

# Perfil-Estado

## Ceará

### 2010

# Apex-Brasil

**Alessandro G. Teixeira**  
PRESIDENTE

**Maurício Borges**  
DIRETOR DE NEGÓCIOS

**Ricardo Schaefer**  
DIRETOR DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

**Marcos Tadeu Caputi Lélis**  
COORDENADOR DA UNIDADE DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL E COMPETITIVA

**Luiz Augusto Pinto Rocha**

**Manuela Gomes de Lima**

**Rômulo Viana Clezar**

AUTORES DO ESTUDO

**Adriano Santos de Azevedo**

COLABORADOR DO ESTUDO

SEDE

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11, Edifício Apex-Brasil

CEP 70.040-020

Brasília – DF

Tel. 55 (61) 3426-0202

Fax. 55 (61) 3426-0263

E-mail: [ic@apexbrasil.com.br](mailto:ic@apexbrasil.com.br)

© 2010 Apex-Brasil

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

O Perfil-Estado foi elaborado pela Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva da Apex-Brasil com o objetivo de traçar um panorama das exportações de cada Estado brasileiro, além de identificar mercados que apresentem oportunidades de negócios para seus setores exportadores.

A criação desse documento ocorre na sequência da inauguração das primeiras Unidades de Atendimento da Apex-Brasil nas Unidades da Federação.

Com isso, é possível aliar os esforços empreendidos pelas Unidades de Atendimento da Apex-Brasil a um conjunto de informações definidas com foco no perfil exportador de cada Estado brasileiro.

Contando com metodologia própria de análise quantitativa dos potenciais mercados para as exportações estaduais, o Perfil-Estado pretende subsidiar o processo decisório dos exportadores, auxiliando na escolha dos mercados de destino de seus produtos.

A Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva da Apex-Brasil é responsável pelo desenvolvimento deste estudo e gostaria de saber sua opinião sobre ele. Se você tem comentários ou sugestões a fazer, por favor envie email para: [ic@apexbrasilcom.br](mailto:ic@apexbrasilcom.br)

As exportações do Ceará tiveram uma forte tendência de crescimento até a eclosão da crise internacional em setembro de 2008. Os efeitos negativos sobre as vendas externas foram de tal magnitude que, mesmo após um ano desde o momento mais difícil da crise, o valor esperado para as exportações cearenses nos seis meses seguintes a setembro de 2008 ainda não tinha sido alcançado.

Uma característica marcante do perfil exportador do Ceará é a concentração de mais da metade da pauta de exportações em produtos intensivos em trabalho, como calçados e couro, que sofreram fortemente os impactos da crise. Essa concentração, quando se compara com o Brasil, é confirmada pelo elevado valor do Índice de Herfindhal-Hirschman (HHI). No entanto, observa-se uma tendência de queda nessa medida, ao mesmo tempo em que tem crescido a similaridade entre os produtos exportados pelo Estado e pelo País. Com relação aos destinos das exportações cearenses, verificou-se que houve redução da participação acumulada dos dez e quinze principais parceiros (CR(10) e CR(15)), o que denota um processo de diversificação de destinos, porém os Estados Unidos mantiveram a primeira posição durante todo o período analisado.

Para análise das oportunidades de negócios para os setores exportadores cearenses, foram selecionados treze subgrupos de produtos, que correspondem a 75,7% do total exportado pelo Ceará em 2008. Do ponto de vista da intensidade tecnológica das exportações, esses subgrupos estão relacionados a produtos primários (como melões e castanha de caju), intensivos em recursos naturais (tais como camarões e lagosta congelados), intensivos em trabalho (produtos de algodão, calçados, obras de trançaria, couros e seus produtos) e a um setor intensivo em economias de escala (obras de pedras e semelhantes).

Em 2008, as exportações de melões, bananas e camarão congelado tiveram a Europa como principal destino. Já a comercialização de castanha de caju e lagosta congelada foi expressiva para os Estados Unidos. Os destinos com oportunidades para esses subgrupos estão, justamente, na América do Norte ou Europa. Algumas exceções são: (i) Japão e Hong Kong como oportunidade para o subgrupo de lagosta congelada; (ii) Egito e África do Sul com elevado crescimento nos últimos anos na importação de camarões congelados e; (iii) para castanha de caju e massas alimentícias, as oportunidades estão presentes em todos os continentes, especialmente para as empresas de grande porte.

Os produtos intensivos em trabalho somam aproximadamente 66% das exportações dos subgrupos selecionados e estão relacionados a produtos de algodão, calçados, obras de trançaria, couros e produtos de couro. Quando comparados aos produtos primários e aos intensivos em recursos naturais, nota-se que os destinos das exportações de produtos intensivos em trabalho são mais diversificados que os demais, embora os grandes volumes sejam, novamente, comprados pela América do Norte e do Sul – especialmente Estados Unidos e Argentina – e pela Europa. A exceção é o elevado valor das compras de couro realizadas por países asiáticos, principalmente a Indonésia, Vietnã e China.

Para produtos de couro e calçados, os destinos recomendados para as empresas de médio e grande portes estão em todos os continentes, mas as empresas de micro ou pequeno porte também têm oportunidades em diversos mercados. Isso se deve, em parte, ao fato de os produtos cearenses já estarem posicionados em vários países, em regiões diversas do mundo. Entre as oportunidades para as vendas de couro, nota-se a ausência dos Estados Unidos. Outro resultado interessante é a oportunidade identificada para fios de algodão na Colômbia e Venezuela. Em 2008, a América do Sul era o principal destino das exportações cearenses desse subgrupo, tendo Argentina e Equador como destinos consolidados.

Por fim, o subgrupo obras de pedras e semelhantes, cuja especialidade do Ceará está relacionada às vendas de granito e mica, é o único selecionado que é intensivo em economias de escala. Os principais destinos para esse subgrupo, em 2008, eram os Estados Unidos, na América do Norte, alguns países da Europa e China, na Ásia. Além de aumentar sua participação nos mercados desses continentes, existem oportunidades inexploradas na Alemanha, Coreia do Sul, Rússia e alguns países na África.

Este estudo tem como objetivo identificar e apresentar mercados nos quais existam oportunidades de exportação para determinados setores produtivos do Ceará, subsidiando, assim, a escolha dos mercados-alvo por parte de empresários e entidades setoriais que atuam para o aumento das vendas brasileiras ao exterior.

Para tanto, no sumário executivo são abordados os principais tópicos discutidos ao longo do Perfil, com observações sobre o padrão e os destinos das exportações cearenses, bem como as oportunidades identificadas. O objetivo desse tópico é antecipar ao leitor o que ele poderá verificar em uma leitura mais minuciosa do documento.

A primeira seção do Perfil-Estado traz uma visão geral das exportações do Ceará, contemplando sua evolução recente, a composição da pauta exportadora em termos setoriais e pela perspectiva de intensidade tecnológica, principais países de destino dos produtos cearenses, efeitos da crise de 2008/2009 sobre o comércio externo do Ceará, tendência das exportações no período pós-crise, além do índice de concentração e da similaridade da pauta cearense com as exportações brasileiras.

Na seção seguinte são apresentadas as oportunidades identificadas para os subgrupos de produtos<sup>1</sup> exportados, definidas a partir da metodologia descrita no Anexo A e especificadas de acordo com o porte das empresas<sup>2</sup> exportadoras.

Abaixo estão relacionadas as informações encontradas em cada parte do estudo.

<b>Panorama das exportações cearenses</b>	<b>Comparação entre as exportações cearenses e brasileiras</b> <b>Tendência das exportações do Ceará entre 2003 e 2010</b> <b>Principais subsetores exportadores</b> <b>Intensidade tecnológica das exportações do Ceará</b> <b>Índice de concentração das exportações (HHI)</b> <b>Índice de similaridade das exportações cearenses com as brasileiras</b> <b>Razão de Concentração das Exportações (CR) entre os principais mercados de destino</b>
---	---

<sup>1</sup> Para a análise de oportunidades para as exportações do Estado, adota-se neste estudo a classificação setorial das exportações brasileiras em subgrupos de produtos, conforme categorização criada pela SECEX/MDIC.

<sup>2</sup> O MDIC classifica as empresas exportadoras em Micro, Pequenas, Médias e Grandes. O porte das empresas é definido a partir de dois critérios, que são o número de funcionários e o valor exportado por ano. Assim, são consideradas Micro empresas aquelas que possuem até 10 empregados ou exportam até US\$ 400 mil por ano; Pequenas empresas são as que possuem entre 11 e 40 funcionários ou exportam até US\$ 3,5 milhões por ano; as Médias empresas são aquelas que tem entre 41 e 200 funcionários ou exportam até US\$ 20 milhões por ano; por fim, Grandes empresas possuem mais de 200 funcionários ou exportam mais de US\$ 20 milhões por ano. Quando, ao empregar esses dois critérios, a empresa se enquadrar em dois portes diferentes, prevalecerá a classificação mais elevada.

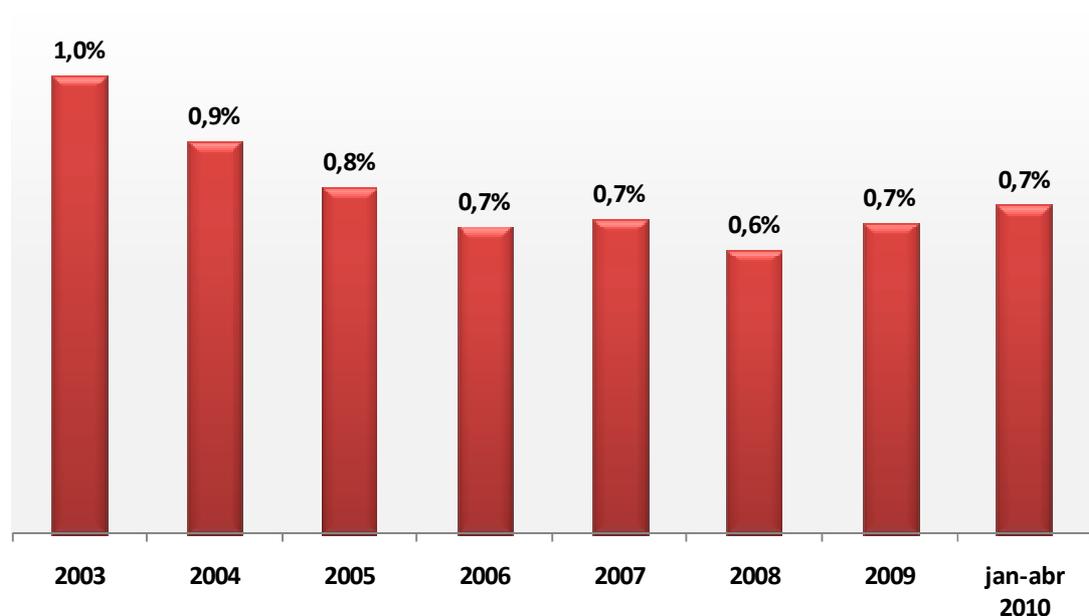
<p><b>Oportunidades para os setores exportadores do Ceará</b></p>	<p><b>Subgrupos Selecionados:</b></p> <p>Melões;</p> <p>Banana;</p> <p>Camarão congelado;</p> <p>Lagosta congelada;</p> <p>Castanha de caju;</p> <p>Massas alimentícias;</p> <p>Fios de algodão;</p> <p>Tecidos de algodão;</p> <p>Couro;</p> <p>Produtos de couro;</p> <p>Calçados;</p> <p>Obras de trançaria;</p> <p>Obras de pedras e semelhantes.</p>
<p><b>Anexos</b></p>	<p><b>A: Descrição da metodologia de seleção dos mercados com oportunidades para as exportações cearenses</b></p> <p><b>B: Relação do PIB (em PPP) dos países no ano de 2009 e taxa de crescimento do PIB prevista para o para o triênio 2010-2012</b></p>

Esta seção pretende apresentar uma visão geral do comércio externo cearense, mostrando a evolução recente das exportações do Estado, detalhadas por setor e por intensidade tecnológica, os principais destinos dos produtos nos últimos anos, além dos impactos da crise econômica de 2008/2009 sobre o movimento tendencial das exportações do Ceará.

Desde 2003, o Ceará tem oscilado no ranking das exportações por Unidade da Federação entre a 14ª e a 16ª posição. Em 2008 e 2009, mesmo sob os efeitos da crise internacional, sustentou-se na 14ª colocação entre os Estados brasileiros e na 3ª posição entre os Estados nordestinos (atrás apenas de Bahia e Maranhão).

A participação das exportações cearenses no total do valor exportado pelo Brasil tem variado nos últimos anos entre 0,6% e 1,0%, conforme mostra o Gráfico 1 a seguir.

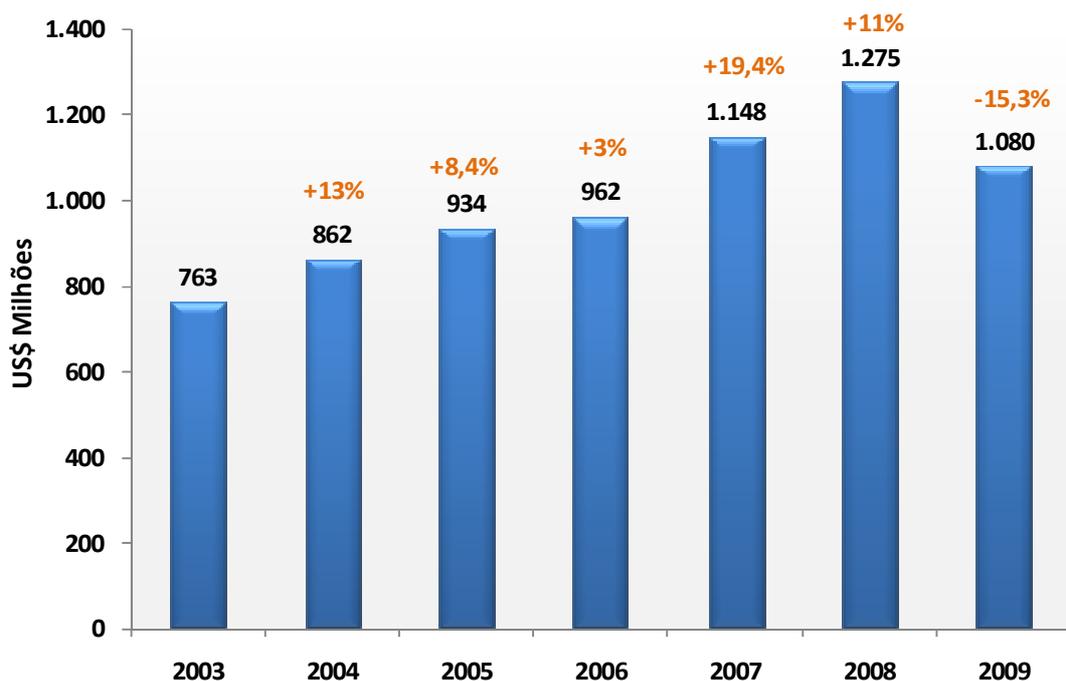
**Gráfico 1 – Participação das exportações cearenses no total das exportações brasileiras**



Fonte de dados brutos: Aliceweb.

Embora não se observe aumento da participação das exportações cearenses no total das exportações brasileiras nos últimos anos, seu valor cresceu, entre 2003 e 2008, a uma taxa média anual de 10,8%. Entre 2008 e 2009, entretanto, em virtude da crise internacional, houve recuo no valor exportado pelo Ceará, da ordem de 15,3% (ainda assim, é importante observar que essa redução foi menos expressiva que a queda no valor exportado pelo Brasil, que foi de 22,7%). O Gráfico 2 detalha esses dados.

Gráfico 2 – Valor e taxa de crescimento anual das exportações cearenses



Fonte de dados brutos: Aliceweb.

O Gráfico 3 traz o valor exportado mensalmente pelo Estado, com os resultados observados entre janeiro de 2003 e abril de 2010. Além do valor bruto das exportações mensais do Ceará, o gráfico apresenta a estimaco da tendência das vendas externas cearenses, realizada com o emprego do método estatístico aplicado em modelos de série de tempo estrutural univariado<sup>3</sup>. Esse mesmo método foi utilizado na projeo para o desempenho das exportaces cearenses nos seis meses que sucederam a ecloso da crise internacional, caso o movimento anterior a esse evento tivesse sido mantido. Como resultado, tem-se o que mostra o Gráfico 3 a seguir.

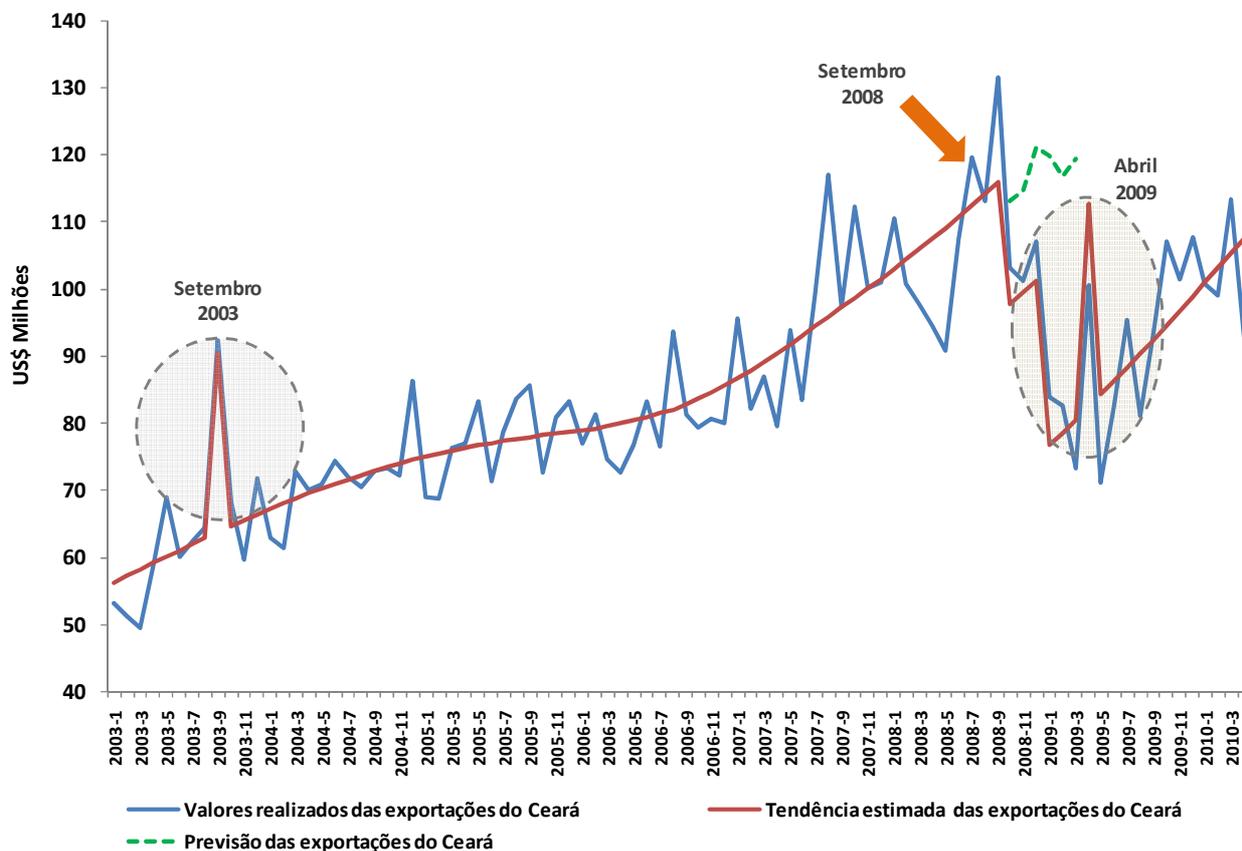
No Gráfico 3 verifica-se o forte crescimento das exportaces cearenses entre janeiro de 2003 e setembro de 2008 quando, em virtude da crise internacional, ocorre uma quebra abrupta nesse movimento. Somente em janeiro de 2009 observa-se a retomada da tendência de crescimento, que se estende até o final da série (abril de 2010).

