

Perfil Exportador do Estado do Amazonas

2013

Apex-Brasil

Maurício Borges

PRESIDENTE

Rogério Bellini

DIRETOR DE NEGÓCIOS

Regina Maria Silvério

DIRETORA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

Marcos Tadeu Caputi Lélis

COORDENADOR DA UNIDADE DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL E COMPETITIVA

AUTORES DO ESTUDO:

Luiz Augusto Pinto Rocha

Manoel Carlos Rivas Franco Júnior

Marina Machado de Castro Coelho

Rômulo Viana Clezar

REVISOR DO TEXTO:

Glênio Guimarães

SEDE

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,

CEP 70.040-020

Brasília – DF

Tel. 55 (61) 3426-0202

Fax. 55 (61) 3426-0263

E-mail: ic@apexbrasil.com.br

© 2013 Apex-Brasil

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

SUMÁRIO EXECUTIVO

Elaborado com o objetivo de identificar e apresentar oportunidades para aumentar as exportações dos principais grupos de produtos do Estado do Amazonas, este estudo constitui-se, também, em um esforço da Apex-Brasil para a disseminação de informações estratégicas que auxiliem os operadores do comércio exterior no planejamento, na adequação e no posicionamento de seus produtos junto ao exigente mercado internacional. O mapeamento e análise das oportunidades para o incremento das exportações do Amazonas, consolidados nesse trabalho, são de suma importância para empresários, instituições voltadas para o fomento do comércio internacional, formadores de opinião e estudantes.

Ao traçar um panorama das exportações do Amazonas, analisa-se sua evolução no período recente. Nesse sentido, analisa-se a composição da pauta em termos setoriais e de intensidade tecnológica, o índice de concentração, o índice de similaridade da pauta com as exportações brasileiras, e as principais regiões e países-destino, elementos que merecem cuidadosa avaliação.

As exportações do Amazonas registraram redução entre 2003 e 2012, com queda de 9,8% ao ano, diferente da dinâmica de crescimento observada da pauta brasileira, o que consequentemente reduziu a participação do estado de 1,8% para 0,4% das exportações nacionais. Em relação à intensidade tecnológica, as exportações sofreram modificações importantes, como a redução das exportações de manufaturados intensivos em P&D, além do aumento das exportações de produtos intensivos em recursos naturais, e manufaturados intensivos em trabalho.

Sendo assim, os setores da pauta do Estado também se modificaram. Em 2006, mais de 60% da pauta estavam concentrados em dois setores, sendo eles: *equipamentos de telefonia, radiotelefonia, transmissores de televisão e rádio* (45,3%), e *equipamentos de transporte* (17,6%). Já em 2011, 58,8% da pauta foram representados por quatro setores, como o de *produtos alimentícios* (17,5%) – que passou a ser o maior setor exportador – *artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais* (11,7%), além dos dois mencionados para 2006, o que resultou na desconcentração da pauta em setores. Os setores que se destacaram pelo crescimento anual entre 2006 e 2011 foram: *produtos alimentícios* (6,3%), *artigos de cutelaria, serralheria e ferramentas manuais* (7,5%), *produtos químicos inorgânicos* (8,4%), e *metalurgia de metais não ferrosos* (22,1%). Entre aqueles que registraram as maiores perdas, se destaca o setor de *equipamentos de telefonia, radiotelefonia, transmissores de televisão e rádio*, com perdas de

30,7% ao ano, o que representou uma redução de US\$ 584 milhões. Outros setores com taxas negativas de crescimento das exportações foram os de *equipamentos de transporte; receptores de rádio, televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo; produtos e preparados químicos diversos; e desdobramento de madeira.*

No que tange ao destino das exportações do Amazonas, fica evidente a concentração da pauta na América do Sul, que foi destino de 66,3% das exportações em 2011, seguido da América do Norte (10,5%), Europa (8,1%), e América Central e Caribe (3,7%). Estes foram os quatro principais continentes-destino em 2011, que permaneceram os mesmos do ano de 2006. No entanto, o que chama a atenção é a redução da participação da América do Norte, de 29,5% em 2006 para 10,5% em 2011. O que explica essa redução verificada na América do Norte são as exportações para os Estados Unidos, maior destino no continente, com 25% do total exportado pelo Amazonas em 2006 (US\$ 383,8 milhões), e que passou a 5% em 2011 (US\$ 46,7 milhões). Na América do Sul, Argentina, Colômbia e Equador aumentaram a participação na pauta do Estado, ao passo que Venezuela e Chile reduziram sua participação.

INTRODUÇÃO

Este é um estudo elaborado pela Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva da Apex-Brasil, com o objetivo de apresentar um panorama das exportações do Amazonas e identificar os mercados internacionais que apresentam as melhores oportunidades de negócios para os principais setores exportadores do Estado.

A primeira seção do trabalho traz um panorama das exportações do Amazonas, apresentando uma análise das vendas internacionais do Estado entre 2003 e 2011. A pauta exportadora do Amazonas também é analisada sob as seguintes óticas: intensidade tecnológica, concentração e similaridade.

A segunda seção apresenta uma análise dos principais grupos de produtos da pauta exportadora do Amazonas e aponta os mercados internacionais onde eles têm as melhores oportunidades para serem comercializados.

A seguir, são listadas as informações encontradas em cada parte do estudo:

Parte 1	PANORAMA DAS EXPORTAÇÕES DO AMAZONAS	Valor e taxa de crescimento anual das exportações entre 2003 e 2011	p. 8
		Valor, tendência e projeção das exportações mensais	p. 11
		Comparação entre as exportações amazonenses e brasileiras - similaridade e participação	p. 11
		Principais setores exportadores	p. 12
		Intensidade tecnológica das exportações	p. 13
		Índice de concentração das exportações (HHI)	p. 15
		Principais regiões-destino	p. 15
		Principais países-destino	p. 15
		Intensidade tecnológica das exportações para os três principais destinos	p. 17
Parte 2	ANÁLISE DOS PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA EXPORTADORA DO AMAZONAS E INDICAÇÃO DOS MERCADOS INTERNACIONAIS ONDE ELES TÊM MELHORES OPORTUNIDADES PARA SEREM COMERCIALIZADOS	Castanhas-do-pará (castanhas do Brasil)	p. 22
		Preparações alimentícias	p. 25
		Petróleo e derivados	p. 27
		Produtos químicos inorgânicos	p. 30
		Produtos de higiene pessoal	p. 33
		Material de escritório	p. 36
		Material esportivo	p. 37

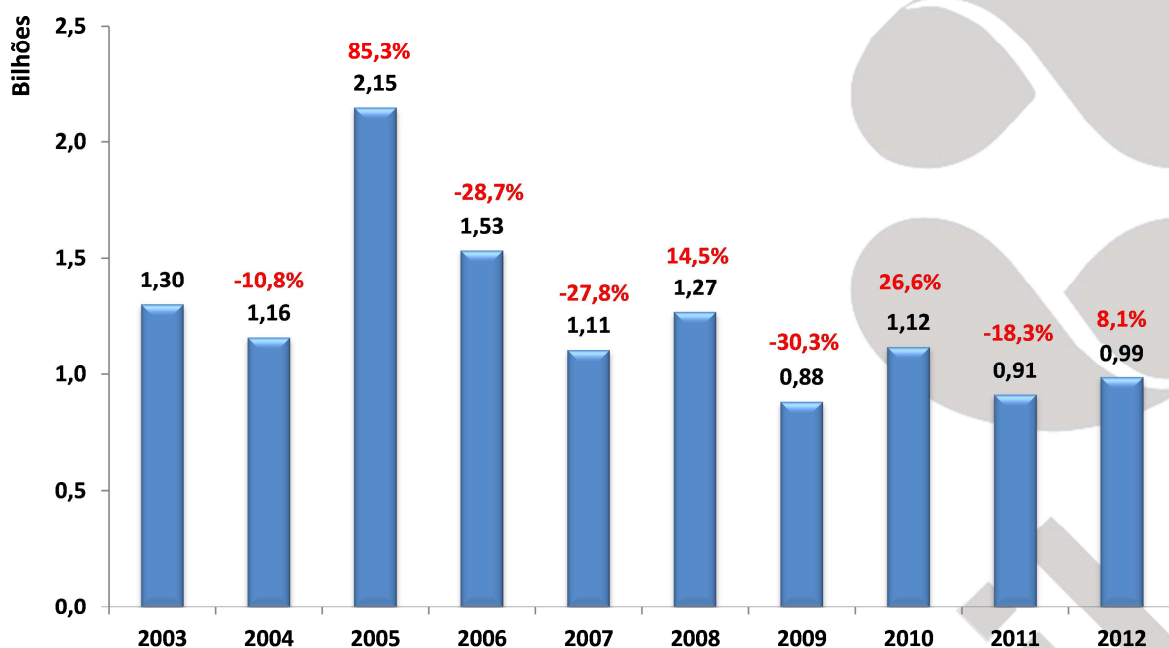
		Produtos de metais não ferrosos	p. 41
		Motocicletas	p. 44
		Máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	p. 46
		Aparelhos para interruptores e proteção de energia	p. 48
		Transmissores e receptores	p. 51
		Produtos para fotografia	p. 54
	REFERÊNCIAS		p. 62
Anexos	ANEXO 1	Descrição da metodologia de seleção dos países com oportunidades para as exportações do Amazonas	p. 62
	ANEXO 2	Relação do PIB (PPC) dos países em 2010, e taxa média de crescimento anual previsto entre 2011 e 2015	p.64

A Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva, responsável pelo desenvolvimento deste estudo, gostaria de saber sua opinião sobre ele. Se você tem comentários ou sugestões a fazer, por favor, envie um e-mail para: ic@apexbrasil.com.br

Esta seção pretende apresentar uma visão geral do comércio exterior do Amazonas, mostrando, em primeiro lugar, o valor das exportações do Estado no período recente. Também é objeto de análise, neste trabalho, o detalhamento das exportações do Estado por setor e por intensidade tecnológica, bem como seus principais destinos nos últimos anos.

As exportações do Amazonas sofreram redução entre os anos de 2003 e 2011, passando de US\$ 1,3 bilhão, em 2003, para US\$ 990 milhões, em 2012, conforme o Gráfico 1. No ano de 2005, identifica-se o maior valor do período, quando as exportações chegaram a US\$ 2,15 bilhões, um aumento de 85,3% em relação ao ano de 2004. Isso se deu em função das vendas de *terminais portáteis de telefonia celular*, que aumentaram de US\$ 300 milhões, em 2004, para US\$ 1,18 bilhão em 2005. Em 2009, as exportações do Estado foram influenciadas pela crise econômica mundial e tiveram redução de 30,3%, atingindo US\$ 880 milhões, o menor valor do período. No ano de 2010, o valor exportado não foi suficiente para retomar o valor registrado antes da crise, e ocorreu nova redução de 18,3% em 2011. A redução em 2011 foi influenciada pelas vendas de *terminais portáteis de telefonia celular*, que passaram de US\$ 345 milhões, em 2010, para US\$ 104 milhões, em 2011. Em 2012, verificou-se crescimento de 8,1% em relação ao ano anterior, em função do aumento das exportações de *outras preparações para elaboração de bebidas e motocicletas c/ motor pistão alternat. 125cm³< cil<=250cm³*.

Gráfico 1 – Valor e taxa de crescimento anual das exportações do Amazonas

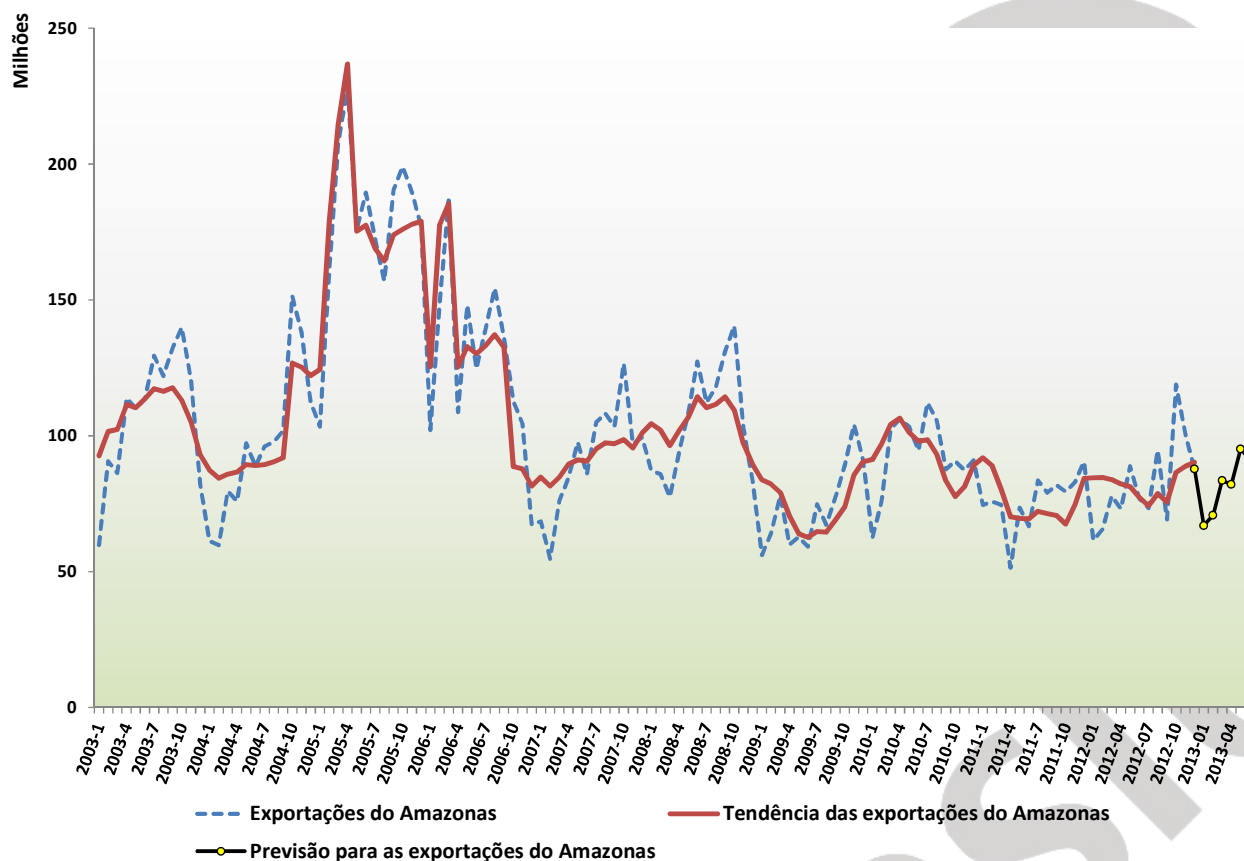


Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

As exportações mensais do Amazonas são apresentadas no Gráfico 2, desde janeiro de 2003 até dezembro de 2012, com o valor bruto das exportações mensais, a estimativa da tendência das vendas externas¹ e a previsão das exportações até junho de 2013. Ao longo da série, percebe-se um período de alta das exportações entre o segundo semestre de 2004 e o primeiro semestre de 2006, quando as exportações situaram-se em uma faixa superior a US\$ 100 milhões mensais, impulsionadas por *terminais portáteis de telefonia celular*. Após este período de alta, em janeiro de 2007, as exportações sofreram uma desaceleração e chegaram a US\$ 50 milhões, retornando ao patamar anterior a essa alta. A série de dados apresenta sazonalidade entre os meses de junho e dezembro devido ao aumento das exportações de *outras preparações para elaboração de bebidas, motocicletas e terminais portáteis de telefonia celular*.

¹ Essa abordagem utiliza o método estatístico aplicado em modelos de série de tempo estrutural univariado. Para mais detalhes, ver Harvey (1989) e Commandeur e Koopman (2007).

