são os principais concorrentes no mercado canadense para os produtos brasileiros, e como pode-se destacar-se nesse cenário competitivo?

g) Quais são as principais oportunidades de expansão que o Brasil poderia aproveitar no mercado canadense?

h) Quais as perspectivas de crescimento das relações comerciais entre Brasil e Canadá?

## ANEXO A – AUTORIZAÇÃO DO SETOR DE PROMOÇÃO COMERCIAL DO CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM VANCOUVER, NO CANADÁ

### Autorização de divulgação da entrevista da funcionária do Setor de Promoção Comercial do Consulado-Geral do Brasil em Vancouver, no Canadá, para Realização do TCC II

A funcionária Nathalie Padovani Steffen do setor de Promoção Comercial do Consulado-Geral do Brasil em Vancouver, situado na rua Melville número 1111, na cidade de Vancouver, província da Colúmbia Britânica, autoriza a Sra. Milena Kerber Machado a utilizar os dados referentes a entrevista sobre as perspectivas de exportação entre o Brasil e o Canadá, para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), seguindo as condições abaixo estabelecidas.

1) Extensão dos dados (especificar detalhadamente quais dados)

Entrevista com dados sobre as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá, desafios encontrados, perspectivas comerciais e oportunidades para as exportações brasileiras.

2) Uso do nome da funcionária no texto do Trabalho de Conclusão de Curso II.

( x ) A funcionária permite que seu nome seja informado no texto do TCC II.

( ) A funcionária requer que seu nome seja omitido no texto do TCC II, devendo ser usado um nome fictício.

3) Disponibilização do Trabalho de Conclusão de Curso II junto a biblioteca da UCS.

( x ) Aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

( ) Não aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

4) Divulgação do estudo em congressos/revistas

( x ) Aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

( ) Não aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.



Assinatura da funcionária do Setor de Promoção Comercial do Consulado-Geral do  
Brasil em Vancouver-Canadá



## ANEXO B – AUTORIZAÇÃO DO SETOR DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO DA CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-CANADÁ

Autorização da divulgação da entrevista com o setor de inteligência de mercado-  
Câmara do Comércio Brasil-Canadá (CCBC) -Associação-para Realização do TCC II

O funcionário (a) Filipe de Figueiredo dos Santos Reis do setor de inteligência de mercado da Câmara do Comércio Brasil-Canadá (CCBC), com sede na Rua do Rocio, n.º 220, 12º andar, CEP 04552-000, Vila Olímpia, São Paulo, autoriza o(a) Sr.(a) Milena Kerber Machado a utilizar os dados referente a entrevista sobre as perspectivas de exportação entre o Brasil e o Canadá, para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), seguindo as condições abaixo estabelecidas.

1) Extensão dos dados (especificar detalhadamente quais dados)

Entrevista com dados sobre as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá, desafios encontrados, perspectivas comerciais e setores com oportunidades para as exportações brasileiras.

---

2) Uso do nome setor de inteligência de mercado da Câmara do Comércio Brasil-Canadá (CCBC) no texto do Trabalho de Conclusão de Curso II.

( X ) A empresa permite que seu nome seja informado no texto do TCC II.

( ) A empresa requer que seu nome seja omitido no texto do TCC II, devendo ser usado um nome fictício.

3) Disponibilização do Trabalho de Conclusão de Curso II junto à biblioteca da UCS.

( X ) Aceita que o TCC II seja disponibilizado junto à biblioteca da UCS.

( ) Não aceita que o TCC II seja disponibilizado junto à biblioteca da UCS.

4) Divulgação do estudo em congressos/revistas

( X ) Aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

( ) Não aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

  
\_\_\_\_\_  
Câmara do Comércio Brasil-Canadá  
(Cássia Regina Vanicola – Diretora de Operações)  
Câmara de Comércio Brasil –  
Rua: do Rocio, 220 12º and.  
Cep 04552-000 São Paulo SP  
CNPJ: 43.737.840/0001-44



## ANEXO C – AUTORIZAÇÃO SRA. PATRÍCIA GARCIA DA ROSA

### Autorização de Divulgação da Entrevista para Realização do TCC II

A Sra. **Patrícia Garcia da Rosa**, OAB-RS nº 81.298, CPF nº 515.237.360-20 residente no endereço #306 10126 144 St NW, Cidade Edmonton, Província de Alberta - Canadá na representação de Empreendedora, Diretora para Oeste do Canadá pela Câmara de Comércio Brasil Canadá - CCBC, Chair da Brasil Canada Câmara de Comércio - BCCC em Alberta, Sócia e Gerente de Marketing da Pampa Brazilian Steakhouse, e Sócia fundadora da Brasportsul Ass. em Comércio Exterior, Ltda autoriza o(a) Sr.(a) **Milena Kerber Machado** a utilizar os dados da entrevista sobre oportunidade de expansão das exportações brasileiras no Canadá, para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), seguindo as condições abaixo estabelecidas.