Além das oscilaes decorrentes do forte componente sazonal, que pode ser apurado por meio da observao da linha que representa os valores realizados das exportaces mensais do Ceará, há dois momentos (destacados no Gráfico 3) em que a série apresenta comportamento diferenciado, que no método empregado so entendidos como irregularidades no movimento geral. O primeiro deles ocorre em setembro de 2003, quando a exportaco mensal atinge um pico de US\$ 92,3 milhes, enquanto era de US\$ 64,4 milhes no mês anterior e chegou a US\$ 68,3 milhes no mês seguinte. Essa diferena é explicada pela

<sup>3</sup> Para mais detalhes ver A. C. Harvey (1989), *Forecasting, structural time series models and the Kalman filter* e J. J. F. Commandeur e S. J. Koopman (2007), *State space time series analysis*.

exportação de US\$ 24,7 milhões em óleo combustível. Já no mês de abril de 2009, a irregularidade observada se deve à exportação extraordinária de US\$ 23,8 milhões referentes a um navio de guerra<sup>4</sup> e US\$ 5,5 milhões de laminados de ferro ou aço.

**Gráfico 3 – Valor, tendência e projeção das exportações mensais do Ceará**



Fonte de dados brutos: Aliceweb.

A linha tracejada no Gráfico 3 indica o valor projetado para as exportações do Ceará nos seis meses seguintes a setembro de 2008, se o comportamento registrado antes da crise internacional fosse mantido. Entre outubro de 2008 e março de 2009, a projeção das exportações soma US\$ 704,7 milhões, enquanto o resultado observado foi 21,8% inferior a esse valor.

Os efeitos da crise ainda puderam ser sentidos mesmo um ano após sua eclosão, pois a soma das vendas entre outubro de 2009 e março de 2010 foi de US\$ 629,4 milhões, ou seja, 10,7% inferior ao projetado para o mesmo período um ano antes.

Em termos qualitativos, tem-se que as exportações do Ceará estão concentradas em calçados, castanha de caju, frutas, lagostas, couros e têxteis, produtos que juntos respondem por mais de 75% do

<sup>4</sup> Em abril de 2009 o Ceará exportou o 1º navio de guerra fruto do acordo comercial entre o Brasil e a Namíbia. O projeto foi gerenciado pela ENGEPRON (Empresa Gerencial de Projetos Navais) e o navio fabricado no estaleiro INACE (Indústria Naval do Ceará).

total da pauta. A Tabela 1 mostra essa composição setorial<sup>5</sup> das exportações para os anos de 2003, 2008 e 2009, como pode ser visto a seguir<sup>6</sup>.

**Tabela 1 – Principais subsetores exportadores do Ceará (em US\$)**

SETOR	Exportações do CE em			Crescimento médio anual 2003-2008	Crescimento 2008-2009	Participação em 2008
	2003	2008	2009			
Fabricação de Calçados	167.541.813	346.965.027	298.253.179	15,67%	-14,04%	27,21%
Curtimento e Outras Preparações de Couro	87.647.025	187.232.786	118.887.010	16,39%	-36,50%	14,69%
Processamento, Preservação e Produção de						
Conservas de Frutas, Legumes e Outros Vegetais	117.457.151	184.805.742	212.452.554	9,49%	14,96%	14,50%
Produção de Lavouras Temporárias	19.344.422	112.312.763	92.893.141	42,16%	-17,29%	8,81%
Tecelagem - Inclusive Fiação e Tecelagem	80.223.952	89.345.924	53.756.899	2,18%	-39,83%	7,01%
Abate e Preparação de Produtos de Carne e de						
Pescado	112.133.639	47.834.862	41.665.455	-15,67%	-12,90%	3,75%
Silvicultura, Exploração Florestal e Serviços						
Relacionados	10.506.476	40.156.608	26.274.466	30,76%	-34,57%	3,15%
Fabricação de Eletrodomésticos	4.485.292	23.714.115	12.261.105	39,52%	-48,30%	1,86%
Fabricação de Outros Produtos Alimentícios	3.455.822	21.893.176	23.666.649	44,66%	8,10%	1,72%
Siderurgia	8.684.711	20.191.353	17.317.013	18,38%	-14,24%	1,58%
Outros	151.122.416	200.483.048	182.738.563	5,82%	-8,85%	15,72%
<b>Total</b>	<b>762.602.719</b>	<b>1.274.935.404</b>	<b>1.080.166.034</b>	<b>10,83%</b>	<b>-15,28%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte de dados brutos: Aliceweb.

A Tabela 1 apresenta os dez principais subsetores que compunham a pauta exportadora do Ceará no ano de 2008. Além disso, traz os valores exportados dos mesmos nos anos de 2003, 2008 e 2009, bem como as taxas de crescimento anual.

Uma característica que chama atenção é a forte concentração das exportações: em 2008, aproximadamente 72,2% da pauta eram compostos por apenas cinco subsetores. A Fabricação de calçados, que representava 27,2% do total, teve crescimento médio anual de 15,7% entre 2003 e 2008, enquanto o subsetor Curtimento e outras preparações de couro registrou crescimento de 16,4% no mesmo período. Já no período 2008-2009, esses setores não apresentaram comportamento tão semelhante; as vendas de calçados caíram 14%, ao passo que as vendas de produtos de couro, com menor valor agregado, reduziram-se em 36,5%.

A exportação de Produtos de lavouras temporárias, onde se destaca o cultivo de melões, cresceu fortemente entre 2003 e 2008, com uma taxa média de 42,2% ao ano. O subsetor de Tecelagem apresentou um baixo dinamismo, com uma taxa de crescimento médio anual de apenas 2,2% no mesmo período e retração de 39,8% no ano da crise. Na contramão do que ocorreu com a maioria dos setores, as

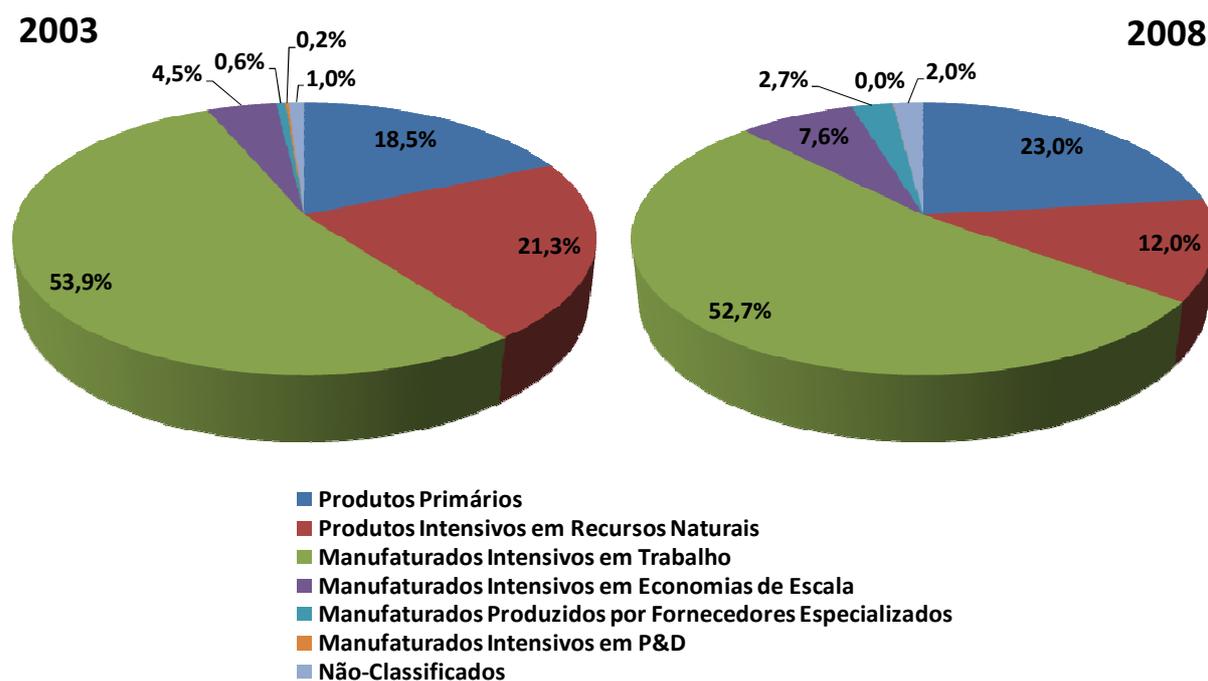
<sup>5</sup> Na elaboração desta tabela foi utilizada a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), na versão 1.0, com detalhamento em 3 dígitos. A CNAE foi elaborada nos anos 90 pelo IBGE em conjunto com os órgãos de registro administrativo, com o objetivo de alcançar uma padronização das informações econômicas do Brasil. A construção da CNAE tomou como referência a classificação padrão elaborada pela Divisão de Estatísticas das Nações Unidas, a International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC). Essa classificação associa produtos (NCMs) a setores da economia, com enfoque na cadeia produtiva a que pertencem. Para mais detalhes, consultar <http://www.ibge.gov.br/concla/default.php>.

<sup>6</sup> Neste estudo optou-se por utilizar o ano de 2008 como referência para compreender as informações mais gerais das exportações cearenses. O ano de 2009 foi um ano atípico para o comércio internacional, por conta dos efeitos da crise, de modo que ainda não é possível adotá-lo como base para análise.

exportações de Conservas de frutas, legumes e outros vegetais (principalmente castanha de caju e massas alimentícias) expandiram-se em 15% entre 2008 e 2009.

O Gráfico 4 apresenta as exportações do Ceará nos anos de 2003 e 2008, sob a perspectiva da intensidade tecnológica<sup>7</sup>. Percebe-se que mais da metade do valor exportado está classificada como Manufaturados intensivos em trabalho, agregação que inclui tecelagem, produção de calçados, curtimento e outras preparações de couro, setores já destacados na Tabela 1. A participação dos Produtos primários cresceu de 18,5% para 23% do total exportado entre 2003 e 2008, em virtude do aumento das exportações de lavouras temporárias (melões, abacaxis e melancias) e de conservas de frutas, legumes e outros vegetais, principalmente castanhas de caju. Por sua vez, o aumento da participação de produtos Intensivos em economias de escala (de 4,5% em 2003 para 7,6% em 2008) está associado aos subsetores de Eletrodomésticos e Siderurgia, que cresceram a taxa média anual de 39,5% e 18,4% no período, respectivamente, conforme mostra a Tabela 1. Em contrapartida, a maior redução de participação foi registrada para Produtos intensivos em recursos naturais, em função da queda nas vendas externas de pescado (camarões e lagosta congelados).

**Gráfico 4 – Intensidade tecnológica das exportações do Ceará em 2003 e em 2008**



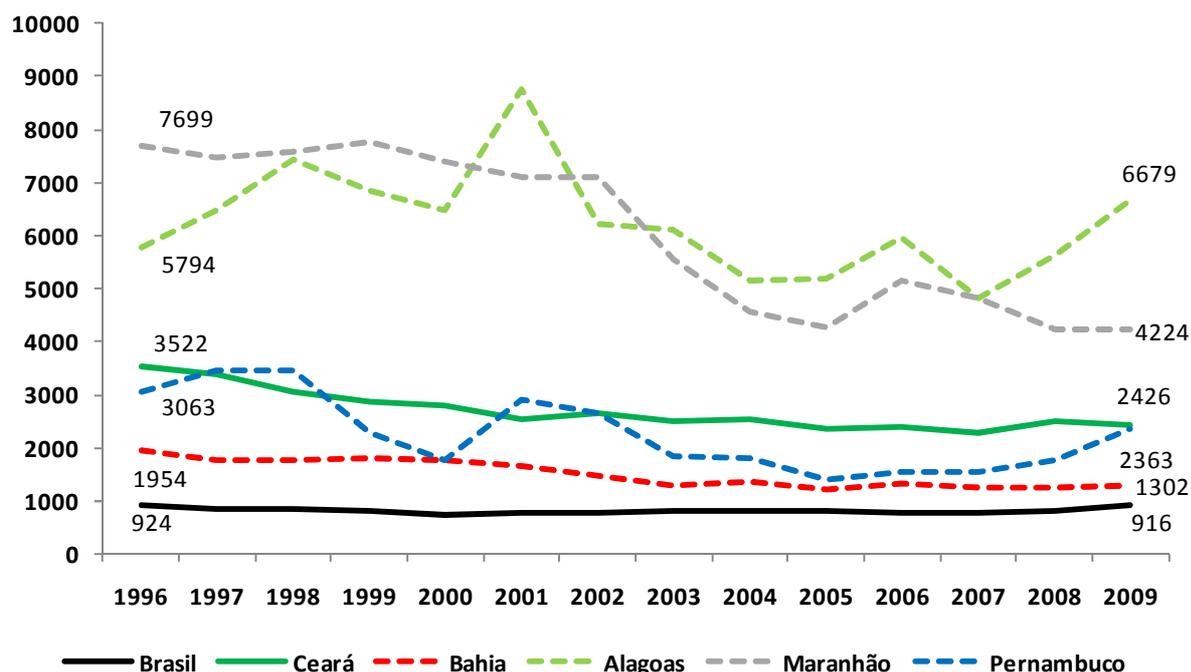
Fonte dos dados brutos: Aliceweb.

As informações apresentadas no Gráfico 4 indicam que as exportações cearenses ainda estão fortemente relacionadas a setores produtivos intensivos em recursos naturais e mão-de-obra, que, somados, responderam em 2008 por mais de 85% das vendas externas do Estado.

<sup>7</sup> A tipologia utilizada na caracterização dos padrões tecnológicos foi desenvolvida por Pavitt, K (1984), Patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory, e ampliada por Holland e Xavier (2004), Dinâmica e competitividade setorial das exportações brasileiras: uma análise de painel para o período recente.

A forte concentração das exportações cearenses em um número reduzido de setores também pode ser identificada através da análise do Gráfico 5. Nele estão apresentados os resultados do cálculo do Índice de Herfindhal-Hirshman (HHI)<sup>8</sup> de concentração, aplicado às vendas externas dos cinco principais exportadores da região Nordeste e às exportações totais do Brasil. O resultado do HHI se enquadra em uma escala onde um valor inferior a 1.000 indica baixa concentração; um resultado entre 1.000 e 1.800 caracteriza concentração moderada; e, por fim, um valor superior a 1.800 revela uma situação em que a pauta está concentrada em poucos setores.

**Gráfico 5 - Índice de concentração das exportações (HHI) comparando o Brasil com os cinco maiores Estados exportadores do Nordeste**



Fonte dos dados brutos: Aliceweb.

O cálculo do Índice de Herfindhal-Hirshman para o Brasil mostra que a pauta exportadora do país é pouco concentrada (o HHI não ultrapassa 1.000 ao longo de todo o período analisado). Em 2008, apenas dois subsetores tinham participação na pauta superior a 7%: Extração de minério de ferro, com 8,4%, e Produtos de carne e de pescado, com 7,6%.

As vendas externas dos cinco estados da região Nordeste que mais exportam revelaram índice de concentração superior ao observado para o Brasil. Entre os estados selecionados, a Bahia apresenta o menor indicador de concentração das exportações. Principal exportador da região, o HHI da Bahia estava em 1.954 em 1996 (alta concentração) e evoluiu para 1.302 em 2009 (concentração moderada).

O Estado do Maranhão, segundo maior exportador do Nordeste, apresenta tendência de desconcentração das exportações, com o HHI caindo de 7.699 em 1996 para 4.224 em 2009. No entanto,

<sup>8</sup> Neste trabalho, o Índice de Herfindhal-Hirshman foi calculado de modo a medir a concentração das exportações nos setores da CNAE, versão 1.0, considerando uma estrutura de 2 dígitos. Para melhor detalhamento do HHI, ver M. Resende e H. Boff, Concentração Industrial, em: D. Kupfer, e L. Hasenclever, Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticas no Brasil (2002).

ainda é muito alta a concentração de suas vendas externas. Em 2008, 97% das exportações restringiam-se a quatro subsetores: 29,8% de metalurgia de metais não-ferrosos (produção de alumínio); 24,9% de ferro-gusa e de ferroligas; 23,4% de extração de minério de ferro; e 15% de lavouras temporárias, basicamente grãos de soja.

Em relação ao Ceará, a observação do Gráfico 5 mostra que índice de concentração das suas exportações se manteve bastante acima do patamar de 1.800 durante todo o período analisado (1996-2009). De fato, como já observado na Tabela 1, um reduzido rol de produtos (especialmente calçados, castanha de caju, frutas, lagostas, couros e têxteis) respondeu por mais de 75% do total exportado pelo Estado em 2008. Apesar disso, nota-se tendência de desconcentração das exportações do Ceará, que tinha HHI de 3.522 em 1996, 2.510 em 2003 e em 2009 marcava 2.426.