Gráfico 2 – Valor, tendência e projeção das exportações mensais do Amazonas



Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Na análise do Gráfico 2, foram identificadas irregularidades na série das exportações do Estado. Essas irregularidades são movimentos atípicos, que se afastam das demais observações da série e prejudicam a interpretação dos resultados dos testes estatísticos, a tendência da série e consequentemente a previsão das exportações do estado. As duas primeiras ocorreram em março e abril de 2005, em que as exportações mensais atingiram os valores mais elevados da série, de US\$ 207 milhões e US\$ 228 milhões, aumento de 161% e 201% em relação aos mesmos meses do ano anterior. A maior parte do valor exportado nesses meses foi de *terminais portáteis de telefonia celular* (US\$ 127 milhões em março e US\$ 144 milhões em abril). A terceira e última irregularidade foi identificada em janeiro de 2006, influenciada também por uma característica sazonal de queda no mês de janeiro. No entanto, as exportações dos meses de fevereiro e março foram elevadas, caracterizando o mês de janeiro como uma forte interrupção da tendência.

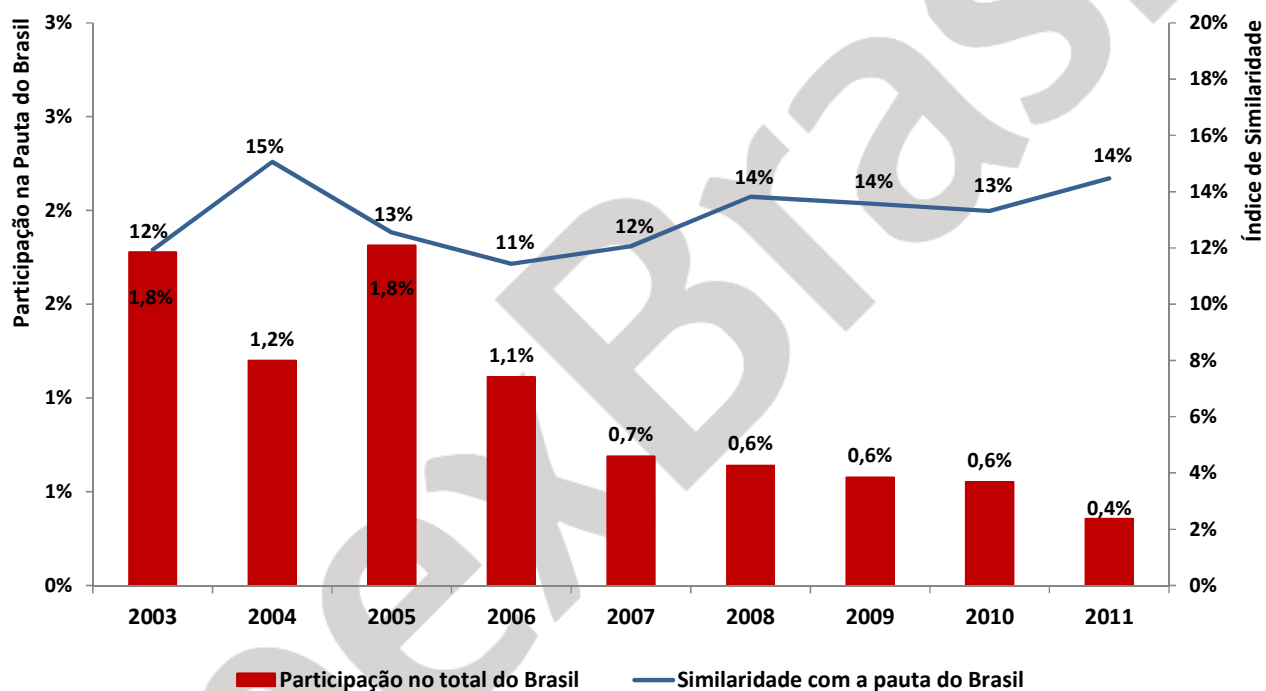
Na mesma série, as exportações mensais do Estado apresentaram mudanças de nível. A primeira foi verificada em outubro de 2004, quando a linha de tendência situava-se em torno de US\$ 90 milhões mensais e superou os US\$ 120 milhões, por influência das exportações de *terminais portáteis de telefonia celular*. Esse movimento foi intensificado em fevereiro de 2005, quando ocorreu a segunda mudança de nível e a linha de tendência superou os US\$ 170 milhões

mensais. Esse resultado excepcional explica o desempenho do Estado no ano de 2005, que atingiu o maior valor da série mensal e anual.

Após esses dois movimentos de nível para patamares mais elevados, foram identificados dois movimentos contrários, com reduções nos meses de abril e outubro de 2006, ambos decorrentes de variação das exportações de *terminais portáteis de telefonia celular*. No primeiro trimestre de 2006, o patamar das exportações mensais era de aproximadamente US\$ 170 milhões e passou a US\$ 130 milhões em abril de 2006. Posteriormente, em outubro de 2006, a tendência das exportações reduziu para um patamar inferior a US\$ 90 milhões mensais.

No ano de 2000, o Estado do Amazonas esteve na 11ª posição no *ranking* dos estados exportadores, e com a diminuição da participação em relação ao total exportado pelo Brasil, no ano de 2006 passou a 13ª posição, e em 2007 para a 15ª, onde se manteve até 2011. Essa redução de participação pode ser visualizada no Gráfico 3, que mostra a relação entre as exportações do Estado e as exportações brasileiras.

Gráfico 3 – Indicador de similaridade e participação das exportações do Amazonas no total das exportações brasileiras



Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Em 2003, a participação do Amazonas era de 1,8% do total exportado pelo Brasil. Em 2004, as exportações do Estado reduziram em 10,8%, ao passo que as exportações brasileiras cresceram 32,1%, o que reduziu a participação do Estado para 1,2% na pauta brasileira. Apesar do aumento de US\$ 65 milhões nas exportações de motocicletas, a redução de US\$ 320 milhões nas exportações de terminais portáteis de telefonia celular afetou o resultado de 2004. No ano de

2005, ocorre a retomada da participação de 1,8%, pois o crescimento das exportações do Estado foi de 85,3%, enquanto as exportações brasileiras cresceram 22,6%. A partir de 2006, a participação das exportações do Amazonas sofreram sucessivas perdas de participação até o ano de 2011. As exportações brasileiras cresceram de 16% a 32% entre 2006 e 2011, com variação negativa apenas no ano de 2009, diferente das exportações amazonenses, que registraram taxas de crescimento negativas nos anos de 2006, 2007, 2009 e 2011. No ano de 2011, a participação do Estado ficou reduzida a 0,4%.

O Gráfico 3 também demonstra um indicador de similaridade da pauta de exportações do Amazonas em relação ao Brasil. O indicador é igual a 100% quando a pauta do Estado é semelhante à do Brasil. A similaridade da pauta do Estado com a do Brasil oscilou entre 12% e 15% entre 2003 e 2011, indicando uma pequena semelhança com a pauta brasileira. A baixa similaridade pode ser explicada pelo pequeno valor exportado pelo Amazonas de produtos que o Brasil exportou em grande quantidade, como soja, carnes, açúcar e minério de ferro.

A Tabela 1 apresenta a composição dos principais setores² da pauta exportadora do Amazonas, valor exportado em 2006 e 2011, *ranking*, participação de cada setor e taxas médias de crescimento anual.

A taxa média de crescimento anual das exportações totais ficou em -9,8% entre 2006 e 2011. Os *produtos alimentícios* registraram o maior volume exportado em 2011, com US\$ 160 milhões e participação de 17,5% na pauta do Estado. O setor apresentou taxa de crescimento de 6,3% ao ano, passando de terceiro colocado, em 2006, para primeiro colocado, em 2011, no *ranking* dos principais setores exportadores. A liderança de exportações no setor foi de *preparações para elaboração de bebidas*.

O mesmo resultado não foi verificado para o setor de *equipamentos de transporte*, segundo colocado no *ranking* dos setores, em 2011, que registrou redução de 10,1% ao ano, passando de US\$ 269,6 milhões, em 2006, para US\$ 158,7 milhões, em 2011, mas mantendo a participação de 17% na pauta do Estado. O setor de *equipamentos de transporte* é representado basicamente por motocicletas.

² Na elaboração desta tabela foi utilizada a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), na versão 1.0, com detalhamento em três 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) aos setores da economia, com enfoque na cadeia produtiva a que pertencem. Para mais informações, consultar <http://www.ibge.gov.br/concla/default.php>.

