

ARTIGO AFIPOLNEWS

O Mercado Americano de Big-Bags

Este artigo visa analisar o comportamento das importações americanas de big-bags e sacos de rafia de polipropileno, visto que, nos últimos anos, a maioria dos clientes e consumidores americanos passaram a comprar tais produtos de outras origens que não os EUA motivados por custos de produção mais reduzidos além de, muitas vezes, fontes de matérias-primas (polipropileno, aditivos e *masters*) mais econômicas.

Devido à necessidade de entregas rápidas (*just-in-time*), de estoques locais e de impressão, persiste ainda a produção interna nos EUA a partir de tecidos de rafia normalmente importados. A venda de big-bags e sacaria de rafia para órgãos governamentais americanos também contribui para a fabricação com conteúdo de mão-de-obra e resinas locais.

Iniciando pela análise dos big-bags (mais comumente chamados de *super sacks* nos EUA), os EUA classificam os big-bags em 2 tipos:

- a) Aqueles que pesam até 1 kg (classificação 6305320020)
- b) Aqueles que pesam mais de 1 kg (classificação 6305320010)

No Brasil existe apenas uma classificação independente do peso que é a 63053200.

O maior volume de big-bags importado pelos EUA refere-se àqueles que pesam mais de 1 kg (total de US\$ 112 milhões em 2005) e que normalmente são utilizados no processo de embalagem de 1000 a 2.500 kg de fertilizantes, argila, cimento, cal, minerais, produtos químicos e petroquímicos e demais produtos agrícolas.

A tabela 1 mostra o comportamento das importações no período 2002 a 2005, para os 2 tipos de big-bags importados, por país de origem além de indicar o valor por TON médio de importação (normalmente na modalidade FOB origem podendo também ser CIF porto americano em alguns casos):

(tabela 1)

Importação Big-Bags nos EUA								
País	2002			2005			% Crescimento	
	US\$ milhão	Ton	US\$/ton	US\$ milhão	Ton	US\$/ton	Valor	Qtde.
México	68,1	17.800	3825	55,5	13.650	4065	(18,5)	(23,5)
China	3,5	1.900	1840	29,6	12.650	2340	750	565
Turquia	5,7	2.000	2850	9,5	3.000	3170	68	50
Índia	2,5	1.400	1785	9,4	4.100	2300	276	193
Indonésia	5,5	3.300	1670	6,6	2.600	2540	21	(21)
Tailândia	6,8	3.450	1970	7,9	4.500	1750	17	30
Canadá	6,0	1.150	5200	2,8	350	8000	(53)	(70)
Outros	5,0	2.500	2000	7,0	3.000	2340	40	20
TOTAL	103,1	33.500	3077	128,3	43.850	2925	25	31



1

Pode-se observar que o México é ainda o principal fornecedor de big-bags aos EUA dada sua localização geográfica, ausência de impostos de importação, menores custos logísticos, entregas mais rápidas dependentes apenas (em sua grande maioria) de embarques rodoviários ou ferroviários e terceirização de produção das empresas americanas. Todavia a China cresceu, no período, aprox. 750% (em valor) e tem afetado a competitividade do México neste mercado. Outros países como Turquia, Índia e Tailândia têm demonstrado grande poder de fogo neste mercado. Todos estes países, com exceção do México, pagam os mesmos direitos alfandegários nos EUA (aprox. 8,5%) e são signatários do SGP – Sistema Geral de Preferências a exemplo do Brasil. Os valores (US\$/ton) praticados pelo México e pelo Canadá são bastante superiores quando comparados com outras origens, indicando que a pronta disponibilidade de tais produtos além de fatores como custos de mão-de-obra e big-bags diferenciados (condutivos, liners internos, impressões conforme demanda, etc) podem contribuir para uma elevação dos preços e possivelmente das margens de contribuição.

Em 2005, apesar do grande crescimento das importações americanas, a participação do Brasil neste mercado foi insignificante atingindo apenas US\$ 153.000 representando 0,1% do total importado pelos EUA. Não é difícil imaginar que os EUA, crescendo a taxas de 10% aa em volume, pudesse sofrer a concorrência imposta por produtores brasileiros, dadas as condições presentes atualmente. O Brasil dispõe de excelentes e modernas plantas industriais para fazer frente à vários dos países mencionados e algumas empresas com capacidades superiores a 1.500.000 unidades/ano estão estrategicamente localizadas próximas de portos marítimos.

As estratégias de penetração podem ser várias: agentes locais, distribuidores, clientes finais, leilão reverso via internet, compra de canais de venda nos EUA, estabelecimento de escritórios de vendas locais, entre outros. Obviamente que a forma de entrada irá impactar em maiores ou menores margens de contribuição para o produtor brasileiro, porém é importante enfatizar que a demanda é crescente, a tecnologia disponível no Brasil desde a extrusão até a laminação e a impressão são de última geração, a mão-de-obra é qualificada e as resinas plásticas brasileiras possuem os *grades* adequados para se obter ótima *performance* durante o processo produtivo. Tudo isso para não falar que, grande parte das importações americanas, são para suprir necessidades sazonais e que vão de outubro a maio.

O Programa Export Plastic está à disposição dos produtores de ráfia brasileiros para auxiliá-los nas prospecções de mercados e, inclusive, já realizou pesquisas de mercado nos EUA para identificar potenciais compradores e distribuidores de *big-bags* e sacaria de ráfia. Agora, contando com as feiras internacionais, bancos de dados e pesquisas de mercado além da prospecção ativa dos especialistas de mercado do Programa, as empresas brasileiras precisam acreditar e investir pois a consolidação do produtor brasileiro passa necessariamente pela conquista de novos mercados, sejam eles Estados Unidos, União Européia, África do Sul, Colômbia, Chile, entre outros.

Por Wagner Delarovera Pinto
Gerente Executivo Programa Export Plastic
www.exportplastic.com.br