Para Alagoas, o HHI é historicamente muito elevado; em 2008, 93% da pauta do Estado resumiu-se a dois subsetores, sendo 71,8% de refino de açúcar e 21,3% de produção de álcool. O Estado de Pernambuco também registrou concentração elevada de suas vendas externas ao longo de todo o período analisado, com 29,4% das exportações de 2008 relacionadas ao subsetor de fabricação e refino de açúcar e 14,9% associadas a lavouras permanentes, principalmente uvas e mangas frescas.

Outro indicador que contribui para a compreensão do perfil exportador dos Estados é o índice de similaridade de suas exportações com as exportações totais do Brasil. Esse cálculo ajuda a verificar em que medida as exportações do Estado se assemelham às exportações brasileiras em termos setoriais (por setor CNAE detalhado em 3 dígitos), permitindo avaliar se as vendas externas do Estado poderão seguir a mesma tendência das brasileiras ou se o movimento das exportações estaduais ocorrerá de forma distinta do total do Brasil.

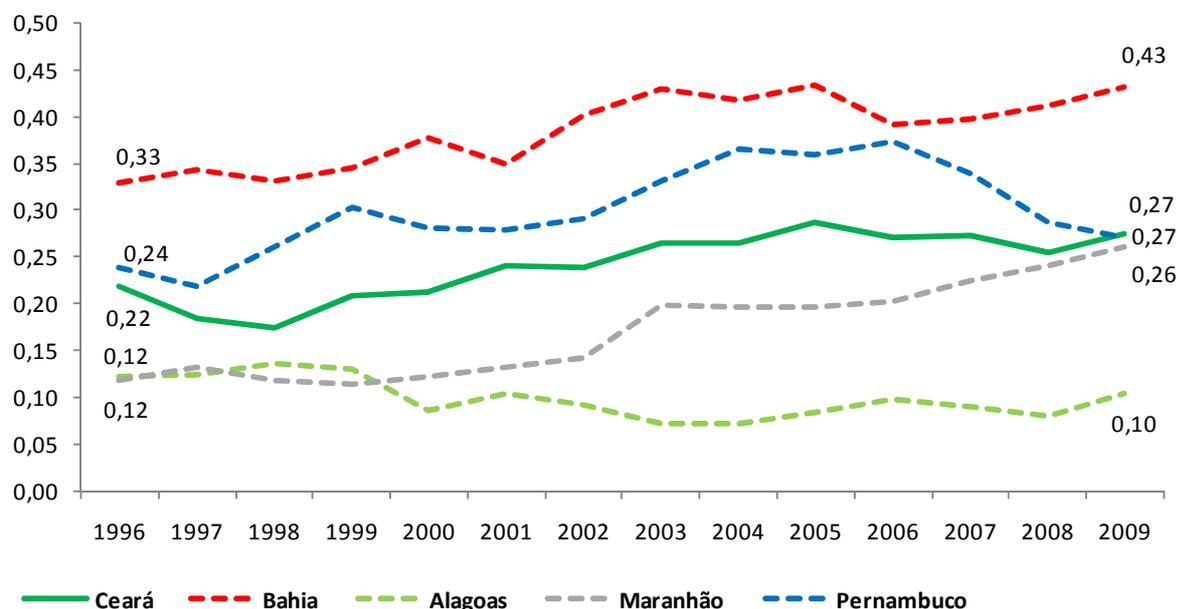
Um resultado igual a 1 indica que as exportações do Estado são totalmente similares às brasileiras, no sentido de que a participação de cada setor no total exportado é a mesma para o Estado e para o Brasil. Quando o resultado é igual ou superior a 0,5, diz-se que é alta a similaridade e quando o valor encontrado para o indicador é inferior a essa faixa, está identificada uma relação de baixa similaridade das exportações.

Para os cinco Estados analisados no Gráfico 6, o resultado do índice de similaridade das exportações com as exportações brasileiras é inferior a 0,5 ao longo de todo o período analisado. Este fato está fortemente relacionado às características apontadas no Gráfico 5, que mostra o alto grau de concentração das exportações dos cinco Estados selecionados da região Nordeste. De fato, as exportações brasileiras são bastante distribuídas nos setores econômicos, enquanto esses Estados nordestinos concentram grande parte de suas vendas externas em poucos setores.

A pauta de exportações do Ceará apresenta baixa similaridade em relação à pauta brasileira, visto que o índice é inferior a 0,3 entre 1996 e 2009. Entretanto, observa-se leve tendência de aumento da similaridade, o que corrobora o resultado apontado no Gráfico 5, onde se vê um movimento suave de desconcentração das exportações cearenses. A observação dos dois gráficos permite inferir que, ao longo

do período analisado, vem ocorrendo um lento processo de diversificação das exportações do Ceará, embora ainda prevaleçam as vendas externas de calçados, produtos de couro, castanha de caju, melões, camarão e lagosta congelados.

**Gráfico 6 – Índice de similaridade das exportações dos cinco maiores Estados exportadores do Nordeste com as exportações brasileiras**



Fonte dos dados brutos: Aliceweb.

Entre os cinco principais Estados exportadores do Nordeste, a Bahia é o que apresenta o maior índice de similaridade das exportações com o Brasil, com indicador partindo de 0,33 em 1996 e chegando a 0,43 em 2009, em virtude do aumento das vendas externas de celulose, automóveis e derivados de petróleo e gás. Esse resultado também confirma o dado apresentado no Gráfico 5, que demonstra que, entre os Estados analisados, as exportações baianas são as menos concentradas por setor.

O Estado de Alagoas é o que, entre os selecionados, apresenta o menor índice de similaridade com as exportações brasileiras. A crescente concentração das exportações nos setores de refino de açúcar e produção de álcool explica o contínuo distanciamento do padrão brasileiro de vendas externas.

Para o Maranhão, o indicador evoluiu de 0,12 em 1996 para 0,26 em 2009, o que também é explicado pelo processo de desconcentração da pauta ao longo do período, conforme mostra o HHI. Nesse Estado, houve crescimento das exportações de minério de ferro e de soja entre 1996 e 2009, subsetores muito representativos na pauta nacional.

Pernambuco, por sua vez, em razão da redução da participação relativa de refino de açúcar e da elevação da produção de lavouras permanentes e de produtos de carne e pescado, apresentou aumento da similaridade das exportações com o Brasil até 2006. A mudança de comportamento das vendas nesses subsetores resultou em redução do índice entre 2006 e 2009.

A elaboração do perfil exportador de um Estado não pode prescindir da análise dos destinos de suas vendas externas. Assim, a Tabela 2 a seguir apresenta o resultado dos cálculos da razão de concentração das exportações do Ceará nos anos de 1996, 2000, 2003, 2008 e 2009.

O valor do CR(1) corresponde à fração das exportações cearenses destinadas ao principal parceiro comercial em cada ano, independentemente de qual país ocupa essa posição no ano especificado. O CR(2) representa a soma das participações do principal destino das exportações cearenses e do segundo principal destino, no ano determinado. A mesma conta acumulativa é feita para os CR(3), CR(4), CR(5), CR(10) e CR(15), com o objetivo de verificar se, ao longo do tempo, o Estado vem concentrando ou diversificando os destinos das suas exportações.

**Tabela 2: Razão de concentração das exportações cearenses – 1996, 2000, 2003, 2008 e 2009**

<b>CR das Exportações do Ceará</b>	<b>1996</b>	<b>2000</b>	<b>2003</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
CR(1)	46,2%	49,7%	40,2%	24,5%	29,6%
CR(2)	55,2%	58,8%	46,3%	33,8%	39,6%
CR(3)	61,3%	64,1%	52,0%	42,9%	47,8%
CR(4)	65,8%	67,2%	57,0%	50,7%	54,2%
CR(5)	69,6%	69,8%	61,8%	57,6%	58,8%
CR(10)	80,8%	81,0%	76,1%	70,2%	72,0%
CR(15)	89,0%	89,1%	83,6%	78,8%	80,0%
<b>Principais Importadores</b>					
Estados Unidos	1º	1º	1º	1º	1º
Argentina	2º	2º	2º	2º	3º
Reino Unido	13º	11º	9º	3º	2º
Itália	7º	3º	6º	4º	5º
Países Baixos (Holanda)	8º	5º	4º	5º	4º
Venezuela	6º	17º	14º	6º	8º
México	17º	18º	7º	7º	12º
Espanha	22º	7º	5º	8º	9º
Alemanha	11º	12º	11º	9º	6º
China	-	71º	29º	10º	7º
Paraguai	5º	8º	15º	11º	13º
Indonésia	32º	38º	71º	12º	19º
Vietnã	-	-	-	13º	22º
Bolívia	10º	15º	22º	14º	16º
Rússia	-	53º	30º	15º	25º

Fonte dos dados brutos: Aliceweb.

Durante todo período, os Estados Unidos permaneceram como o principal parceiro comercial da economia cearense, porém sua participação teve uma queda de 16,6 pontos percentuais entre 1996 e 2009. Nesse último ano, a razão de concentração aumentou em relação a 2008 em todos os níveis, mas pode-se notar que, apesar desse evento, a tendência observada é de redução da concentração por destino.

A soma de participação dos cinco maiores destinos caiu 11 pontos percentuais em todo período, contudo a pauta permanece com uma elevada concentração de 80% para os quinze principais destinos.

O Reino Unido e a China foram os destinos que ganharam mais importância para as exportações cearenses: o primeiro passou de 13º principal destino em 1996 para 3º em 2008. Entre os setores exportadores do Ceará para o Reino Unido destacam-se o de calçados, que representava 66,2% das exportações cearenses para a região em 2008, e a produção de lavouras temporárias, com 22,8% no

mesmo ano e tendo melões como principal produto exportado. A China, que não importava do Estado em 1996, tornou-se o 10º principal comprador em 2008. Para esse país também se destaca a elevada concentração das vendas em poucos setores: 54,6% das exportações do Ceará para a China em 2008 foram do setor de curtimento e outras preparações de couro; e 20% foram de outros produtos alimentícios, que incluem a venda de massas alimentícias e outros complementos alimentares. Em 2009, o Reino Unido passou para 2ª colocação nesse ranking e a China para 7ª posição. No entanto, a composição da pauta exportadora para esses países não sofreu grande alteração.

A participação relativa da Alemanha também evoluiu da 9ª posição em 2008 para a 6ª em 2009. Em 2008, 31% das vendas do Ceará para a Alemanha eram de lavouras temporárias, especialmente melões, e 23,2% de partes de geradores, transformadores e motores elétricos. As exportações desses dois subsetores para o mercado alemão tiveram um movimento diferente daquele registrado na maior parte dos subsetores exportadores durante a crise internacional; enquanto o primeiro perdeu 13 pontos percentuais, o segundo tornou-se mais relevante em termos de valor no ano de 2009, chegando uma parcela de 41% do total das vendas cearenses para o mercado alemão no referido ano.

A Espanha e o Paraguai, ao contrário dos mercados mencionados anteriormente, apresentaram redução relativa de participação na pauta exportadora do Ceará. Em 1996, aproximadamente 60% das vendas do Ceará para Espanha eram de castanha de caju, mas em 2003 o valor desse produto não alcançava 3% do total. Entretanto, o fato da Espanha ter subido da 25ª para a 5ª posição entre 1996 e 2003 deu-se em virtude do aumento das exportações de camarões congelados, cujo valor era inexpressivo em 1996 e, em 2003, representou um total de 83% da pauta. No ano de 2008, a Espanha perdeu espaço e passou a ser o 8º destino das exportações cearenses, em grande parte, em função da acentuada queda das vendas de pescado, com participação de apenas 21% desse subsetor. Em contrapartida, as vendas de calçados e lavouras temporárias (principalmente melões, novamente), passaram de uma participação individual inferior a 5% em 2003 para 25,5% e 38,7%, respectivamente, em 2008.

Para o Paraguai, percebe-se uma queda de participação do subsetor de tecelagem, composto basicamente por tecidos de algodão, que passou de 63,4% em 1996 para 14,25% em 2008, e caiu novamente para 12,7% em 2009. Outro subsetor que perdeu mercado no país latino-americano foi o de confecções de artigos do vestuário, com vendas de US\$ 2 milhões em 1996 e de US\$ 1 milhão em 2008. Ressalte-se, porém, que a situação em 2008 era melhor que em 2003, ano em que as exportações desse subsetor foram inexpressivas. Por outro lado, cresceu a demanda paraguaia por calçados fabricados no Ceará. As vendas, que compunham 16,9% do total em 1996 (cerca de US\$ 2,5 milhões), passaram para 64,6% em 2003 e caíram, em 2008, para 55,2% (aproximadamente US\$ 12 milhões) do total exportado pelo Ceará para o Paraguai.

## OPORTUNIDADES PARA OS SUBGRUPOS EXPORTADORES DO CEARÁ

Esta seção realiza uma análise mais detalhada para cada subgrupo de produtos selecionado dentre os setores exportadores do Ceará e seus respectivos destinos prioritários. Como pode ser visto no Anexo A, as oportunidades são analisadas para subgrupos que, em 2008, representaram mais de 1% do valor exportado pelo Estado ou pelo menos 10% das exportações brasileiras do mesmo subgrupo.

A Tabela 3 apresenta os subgrupos exportadores do Ceará que atendem a esse requisito. O total de US\$ 965 milhões exportados pelos subgrupos selecionados correspondem a 75,7% do total das exportações do Ceará no ano de 2008 (Tabela 1)<sup>9</sup>.

**Tabela 3 – Participação dos subgrupos selecionados nas pautas do Ceará e no Brasil**

Subgrupo de Produtos	Intensidade Tecnológica	Exportações do Subgrupo em 2008 (US\$)	Participação do Subgrupo na Pauta do Ceará	Participação do Subgrupo do Ceará no Subgrupo do Brasil
Melões	PP	84.811.612	6,65%	55,75%
Bananas frescas ou secas	PP	6.963.320	0,55%	19,53%
Camarão congelado	PIRN	8.199.523	0,64%	14,53%
Lagosta congelada	PIRN	43.358.951	3,40%	50,30%
Castanhas de caju	PP	145.285.355	11,40%	74,10%
Massas alimentícias e preparações alimentícias	PIRN	23.948.342	1,88%	2,66%
Fios de algodão	MIT	2.389.136	0,19%	12,51%
Tecidos de algodão	MIT	88.062.231	6,91%	36,79%
Couro	PP/MIT	187.258.725	14,69%	9,96%
Produtos do couro	MIT	17.917.956	1,41%	11,27%
Calçados	MIT	342.208.744	26,84%	18,19%
Obras de trançaria	MIT	66.827	0,01%	22,83%
Obras de pedras e semelhantes	MIEE	14.502.460	1,14%	1,37%
<b>Total subgrupos selecionados</b>		<b>964.973.182</b>	<b>75,69%</b>	<b>14,49%</b>

Legenda Intensidade Tecnológica: PP – Produtos Primários; PIRN – Produtos Intensivos em Recursos Naturais; MIT – Manufaturados Intensivos em Trabalho; MIEE – Manufaturados Intensivos em Economias de Escala; MPFE – Manufaturados Produzidos por Fornecedores Especializados; MIP&D – Manufaturados Intensivos em P&D.

Na Tabela 3 se percebe que apenas os subgrupos de bananas, camarão congelado, fios de algodão e obras de trançaria têm participação inferior a 1% no pauta de exportações do Ceará. Entretanto, a participação das vendas desses subgrupos do Ceará em relação ao total exportado do Brasil nesse subgrupo é superior a 10%, sendo que para obras de trançaria 22,8% das exportações brasileiras tem como origem o Ceará. Por sua vez, nos subgrupos intensivos em produtos primários, como melões e castanhas de caju, e

<sup>9</sup> A comparação entre as Tabelas 1 e 3 revela algumas diferenças entre as classificações CNAE e subgrupos de produtos. Por exemplo, o valor exportado do subgrupo calçados é US\$ 4,8 milhões inferior ao exportado do setor CNAE Fabricação de calçados. Isso revela que, apesar da semelhança entre esses dois setores, a comparação direta não é possível, pois alguns produtos enquadrados em determinado subsetor CNAE não estão, necessariamente, classificados em apenas um subgrupo de produtos.

intensivos em recursos naturais, como lagosta congelada, as vendas do Estado correspondiam a mais da metade do total exportado pelo País no mesmo subgrupo.

Nas próximas páginas são apresentados os destinos selecionados como oportunidades para os subgrupos selecionados do Ceará. Em primeiro lugar, são apresentados os países e continentes para os quais o Ceará exportou em 2008, bem como o porte das empresas que tiveram acesso a cada um desses mercados. Na sequência, são mostrados os países com oportunidades para empresas do Ceará, conforme a metodologia descrita no Anexo A.

### Destinos selecionados para Melões

A produção de melões no Ceará, mais especificamente no Vale do Jaguaribe (na divisa com o Rio Grande do Norte), cresceu de forma mais acentuada que no Brasil. Em 2003, 24% da produção nacional de melões era proveniente do Ceará e em 2008 essa proporção era de 59%, de acordo com a PAM/IBGE (Produção Agrícola Municipal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). A Tabela 4 mostra que quase a totalidade das exportações de melão do Ceará foi destinada à Europa no ano de 2008. Nesse continente, são expressivas as vendas para os Países Baixos (que compraram 45,1% do total exportado aos europeus), Reino Unido (30,9%), Espanha (11%) e Alemanha (5,5%), com presença marcante de empresas de grande porte. Adicionalmente, houve exportação para Irlanda, Itália, Portugal e, no Leste Europeu, para a Polônia. Para Cabo Verde, as empresas de pequeno porte exportaram um baixo volume de melões em 2008.