Tabela 1 – Principais setores exportadores do Amazonas

Setor	Exportação (US\$ mil)		Ranking		Participação		Crescimento Médio Anual		
	2006	2011	2006	2011	2006	2011	2006-2011	2010	2011
Produtos alimentícios	117.771	160.198	3°	1°	7,7%	17,5%	6,3%	20,8%	1,9%
Equipamentos de transporte	269.679	158.718	2°	2°	17,6%	17,4%	-10,1%	12,9%	8,7%
Equipamentos de telefonia, radiotelefonia, transmissores de televisão e rádio	695.205	111.108	1°	3°	45,3%	12,2%	-30,7%	7,5%	-68,3%
Artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais	74.930	107.393	5°	4°	4,9%	11,7%	7,5%	7,9%	38,2%
Receptores de rádio, televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	110.903	60.676	4°	5°	7,2%	6,6%	-11,4%	104,9%	-45,6%
Produtos químicos inorgânicos	2.087	44.532	25°	6°	0,1%	4,9%	84,4%	192,9%	203,1%
Produtos diversos	25.651	38.448	8°	7°	1,7%	4,2%	8,4%	62,3%	29,6%
Metalurgia de metais não ferrosos	11.401	30.966	12°	8°	0,7%	3,4%	22,1%	76,2%	20,8%
Máquinas para escritório	18.890	24.631	9°	9°	1,2%	2,7%	5,5%	1468,4%	-48,1%
Equipamentos para distribuição e controle de energia elétrica	14.869	22.539	11°	10°	1,0%	2,5%	8,7%	23,8%	39,2%
Produtos e preparados químicos diversos	55.471	18.058	6°	11°	3,6%	2,0%	-20,1%	-18,0%	-6,4%
Produtos derivados do petróleo	7.327	11.400	14°	12°	0,5%	1,2%	9,2%	-22,9%	-39,1%
Desdobramento de madeira	16.246	9.901	10°	13°	1,1%	1,1%	-9,4%	127,7%	-6,8%
Outros	113.308	115.505			7,4%	12,6%	0,4%	43,4%	22,3%
Total	1.533.737	914.073			100%	100%	-9,8%	26,6%	-18,3%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

O setor de *equipamentos de telefonia, radiotelefonia e transmissores de televisão e rádio*, terceiro maior setor exportador em 2011, foi o que apresentou a maior redução nas exportações, passando de US\$ 695 milhões, em 2006, para US\$ 111 milhões, em 2011, gerando uma perda de 30,7% ao ano, sendo que só em 2011 a perda foi de 68,3%. *Terminais portáteis de telefonia celular* lideraram as exportações do setor, que foi o maior exportador do Estado em 2006, concentrando 45,3% da pauta. Após a queda nas vendas, sua participação ficou em 12,2% em 2011. Também apresentaram perdas, os setores de *receptores de rádio, televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo*, com -11,4% ao ano; *produtos e preparados químicos diversos*, com -20,1% ao ano; e *desdobramento de madeira*, com -9,4% ao ano.

O quarto maior setor exportador foi o de *artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais*, com crescimento de 7,5% ao ano, em que os principais produtos exportados foram aparelhos de barbear não elétricos e lâminas de barbear. O valor exportado em 2011 foi de US\$ 107,3 milhões, com participação de 11,7% na pauta do Estado em 2011.

Destacam-se também alguns setores com menor valor exportado, mas que apresentaram elevadas taxas de crescimento entre 2006 e 2011. Os *produtos químicos inorgânicos*, representados por compostos de ouro e de prata, registraram crescimento de 84,4% ao ano, e a participação na pauta do Estado aumentou de 0,1% para 4,9% entre 2006 e 2011. O setor de *metalurgia de metais não ferrosos* cresceu 22,1% ao ano, chegando ao valor exportado de US\$ 30,9 milhões em 2011. Os principais produtos exportados foram obras de tântalo, barras, perfis e fios de estanho, e resíduos de cobre.

A pauta do Estado também foi analisada através da classificação dos produtos, de acordo com sua intensidade tecnológica, como no Gráfico 4, que apresenta as exportações do Amazonas entre os anos de 2003 e 2011. Os produtos exportados estão classificados em produtos primários, intensivos em recursos naturais, manufaturados intensivos em trabalho, manufaturados intensivos em economias de escala, manufaturados produzidos por fornecedores especializados, e manufaturados intensivos em P&D. O detalhamento dos setores que se enquadram em cada nível de intensidade tecnológica está ilustrado no Quadro 1.

Quadro 1 - Taxonomia da medida de intensidade tecnológica e respectivos setores da economia

Medida de Intensidade Tecnológica	Setores da Economia
Produtos Primários	Agrícolas, Minerais e Energéticos;
Indústria Intensiva em Recursos Naturais	Indústria Agroalimentar, Indústria Intensiva em Outros Recursos Agrícolas, Indústria Intensiva em Recursos Minerais e Indústria Intensiva em Recursos Energéticos;
Indústria Intensiva em Trabalho	Bens industriais de consumo não duráveis mais tradicionais: Têxteis, Confecções, Couro e Calçado, Cerâmico, Produtos Básicos de Metais, entre outros;
Indústria Intensiva em Escala	Indústria Automobilística, Indústria Siderúrgica e os Bens Eletrônicos de Consumo [1];
Fornecedores Especializados Indústria Intensiva em P&D	Bens de Capital sob Encomenda e Equipamentos de Engenharia; Setores de Química Fina (produtos farmacêuticos, entre outros), Componentes Eletrônicos, Telecomunicação e Indústria Aeroespacial.

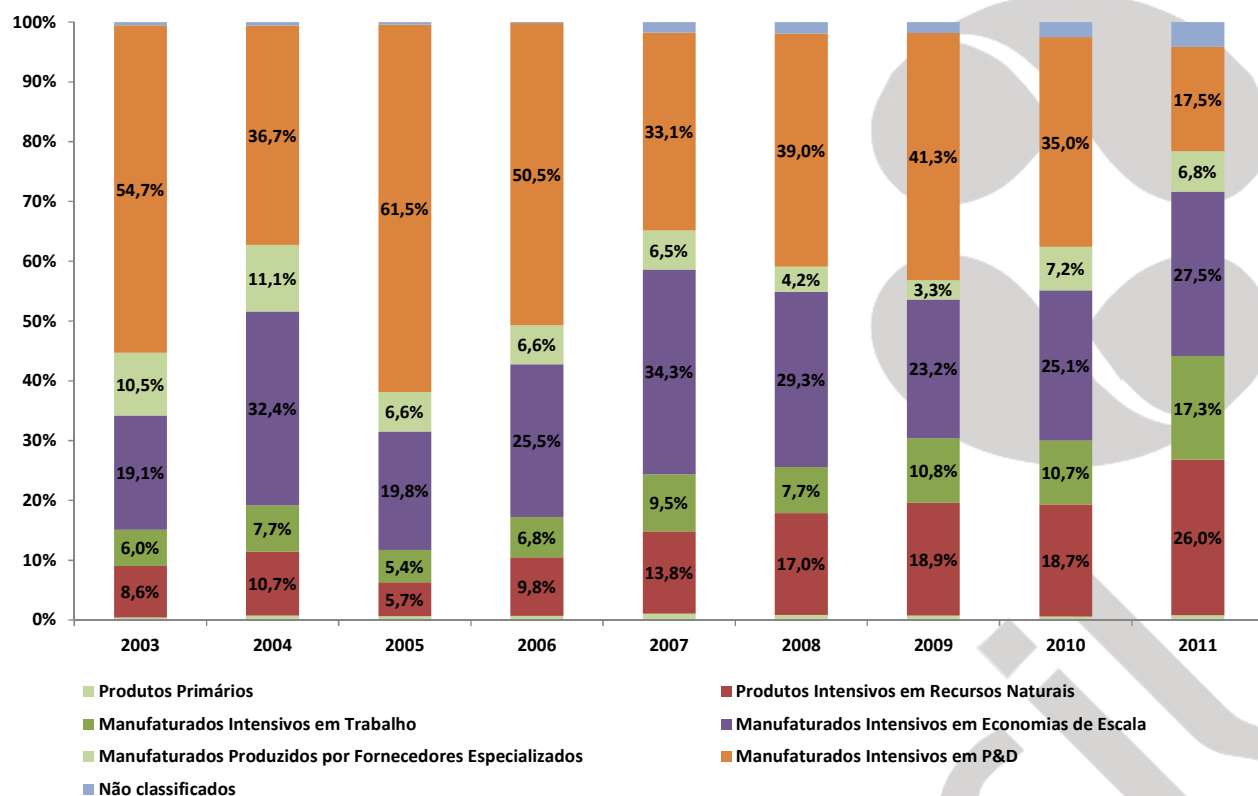
Holland e Xavier (2004).