1) Extensão dos dados (especificar detalhadamente quais dados)

Entrevista sobre oportunidades das exportações brasileiras no Canadá. Com dados sobre o mercado canadense, barreiras nas exportações, oportunidades e perspectivas futuras.

2) Uso do nome no texto do Trabalho de Conclusão de Curso II.

( x ) A Sra. Patrícia permite que seu nome seja informado no texto do TCC II.

( ) A Sra. Patrícia requer que seu nome seja omitido no texto do TCC II, devendo ser usado um nome fictício.

3) Disponibilização do Trabalho de Conclusão de Curso II junto a biblioteca da UCS.

( x ) Aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

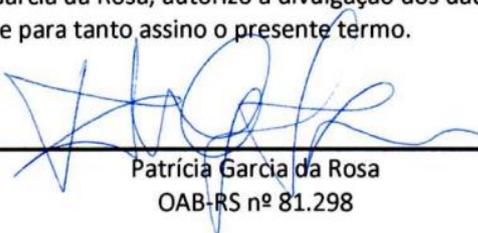
( ) Não aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

4) Divulgação do estudo em congressos/revistas

( x ) Aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

( ) Não aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

Eu, Patrícia Garcia da Rosa, autorizo a divulgação dos dados conforme especificado acima, e para tanto assino o presente termo.



Patrícia Garcia da Rosa

OAB-RS nº 81.298



## ANEXO D – AUTORIZAÇÃO EMPRESA APLUS FREIGHT FORWARDING

### Autorização da Empresa Aplus Freight Forwarding para Realização do TCC II

A Empresa Aplus Freight Forwarding CNPJ 806883062RT0001 situada na Rua 201-15350 Croydon Drive, Surrey, BC, V3Z 1H4 Província de British Columbia-Canadá, representada pela Sra Roberta Belmudes Faria autoriza a Sra Milena Kerber Machado a utilizar os dados da entrevista realizada que contém informações sobre o setor logístico no Canadá, desafios, perspectivas e oportunidades, para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), seguindo as condições abaixo estabelecidas.

1) Extensão dos dados (especificar detalhadamente quais dados)

Dados coletados através de uma entrevista para compreender os aspectos logísticos entre o Brasil e o Canadá. Contém informações sobre funcionamento da logística, abertura de mercado, burocracias relacionadas, perspectivas e desafios.

---

2) Uso do nome da empresa no texto do Trabalho de Conclusão de Curso II.

( x ) A empresa permite que seu nome seja informado no texto do TCC II.

( ) A empresa requer que seu nome seja omitido no texto do TCC II, devendo ser usado um nome fictício.

3) Disponibilização do Trabalho de Conclusão de Curso II junto à biblioteca da UCS.

( x ) Aceita que o TCC II seja disponibilizado junto à biblioteca da UCS.

( ) Não aceita que o TCC II seja disponibilizado junto à biblioteca da UCS.

4) Divulgação do estudo em congressos/revistas

( x ) Aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

( ) Não aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

Assinatura da Empresa

*Roberta Faria*

President

October 15th 2023



## ANEXO E – AUTORIZAÇÃO EMPRESA BEST DEAL

### Autorização da Empresa Best Deal para Realização do TCC II

A Empresa Best Deal Global Trade Importacao e Exportacao LTDA, CNPJ nº 48.063.991 0001-88, situada na Rua Teresa Cristina número 1395, Bairro Farias Brito, Cidade Fortaleza, Estado Ceara autoriza o(a) Sr.(a) Milena Kerber Machado a utilizar os dados sobre as perspectivas de exportação entre o Brasil e o Canadá com dados econômicos e tendências de mercado, para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), seguindo as condições abaixo estabelecidas.

1) Extensão dos dados (especificar detalhadamente quais dados)

Entrevista com dados sobre as relações comerciais entre o Brasil e o Canadá, desafios encontrados, perspectivas comerciais e setores com oportunidades para as exportações brasileiras.

---

2) Uso do nome da empresa no texto do Trabalho de Conclusão de Curso II.

A empresa permite que seu nome seja informado no texto do TCC II.

A empresa requer que seu nome seja omitido no texto do TCC II, devendo ser usado um nome fictício.

3) Disponibilização do Trabalho de Conclusão de Curso II junto a biblioteca da UCS.

Aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

Não aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

4) Divulgação do estudo em congressos/revistas

Aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

Não aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

ANDRE COSTA

NEPOMUCENO:1056  
1010757

Assinado de forma digital por  
ANDRE COSTA  
NEPOMUCENO:10561010757  
Dados: 2023.09.24 09:10:51 -03'00'

BEST DEAL TRADE  
IMPORTACAO E  
EXPORTACAO  
LTDA:48063991000188

Assinado de forma digital por BEST  
DEAL TRADE IMPORTACAO E  
EXPORTACAO  
LTDA:48063991000188  
Dados: 2023.09.24 09:11:11 -03'00'

---

**BEST DEAL GLOBAL TRADE IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA CNPJ nº  
480639910001/88**

**By: ANDRÉ COSTA NEPOMUCENO – Socio Administrativo**