**Tabela 4 - Exportações do Ceará de Melões em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>743</b>	<b>0,0%</b>		-	<b>100,0%</b>	-	-
Cabo Verde	743		100,0%	-	100,0%	-	-
<b>Américas</b>	<b>447.996</b>	<b>0,5%</b>		<b>2,2%</b>	<b>11,8%</b>	<b>0,0%</b>	<b>86,0%</b>
Estados Unidos	342.370		76,4%	-	-	-	100,0%
Canadá	95.826		21,4%	-	55,4%	-	44,6%
Argentina	9.800		2,2%	100,0%	-	-	-
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>84.362.873</b>	<b>99,5%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>8,0%</b>	<b>91,8%</b>
Países Baixos (Holanda)	38.036.599		45,1%	-	0,2%	11,3%	88,5%
Reino Unido	26.107.037		30,9%	-	-	9,5%	90,5%
Espanha	9.266.387		11,0%	-	0,0%	-	100,0%
Alemanha	4.666.968		5,5%	-	-	-	100,0%
Itália	3.254.457		3,9%	-	1,0%	-	99,0%
Portugal	1.333.574		1,6%	-	-	-	100,0%
Irlanda	870.154		1,0%	-	-	-	100,0%
Polônia	827.697		1,0%	-	-	-	100,0%
<b>Total geral</b>	<b>84.811.612</b>	<b>100,0%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,2%</b>	<b>8,0%</b>	<b>91,8%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

Na Tabela 5 estão os 12 mercados selecionados, em um total de 70, como oportunidades para exportação de melões do Ceará. Em primeiro lugar, a soma do valor importado pelos principais mercados atingiu US\$ 1 trilhão, isto é, as compras realizadas pelos países da América do Norte e pelos principais compradores da Europa (França, Reino Unido, Países Baixos e Alemanha) representaram uma parcela substancial do mercado mundial. É importante ressaltar que os melões cearenses já são vendidos nesses mercados, com exceção da França.

Na América do Norte, a posição do Estado nordestino não está consolidada, uma vez que nos Estados Unidos e no Canadá a parcela de melões cearenses em relação ao total importado por cada mercado era de apenas 0,1%. Apesar de ambos os países fazerem parte do NAFTA<sup>10</sup>, a tarifa *ad valorem* média tem uma diferença substancial: enquanto nos EUA é de 6,8%, no Canadá os produtos desse subgrupo gozam de isenção, o que indica uma preferência de entrada no mercado por esse último país. De qualquer modo, são identificadas oportunidades para empresas de todos os portes nos Estados Unidos e no Canadá. No território estadunidense, o principal concorrente do melão cearense é a Guatemala que detém 39% no total das importações daquele país, enquanto no Canadá o principal concorrente são os Estados Unidos

**Tabela 5 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Melões**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
							CE	BR	País	Part. 2008
Estados Unidos	271.492	AD	3,1%	BD	M-P-M-G	6,8%	0,1%	0,2%	Guatemala	39,1%
França	184.631	AD	8,3%	I	M-P-M-G	5,3%		1,2%	Espanha	56,4%
Reino Unido	179.890	AD	8,4%	I	M-P-M-G	5,3%	14,5%	31,7%	Espanha	32,3%
Países Baixos (Holanda)	157.760	AD	10,1%	I	M-P-M-G	5,3%	24,1%	41,5%	Espanha	19,0%
Alemanha	128.652	AD	8,9%	I	M-P-M-G	5,3%	3,6%	18,1%	Espanha	59,7%
Rússia	118.833	AD	43,2%	MD	M-G	3,8%		2,2%	Cazaquistão	49,0%
Canadá	95.055	AD	7,1%	I	M-P-M-G	0,0%	0,1%	0,6%	Estados Unidos	40,9%
Espanha (1)	60.551	A	15,9%	D	M-P-M-G	5,3%	15,3%	69,5%	Marrocos	12,9%
Suécia	18.980	A	7,1%	I	M-P-M-G	5,3%			Espanha	44,0%
Polônia	8.893	MB	24,8%	MD	M-G	5,3%	9,3%	26,5%	Espanha	21,2%
Romênia	2.555	MB	68,5%	MD	M-G	5,3%			Países Baixos (Holanda)	28,6%
Eslováquia	2.263	MB	54,1%	MD	M-G	5,3%		5,4%	Hungria	56,1%

(1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse subgrupo.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande;

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

A análise dos mercados da Europa parte da participação das exportações cearenses de melão no total que cada um importou desse produto no ano de 2008. Conforme apresentado na Tabela 5, os melões

<sup>10</sup> O NAFTA é o Tratado de Livre Comércio da América do Norte e não estabelece barreira tarifária homogênea entre seus membros, a saber, Canadá, Estados Unidos e México.

do Ceará participaram com 24% nos Países Baixos, 14,5% no Reino Unido, além de 3,6% na Alemanha. A França e a Suécia, mercados inexplorados em 2008, também são potenciais destinos para as exportações das empresas de todos os portes do Ceará. Ainda na Europa, a Espanha é uma alternativa para as empresas de todos os portes devido ao elevado ritmo de crescimento das importações, de quase 16% entre 2003 e 2008, apesar do país ibérico ser um exportador tradicional de melões, conforme indica o superávit da balança comercial de US\$ 283 milhões em 2003 e de US\$ 301 milhões em 2008. O superávit nesse subgrupo se reflete na liderança dos espanhóis nos principais mercados com oportunidades na Europa, como a França, Reino Unido, Alemanha e Suécia.

Na Tabela 5 também são identificadas oportunidades em países do Leste Europeu, mas apenas para empresas de médio ou grande porte. O mercado polonês expandiu 25% ao ano entre 2003 e 2008 e, nesse último ano, os melões do Ceará responderam por 9,3% das compras desse mercado. As importações da Rússia cresceram a uma taxa média anual de 43,2% e a barreira tarifária é um pouco inferior àquela aplicada pelos demais países da região. Outros mercados, como Romênia e Eslováquia, apesar de relativamente pequenos, são muito dinâmicos.

### Destinos selecionados para Banana

Conforme pesquisa do PAM/IBGE, a produção de bananas no Ceará correspondia a 6% da produção brasileira em 2008. Aproximadamente 91,6% da produção do Estado está concentrada nas regiões norte (41,2%), noroeste (20,1%), Vale do Jaguaribe (15,9%) e sul (14,5%). A Europa é o principal destino das vendas das empresas de grande porte do Ceará, como pode ser visto na Tabela 6. Nesse continente, 90% das exportações foram destinadas para Espanha e para o Reino Unido. O restante foi destinado para Países Baixos, Alemanha, França e Portugal.

**Tabela 6 - Exportações do Ceará de Banana em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>131</b>	0,00%		-	100,0%	-	-
Cabo Verde	131		100%	-	100,0%	-	-
<b>Américas</b>	<b>1.470</b>	0,02%		-	100,0%	-	-
Estados Unidos	1.470		100%	-	100,0%	-	-
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>6.961.719</b>	99,98%		-	0,6%	0,1%	99,2%
Reino Unido	4.583.145		66%	-	-	-	100,0%
Espanha	1.643.517		24%	-	0,3%	-	99,7%
Países Baixos (Holanda)	555.375		8%	-	-	-	100,0%
Outros	179.682		3%	0,0%	22,3%	4,6%	73,2%
<b>Total geral</b>	<b>6.963.320</b>	100,0%		-	0,7%	0,1%	99,2%

Fonte dos dados brutos: MDIC.

Para esse subgrupo, foram selecionados como oportunidades 14 mercados de um total de 49. De acordo com a Tabela 7, as principais oportunidades para empresas cearenses de todos os portes estão na

Europa. Nessa região, os mercados que mais se destacaram em relação ao valor importado de bananas, em 2008, foram Bélgica, Alemanha e Reino Unido. Na Bélgica, o maior mercado entre os selecionados e onde as empresas cearenses não estavam presentes em 2008, as importações cresceram a uma taxa de 18,6% entre 2003 e 2008. Na França as importações também tiveram um crescimento médio anual da ordem de 17,8% entre 2003 e 2008. A tarifa de importação média na União Européia é de 17,7%, mas em outros países da Europa, como na Turquia, pode chegar a 145,8% e, diferentemente, na Noruega há isenção tarifária. Os principais concorrentes cearenses são a Colômbia, que detém 36% do mercado Belga e 25% do mercado britânico, e o Equador, que fornece 32% das importações da Alemanha, 42,5% da Itália, 34,6% da Espanha, 41% da Áustria e 91,4% da Turquia. Na América do Norte, por sua vez, os Estados Unidos e o Canadá são oportunidades, sendo que o maior crescimento das importações desse último país compensa o menor tamanho do mercado.

**Tabela 7 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Banana**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
							CE	BR	País	Part. 2008
Bélgica	1.946.318	AD	18,6%	D	M-P-M-G	17,7%		1,3%	Colômbia	36,1%
Estados Unidos	1.685.384	AD	3,4%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,0%	Guatemala	28,1%
Alemanha	1.095.048	AD	5,9%	BD	M-P-M-G	17,7%	0,0%	0,1%	Equador	32,3%
Reino Unido	725.635	AD	6,3%	BD	M-P-M-G	17,7%	0,6%	1,5%	Colômbia	25,2%
Itália	562.286	A	8,0%	I	M-P-M-G	17,7%		1,6%	Equador	42,5%
França	494.914	A	17,8%	D	M-P-M-G	17,7%	0,0%	0,5%	Camarões	24,2%
Canadá	313.898	A	10,9%	I	M-P-M-G	0,0%		0,0%	Equador	25,7%
Países Baixos (Holanda)	180.722	A	7,8%	I	M-P-M-G	17,7%	0,3%	0,5%	Bélgica	65,7%
Espanha	173.216	MB	28,5%	MD	M-P-M-G	17,7%	0,9%	1,6%	Equador	34,6%
Áustria	137.048	A	12,1%	I	M-P-M-G	17,7%		0,9%	Equador	41,1%
Grécia	125.763	A	14,7%	D	M-P-M-G	17,7%			Itália	48,8%
Dinamarca	122.531	A	12,1%	I	M-P-M-G	17,7%			Alemanha	54,1%
Turquia	104.829	MB	23,6%	MD	M-P-M-G	145,8%			Equador	91,4%
Noruega	100.477	MA	12,5%	D	M-P-M-G	0,0%		0,0%	Costa Rica	41,6%

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

### Destinos selecionados para Camarão Congelado

As exportações de camarão congelado do Ceará têm como principal destino a Europa, como mostra a Tabela 8. As empresas de pequeno porte venderam um valor considerável para França em 2008, mas quase 90% das compras desse país são de empresas de médio ou grande porte. Os demais destinos na Europa foram Espanha, Alemanha, Bélgica, Itália, Portugal e Suíça. Na África, destaca-se a venda do produto por empresas de pequeno porte para o Cabo Verde.

**Tabela 8 - Exportações do Ceará de Camarão Congelado em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>2.532</b>	<b>0,03%</b>		-	<b>100,0%</b>	-	-
Cabo Verde	2.532		100,0%	-	100,0%	-	-
<b>Américas</b>	<b>661</b>	<b>0,01%</b>		-	-	<b>100,0%</b>	-
Canadá	626		94,7%	-	-	100,0%	-
Estados Unidos	35		5,3%	-	-	100,0%	-
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>8.196.330</b>	<b>99,96%</b>		-	<b>8,5%</b>	<b>69,2%</b>	<b>22,4%</b>
França	5.289.427		64,5%	-	13,1%	66,2%	20,7%
Espanha	2.435.689		29,7%	-	-	69,7%	30,3%
Alemanha	257.709		3,1%	-	-	100,0%	-
Portugal	115.850		1,4%	-	-	100,0%	-
Outros	97.655		1,2%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
<b>Total geral</b>	<b>8.199.523</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	-	<b>8,5%</b>	<b>69,1%</b>	<b>22,4%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

De 47 países analisados, 13 foram selecionados como oportunidades para as exportações de camarão congelado do Ceará, dentre os quais quatro são países europeus, como mostrado na Tabela 9. Há possibilidade de aumento da participação cearense na Espanha, França, Bélgica, Itália, Alemanha e Portugal. No Reino Unido, Suécia, Noruega e Áustria há oportunidade para início das exportações das empresas cearenses. Na Espanha, o maior mercado europeu de camarão congelado, em 2008, com importações de US\$ 1,2 bilhão, a participação da Argentina, principal fornecedor, foi de 22%. Nos demais países, os principais concorrentes brasileiros são variados, como Madagascar na França, Bangladesh na Bélgica entre outros.

O mercado dos Estados Unidos também apresentou baixo dinamismo entre 2003 e 2008, mas seu tamanho, maior que a soma dos países com oportunidades na Europa, e a ausência de barreira tarifária estimulam a entrada do produto cearense. A Tailândia foi o principal exportador para o mercado estadunidense em 2008. No continente africano, o Egito e a África do Sul se destacam pelo crescimento acentuado das importações no período, sendo de 170% e 25,6% ao ano em média, respectivamente. Na África do Sul, 65,6% das importações de camarão congelados foram provenientes da Índia em 2008.

**Tabela 9 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Camarão Congelado**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente		
						CE	BR	País	Part. 2008	
Estados Unidos	3.289.372	AD	1,3%	BD	M-G	0,0%	0,0%	Tailândia	24,3%	
Espanha	1.218.929	AD	4,9%	D	M-P-M-G	5,9%	0,2%	0,8%	Argentina	21,8%
França (2)	640.147	A	4,9%	D	M-P-M-G	5,9%	0,8%	6,0%	Madagascar	17,9%
Bélgica (1)	452.871	A	10,3%	MD	M-P-M-G	5,9%	0,0%	0,3%	Bangladesh	28,4%
Itália	450.676	A	5,9%	D	M-P-M-G	5,9%	0,0%	0,0%	Equador	30,0%
Reino Unido	297.935	A	0,2%	BD	M-P-M-G	5,9%			Índia	19,5%
Alemanha (2)	196.687	MA	13,1%	MD	M-P-M-G	5,9%	0,1%	0,0%	Vietnã	21,6%
Portugal (1) (2)	171.869	MA	10,7%	MD	M-P-M-G	5,9%	0,1%	0,6%	Espanha	44,6%
Suécia	64.415	MB	9,5%	MD	M-P-M-G	5,9%			Dinamarca	79,4%
Noruega	59.077	MA	17,7%	MD	M-P-M-G	0,0%			Dinamarca	30,8%
Egito	43.786	MB	170,1%	MD	M-P-M-G	5,0%			China	15,7%
África do Sul	34.197	MB	25,6%	MD	M-P-M-G	0,0%			Índia	65,6%
Áustria	22.321	MB	18,0%	MD	M-P-M-G	5,9%			Alemanha	35,4%

(1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse subgrupo.

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

### Destinos selecionados para Lagosta Congelada

Os dados da Tabela 10 indicam que os Estados Unidos foram o principal consumidor das lagostas congeladas do Ceará em 2008. Em geral, as empresas exportadoras são de médio ou grande porte, mas aquelas de pequeno porte também estavam presentes no mercado estadunidense em 2008. As empresas de micro porte estavam presentes apenas em Portugal e o valor representava somente 0,3% do total que o Ceará exportou de lagosta congelada. As empresas de pequeno porte também venderam para os Emirados Árabes Unidos, no Oriente Médio. Na Europa, a Espanha e a França são os maiores mercados, assim como o Japão na Ásia.

**Tabela 10 - Exportações do Ceará de Lagosta Congelada em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>598.862</b>	<b>1,4%</b>		-	<b>43,9%</b>	<b>56,1%</b>	-
Emirados Árabes Unidos	598.862		100%	-	43,9%	56,1%	-
<b>Américas</b>	<b>33.110.057</b>	<b>76,4%</b>		<b>0,0%</b>	<b>15,0%</b>	<b>46,1%</b>	<b>38,8%</b>
Estados Unidos	33.110.057		100%	0,0%	15,0%	46,1%	38,8%
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>3.173.077</b>	<b>7,3%</b>		-	-	<b>67,9%</b>	<b>32,1%</b>
Japão	3.172.576		99,98%	-	-	67,9%	32,1%
China	501		0,02%	-	-	100,0%	-
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>6.476.955</b>	<b>14,9%</b>		<b>2,3%</b>	-	<b>82,9%</b>	<b>14,9%</b>
Espanha	3.951.361		61,0%	-	-	93,6%	6,4%
França	1.497.534		23,1%	-	-	52,4%	47,6%
Itália	523.421		8,1%	-	-	100,0%	-
Bélgica	255.250		3,9%	-	-	100,0%	-
Portugal	249.389		3,9%	58,5%	-	41,5%	-
<b>Total geral</b>	<b>43.358.951</b>	<b>100,0%</b>		<b>0,3%</b>	<b>12,1%</b>	<b>53,4%</b>	<b>34,2%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

A análise das oportunidades para as exportações de lagosta congelada partiu de um total de 36 países até chegar nos 10 países identificados como oportunidade para exportação das empresas cearenses. De acordo com a Tabela 11, os Estados Unidos, que eram o maior mercado com oportunidade em 2008, encolheram a uma taxa média de 2,35% entre 2003 e 2008. Outras informações importantes são que os Estados Unidos não tinham barreira tarifária e as empresas cearenses forneceram 10% do total que o país importou de lagosta congelada no ano de 2008. Na América do Norte, o Canadá representa uma oportunidade para entrada das empresas do Ceará, apesar do baixo dinamismo do seu mercado entre 2003 e 2008.

Na Europa há potencial de vendas para empresas cearenses de todos os portes. O volume de importações do Reino Unido e da Suécia não é grande, inferior US\$ 7 milhões em 2008, mas ambos os mercados cresceram a taxa média anual superior a 40% entre 2003 e 2008. No Oriente, as oportunidades estão no Japão e em Hong Kong. Enquanto o primeiro apresenta elevado valor importado em 2008, porém redução entre 2003 e 2008, o segundo mais que dobrou de tamanho no período considerado. A Austrália se destaca como principal exportador para o Japão e Hong Kong, com uma participação no total importado de 33,3% e 50%, respectivamente.