Nota 1: Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) Vídeo – televisores, videocassetes e câmeras de vídeo; (b) Áudio – rádios, autorrádios, cd players, toca-discos, sistemas de som, etc.; (c) Outros Produtos – fornos de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

No ano de 2003, as exportações amazonenses eram predominantemente de manufaturados intensivos em P&D, com participação de 54,7%, compreendendo terminais portáteis de telefonia celular. Porém, essa participação diminuiu para 17,5% em 2011, ano em que as exportações de manufaturados intensivos em economias de escala registraram a maior participação entre os demais (27,5%), sendo que motocicletas foram os principais produtos exportados.

Além dos intensivos em economias de escala, os intensivos em recursos naturais também aumentaram a participação. *Preparações para elaboração de bebidas, compostos de ouro, compostos de prata, outras gasolinas, madeiras, derivados de estanho e resíduos de cobre* estão incluídos nos intensivos em recursos naturais. A participação desses produtos aumentou de 8,6%, em 2003, para 26%, em 2011. Também se verificou um aumento da participação de manufaturados intensivos em trabalho de 6%, em 2003, para 17,3%, em 2011, influenciado pelo aumento das exportações de *aparelhos e lâminas de barbear, canetas esferográficas e isqueiros de bolso*.

Gráfico 4 – Intensidade tecnológica das exportações do Amazonas



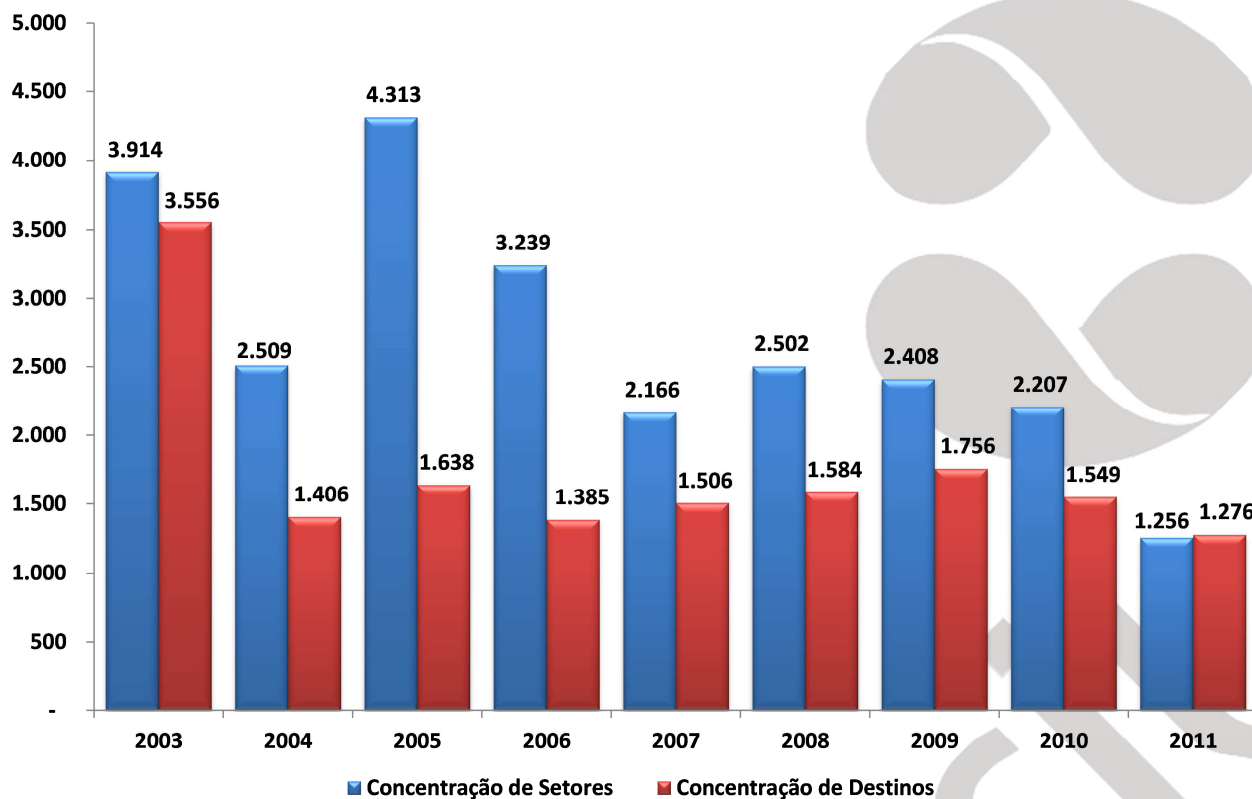
Fonte dos dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

As exportações de manufaturados produzidos por fornecedores especializados reduziu a participação de 10,5%, em 2003, para 6,8%, em 2011. Os principais produtos exportados em 2003 foram *monitores de computadores, aparelhos de ar condicionado, acessórios e equipamentos de informática, e carburadores para motores*. Já no ano de 2011, passaram a *distribuidores automáticos de papel-moeda, relés e disjuntores elétricos*.

O Gráfico 5 compara a concentração de exportações entre setores e destinos, pelo índice de concentração Herfindahl-Hirschman (HHI)³. Pela análise do HHI, o resultado pode ser enquadrado numa escala em que valores inferiores a 1.000 indicam baixa concentração; valores entre 1.000 e 1.800 caracterizam uma concentração moderada; e valores superiores a 1.800 revelam uma situação em que a pauta está concentrada em poucos setores.

³ O Índice de Herfindahl-Hirschman foi calculado de modo a medir a concentração das exportações nos setores da CNAE, versão 1.0, considerando uma estrutura de dois 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).

Gráfico 5 – Índice de Concentração das Exportações (HHI) do Amazonas por setor e destino



Fonte dos dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

As exportações amazonenses registraram, em 2003, índice de concentração HHI de 3.914 pontos para setores, e 3.556 pontos para destinos, revelando uma situação de alta concentração em poucos setores e poucos destinos. No ano de 2004, o indicador para concentração de destinos reduziu em 60%, passando a 1.406 pontos, e passou a ser caracterizado como concentração moderada. Essa classificação para destinos manteve-se até 2011, quando foram registrados 1.276 pontos. Esse movimento é explicado pela elevada participação das exportações para os Estados Unidos, 58% na pauta do Estado, em 2003. Já em 2011, a participação dos três principais destinos totalizou 51%, sendo: Argentina (30%), Colômbia (11%) e Venezuela (10%).

A concentração em setores atingiu o nível mais elevado da série em 2005, com 4.313 pontos, quando 55,6% das exportações eram de *equipamentos de telefonia, radiotelefonia, transmissores de televisão e rádio*, e a partir do ano de 2006 ocorreram sucessivas reduções, a concentração permaneceu em poucos setores até 2010. No ano de 2011, essa concentração passou a moderada, com HHI de 1.256 pontos, em que 58,8% da pauta estavam divididos em quatro setores, sendo eles: *produtos alimentícios* (17,5%), *equipamentos de transporte* (17,4%), *equipamentos de telefonia, radiotelefonia, transmissores de televisão e rádio* (12,2%), *artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais* (11,7%).

