

REPORTAGEM ESPECIAL

Barreiras não tarifárias desafiam a indústria metalmecânica



FABIO GRISON/DIVULGAÇÃO/JC

Gustavo Polese, diretor do Simecs, alerta para desafios do setor, como custo elevado das operações no Brasil

Segmento precisará de cautela para definir produtos a serem exportados para o continente europeu

Roberto Hunoff

A abertura de novas oportunidades de mercado por meio do acordo Mercosul-União Europeia é um consenso na manifestação de praticamente todas as lideranças empresariais dos diferentes segmentos industriais. A razão está na redução gradual das tarifas até serem zeradas, o que resultará em melhorias na competitividade dos produtos brasileiros na Europa. Mas existem barreiras não tarifárias que precisarão de atenção especial.

O diretor vice-presidente de relações institucionais do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de Caxias do Sul e Região (Simecs), Gustavo Polese, reconhece que o acordo vai gerar muitas oportunidades, de longo prazo, em um mercado estratégico para o setor, considerando que, em 12 anos, em torno de 95% dos produtos envolvidos terão os impostos zerados.

Mas faz um alerta: “Existem outras barreiras não tarifárias que seguirão existindo e exigirão cautela por parte dos empresários”.

Polese refere-se a avanços tecnológicos, melhoria da qualidade,

tipificação, padrões ambientais e sustentabilidade, entre outras exigências inerentes ao mercado europeu. Para fazer frente a estas barreiras, o empresário precisará de atualização, inovação e investimentos contínuos. “Por isso, a cautela. O Brasil ainda tem custo elevado para investir e a competitividade segue difícil. São desafios tremendos para entrar no jogo de forma completa”, assinala.

O dirigente estima que o empresário que quiser exportar para a União Europeia terá uma média de 6% a 15% de custo real para atender conformidades regulatórias.

Uma certificação pode custar de 2% a 5% no faturamento, com 6 a 18 meses para liberação; compliance ambiental, de 1% a 3%, com 6 a 16 meses de processo; certificação alimentar, de 6% a 8%, com 6 a 12 meses; e auditorias regulares anuais, de 0,5% a 1%.

“Será fundamental avaliar os produtos que justificam ser exportados. O acordo é positivo, mas o empresário não pode ficar sonhando que será a solução. Um bom empreendedor investirá em nichos com retorno”, reforça.

Polese frisa que o momento atual é ideal para educar o empresário no sentido de conhecer as normas e regras dos novos mercados. Neste movimento devem estar presentes entidades públicas, como Apex e Ministério do Desenvolvimento Econômico, e as entidades de classe. “Começa agora um cronômetro ao reverso para

cumprir estas etapas. É preciso capacitação e orientação de como se preparar para as oportunidades e enfrentar os desafios, além da necessidade de baratear o custo de capital para realizar todas estas demandas”, avalia. Destacou que, em recente visita a uma feira, em São Paulo, notou que expositores de países da União Europeia estavam preocupados em esclarecer sobre o potencial que o acordo vai gerar para os países.

O dirigente reforça que o momento exige atualização e inovação com mais rapidez para reduzir as diferenças em relação aos europeus. “Precisaremos de incentivos para nos equiparar e superar os concorrentes europeus. Sem isto, serão geradas dificuldades futuras”, reforça.

Ele frisa que, mesmo com uma leva de produtos já beneficiados, as negociações devem demorar mais um pouco para acontecer em razão das guerras do Irã com Estados Unidos e União Soviética com Croácia. “Tão logo isto se normalize, outras situações serão percebidas. Isto vai engrenar logo”, registra.

Indicadores de 2025

- ▶ Faturamento anual estimado da base Simecs: R\$ 50 bilhões
- ▶ Exportações totais: US\$ 1,9 bilhão
- ▶ Exportações para Europa: US\$ 63,4 milhões
- ▶ Setores que mais exportam: metalmecânico e automotivo

Pequenas empresas preparam estratégias para abrir espaços

Com atuação no mercado internacional desde 2017, a Espetosul, de Caxias do Sul, vê no acordo uma grande oportunidade para ampliar clientes na Europa, onde tem presença tímida, com vendas esporádicas para Portugal. De acordo com Fábio Reno Pescador, diretor-proprietário, as exportações se concentram, principalmente, nos Estados Unidos, na Austrália e no Canadá. “A redução de tarifas vai tornar o produto mais atrativo na União Europeia. O acordo comercial ajudará na definição de custos”, estima o empresário.

Pescador pretende adotar na União Europeia o mesmo sistema em uso nos países já cativos, que é de ter distribuidores que trabalham junto ao varejo. Também acredita que não terá problemas com normas regulatórias, seguindo a situação atual dos mercados em que já atua. “Até hoje não houve a solicitação de certificados”, reforça.

O espeto produzido se diferencia dos tradicionais por ser equipado com cabo motorizado, substituindo a churrasqueira rotativa. A primeira exportação de 30 peças foi para um cliente do Chile que conheceu o produto por acaso e se interessou. Após o segundo pedido, Pescador se questionou se não era possível ampliar os mercados. Depois de buscar informações, decidiu investir no mercado externo. Atualmente, já tem presença em 15 países.

Em atividade desde 2025, a Maffer Componentes para Moldes de Injeção, de Caxias do Sul, ainda não tem o

mercado externo como negócio efetivo. As ações resumem-se à entrega de peças para testes para possíveis clientes. No entanto, com a formalização do acordo, a intenção é acelerar estratégias de médio e longo prazos que permitam acessar o mercado europeu.

Juliano Oliveira, gerente comercial e administrativo, destaca iniciativas como ter um posicionamento premium por meio de qualidade, inovação e sustentabilidade, obtenção de certificações ambientais e sociais, fechar parcerias locais, reduzir barreiras culturais e logísticas, e investir no marketing internacional. Reconhece que para ingressar nestes países será preciso diferenciação em preço, inovação e atendimento. Ele acredita ser possível adaptar soluções customizadas a cada demanda de nichos industriais dos países, em linha com o que já é comum no Brasil. Outra ação é atuar junto a distribuidores para fidelizar os canais de venda.

O executivo também vislumbra o acordo como facilitador para importação de máquinas mais tecnológicas para suprir necessidades do parque fabril. O objetivo é reduzir custos operacionais, sanar a falta de pessoal mais técnico, diversificar os clientes industriais e de outros países e elevar o padrão qualitativo dos produtos.

Atualmente, a empresa tem produtos nas principais ferramentarias da América Latina, de Caxias do Sul, Joinville, São José dos Pinhais, São Paulo e Bahia, além de produtos homologados por multinacionais automotivas.



ESPETOSUL/DIVULGAÇÃO/JC

Diretor da Espetosul, Fábio Pescador quer ampliar negócios