**Tabela 11 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Lagosta Congelada**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente		
						CE	BR	País	Part. 2008	
Estados Unidos	323.600	AD	-2,3%	ED	M-P-M-G	0,0%	10,2%	19,9%	Austrália	18,2%
França	80.984	AD	4,2%	BD	M-P-M-G	4,3%	1,8%	13,4%	Bahamas	39,0%
Espanha	68.652	AD	12,5%	I	M-P-M-G	4,3%	5,8%	6,8%	Cuba	76,7%
Japão	64.709	AD	-6,0%	ED	M-G	1,0%	4,9%	5,7%	Austrália	33,3%
Itália (2)	18.256	A	8,1%	I	M-P-M-G	4,3%	2,9%	2,2%	Espanha	62,2%
Bélgica	16.081	A	33,5%	MD	M-P-M-G	4,3%	1,6%	5,0%	Bahamas	48,7%
Canadá	12.147	A	-0,7%	ED	M-P-M-G	5,0%			Haiti	36,1%
Hong Kong	9.310	A	25,7%	MD	M-G	0,0%			Austrália	50,2%
Reino Unido	6.515	MA	44,8%	MD	M-P-M-G	4,3%			Dinamarca	47,0%
Suécia	1.531	MB	44,0%	MD	M-P-M-G	4,3%			Dinamarca	61,0%

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

### Destinos selecionados para Castanha De Caju

No ano de 2008, 71,3% das exportações de castanha de caju proveniente do Ceará tinham como destino a América do Norte, especialmente os Estados Unidos, com quase US\$ 90 milhões importados naquele ano, somente de empresas de grande porte, de acordo com os dados da Tabela 12. Os grandes importadores europeus de castanhas do Ceará são Países Baixos, Itália, Reino Unido e França, além de Alemanha, Espanha e Portugal. As castanhas de caju do Estado também foram vendidas nos demais continentes: para Rússia no Leste Europeu, China na Ásia, Índia no Sudeste Asiático, Austrália na Oceania, África do Sul, Líbano no Oriente Médio e alguns países da América Central, como a Costa Rica, por exemplo.

**Tabela 12 - Exportações do Ceará de Castanha de Caju em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>8.714.865</b>	<b>6,0%</b>		<b>0,0%</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>98,9%</b>
Líbano	6.295.646		72,2%	-	-	-	100,0%
África do Sul	1.173.525		13,5%	-	8,1%	-	91,9%
Outros	1.245.694		14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Américas</b>	<b>108.568.515</b>	<b>74,7%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,2%</b>	<b>99,0%</b>
Estados Unidos	90.272.336		83,1%	-	1,0%	0,2%	98,8%
Canadá	9.448.756		8,7%	-	-	-	100,0%
México	3.887.831		3,6%	-	-	-	100,0%
Venezuela	1.995.560		1,8%	-	-	-	100,0%
Chile	1.154.431		1,1%	-	-	-	100,0%
Outros	1.809.601		1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>2.714.440</b>	<b>1,9%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
Índia	671.920		24,8%	-	-	-	100,0%
China	624.644		23,0%	-	-	-	100,0%
Austrália	597.486		22,0%	-	-	-	100,0%
Vietnã	364.000		13,4%	-	-	-	100,0%
Filipinas	344.750		12,7%	-	-	-	100,0%
Outros	111.640		4,1%	-	-	-	100,0%
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>25.287.535</b>	<b>17,4%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
Países Baixos (Holanda)	6.440.692		25,5%	-	-	-	100,0%
Itália	4.651.150		18,4%	-	-	-	100,0%
Reino Unido	2.743.130		10,8%	-	-	-	100,0%
Rússia	2.480.388		9,8%	-	-	-	100,0%
França	1.985.409		7,9%	-	-	-	100,0%
Portugal	1.816.669		7,2%	-	-	-	100,0%
Espanha	1.407.501		5,6%	-	-	-	100,0%
Alemanha	1.172.741		4,6%	-	-	-	100,0%
Suécia	863.440		3,4%	-	-	-	100,0%
Outros	1.726.415		6,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Total geral</b>	<b>145.285.355</b>	<b>100,0%</b>		<b>-</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,1%</b>	<b>99,2%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

Para castanha de caju, as empresas cearenses possuem grande participação nas importações dos Estados Unidos (13,7%) e do Canadá (15,4%). A ausência de barreiras tarifárias, o grande tamanho dos mercados e o forte crescimento médio anual entre 2003 e 2008 servem de estímulo para as empresas de todos os portes nesses dois países.

A Tabela 13, a seguir, apresenta os 24 mercados identificados como oportunidades para as exportações cearenses de castanha de caju, partindo de um total de 142 países. Na América Central não foram identificadas oportunidades e na América do Sul somente o Chile, cujo mercado se expandiu a uma taxa de 53% entre 2003 e 2008, se destacou. Nesse país as empresas de grande porte do Ceará já tinham 62% do total das importações e, adicionalmente, a ausência de tarifa de importação indica um mercado potencial para empresas de portes menores.

**Tabela 13 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Castanha de Caju**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
							CE	BR	País	Part. 2008
Estados Unidos	658.489	AD	10,3%	BD	M-P-M-G	0,0%	13,7%	18,7%	Vietnã	40,1%
Índia (2)	644.289	AD	17,8%	I	M-G	0,8%	0,1%	0,0%	Costa do Marfim	30,8%
Países Baixos (Holanda)	229.111	AD	16,1%	I	M-G	0,0%	2,8%	3,2%	Vietnã	50,7%
Vietnã	224.230	AD	43,9%	MD	M-G	39,6%	0,2%	0,3%	Costa do Marfim	32,3%
Alemanha	109.383	AD	22,4%	I	M-G	0,0%	1,1%	3,5%	Índia	76,4%
Reino Unido	103.230	AD	18,5%	I	M-G	0,0%	2,7%	3,0%	Vietnã	46,6%
Emirados Árabes Unidos	81.715	AD	-	-	M-G	5,0%			Índia	94,3%
China	78.350	AD	62,7%	MD	M-G	12,5%	0,8%	1,5%	Vietnã	93,5%
Canadá	61.260	AD	9,8%	BD	M-P-M-G	0,0%	15,4%	24,9%	Vietnã	57,2%
França	51.148	AD	22,0%	I	M-G	0,0%	3,9%	7,1%	Índia	58,5%
Rússia	40.004	AD	78,1%	MD	M-G	0,6%	6,2%	8,6%	Vietnã	83,5%
Japão	39.903	AD	12,7%	I	M-G	0,0%			Índia	86,8%
Espanha	34.805	AD	24,1%	I	M-G	0,0%	4,0%	4,8%	Índia	48,2%
Tailândia	20.125	A	77,3%	MD	M-G	40,0%			Vietnã	51,8%
Líbano	17.451	A	16,5%	I	M-G	5,0%	36,1%	45,9%	Vietnã	22,0%
Cingapura	9.950	A	8,9%	BD	M-G	0,0%			Índia	72,3%
Coreia do Sul	5.367	MA	35,6%	D	M-G	8,0%		0,1%	Índia	89,5%
Egito	5.298	MA	-	-	M-P-M-G	5,0%			Índia	69,0%
Ucrânia	4.673	MA	87,5%	MD	M-G	2,6%	1,1%	3,5%	Vietnã	57,4%
México (2)	3.866	A	10,8%	I	M-P-M-G	10,0%	100,6%	80,1%	Estados Unidos	16,8%
Eslováquia	3.235	MB	41,1%	MD	M-G	0,0%		0,3%	Índia	73,8%
Chile	1.860	MB	53,1%	MD	M-P-M-G	0,0%	62,1%	99,9%	Costa Rica	0,1%
Argélia	803	MB	61,5%	MD	M-P-M-G	30,0%		0,1%	Índia	95,6%
Marrocos	356	MB	36,5%	MD	M-P-M-G	25,0%			Índia	70,4%

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

Os países da Europa tiveram alto destaque no volume de importações e na taxa de crescimento anual elevados. Somados, Alemanha, França, Espanha e Reino Unido importaram aproximadamente US\$ 290 milhões em castanha de caju no ano de 2008 e apresentaram crescimento médio anual superior a 18,5%. Por outro lado, a Turquia, cujas importações dobraram a cada ano entre 2003 e 2008, aplica tarifa de 30% *ad valorem*, o que pode representar um obstáculo para as empresas de médio ou grande porte àquele mercado. Destaque-se, porém, que esta imposição tarifária não ocorre no restante da Europa. No Leste Europeu, a principal variável para seleção de oportunidades foi o expressivo crescimento das importações, pois em nenhum país a média anual foi inferior a 39,3%, crescimento registrado pelas importações do Cazaquistão de castanha de caju.

Também há chance de vendas na Austrália e na Nova Zelândia, na Oceania, cujos grandes mercados tiveram alto crescimento anual nos últimos anos e, especialmente, por não haver barreiras às importações.

Na Ásia, os mercados da China, do Japão e da Coreia do Sul são recomendados para as empresas cearenses de médio ou grande porte. Na China, o mercado atingiu o total de US\$ 78 milhões em 2008, após o crescimento médio anual de 62,7% nos cinco anos anteriores. Nesse país, as empresas do Ceará alcançaram quase 1% do total importado em 2008, mesmo com a tarifa de 12,5%. No Sudeste Asiático, existe potencial de crescimento das vendas das empresas cearenses de maior porte na Índia, Vietnã e Tailândia, que tiveram taxa de crescimento entre 2003 e 2008, considerando que os dois primeiros países são grandes fornecedores mundiais nesse subgrupo.

As empresas de todos os portes encontram oportunidades em mercados africanos, como mostra a Tabela 13. Na Argélia e no Marrocos, houve crescimento médio anual do valor importado de castanhas superior a 25% entre 2003 e 2008, mas o total nesse último ano era inferior a US\$ 1 milhão. As empresas cearenses não estavam presentes nesses países, provavelmente devido também ao fato dos produtos brasileiros receberem uma taxa de, pelo menos, um quarto do preço.

### **Destinos selecionados para Massas Alimentícias**

O subgrupo massas alimentícias compreende a fabricação de diversos tipos de massa, frutas e legumes em conserva e outros produtos alimentares. A Tabela 14 mostra que as exportações de massas alimentícias cearenses atingem grandes mercados em diferentes continentes. Rússia, Estados Unidos, China e Venezuela respondem por 94,5% das vendas cearenses desse subgrupo, com predominância de empresas de grande porte. As empresas de pequeno porte têm uma posição de relativo destaque apenas na França, com vendas de US\$ 256 milhões em 2008. Outros mercados de menor relevância são a África do Sul e Gana na África, Panamá na América Central e Israel no Oriente Médio.

**Tabela 14 - Exportações do Ceará de Massas Alimentícias em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>385.418</b>	<b>1,6%</b>		<b>3,5%</b>	<b>1,6%</b>	<b>0,0%</b>	<b>94,9%</b>
Israel	245.805		63,8%	-	-	-	100,0%
Gana	51.078		13,3%	-	-	-	100,0%
África do Sul	44.750		11,6%	-	-	-	100,0%
Outros	43.785		11,4%	30,8%	13,8%	0,0%	55,4%
<b>Américas</b>	<b>9.662.072</b>	<b>40,3%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>99,7%</b>
Estados Unidos	6.245.118		64,6%	-	0,5%	-	99,5%
Venezuela	2.930.388		30,3%	-	-	-	100,0%
Argentina	251.984		2,6%	-	-	-	100,0%
Outros	234.582		2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>4.833.721</b>	<b>20,2%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
China	4.832.785		99,98%	-	-	-	100,0%
Japão	936		0,02%	100,0%	-	-	-
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>9.067.131</b>	<b>37,9%</b>		<b>0,1%</b>	<b>2,8%</b>	<b>0,0%</b>	<b>97,1%</b>
Rússia	8.238.387		90,9%	-	-	-	100,0%
França	659.130		7,3%	-	38,8%	-	61,2%
Outros	169.614		1,9%	4,7%	0,0%	0,0%	95,3%
<b>Total geral</b>	<b>23.948.342</b>	<b>100,0%</b>		<b>0,1%</b>	<b>1,2%</b>	<b>-</b>	<b>98,7%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

A Tabela 15 revela que o mercado de massas alimentícias é muito grande e que há potencial de vendas em diversos países. 24 mercados foram selecionados como oportunidades para os exportadores cearenses de massas alimentícias, a partir de um total de 127 países. No Leste Europeu destaca-se o grande mercado russo, no qual as empresas de grande porte do Estado já estavam presentes em 2008. Na região, países como Romênia, Ucrânia, Cazaquistão e Bielorrússia apresentaram taxa de crescimento muito dinâmica, superior a 30% ao ano entre 2003 e 2008. A República Tcheca e a Eslováquia também são destacadas como oportunidades. Um aspecto negativo no Leste Europeu é a tarifa, que varia de 9,1% na Ucrânia até 15,65% na Rússia, enquanto nos países da Zona do Euro a tarifa de 15,15% é uniforme. Não obstante o fato de as vendas do Ceará para a Europa Ocidental representarem apenas 3,5% do valor exportado de massas alimentícias em 2008, muitas são as oportunidades para empresas de todos os portes nesse continente. Além do desafio de aumentar a presença nos grandes mercados da Alemanha e França, as vendas para o Reino Unido, Espanha e Itália são uma opção atraente, uma vez que é representativo o crescimento anual entre 11,25% e 14,4% desses mercados consolidados e com importações superiores a US\$ 3,6 bilhões.

**Tabela 15 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Massas Alimentícias**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
							CE	BR	País	Part. 2008
Estados Unidos	11.338.259	AD	10,2%	I	M-P-M-G	6,1%	0,1%	0,9%	Canadá	36,0%
Alemanha	9.717.232	AD	11,2%	I	M-P-M-G	15,2%	0,0%	0,1%	Itália	16,1%
Reino Unido	8.564.983	AD	12,8%	I	M-P-M-G	15,2%		0,1%	Países Baixos (Holanda)	15,0%
França	8.293.461	AD	12,6%	I	M-P-M-G	15,2%	0,0%	0,1%	Alemanha	18,3%
Canadá	4.663.254	AD	13,9%	I	M-P-M-G	27,6%		0,1%	Estados Unidos	77,5%
Japão	4.598.444	AD	5,7%	BD	M-P-M-G	23,7%	0,0%	0,6%	China	29,7%
Espanha	4.170.972	AD	14,4%	I	M-P-M-G	15,2%		0,2%	França	18,5%
Países Baixos (Holanda)	3.972.719	AD	12,1%	I	M-P-M-G	15,2%	0,0%	0,1%	Alemanha	26,8%
Itália	3.574.621	AD	13,6%	I	M-P-M-G	15,2%		0,2%	Alemanha	23,4%
Rússia	2.571.598	AD	23,9%	D	M-G	15,7%	0,3%	0,6%	China	9,7%
México	2.168.723	AD	7,7%	BD	M-P-M-G	9,4%		0,6%	Estados Unidos	68,2%
Coreia do Sul	1.522.057	A	13,8%	I	M-P-M-G	15,6%		0,3%	China	34,0%
China (1)	1.342.339	A	21,0%	D	M-P-M-G	18,0%	0,4%	1,5%	Estados Unidos	18,3%
Hong Kong	1.171.029	A	7,3%	BD	M-P-M-G	0,0%		0,1%	China	37,0%
Emirados Árabes Unidos	1.050.983	A	-	-	M-G	4,4%	0,0%	0,2%	Estados Unidos	17,3%
Ucrânia	714.194	A	39,5%	MD	M-G	9,1%		0,1%	Rússia	27,4%
Eslováquia	652.932	A	25,1%	D	M-G	15,2%		0,0%	Rep. Tcheca	30,3%
Cazaquistão	594.885	A	44,1%	MD	M-P-M-G	13,7%		0,0%	Rússia	58,7%
Bielorrússia	400.838	MA	30,1%	MD	M-G	14,3%		0,0%	Rússia	52,4%
Nigéria	358.449	MA	16,8%	I	M-P-M-G	14,6%		1,1%	Irlanda	18,5%
Jordânia	250.843	MB	27,8%	MD	M-G	19,0%		0,2%	Irlanda	15,2%
Panamá	249.359	MB	12,5%	I	M-G	11,9%	0,0%	0,7%	Estados Unidos	34,4%
Catar	193.017	MB	31,7%	MD	M-G	4,4%		0,1%	Arábia Saudita	11,7%
Paraguai	134.537	MB	28,0%	MD	M-P-M-G	0,0%		36,1%	Argentina	38,1%

(1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse subgrupo.

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

Os três principais países da América do Norte também são destacados devido ao alto volume das importações em 2008, com valores maiores que US\$ 2,2 bilhões. Contudo, há uma grande discrepância nas tarifas aplicadas; enquanto no Canadá a tarifa média é de 27,6%, no México é de 9,4% e nos Estados Unidos de 6,1%. Graças à proximidade de seus vizinhos, na América do Norte, os Estados Unidos são o principal fornecedor de massas alimentícias, com uma participação de 68% no México e de 77,5% no Canadá. Na América do Sul, apenas o Paraguai está presente na Tabela 15, em função de suas importações terem crescido 28% ao ano entre 2003 e 2008. Ressalta-se, que nesse país não havia barreira tarifária.

Na Ásia também foram identificados alguns mercados potenciais para empresas do Ceará de todos os portes. O Japão tem um grande mercado, mas com baixo dinamismo e elevada barreira tarifária. Para Coreia do Sul e Hong Kong, as importações em 2008 foram superiores a US\$ 1 bilhão, mas o primeiro teve

maior crescimento nos cinco anos anteriores e maior tarifa, sendo que em Hong Kong não havia esse tipo de barreira comercial. O mercado chinês também é uma possibilidade interessante para aumento das vendas das empresas cearenses, inclusive daquelas de menor porte, dado o potencial de crescimento do mercado consumidor doméstico.

No Oriente Médio, por outro lado, somente para empresas de grande porte foram identificadas oportunidades de negócios em Israel, na Jordânia e no Catar, esse último pela combinação de mercado dinâmico e baixa tarifa comercial. Destaca-se ainda a Nigéria, na África, para empresas de todos os portes. Na África do Sul as importações também cresceram em ritmo elevado.

### Destinos selecionados para Fios de Algodão

Em 2008, quase totalidade das exportações de fios de algodão do Ceará foram destinadas para Argentina. Um fato interessante é que aproximadamente US\$ 2,2 milhões de um total exportado de US\$ 2,4 milhões foram realizados por empresas de pequeno porte. A Tabela 16 ainda mostra que um pequeno valor foi exportado para França e Itália, na Europa, por empresas de grande porte.