Os principais destinos das exportações do Amazonas, nos anos de 2006 e 2011, são demonstrados, por região, na Tabela 2, além do *ranking* e taxas médias de crescimento anual. No período analisado, não ocorreram modificações no *ranking* das três maiores regiões de destino. O principal destino das exportações do Estado é a América do Sul, e apesar da redução do valor exportado entre 2006 e 2011, de US\$ 809,6 milhões para US\$ 605,7 milhões, a participação aumentou de 52,8% para 66,3%. Em seguida, estão a América do Norte e a Europa, com participações de 10,5% e 8,1%, respectivamente, no ano de 2011. Entre as regiões analisadas, a América do Norte apresentou a maior redução, de 26,6% ao ano, entre 2006 e 2011, passando de US\$ 451,6 milhões para US\$ 95,9 milhões. O valor exportado para a Europa apresentou redução de 8% ao ano entre 2006 e 2011, porém verifica-se uma recuperação nos anos de 2010 e 2011, com taxas de crescimento de 44,7% e 84,2%, respectivamente. A região da Ásia foi o destino que apresentou taxa de crescimento mais elevada, de 19,1% ao ano, passando de US\$ 11,6 milhões, em 2006, para US\$ 27,7 milhões, aumentando a participação de 0,8% para 3%.

Tabela 2 - Principais regiões destino das exportações do Amazonas

Região	Exportação (US\$ mil)		Ranking		Participação		Crescimento Médio Anual		
	2006	2011	2006	2011	2006	2011	2006-2011	2010	2011
América do Sul	809.655	605.752	1º	1º	52,8%	66,3%	-5,6%	25,3%	-27,5%
América do Norte	451.694	95.914	2º	2º	29,5%	10,5%	-26,6%	26,3%	-17,0%
Europa	112.847	74.294	3º	3º	7,4%	8,1%	-8,0%	44,7%	84,2%
América Central e Caribe	80.962	33.423	4º	4º	5,3%	3,7%	-16,2%	-11,5%	37,7%
Ásia	11.603	27.787	8º	5º	0,8%	3,0%	19,1%	59,4%	7,6%
Oceania	18.533	11.764	6º	6º	1,2%	1,3%	-8,7%	54,5%	5,3%
Leste Europeu	24.083	9.661	5º	7º	1,6%	1,1%	-16,7%	3,6%	-42,0%
Sudeste Asiático	6.663	9.445	9º	8º	0,4%	1,0%	7,2%	126,9%	-22,9%
África	12.127	8.017	7º	9º	0,8%	0,9%	-7,9%	-9,3%	-1,9%
Oriente Médio	3.117	760	10º	10º	0,2%	0,1%	-24,6%	187,8%	-38,1%
Outro	2.454	37.255			0,2%	4,1%	72,3%	78,0%	32,4%
Total	1.533.737	914.073			100%	100%	-9,8%	26,6%	-18,3%

Fonte dos dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Conforme a Tabela 3, o principal país-destino em 2011 foi a Argentina, com US\$ 274,8 milhões exportados, o que representou 30% da pauta do Estado. Em 2006, a participação da Argentina era de 18%, ocupando a terceira posição. O segundo maior destino foi a Colômbia, com US\$ 103,7 milhões e participação de 11%. As maiores perdas para o período entre 2006 e 2011 foram identificadas na Venezuela (-21%) e Estados Unidos (-34%). Os Estados Unidos, em 2006, representavam o maior destino, com US\$ 383,8 milhões, e passaram a US\$ 46,7 milhões em 2011,

caindo para a quinta colocação. Já a Venezuela foi destino de US\$ 285,6 milhões em 2006, valor reduzido para US\$ 87,2 milhões em 2011.

A Alemanha foi o quarto maior destino do Estado em 2011, com US\$ 51,3 milhões, e com um aumento de participação na pauta de 3%, em 2006, para 6%, em 2011. Outro país que apresentou aumento na participação no período foi o Equador, que passou de 1% para 4%, aumentando o valor exportado de US\$ 12,7 milhões, em 2006, para US\$ 38,9 milhões, em 2011, resultando um crescimento de 25% ao ano. Em seguida, também aparecem com crescimento o Paraguai (10%) e a China (18%).

Tabela 3 – Principais países-destino das exportações do Amazonas

País	Exportação (US\$ mil)		Ranking		Participação		Crescimento Médio Anual		
	2006	2011	2006	2011	2006	2011	2006-2011	2010	2011
Argentina	269.001	274.818	3º	1º	18%	30%	0%	19%	-30%
Colômbia	101.612	103.766	4º	2º	7%	11%	0%	24%	-4%
Venezuela	285.607	87.204	2º	3º	19%	10%	-21%	-7%	-11%
Alemanha	46.914	51.346	7º	4º	3%	6%	2%	128%	192%
Estados Unidos	383.885	46.731	1º	5º	25%	5%	-34%	-10%	-16%
México	57.588	43.794	6º	6º	4%	5%	-5%	112%	-23%
Equador	12.754	38.920	17º	7º	1%	4%	25%	4%	-4%
Chile	64.405	27.893	5º	8º	4%	3%	-15%	394%	-62%
Peru	35.095	24.712	8º	9º	2%	3%	-7%	31%	-52%
Paraguai	14.506	23.331	15º	10º	1%	3%	10%	32%	-37%
Uruguai	14.636	17.765	14º	11º	1%	2%	4%	90%	-17%
Panamá	15.154	13.728	11º	12º	1%	2%	-2%	50%	859%
Austrália	14.804	10.405	12º	13º	1%	1%	-7%	64%	18%
China	4.322	9.783	29º	14º	0%	1%	18%	21%	-5%
Outros	213.453	139.878			14%	11%	-13%	18%	-15%
Total	1.533.737	914.073			100%	100%	-9,8%	26,6%	-18,3%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

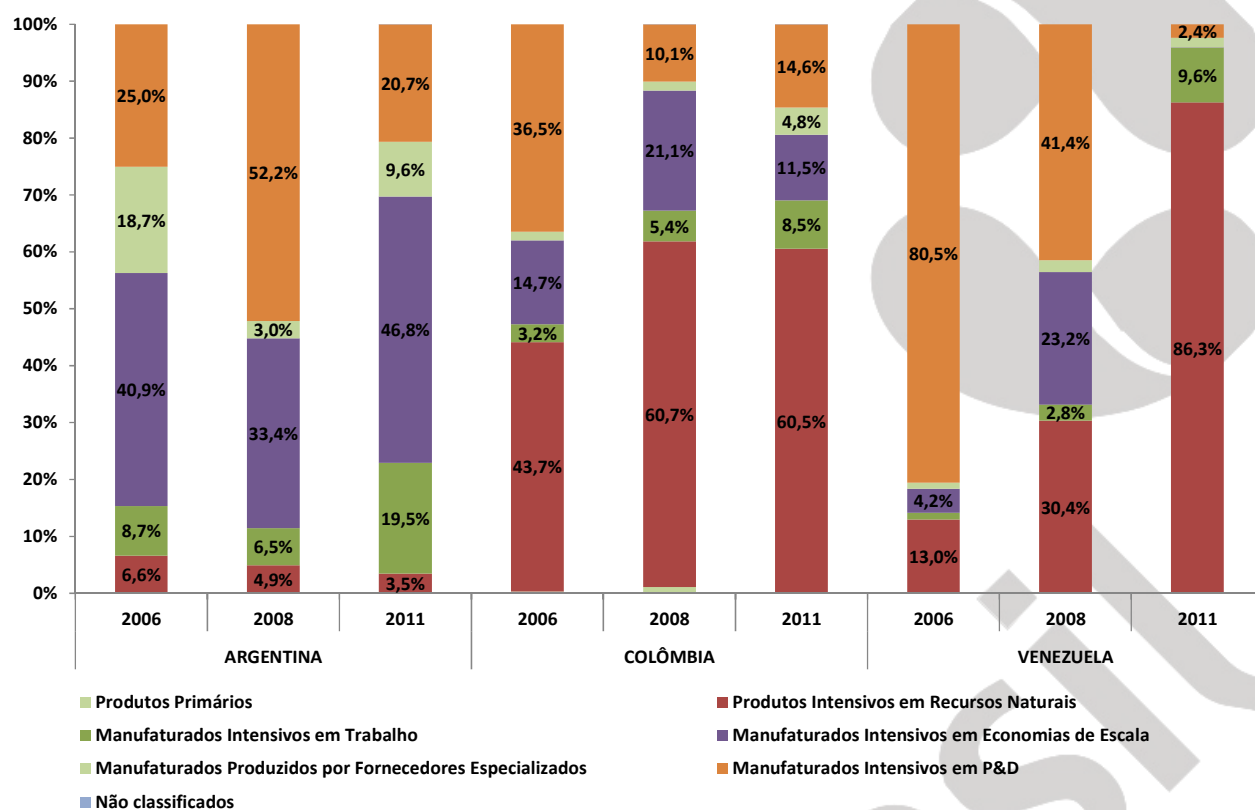
Após análise da tabela com os principais países-destino do Estado, o Gráfico 6 ilustra a intensidade tecnológica das exportações para os três maiores destinos nos anos de 2006, 2008 e 2011, que são Argentina, Colômbia e Venezuela. A pauta de exportações para a Argentina possui produtos de intensidade tecnológica mais elevada entre os países analisados. Em 2011, 46,8% foram manufaturados intensivos em economias de escala, representados por *motocicletas c/ motor pistão alternat. 125cm³< cil=250cm³* e *outros aparelhos receptores de televisão em cores*. Em seguida, estão os manufaturados intensivos em P&D, com 20,7%, em que aparecem *terminais portáteis de telefonia celular, outros papéis para foto a cores, e indicadores de velocidade e tacômetros*. Ainda com participação significativa, aparecem os manufaturados intensivos em trabalho e manufaturados produzidos por fornecedores especializados, com participação de 19,5%

e 9,6% respectivamente. Os intensivos em trabalho compreendem *aparelhos de barbear não elétricos, canetas esferográficas e lâminas de barbear, de segurança, de metais comuns*. Já entre os produzidos por fornecedores especializados, estão *distribuidores automáticos de papel-moeda e disjuntores para tensão <=1KV*. Entre os três anos analisados, o ano de 2008 se diferencia dos demais pela elevada participação dos manufaturados intensivos em P&D, que foi de 52,2%, explicada pelas exportações de *terminais portáteis de telefonia celular*.

A intensidade tecnológica verificada para a Colômbia é mais baixa, se comparada à da Argentina. Em 2011, 60% da pauta foi concentrada em produtos intensivos em recursos naturais, basicamente *outras preparações para elaboração de bebidas*. Em seguida estão os manufaturados intensivos em P&D, com 14,6% (*terminais portáteis de telefonia celular*), seguidos de manufaturados intensivos em economias de escala, com 11,5% (*motocicletas c/ motor pistão alternat. 125cm³< cil<=250cm³*).

No caso da Venezuela, ocorreram duas modificações significativas. A primeira se refere à forte redução do valor exportado para este destino, que passou de US\$ 285,6 milhões, em 2006, para US\$ 87, milhões, em 2011, resultando em um decréscimo de 21% ao ano. A segunda grande modificação se refere à intensidade tecnológica, que em 2006 era 80,5% de manufaturados intensivos em P&D (US\$ 230 milhões), representados pelos habituais *terminais portáteis de telefonia celular*, e passaram, em 2011, a ser 86,3% de produtos intensivos em recursos naturais (US\$ 75,2 milhões), essencialmente *outras preparações para elaboração de bebidas*. Dois outros movimentos foram registrados nas exportações para a Venezuela, no caso dos manufaturados intensivos em economias de escala e manufaturados intensivos em trabalho. O primeiro ocorreu em 2008, quando foram registradas exportações de manufaturados intensivos em economias de escala (23,2%), volume respectivo a *outras aparelhos receptores de televisão em cores*, que em 2011 foram praticamente nulos. O segundo foi o surgimento de manufaturados intensivos em trabalho, com participação de 9,6%, oriundos das exportações de *aparelhos de barbear não elétricos em especial, e isqueiros de bolso, a gás, não recarregáveis e artigos e equipamentos para cultura física, ginástica, etc.*

Gráfico 6 – Intensidade tecnológica das exportações do Amazonas para Argentina, Colômbia e Venezuela em 2006, 2008 e 2011



Fonte dos dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Por fim, as exportações do Amazonas registraram redução entre 2003 e 2012, com queda de 9,8% ao ano, diferente da dinâmica de crescimento observada da pauta brasileira, o que consequentemente reduziu a participação do Estado de 1,8% para 0,4% das exportações nacionais. Em relação à intensidade tecnológica, as exportações sofreram modificações importantes, como a redução das exportações de manufaturados intensivos em P&D, consequência da redução das exportações de *terminais portáteis de telefonia celular*, e o aumento das exportações de produtos intensivos em recursos naturais e manufaturados intensivos em trabalho.

A participação dos setores na pauta do Estado ficou marcada por grandes mudanças. Em 2006, mais de 60% da pauta estava concentrada em dois setores, sendo *equipamentos de telefonia, radiotelefonia, transmissores de televisão e rádio* (45,3%) e *equipamentos de transporte* (17,6%). Já em 2011, 58,8% da pauta foi representada por quatro setores, sendo *produtos alimentícios* (17,5%) – que passou a ser o maior setor exportador, *artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais* (11,7%), além dos dois mencionados para 2006. Os setores que se destacaram pelo crescimento anual entre 2006 e 2011 foram os de *produtos alimentícios*

(6,3%), *artigos de cutelaria, de serralheria e ferramentas manuais* (7,5%), *produtos químicos inorgânicos* (84,4%), e *metalurgia de metais não ferrosos* (22,1%). Entre aqueles que registraram as maiores perdas se destaca o setor de *equipamentos de telefonia, radiotelefonia, transmissores de televisão e rádio*, com perdas de 30,7% ao ano, o que representou uma redução de US\$ 584 milhões. Outros setores com taxas de crescimento negativas das exportações foram *equipamentos de transporte, receptores de rádio, televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo, produtos e preparados químicos diversos, e desdobramento de madeira*.

ApexBrasil

ANÁLISE DOS PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA EXPORTADORA DO AMAZONAS

Nessa seção é realizada uma análise mais detalhada dos principais produtos exportados pelo Amazonas e seus respectivos destinos prioritários. Conforme metodologia descrita no Anexo A, são analisadas as oportunidades para produtos que representam mais de 1% da pauta do Estado ou, pelo menos, 10% da pauta do país. Na Tabela 4, estão os grupos de produtos que atendem a esses requisitos no Amazonas. O montante de US\$ 1,009 bilhão exportado pelos grupos selecionados representa 90,2% do total das exportações do Amazonas em 2010.

Tabela 4 – Participação dos grupos de produtos selecionados nas pautas do Amazonas e Brasil em 2010

Grupo de Produtos	Intensidade Tecnológica	Exportações do Subgrupo em 2010 (US\$ mil)	Participação do Subgrupo na Pauta do Amazonas	Participação do Subgrupo do AM no Subgrupo do Brasil
Castanhas-do-pará (castanhas do Brasil)	PP	4.172	0,4%	31,0%
Preparações alimentícias	PIRN	154.463	13,8%	25,4%
Petróleo e derivados	PIRN	18.713	1,7%	0,1%
Produtos químicos inorgânicos	PIRN	14.692	1,3%	0,5%
Higiene pessoal	MIT	81.035	7,2%	8,5%
Material de escritório	MIT	14.229	1,3%	18,5%
Material esportivo	MIT	5.160	0,5%	19,6%
Produtos de metais não ferrosos	PIRN/MIEE	24.811	2,2%	2,1%
Motocicletas	MIEE	144.856	12,9%	99,8%
Máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	MPFE	52.474	4,7%	5,3%
Aparelhos para interruptores e proteção de energia	MPFE	17.716	1,6%	4,0%
Transmissores e receptores	MIEE/MIP&D	460.505	41,1%	30,6%
Produtos para fotografia	MIP&D	17.030	1,5%	22,3%
Total grupos selecionados		1.009.857	90,2%	3,5%

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.