**Tabela 16 - Exportações do Ceará de Fios de Algodão em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>Américas</b>	<b>2.388.083</b>	<b>99,96%</b>		-	<b>92,3%</b>	-	<b>7,7%</b>
Argentina	2.385.781		99,9%	-	92,4%	-	7,6%
Equador	2.302		0,1%	-	-	-	100,0%
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>1.053</b>	<b>0,04%</b>		<b>100,0%</b>	-	-	-
França	538		51,1%	100,0%	-	-	-
Itália	515		48,9%	100,0%	-	-	-
<b>Total geral</b>	<b>2.389.136</b>	<b>100,00%</b>		-	<b>92,3%</b>	-	<b>7,7%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

Nesse subgrupo a análise partiu de um conjunto de 8 países, dos quais apenas Colômbia e Venezuela são consideradas oportunidades para empresas de todos os portes do Ceará, conforme a Tabela 17. O volume de importações do mundo não é muito grande nesses países, mas a taxa de crescimento médio anual entre 2003 e 2008 foi de 19% na Colômbia e 48,9% na Venezuela. Enquanto na Colômbia o principal fornecedor é a Índia, na Venezuela cerca de 29% das compras de tecidos de algodão eram provenientes da Bolívia. Em ambos os países, as empresas cearenses não estavam presentes no ano de 2008.

A Argentina também é uma oportunidade para as empresas do Ceará, mas não consta da Tabela 17 porque o crescimento anual das suas importações foi de 8% entre 2003 e 2008, que é relativamente menor que aquele verificado na Colômbia ou na Venezuela. Não obstante, o mercado argentino é mais de vinte vezes maior que o colombiano, por exemplo.

**Tabela 17 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Fios de Algodão**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente País	Part. 2008
							CE	BR		
Colômbia	107.576	A	19,1%	I	M-P-M-G	6,9%	0,5%		Índia	48,9%
Venezuela	56.246	A	48,9%	MD	M-P-M-G	6,9%	0,4%		Bolívia	28,9%

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

### Destinos selecionados para Tecidos de Algodão

Em 2008, os tecidos de algodão produzidos no Ceará se destinaram, em grande parte, para América do Sul, especialmente para Argentina, e para os Países Baixos, na Europa. Ademais, como pode ser visto na Tabela 18, nesse ano houve vendas significativas para a África (principalmente para Tunísia), Américas do Norte (México) e Central (Honduras, Guatemala e Costa Rica, por exemplo), Ásia (Hong Kong) e, ainda, no Oriente Médio (Emirados Árabes Unidos).

**Tabela 18 – Exportações do Ceará de Tecidos de Algodão em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ País/ Total	Porte			
			Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>2.410.948</b>	<b>2,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>99,8%</b>
Tunísia	2.196.360	91,1%	-	-	-	100,0%
África do Sul	147.828	6,1%	-	-	-	100,0%
Outros	66.760	2,8%	0,0%	6,6%	0,0%	93,4%
<b>Américas</b>	<b>71.468.028</b>	<b>81,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
Argentina	33.395.862	46,7%	-	-	-	100,0%
Venezuela	9.339.509	13,1%	-	-	-	100,0%
Bolívia	6.790.354	9,5%	-	-	-	100,0%
Colômbia	5.800.552	8,1%	-	-	-	100,0%
Honduras	3.107.633	4,3%	-	-	-	100,0%
Paraguai	2.861.447	4,0%	-	-	0,3%	99,7%
México	2.649.705	3,7%	-	-	-	100,0%
Chile	1.874.812	2,6%	-	-	-	100,0%
Equador	1.769.290	2,5%	-	-	-	100,0%
Peru	1.590.701	2,2%	-	-	-	100,0%
Uruguai	1.055.697	1,5%	-	-	-	100,0%
Outros	1.232.466	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>1.245.832</b>	<b>1,4%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
Hong Kong	1.179.816	94,7%	-	-	-	100,0%
China	35.270	2,8%	-	-	-	100,0%
Sri Lanka	30.746	2,5%	-	-	-	100,0%
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>12.937.423</b>	<b>14,7%</b>	-	-	-	<b>100,0%</b>
Países Baixos (Holanda)	12.937.423	100,0%	-	-	-	100,0%
<b>Total geral</b>	<b>88.062.231</b>	<b>100,0%</b>	-	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

A seleção de oportunidades para o subgrupo de tecidos de algodão partiu de um total de 107 mercados, chegando, ao final, a um conjunto de 12 países. Na Europa, as principais oportunidades para empresas de médio e grande porte estão na Itália e Alemanha, por causa do alto valor das importações no ano de 2008, como mostra a Tabela 19. O mercado alemão permaneceu estagnado entre 2003 e 2008, enquanto o italiano teve um crescimento considerado intermediário no período. Nesses dois países, a China era o maior exportador em 2008.

Percebe-se que grande parte das oportunidades encontradas para empresas de todos os portes estão na África. O elevado crescimento de 64,6% entre 2003 e 2008 das importações de tecidos de algodão permitiu que a Nigéria fosse o terceiro maior importador entre os países selecionados do subgrupo. O maior exportador de tecidos de algodão para a Nigéria é o Togo, com cerca de 65% do total comprado pelo país africano. Tunísia também tem destaque pelo elevado volume de importações. As empresas cearenses já estavam presentes lá em 2008. Egito, Quênia, Gana e Mauritânia apresentaram crescimento de importações maior que 27% ao ano, em média, entre 2003 e 2008 e, por isso, são consideradas oportunidades relevantes. Enquanto no Egito, Quênia e Mauritânia os principais concorrentes eram a China ou Hong Kong, na Tunísia as empresas italianas tinham a maior parte do mercado, com 36,5% das importações em 2008.

**Tabela 19 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Tecidos de Algodão**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2003-2008	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente			
					CE	BR	País	Part. 2008		
China (2)	2.054.357	AD	1,0%	BD	M-G	10,1%	0,0%	0,1%	Hong Kong	69,2%
Itália	1.203.338	AD	5,3%	I	M-G	6,4%		0,0%	China	20,3%
Nigéria	1.153.697	AD	64,6%	MD	M-P-M-G	5,3%		7,0%	Togo	64,6%
Tunísia	979.218	AD	4,5%	BD	M-P-M-G	27,0%	0,2%	0,9%	Itália	36,5%
Estados Unidos	977.512	AD	-8,4%	ED	M-G	8,4%		0,5%	China	25,1%
Alemanha	836.636	AD	0,0%	BD	M-G	6,4%		0,2%	Itália	22,8%
Indonésia	691.161	A	46,7%	MD	M-G	10,5%		0,0%	China	38,8%
Sri Lanka	441.105	A	4,3%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,0%	Hong Kong	26,6%
Egito	232.420	A	219,9%	MD	M-P-M-G	10,0%	0,0%	1,7%	China	39,3%
Quênia	89.627	MB	72,0%	MD	M-P-M-G	25,4%			Hong Kong	29,0%
Gana	43.575	MB	27,1%	MD	M-P-M-G	20,0%			China	77,7%
Mauritânia	11.861	MB	80,9%	MD	M-P-M-G	16,3%			China	43,5%

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE. Para China o principal concorrente foi encontrado com informações dos países exportadores.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

Mesmo com o baixo crescimento nos cinco anos anteriores a 2008, recomenda-se a presença de empresas cearenses de médio ou grande porte no mercado da China, que em 2008 teve o maior valor

importado do mundo entre os países selecionados. Entretanto, uma melhor alternativa talvez seja a Indonésia, cujo crescimento médio anual de 46,7% entre 2003 e 2008 resultou numa posição de alto destaque em relação ao volume importado no último ano. Por fim, o Sri Lanka, que representa um grande mercado e tem tarifa de importação nula, é um caminho para o aumento das vendas de tecidos de algodão do Ceará na Ásia.

Na América do Norte, o alto volume de importações dos Estados Unidos, em 2008, indica oportunidades para as empresas de médio e grande porte do Ceará. Entretanto, ressalta-se que a redução média do crescimento superior a 8% ao ano nesses dois países entre 2003 e 2008 pode representar uma dificuldade para começar as exportações para os Estados Unidos. Além disso, as importações provenientes da China representaram 31,4% do total estadunidense. Um aspecto interessante é a ausência de oportunidades apontadas na América Latina na Tabela 19, pois, como foi visto na Tabela 18, cerca de 70% das exportações já tinha como destino essa região.

### **Destinos selecionados para Couro**

A Tabela 20 mostra que praticamente metade das exportações de couro do Ceará tem como destino a Europa, mais especificamente a Itália, que é uma grande exportadora de produtos que utilizam essa matéria-prima. Nesse continente, em 2008, foram registradas vendas do Ceará para Noruega, Dinamarca e Alemanha, entre outros países. Outros mercados importantes são os Estados Unidos e o México na América do Norte, Indonésia, China e Hong Kong na Ásia e Vietnã no Sudeste Asiático. Em 2008, foram verificadas ainda vendas para Colômbia e Paraguai na América Latina, Romênia e Hungria no Leste Europeu, Austrália na Oceania e Líbano no Oriente Médio. Nesse subgrupo, as exportações do Ceará são realizadas, predominantemente, por empresas de grande porte.

**Tabela 20 - Exportações do Ceará de Couro em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>985</b>	<b>0,0%</b>		-	-	-	<b>100,0%</b>
Líbano	985		100%				
<b>Américas</b>	<b>38.541.124</b>	<b>20,6%</b>		<b>0,0%</b>	<b>1,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>98,3%</b>
Estados Unidos	29.321.641		76,1%	-	-	-	100,0%
México	8.352.495		21,7%	-	1,0%	-	99,0%
Outros	866.988		2,2%				
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>59.929.362</b>	<b>32,0%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
Indonésia	21.396.045		35,7%	-	-	-	100,0%
Vietnã	20.628.800		34,4%	-	-	-	100,0%
China	13.149.909		21,9%	-	-	-	100,0%
Hong Kong	3.527.599		5,9%	-	-	-	100,0%
Outros	1.227.009		2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>88.787.254</b>	<b>47,4%</b>		<b>0,0%</b>	<b>1,4%</b>	<b>0,0%</b>	<b>98,6%</b>
Itália	77.626.215		87,4%	-	1,0%	-	99,0%
Noruega	8.411.917		9,5%	-	-	-	100,0%
Dinamarca	1.444.863		1,6%	-	-	-	100,0%
Outros	1.304.259		1,5%	0,0%	35,1%	0,0%	64,9%
<b>Total geral</b>	<b>187.258.725</b>	<b>100,0%</b>		-	<b>1,0%</b>	-	<b>99,0%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

A escolha de 11 países como oportunidades para as exportações de couro do Ceará partiu de um total de 59 mercados, que foram avaliados, um a um, até chegar àqueles com melhor perfil importador do referido subgrupo. Conforme pode ser visto na Tabela 21, no mercado asiático foram selecionados China, Hong Kong e Indonésia para empresas de médio ou grande porte, tendo esse último apresentado crescimento muito dinâmico entre 2003 e 2008 e baixa tarifa. As empresas cearenses do mesmo tamanho também podem explorar o Vietnã, no Sudeste Asiático, país que aumentou suas importações de couro do mundo para cerca de US\$ 1 bilhão em 2008, devido ao crescimento médio anual das importações de 15% nos cinco anos anteriores. As importações de couro do Vietnã e da Indonésia são diversificadas, a ponto de que o principal fornecedor, a Coreia do Sul, possui 11% e 16% nos respectivos mercados. O crescimento muito dinâmico das importações de couro está relacionado com o aumento da produção doméstica de calçados nesses dois países.

As empresas de porte micro ou pequeno, além das de médio e grande, tem oportunidades na Alemanha e na Itália. A Itália tem o segundo maior volume de importações entre os selecionados, porém, entre 2003 e 2008, apresentou baixo dinamismo. Outros compradores com elevado potencial são a Eslováquia e a Romênia com alto valor importado em 2008, em função da transferência da produção de calçados de países tradicionais da Europa para o Leste Europeu. Nesses dois países, a Itália era o principal fornecedor de couro, com uma parcela de 72% do total importado pela Romênia. Na América do Norte, apenas o México é recomendado para empresas de todos os portes do Ceará, mesmo com a redução das

importações entre 2003 e 2008. O mercado muito dinâmico da Índia também é oportunidade potencial das empresas de médio e grande porte do Ceará.

**Tabela 21 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Couro**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente País	Part. 2008
							CE	BR		
China	5.639.531	AD	8,4%	I	M-G	6,7%	0,2%	9,3%	Estados Unidos	20,4%
Itália	3.573.836	AD	1,9%	BD	M-P-M-G	1,3%	2,2%	14,9%	França	8,4%
Hong Kong	2.966.221	AD	-1,2%	ED	M-G	0,0%	0,1%	7,0%	Itália	19,6%
Alemanha	1.027.747	AD	4,7%	I	M-P-M-G	1,3%	0,1%	3,6%	Itália	34,8%
Vietnã	1.014.474	AD	15,0%	MD	M-G	7,2%	2,0%	9,4%	Coreia do Sul	11,1%
Romênia	793.153	A	2,5%	BD	M-P-M-G	1,3%	0,0%	0,2%	Itália	72,3%
México	668.464	A	-4,6%	ED	M-P-M-G	3,6%	1,2%	9,5%	Estados Unidos	42,5%
Turquia	518.293	A	-3,4%	ED	M-P-M-G	1,5%	0,0%	1,0%	Itália	19,2%
Índia (1)	484.938	A	21,1%	MD	M-G	6,5%	0,0%	1,5%	Itália	16,7%
Indonésia	336.021	A	25,7%	MD	M-G	0,3%	6,4%	15,6%	Coreia do Sul	16,2%
Eslováquia	240.833	A	4,7%	I	M-P-M-G	1,3%		2,5%	Itália	23,8%

(1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse subgrupo.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

### Destinos selecionados para Produtos de Couro

O subgrupo de produtos de couro inclui malas, bolsas, artigos de bolso e cintos, entre outros produtos que são feitos a partir do couro. Conforme se vê na Tabela 22, as vendas de produtos de couro, principalmente aquelas realizadas por empresas de grande porte do Ceará, são extremamente concentradas nos Estados Unidos. As empresas cearenses já estão presentes em todos os continentes, embora com participação inexpressiva em alguns países, como é o caso de Cuba e Martinica, entre outros na América Central e Colômbia e Venezuela na América do Sul.

**Tabela 22 - Exportações do Ceará de Produtos de Couro em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>10.246</b>	<b>0,1%</b>		<b>31,5%</b>	<b>10,2%</b>	<b>0,2%</b>	<b>58,0%</b>
África do Sul	4.826		47,1%	-	-	-	100,0%
Angola	3.270		31,9%	98,8%	0,5%	-	0,7%
Outros	2.150		21,0%	0,0%	47,9%	1,2%	50,9%
<b>Américas</b>	<b>17.878.939</b>	<b>99,8%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>99,7%</b>
Estados Unidos	17.774.923		99,4%	0,0%	0,1%	0,0%	99,9%
Outros	104.016		0,6%	0,9%	28,4%	3,1%	67,6%
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>3.591</b>	<b>0,0%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
Filipinas	1.789		49,8%	-	-	-	100,0%
Taiwan (Formosa)	1.642		45,7%	-	-	-	100,0%
Austrália	160		4,5%	-	-	-	100,0%
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>25.180</b>	<b>0,1%</b>		<b>24,1%</b>	<b>36,4%</b>	<b>6,0%</b>	<b>33,6%</b>
Portugal	5.109		20,3%	-	17,0%	-	83,0%
França	4.759		18,9%	61,8%	38,2%	-	-
Itália	3.554		14,1%	62,0%	-	3,4%	34,6%
Países Baixos (Holanda)	2.959		11,8%	31,1%	68,9%	-	-
Grécia	2.189		8,7%	-	-	-	100,0%
Alemanha	1.929		7,7%	-	28,2%	71,8%	-
Espanha	1.910		7,6%	-	82,0%	-	18,0%
Outros	2.771		11,0%	0,0%	83,8%	0,0%	16,2%
<b>Total geral</b>	<b>17.917.956</b>	<b>100,0%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>99,6%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

A seleção dos mercados para as exportações cearenses de produtos do couro partiu de um conjunto de 144 países e chegou a 31 que foram definidos como oportunidades. Apesar de quase a totalidade das vendas cearenses serem destinadas aos Estados Unidos, elas atingem apenas uma fração muito reduzida desse mercado, que é o maior comprador mundial de produtos de couro, de acordo com a Tabela 23. Além dos EUA, as empresas do Ceará, sem distinção de porte, têm oportunidades também no Canadá e México, devido ao alto destaque em volume de importações. Para o México, o baixo dinamismo do mercado e a elevada barreira comercial podem representar um obstáculo para entrada no mercado. Nesses três países se percebe que os produtos provenientes da China dominam, pelo menos, metade do mercado, o que também é observado em grande parte dos mercados selecionados como oportunidades para exportação.

Do mesmo modo, os países da Europa também representam um mercado significativo em termos de volume importado. Além disso, os principais mercados dessa região cresceram a uma taxa média de, no mínimo, 10% ao ano entre 2003 e 2008. A tarifa *ad valorem* baixa e uniforme é outra vantagem da região para que as empresas cearenses, de todos os portes, iniciem suas vendas no Reino Unido ou aumentem sua participação na França, Alemanha, Itália e Espanha. No Leste Europeu são destaques a Rússia e a Ucrânia, cujos mercados cresceram a uma taxa média superior a 40% entre 2003 e 2008.

**Tabela 23 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Produtos de Couro**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
							CE	BR	País	Part. 2008
Estados Unidos (2)	11.098.751	AD	5,7%	BD	M-P-M-G	6,3%	0,2%	0,1%	China	71,9%
Hong Kong	6.958.118	AD	7,7%	I	M-G	0,0%		0,0%	China	66,4%
Japão	5.412.375	AD	7,3%	BD	M-G	8,7%		0,0%	China	57,3%
França	3.556.136	AD	15,1%	D	M-P-M-G	0,9%	0,0%	0,1%	China	39,7%
Alemanha	3.386.001	AD	10,0%	I	M-P-M-G	0,9%	0,0%	0,1%	China	49,0%
Itália	3.177.141	AD	15,4%	D	M-P-M-G	0,9%	0,0%	0,1%	China	45,5%
Reino Unido	3.014.867	AD	11,9%	I	M-P-M-G	0,9%		0,1%	China	45,3%
Espanha	1.849.367	AD	15,6%	D	M-P-M-G	0,9%	0,0%	0,3%	China	47,1%
Canadá	1.376.115	AD	12,3%	I	M-P-M-G	5,1%		0,5%	China	65,6%
China (2)	1.155.758	AD	26,6%	MD	M-G	12,8%		0,1%	Hong Kong	69,5%
Coreia do Sul	1.137.265	AD	17,4%	D	M-G	9,1%		0,0%	China	47,5%
Países Baixos (Holanda)	1.013.987	AD	13,5%	I	M-P-M-G	0,9%	0,0%	0,2%	China	46,6%
Rússia	903.859	AD	41,0%	MD	M-P-M-G	25,4%	0,0%	0,2%	China	54,4%
Cingapura	645.079	AD	24,1%	MD	M-G	0,0%		0,0%	França	28,5%
Turquia	639.697	AD	25,5%	MD	M-P-M-G	0,8%		0,0%	China	54,7%
México	599.963	AD	5,5%	BD	M-P-M-G	23,0%		5,5%	China	49,8%
Emirados Árabes Unidos	504.112	A	-	-	M-G	5,0%	0,0%	0,1%	China	46,2%
Malásia	158.845	A	31,5%	MD	M-G	5,1%			China	34,1%
Chile	155.040	A	20,0%	D	M-P-M-G	0,0%	0,0%	1,0%	China	70,0%
Ucrânia	146.007	A	42,7%	MD	M-P-M-G	10,6%		0,1%	China	52,9%
Eslováquia	125.070	A	27,2%	MD	M-P-M-G	0,9%	0,0%	0,0%	China	33,8%
Macau	104.384	MA	58,8%	MD	M-G	0,0%			França	45,8%
Catar	49.561	MB	42,0%	MD	M-G	5,0%		0,1%	China	41,9%
Filipinas (1)	44.604	MB	24,7%	MD	M-G	12,8%	0,0%	0,0%	China	35,4%
Panamá (2)	35.702	MB	28,2%	MD	M-P-M-G	12,4%		0,2%	China	77,0%
Egito	31.435	MB	32,8%	MD	M-P-M-G	26,5%	0,0%	0,0%	China	71,6%
Cazaquistão	25.245	MB	36,6%	MD	M-G	13,1%		0,0%	China	53,3%
Rep. Dominicana	24.720	MB	32,7%	MD	M-P-M-G	17,5%		0,6%	China	49,5%
Omã	21.401	MB	217,8%	MD	M-G	5,0%		0,0%	Emirados Árabes Unidos	68,5%
Jordânia	17.909	MB	28,0%	MD	M-G	29,7%		0,0%	China	68,2%
Paraguai	16.759	MB	29,4%	MD	M-P-M-G	0,0%		4,1%	China	59,0%

(1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse subgrupo.

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE. Para o Panamá e para China o principal concorrente foi encontrado com informações dos países exportadores.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

Na Ásia, as opções para as empresas cearenses de maior porte são os enormes mercados de Hong Kong e do Japão ou mercados menores e com maior dinamismo, tais como a China, Coreia do Sul, Malásia e Cingapura, especialmente este último, que não impunha barreira comercial. No Oriente Médio as importações cresceram rapidamente entre 2003 e 2008, como se verificou na Jordânia e, principalmente, em Omã.

Apesar de terem apresentado um volume baixo de importações de produtos de couro do mundo, em 2008, os países da América do Sul e Central vinham aumentando substancialmente suas compras nos cinco anos anteriores. Chile, Paraguai e Panamá são potenciais compradores do Ceará, particularmente o primeiro que não aplica barreira tarifária e onde as empresas do Ceará já estão presentes. A participação das empresas chinesas é de 70% no Chile, 59% no Paraguai e 77% no Panamá.

### Destinos selecionados para Calçados

A partir de meados da década de 1990, o governo do Ceará passou a conceder incentivos fiscais para empresas das regiões Sul ou Sudeste estabelecerem suas fábricas no Estado. As principais empresas se estabeleceram na região do Cariri, principalmente nas cidades de Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha. Os principais produtos exportados das fábricas cearenses são calçados de borracha ou plástico com tiras na parte superior (sandálias) e outros calçados com solado de borracha ou plástico e com couro na parte externa<sup>11</sup>.

Os três principais importadores de calçados fabricados no Ceará estão na América do Norte, América do Sul e Europa, conforme mostra a Tabela 24. Em 2008, as vendas para os mercados dos Estados Unidos e da Argentina representaram mais de 65% do total destinado para o continente americano. Em termos de valor, as exportações de US\$ 67,7 milhões para Argentina são próximas daquelas destinadas aos Estados Unidos (US\$ 73 milhões) e ao Reino Unido (US\$ 75,9 milhões). Na Europa, além do Reino Unido e da Espanha, as vendas para Rússia, Itália, Alemanha e Portugal também foram superiores a dois milhões de dólares em 2008. As exportações foram elevadas, ainda, para Angola na África, Austrália na Oceania e Japão na Ásia, além de diversos outros países consumidores em menor escala.

---

<sup>11</sup> Mais informações sobre a produção de calçados na região do Cariri podem ser encontradas em Amaral Filho e Souza, Arranjo Produtivo de Calçados do Cariri, Ceará, Texto para Discussão n° 39, IPECE/SEPLAN (2003).

**Tabela 24 - Exportações do Ceará de Calçados em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>11.009.505</b>	<b>3,2%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>4,4%</b>	<b>95,5%</b>
Angola	3.722.634		33,8%	-	0,3%	-	99,7%
Emirados Árabes Unidos	1.702.247		15,5%	-	-	23,5%	76,5%
África do Sul	1.599.745		14,5%	-	-	0,4%	99,6%
Arábia Saudita	1.535.718		13,9%	-	-	2,6%	97,4%
Israel	683.555		6,2%	-	-	-	100,0%
Egito	594.052		5,4%	-	-	-	100,0%
Kuwait	415.836		3,8%	-	-	-	100,0%
Líbano	274.222		2,5%	-	-	13,3%	86,7%
Outros	481.496		4,4%	0,2%	0,3%	0,4%	99,1%
<b>Américas</b>	<b>213.165.384</b>	<b>62,3%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>1,6%</b>	<b>98,4%</b>
Estados Unidos	73.145.886		34,3%	0,0%	0,0%	0,9%	99,1%
Argentina	67.650.941		31,7%	-	-	0,2%	99,8%
México	16.523.702		7,8%	-	-	0,3%	99,7%
Venezuela	13.190.095		6,2%	-	-	3,5%	96,5%
Paraguai	12.179.912		5,7%	-	-	1,7%	98,3%
Bolívia	6.874.844		3,2%	-	-	0,6%	99,4%
Panamá	3.583.317		1,7%	-	-	0,1%	99,9%
Peru	2.966.931		1,4%	-	-	-	100,0%
Canadá	2.868.352		1,3%	-	-	1,2%	98,8%
Colômbia	2.361.182		1,1%	-	-	-	100,0%
Outros	11.820.222		5,5%	0,0%	0,2%	15,2%	84,6%
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>12.525.123</b>	<b>3,7%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,6%</b>	<b>99,4%</b>
Austrália	3.007.729		24,0%	-	-	-	100,0%
Japão	2.251.733		18,0%	-	-	-	100,0%
Malásia	1.820.527		14,5%	-	-	1,8%	98,2%
Cingapura	1.151.517		9,2%	-	-	2,5%	97,5%
Filipinas	1.116.990		8,9%	-	-	-	100,0%
China	852.941		6,8%	-	-	-	100,0%
Hong Kong	695.455		5,6%	-	-	0,6%	99,4%
Taiwan (Formosa)	649.320		5,2%	-	-	-	100,0%
Tailândia	578.772		4,6%	-	-	-	100,0%
Outros	400.139		3,2%	0,0%	0,0%	1,2%	98,8%
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>105.508.732</b>	<b>30,8%</b>		<b>0,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,6%</b>	<b>99,4%</b>
Reino Unido	75.902.757		71,9%	0,0%	-	0,1%	99,9%
Espanha	6.846.503		6,5%	-	0,1%	4,1%	95,8%
Rússia	3.443.596		3,3%	-	-	1,7%	98,3%
Itália	2.670.449		2,5%	0,2%	0,3%	-	99,5%
Alemanha	2.380.602		2,3%	0,0%	-	-	100,0%
Portugal	2.014.614		1,9%	0,7%	2,0%	3,2%	94,2%
Grécia	1.819.487		1,7%	-	1,0%	3,7%	95,3%
Países Baixos (Holanda)	1.450.981		1,4%	-	-	-	100,0%
Hungria	1.359.124		1,3%	-	-	-	100,0%
França	1.048.871		1,0%	0,0%	0,1%	-	99,8%
Outros	6.571.748		6,2%	0,0%	0,0%	0,7%	99,3%
<b>Total geral</b>	<b>342.208.744</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>1,3%</b>	<b>98,6%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

Dos 147 países selecionados para análise de oportunidades para as exportações de calçados produzidos no Ceará, foram selecionados os 34 que estão descritos na Tabela 25, a seguir. Nela, percebe-se que os três destinos escolhidos na América do Sul tiveram crescimento muito dinâmico entre 2003 e 2008, com uma média anual superior a 20%. Há oportunidade de aumento das vendas das empresas de todos os portes, mesmo no Paraguai, onde cerca de 1/5 das importações eram provenientes do Estado nordestino em 2008. Destaca-se a ausência de barreiras tarifárias para as importações provenientes do Brasil. Na América Central, o Panamá foi o único selecionado por conta do crescimento médio de 18,6% entre 2003 e 2008. Assim como no subgrupo de produtos de couro, a China é o grande exportador mundial de calçados, com uma fatia superior a 70% do mercado no Chile e no Panamá, por exemplo.

Na América do Norte, o tamanho do mercado é relativamente maior, porém as taxas de crescimento podem ser consideradas, no máximo, intermediárias. O mercado dos Estados Unidos era de US\$ 20 bilhões em 2008, mas o crescimento médio foi de 4,6% nos cinco anos anteriores. Não obstante a tarifa média do México ser de 23,6%, as vendas do Ceará representavam 3% de todas as importações daquele país.

Na Europa também existe a possibilidade de aumento das vendas das empresas cearenses, inclusive daquelas de micro e pequeno portes. Todos os países desse continente têm alto destaque do tamanho do mercado, sendo os menores na Espanha e na Turquia, mas com crescimento muito dinâmico de 20,4% e 29,5%, respectivamente, nos anos anteriores. A tarifa para o subgrupo de calçados na União Européia é de 6,8%.

Na Ásia, Hong Kong e Japão também somam uma parte importante das importações mundiais de calçados. Enquanto Hong Kong tem um mercado com baixo dinamismo e ausência de barreira tarifária, as importações do Japão tiveram crescimento considerado intermediário, mas com uma tarifa média de 92,25%. Adicionalmente, nessa região, a Coreia do Sul também é recomendada para empresas de grande porte. A China, na Ásia, e a Tailândia, no sudeste asiático, são mercados alternativos para empresas de médio e grande portes devido ao elevado crescimento entre 2003 e 2008. Ainda há possibilidade de aumento das vendas das empresas do Ceará na África e no Oriente Médio.

Na Ásia, Hong Kong e Japão também somam uma parte importante das importações mundiais de calçados. Enquanto Hong Kong tem um mercado com baixo dinamismo e ausência de barreira tarifária; as importações do Japão tiveram crescimento considerado intermediário, mas com uma tarifa média de 92,25%. Adicionalmente, nessa região, a Coreia do Sul também é recomendada para empresas de grande porte. A China, na Ásia, e a Tailândia, no Sudeste Asiático, são mercados alternativos para empresas de médio e grande portes devido ao elevado crescimento entre 2003 e 2008. Ainda há possibilidade para as empresas do Ceará aumentarem suas vendas na África, no Oriente Médio e na Oceania.

**Tabela 25 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Calçados**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
							CE	BR	País	Part. 2008
Estados Unidos	20.104.409	AD	4,6%	BD	M-P-M-G	13,0%	0,4%	2,6%	China	74,3%
Alemanha	6.529.337	AD	8,5%	I	M-P-M-G	6,8%	0,0%	0,8%	China	26,6%
França	5.714.002	AD	8,5%	I	M-P-M-G	6,8%	0,0%	0,9%	China	24,9%
Reino Unido	5.190.855	AD	6,1%	BD	M-P-M-G	6,8%	1,5%	5,1%	China	29,1%
Hong Kong	4.944.408	AD	0,8%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,3%	China	88,2%
Itália	4.919.182	AD	12,2%	I	M-P-M-G	6,8%	0,1%	2,7%	China	20,3%
Japão	4.112.996	AD	7,6%	I	M-G	92,3%	0,1%	0,4%	China	71,6%
Espanha	2.917.972	AD	20,4%	MD	M-P-M-G	6,8%	0,2%	2,4%	China	35,1%
Rússia	2.843.811	AD	63,3%	MD	M-G	20,5%	0,1%	0,7%	China	71,0%
Países Baixos (Holanda)	2.570.867	AD	16,1%	D	M-P-M-G	6,8%	0,1%	1,6%	China	28,3%
Canadá	1.747.943	AD	10,1%	I	M-P-M-G	13,2%	0,2%	2,6%	China	68,3%
Coreia do Sul	909.146	A	16,8%	D	M-G	13,0%	0,0%	0,6%	China	61,8%
China (1) (2)	730.496	A	51,9%	MD	M-G	15,6%	0,1%	1,0%	Hong Kong	42,9%
Emirados Árabes Unidos	659.824	A	-	-	M-G	5,0%	0,3%	3,3%	China	46,2%
Turquia	638.578	A	29,5%	MD	M-P-M-G	7,4%	0,1%	2,1%	China	49,0%
México	551.532	A	10,2%	I	M-P-M-G	23,6%	3,0%	7,3%	Vietnã	38,1%
Chile	518.102	A	21,2%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,2%	7,3%	China	72,5%
Ucrânia	473.683	A	49,6%	MD	M-G	10,0%	0,0%	0,7%	China	81,0%
Cingapura	413.488	A	8,7%	I	M-G	0,0%	0,3%	1,3%	China	37,7%
Eslováquia (1)	337.467	A	35,9%	MD	M-G	6,8%	0,0%	0,3%	China	21,4%
Panamá (2)	124.051	MA	18,6%	MD	M-P-M-G	10,5%	2,9%	1,8%	China	73,6%
Tailândia (1)	108.870	MB	24,0%	MD	M-G	36,4%	0,5%	3,2%	China	54,3%
Rep. Dominicana (1)	93.219	MB	18,2%	MD	M-P-M-G	20,0%	0,4%	5,1%	China	61,7%
Catar	71.766	MB	29,5%	MD	M-G	5,0%	0,0%	2,3%	China	40,2%
Paraguai	66.489	MB	38,2%	MD	M-P-M-G	0,0%	18,3%	43,9%	China	42,0%
Argélia	63.005	MB	26,2%	MD	M-P-M-G	30,0%		0,3%	China	82,9%
Uruguai	62.534	MB	28,7%	MD	M-P-M-G	0,0%	2,0%	24,2%	China	55,4%
Macau	58.893	MB	22,4%	MD	M-G	0,0%		0,5%	China	49,1%
Sudão	56.232	MB	22,5%	MD	M-P-M-G	40,0%			China	89,6%
Egito	54.595	MB	45,0%	MD	M-P-M-G	30,0%	1,1%	1,4%	China	65,8%
Cazaquistão	53.583	MB	21,2%	MD	M-G	12,7%	0,1%	0,7%	China	31,4%
Omã	52.466	MB	119,9%	MD	M-G	5,0%	0,1%	0,5%	Emirados Árabes Unidos	75,2%
Marrocos (1)	48.998	MB	28,3%	MD	M-P-M-G	29,4%	0,1%	2,9%	China	59,2%
Uganda	43.149	MB	25,6%	MD	M-P-M-G	25,0%			China	76,3%

1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse subgrupo.

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE. Para o Panamá e para China o principal concorrente foi encontrado com informações dos países exportadores.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

### Destinos selecionados para Obras de Trançaria

As exportações do subgrupo obras de trançaria são compostas, basicamente, por cestas feitas com material vegetal como, por exemplo, artesanato em palha de coqueiro. O fato de serem produtos

tradicionais intensivos em recursos naturais e mão-de-obra explica por quê, diversamente dos outros subgrupos analisados, apenas empresas de micro ou pequeno porte exportavam em 2008, conforme a Tabela 26. As vendas são concentradas nos Estados Unidos e, principalmente, nos Países Baixos.

**Tabela 26 - Exportações do Ceará de Obras de Trançaria em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>Américas</b>	<b>1.986</b>	<b>3%</b>		<b>0,3%</b>	<b>99,7%</b>	-	-
Estados Unidos	1.986		100%	0,3%	99,7%	-	-
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>64.841</b>	<b>97%</b>		<b>100,0%</b>	-	-	-
Países Baixos (Holanda)	64.841		100%	100,0%	-	-	-
<b>Total geral</b>	<b>66.827</b>			<b>97,0%</b>	<b>3,0%</b>	-	-

Fonte dos dados brutos: MDIC.

As oportunidades indicadas na Tabela 27 incluem nove países (escolhido em um conjunto de 25 mercados) da América do Norte e da Europa, recomendados como potenciais destinos das exportações de micro e pequenas empresas cearenses. Os Estados Unidos, apesar de serem o maior mercado e contarem com uma tarifa *ad valorem* média de 0,4%, tiveram um crescimento das importações, entre 2003 e 2008 de apenas 0,2%. Ao contrário, o Canadá teve um mercado muito dinâmico nesse período. Na Europa, os destinos selecionados de acordo com o maior valor importado em 2008 são a Alemanha e a França, com um valor superior a US\$ 100 milhões. A Suíça e a Áustria são mercados menores no continente, mas a taxa de crescimento entre 2003 e 2008 foi superior a 10% ao ano, em média. A China é o maior concorrente para empresas brasileiras em todos os mercados apontados como oportunidades de exportação. Na Itália, a participação chinesa chega a 72,8%. A exceção é a Suíça, onde o principal concorrente é a Alemanha.

**Tabela 27 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Obras de Trançaria**

Países Selecionados	Imp. País em 2008 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2003-2008		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
							CE	BR	País	Part. 2008
Estados Unidos	499.412	AD	0,2%	BD	M-P	0,4%	0,0%	0,0%	China	70,5%
Alemanha	178.928	A	10,4%	MD	M-P	3,4%		0,0%	China	59,8%
França	126.943	A	7,2%	D	M-P	3,4%		0,2%	China	60,3%
Itália	81.639	A	3,8%	I	M-P	3,4%		0,0%	China	72,8%
Países Baixos (Holanda) (2)	76.909	A	8,0%	D	M-P	3,4%	0,1%		China	68,8%
Espanha	69.024	A	4,7%	I	M-P	3,4%		0,0%	China	67,3%
Canadá	66.501	MA	13,5%	MD	M-P	2,6%		0,0%	China	76,3%
Suíça	23.143	MB	10,8%	MD	M-P	0,0%		0,0%	Alemanha	34,6%
Áustria	20.936	MB	11,5%	MD	M-P	3,4%		0,0%	China	39,5%

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

## Destinos selecionados para Obras de Pedras e Semelhantes

Dentro do subgrupo Obras de pedras e semelhantes, os produtos de maior representatividade nas exportações do Ceará, em 2008, foram Granito (43,2%) e Placas, folhas ou tiras de mica (51%). Os grãos de mica, inclusive, são encontrados na parte mais escura e brilhante do granito. A mica é utilizada como matéria-prima para produtos de isolamento elétrico e térmico, como em ferro elétrico de passar roupa, fornos de indução, cabos de resistência a fogo entre outros.

Predominam nas exportações cearenses desse subgrupo as empresas de médio porte. O principal destino das vendas de obras de pedras e semelhantes do Ceará foram os Estados Unidos, com quase metade do total de US\$ 14,5 milhões em 2008. Nas Américas, as vendas também são representativas para o Canadá e para o México, entre outros países com menor volume, como, por exemplo, Venezuela, Argentina e Chile. Além das exportações de US\$ 1,55 milhões para Polônia, no Leste Europeu; as vendas do Ceará são significativas, ainda, para Itália, Reino Unido, Suíça e outros países como Países Baixos, Espanha, França e Portugal. Na Ásia, a China e a Índia são os únicos mercados relevantes, com aproximadamente US\$ 1,5 milhões e US\$ 450 mil de vendas do Ceará, respectivamente. As exportações das empresas cearenses para a África somaram menos de 1% do total no ano de 2008.

**Tabela 28 - Exportações do Ceará de Obras de Pedras e Semelhantes em 2008 para cada país/continente e discriminação do porte das empresas**

Países por Continente	Exportações Ceará (US\$)	Continente/ Total	País/ Continente	Porte			
				Micro	Pequena	Média	Grande
<b>África e Oriente Médio</b>	<b>128.452</b>	<b>0,9%</b>		<b>69,6%</b>	<b>6,3%</b>	<b>24,1%</b>	<b>0,0%</b>
Angola	84.251		65,6%	100,0%	-	-	-
África do Sul	30.995		24,1%	-	-	100,0%	-
Cabo Verde	13.206		10,3%	38,9%	61,1%	-	-
<b>Américas</b>	<b>8.224.170</b>	<b>56,7%</b>		<b>0,0%</b>	<b>4,2%</b>	<b>95,8%</b>	<b>0,0%</b>
Estados Unidos	7.260.408		88,3%	0,0%	4,7%	95,2%	-
Canadá	633.549		7,7%	-	-	100,0%	-
México	192.684		2,3%	-	-	100,0%	-
Outros	137.529		1,7%	0,0%	1,8%	97,7%	0,5%
<b>Ásia e Oceania</b>	<b>2.013.937</b>	<b>13,9%</b>		-	-	<b>100,0%</b>	-
China	1.563.870		77,7%	-	-	100,0%	-
Índia	450.067		22,3%	-	-	100,0%	-
<b>Europa e Leste Europeu</b>	<b>4.135.901</b>	<b>28,5%</b>		<b>1,4%</b>	<b>15,0%</b>	<b>83,5%</b>	<b>0,0%</b>
Polônia	1.552.746		37,5%	-	-	100,0%	-
Itália	1.108.786		26,8%	-	0,8%	99,2%	-
Suíça	702.973		17,0%	-	-	100,0%	-
Reino Unido	565.782		13,7%	3,1%	84,6%	12,3%	-
Outros	205.614		5,0%	20,7%	65,5%	13,9%	0,0%
<b>Total geral</b>	<b>14.502.460</b>	<b>100,0%</b>		<b>1,0%</b>	<b>6,7%</b>	<b>92,2%</b>	<b>0,0%</b>

Fonte dos dados brutos: MDIC.

A Tabela 29 traz os 19 mercados onde foram identificadas oportunidades para os exportadores de obras de pedras e semelhantes, a partir de um total de 107 países. A Tabela indica que as empresas cearenses de todos os portes têm condições de ampliar participação nos Estados Unidos, já que micro e pequenas empresas já têm acesso a esse mercado, embora com pequeno valor exportado. As importações totais dos Estados Unidos desse subgrupo cresceram a uma média de 6,8% ao ano entre 2003 e 2008, uma taxa expressiva quando se leva em conta o volume importado do mundo, que supera US\$ 6 bilhões no último ano analisado. Nesse país, o principal concorrente no subgrupo de obras de pedras e semelhantes era a China, com um total de 21% do mercado. Outra vantagem dos Estados Unidos é a baixa tarifa de importação aplicada a esse subgrupo.

**Tabela 29 - Destinos selecionados como oportunidades para o subgrupo de Obras de Pedras e Semelhantes**

Países Selecionados	Imp. País em		Crescimento		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2008		Principal Concorrente	
	2008 (US\$ 1.000)		médio imp. 2003-2008				CE	BR	País	Part. 2008
Estados Unidos	6.290.595	AD	6,8%	BD	M-P-M-G	0,4%	0,1%	10,9%	China	21,0%
Alemanha	2.764.735	AD	9,7%	I	M-P-M-G	0,0%		2,2%	China	12,0%
França	2.218.304	AD	13,3%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,5%	Alemanha	19,1%
Reino Unido	1.675.207	AD	12,7%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	1,9%	Alemanha	14,3%
Coreia do Sul	1.373.176	AD	17,0%	I	M-G	8,0%		0,2%	China	64,3%
Japão	1.358.780	AD	3,4%	BD	M-G	0,0%		0,4%	China	66,9%
Itália	1.273.738	AD	14,0%	I	M-P-M-G	0,0%	0,1%	1,1%	Alemanha	22,8%
Países Baixos (Holanda)	1.183.110	AD	15,7%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,7%	Alemanha	31,8%
Rússia	982.132	AD	31,8%	MD	M-G	10,8%		1,4%	China	27,5%
China (1) (2)	882.744	A	20,9%	D	M-G	13,7%	0,2%	0,4%	Japão	34,6%
México (1)	518.280	A	11,4%	I	M-P-M-G	6,9%	0,0%	6,9%	Estados Unidos	52,7%
Cingapura	424.270	A	20,6%	D	M-G	0,0%		0,2%	Malásia	36,3%
Ucrânia	373.177	A	38,7%	MD	M-G	6,3%		2,0%	Polônia	28,7%
Hong Kong	363.193	A	1,9%	BD	M-G	0,0%		0,1%	China	51,0%
Índia (1)	308.400	A	35,1%	MD	M-G	10,0%	0,1%	1,0%	China	25,9%
Eslováquia	265.560	MA	23,9%	D	M-G	0,0%		1,3%	Rep. Tcheca	28,1%
Marrocos	106.593	MB	36,4%	MD	M-P-M-G	28,4%		0,1%	Itália	24,2%
Argélia	104.178	MB	25,8%	MD	M-P-M-G	22,0%		0,2%	Itália	14,4%
Nigéria	89.472	MB	34,9%	MD	M-P-M-G	15,7%		1,7%	Estados Unidos	20,5%

(1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse subgrupo.

(2) A participação do Ceará foi maior que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Ceará é fornecida pelo MDIC, enquanto a participação do BR e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com UN/COMTRADE. Para China o principal concorrente foi encontrado com informações dos países exportadores.

AD indica que as importações do país são Alto destaque; A, Alto; MA, Médio Alto; MB, Médio Baixo. MD representa que o crescimento das importações entre 2003 e 2008 foram Muito dinâmicos; D, Dinâmico; I, Intermediário; BD, Baixo Dinamismo.

Obs.: M-P significa micro e pequenas empresas. M-G representa média e grande.

A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o subgrupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do MACMAP/ITC;

Fonte dos dados brutos: MDIC e UN Comtrade.

Entre os países europeus selecionados, todos são alto destaque no que se refere ao volume importado em 2008, com uma soma superior a US\$ 9 bilhões. O dinamismo das importações desses países europeus é considerado intermediário, quando comparado com os demais, com uma taxa média que varia de 9,7% na Alemanha até 15,7% nos Países Baixos (Holanda). As empresas do Ceará já exportam para todos

os países europeus selecionados, com exceção da Alemanha. Além disso, os países da União Européia não têm barreiras tarifárias para os produtos desse subgrupo provenientes do Brasil. Como pode ser visto na Tabela 29, mesmo sendo considerado como uma oportunidade para vendas das empresas cearenses, a Alemanha possui a maior fatia no total de importações da França, Reino Unido, Itália e Países Baixos (Holanda).

No Leste Europeu, o mercado do subgrupo analisado cresceu em ritmo superior a 29% ao ano, em média, entre 2003 e 2008. Em 2008 as empresas no Ceará não estavam presentes na Rússia ou Ucrânia, mas foram identificadas oportunidades para empresas de médio e grande porte nesses países. Na Rússia o principal fornecedor de obras de pedras e semelhantes era a China com 27,5% e na Ucrânia as empresas da Polônia tinham 28,7% do total das importações.

Na Ásia, a Coreia do Sul e o Japão se destacam pelo volume importado em 2008. O mercado sul-coreano se mostrou mais dinâmico que o japonês entre 2003 e 2008, pois a taxa de crescimento média anual foi de 17%, enquanto no Japão foi de 3,4% no mesmo período. Nesse continente, além desses dois países e de Hong Kong, o mercado chinês se configura em uma alternativa para as empresas cearenses de médio e grande porte, apesar da tarifa média de 13,7%. No sudeste asiático, além de Cingapura, que foi apontada como mercado selecionado, Índia é uma opção de mercado importador. As empresas de todos os portes do Ceará podem buscar ainda os países do continente africano. As importações de Marrocos, Argélia e a Nigéria também tiveram crescimento elevado entre 2003 e 2008, o que caracteriza esses países como muito dinâmicos.

A seleção dos setores para análise de oportunidades é feita a partir dos subgrupos (classificação dos produtos elaborada pela SECEX/MDIC) de produtos exportados pelo Estado do Ceará. Depois de levantar quais são esses subgrupos, é feito o cálculo da participação de cada um deles nas exportações totais cearenses e nas exportações brasileiras do mesmo subgrupo.

A partir daí, é adotado o seguinte critério: é selecionado o subgrupo que tiver participação superior a 1% na pauta total do Ceará **OU** aquele em que as exportações cearenses representem mais de 10% das exportações brasileiras do subgrupo.

Definidos os subgrupos que serão analisados, são identificados os países (e respectivos continentes<sup>12</sup>) para os quais as empresas cearenses desses setores exportaram no ano de 2008.

A partir disso, a análise é ampliada para todos os países dos continentes identificados, com o objetivo de investigar oportunidades potenciais em países vizinhos àqueles para os quais o Ceará já exporta.

A classificação do conjunto de países para cada subgrupo se baseia em dois critérios. O primeiro deles avalia as **importações** de cada país dos produtos associados ao subgrupo. Para isso, é calculado o **crescimento médio anual do valor importado** pelo país daquele conjunto de produtos, entre 2003 e 2008; além disso, os países são classificados conforme o **valor total de suas importações daquele subgrupo** no ano de 2008. A taxa de crescimento indica o **dinamismo** das importações de cada economia. Assim, de acordo com a taxa verificada, os países são classificados em *Muito dinâmico*, *Dinâmico*, *Intermediário*, *Baixo dinamismo* e *Em decadência*. Por sua vez, em relação ao volume das importações os países são classificados como *Alto destaque*, *Alto*, *Médio/alto*, *Médio/baixo* e *Baixo*. As faixas de dinamismo e destaque no valor importado são calculadas individualmente para cada subgrupo.

O segundo critério empregado fundamenta-se na **balança comercial** (exportação menos importação) de cada país para o subgrupo de produtos estudado. Considera-se que, quanto mais deficitário no setor for o país, mais interessante ele é para o exportador daqueles produtos. É avaliada a **taxa de crescimento do déficit/superávit** entre 2003 e 2008, buscando verificar se o país tem aumentado de forma crescente suas importações em relação às exportações. Além disso, o **valor do déficit** no ano de 2008 também é considerado, como forma de verificar o potencial importador de um mercado. Dessa maneira, chegamos a uma segunda classificação dos países estudados, com faixas que coincidem com aquelas aplicadas no critério das importações.

A seguir, tem-se a matriz que sintetiza os resultados da classificação dos mercados conforme os critérios explicitados acima.

---

<sup>12</sup> Aqui empregamos uma classificação de continente um pouco distinta da usual. Com o objetivo de especificar melhor as regiões, de acordo com suas características econômicas e históricas, dividimos os países nos seguintes agrupamentos: África, América Central, América do Norte, América do Sul, Ásia, Europa, Leste Europeu, Oceania, Oriente Médio e Sudeste Asiático.

### Modelo de matriz para critérios de importação e balança comercial

Critério importação/BC	Baixo	Médio/Baixo	Médio/Alto	Alto	Alto destaque
Em Decadência	ED/B	ED/MB	ED/MA	ED/A	ED/AD
Baixo Dinamismo	BD/B	BD/MB	BD/MA	BD/A	BD/AD
Intermediário	I/B	I/MB	I/MA	I/A	I/AD
Dinâmico	D/B	D/MB	D/MA	D/A	D/AD
Muito Dinâmico	MD/B	MD/MB	MD/MA	MD/A	MD/AD

Para refinar a seleção, foi definido que somente os países que se posicionarem nos quadrantes destacados em vermelho serão considerados como oportunidades para as empresas cearenses exportadoras daquele subgrupo. Assim, são escolhidos os países que se destacam pelo volume importado/déficit elevado, os países considerados muito dinâmicos (com alto crescimento das importações ou com aumento do déficit comercial entre 2003 e 2008) ou uma mistura dessas duas situações (quadrantes mais centrais).

O último filtro aplicado na análise dos mercados, após elaboração da matriz de importações e da matriz de balança comercial, é a análise do PIB (em PPP – paridade de poder de compra) dos países escolhidos. O objetivo dessa avaliação é ponderar a seleção pelo tamanho e pelo crescimento da economia de cada país.

Nesse caso, são considerados, em cada subgrupo em análise, o PIB (PPP) de 2009 e o crescimento previsto do PIB para o triênio 2010-2012 para cada país selecionado pelos dois critérios expostos anteriormente.

O balizador desse último filtro é a média do PIB (PPP) de 2009 dos países selecionados para o subgrupo e o crescimento médio previsto dos PIBs entre 2010 e 2012.

Dessa maneira, um país deixará de ser considerado como oportunidade para exportações se o tamanho do seu PIB for inferior à média de todos os países considerados como oportunidade para o subgrupo E se o crescimento médio previsto também for inferior à média calculada para os países selecionados para o subgrupo.

**Tabela B. 1 - Relação de países selecionados pelos critérios de PIB PPP 2009 e taxa de crescimento médio anual previsto para período entre 2010 e 2012**

País	PIB PPP 2009	Taxa de Crescimento Previsto	País	PIB PPP 2009	Taxa de Crescimento Previsto
África do Sul	505.175	4,76%	Itália	1.740.126	2,56%
Alemanha	2.805.594	3,00%	Japão	4.159.448	3,30%
Argélia	240.258	5,70%	Jordânia	33.677	5,93%
Argentina	584.716	4,50%	Líbano	54.874	6,37%
Armênia	16.222	4,09%	Macedônia	18.902	4,52%
Austrália	853.285	4,66%	Malásia	382.332	6,36%
Áustria	323.920	2,93%	Marrocos	145.969	5,59%
Bélgica	382.749	2,70%	Maurício	16.050	5,93%
Bielorrússia	120.750	5,45%	México	1.465.726	6,00%
Bolívia	45.563	5,37%	Nigéria	341.574	8,40%
Bósnia-Herzegovina	29.477	4,77%	Noruega	254.526	2,93%
Canadá	1.282.440	4,43%	Nova Zelândia	115.412	4,40%
Catar	102.152	15,48%	Omã	74.431	5,80%
Cazaquistão	182.044	5,42%	Países Baixos (Holanda)	656.750	2,80%
Chile	243.569	6,53%	Panamá	40.845	7,13%
China	8.765.107	11,37%	Paquistão	435.803	5,19%
Cingapura	239.966	6,70%	Paraguai	28.452	6,43%
Colômbia	401.966	5,12%	Polônia	688.761	4,66%
Coreia do Sul	1.364.149	5,93%	Quênia	62.066	6,76%
Dinamarca	197.059	3,09%	Reino Unido	2.140.908	3,59%
Egito	469.742	6,76%	Rep. Dominicana	80.340	7,17%
Emirados Árabes Unidos	179.321	4,15%	Rep. Tcheca	252.951	3,93%
Eslováquia	115.149	5,63%	Romênia	255.207	4,97%
Espanha	1.359.833	1,99%	Rússia	2.112.117	5,03%
Estados Unidos	14.258.700	4,00%	Sri Lanka	96.526	7,53%
Etiópia	79.028	8,76%	Sudão	93.109	7,26%
Filipinas	324.688	5,23%	Suécia	331.504	3,56%
França	2.108.526	3,06%	Suíça	313.381	3,03%
Gana	35.842	11,74%	Tailândia	539.867	6,83%
Georgia	20.849	5,05%	Tunísia	85.166	6,23%
Hong Kong	302.376	5,90%	Turquia	880.049	5,43%
Hungria	186.337	3,80%	Ucrânia	290.337	5,66%
Índia	3.572.598	9,83%	Uruguai	44.029	5,87%
Indonésia	962.471	7,60%	Venezuela	349.150	0,68%
Israel	205.629	4,93%	Vietnã	256.584	7,96%

Nota: A taxa de crescimento previsto é uma média geométrica da variação prevista para o triênio compreendido entre 2010 e 2012, fornecido pelo Euromonitor.