As exportações do Amazonas estão concentradas em produtos com intensidade tecnológica elevada. Mais da metade são manufaturados intensivos em P&D e manufaturados intensivos em economias de escala, representados por *transmissores e receptores*, com 41,1%, e *motocicletas*, com 12,9%. Além desses, as exportações de produtos intensivos em recursos naturais também foram relevantes, especialmente pelas exportações de *preparações alimentícias*, que registraram participação de 13,8% na pauta do Estado. Entre os manufaturados intensivos em trabalho, o grupo de *higiene pessoal* se destaca com 7,2% da pauta no ano de 2010. Dos 13 grupos selecionados, dois têm participação inferior a 1% na pauta de exportações do Amazonas, porém a participação desses grupos em relação ao exportado pelo Brasil ficou entre 20% e 30%. O grupo de produtos selecionados para análise com maior participação nas exportações brasileiras foi o de

motocicletas (99,8%), seguido de *castanhas-do-pará* (31%) e *transmissores e receptores* (30,6%). No total dos grupos selecionados para o estudo do Amazonas, verifica-se uma participação de 3,5% nas exportações do Brasil.

Nas próximas páginas são apresentados os mercados internacionais que oferecem oportunidades para os principais produtos exportados pelo Amazonas. Primeiramente, são comentados os países e regiões nos quais foram verificadas exportações do Amazonas em 2010, bem como o porte das empresas com acesso a mercados selecionados. Na sequência, são mostrados os países com oportunidades para empresas do Amazonas, conforme a metodologia descrita no Anexo 1.

CASTANHAS-DO-PARÁ (CASTANHAS DO BRASIL)

As castanhas-do-pará exportadas pelo Amazonas representam 31% das exportações nacionais do produto, totalizando o valor exportado de US\$ 4,172 milhões em 2010, apesar da pequena participação na pauta do Estado, de 0,4%.

No ano de 2010, as exportações de castanha-do-pará da Amazônia foram destinadas a duas regiões, sendo 78,6% para as Américas e 21,4% para Ásia e Oceania. Para as Américas, as exportações foram de US\$ 3,281 milhões, sendo 97,7% para os Estados Unidos, e 2,3% para a Bolívia. Um aspecto importante para este produto é que as exportações foram realizadas principalmente por empresas de pequeno porte. Para as regiões da Ásia e Oceania, apenas Hong Kong foi destino, com US\$ 891 mil, realizadas em sua totalidade por empresas de pequeno porte.

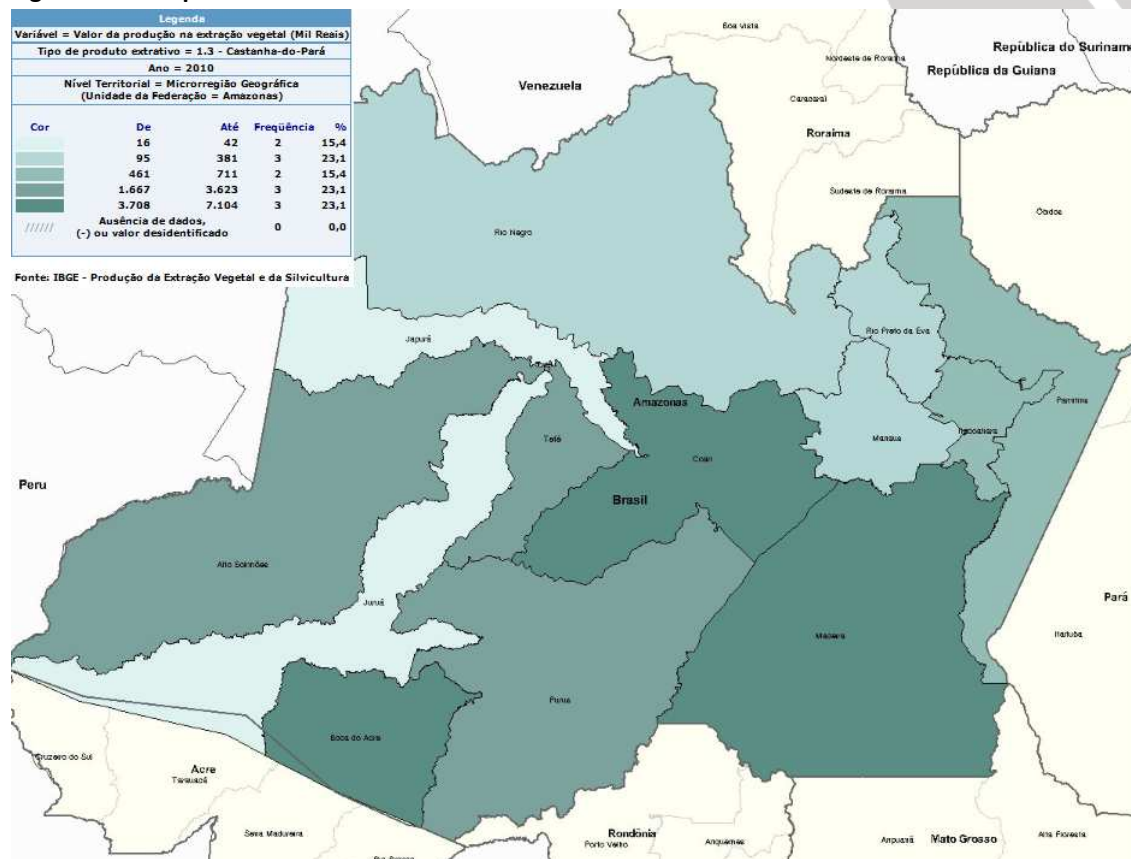
Tabela 5 - Exportações do Amazonas de castanhas-do-pará (castanhas do Brasil) em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
Américas	3.281.385	78,6%		-	97,7%	2,3%	-
Estados Unidos	3.204.455		97,7%	-	100%	-	-
Bolívia	76.930		2,3%	-	-	100%	-
Ásia e Oceania	891.012	21,4%		-	100%	-	-
Hong Kong	891.012		100%	-	100%	-	-
Total Geral	4.172.397			-	98,2%	1,8%	-

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

A Figura 1 retrata o Estado em microrregiões produtoras de castanhas-do-pará, conforme a Pesquisa Pecuária Municipal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (PPM/IBGE) do ano de 2010. As microrregiões com o maior valor extraído do produto foram Boca do Acre, Coari e Madeira, área mais escura na figura, que produziram entre R\$ 3,7 milhões e R\$ 7,1 milhões. Em seguida, estão microrregiões como Alto Solimões, Purus e Tefé, com produção entre R\$ 1,6 milhão e R\$ 3,6 milhões.

Figura 1 – Área plantada de Castanha do Pará em 2010



Fonte: Produção Agrícola Municipal/IBGE.

Para avaliar as oportunidades de exportação de castanhas-do-pará para outros mercados, é feita uma investigação sobre os principais países. Essa avaliação é feita considerando o tamanho das importações do produto que são realizadas pelo respectivo país, de qualquer outro país, seu crescimento médio, a tarifa praticada, e como o Brasil e o Amazonas se posicionam, respectivamente, em relação a esse total importado. Além disso, é feita uma avaliação sobre o principal concorrente naquele país.

Tabela 6 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de castanhas–do-pará (castanhas do Brasil)

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)		Crescimento médio imp. 2005-2010		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente País	Part. 2010
							AM	BR		
Estados Unidos	49.243	AD	-4,3%	ED	M-P-M-G	0,0%	6,5%	10,9%	Bolívia	61,0%
Peru (1)	477	MB	83,3%	MD	M-P-M-G	1,3%		96,0%	Bolívia	4,0%
China	426	MB	421,9%	MD	M-P-M-G	10,0%		95,0%	Bolívia	3,8%

Fonte de dados brutos: Brasil, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Secretaria de Comércio Exterior, Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior, e UN Comtrade.

Legenda: (1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse grupo. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Entre os países selecionados como oportunidade, os Estados Unidos são os maiores importadores mundiais, com US\$ 49,2 milhões em 2010, o que o classificou como alto destaque. Este país apresentou redução das importações de castanha do Pará em 4,3% ao ano entre 2005 e 2010. No entanto, existem oportunidades para empresas de todos os portes, e a tarifa de importação é zero. A participação do Estado nesse mercado foi de 6,5%, enquanto a participação brasileira foi de 10,9%, sendo que o principal concorrente, a Bolívia, lidera o mercado com uma fatia de 61%.

Também foram selecionados como oportunidades o Peru e a China, que mesmo sendo mercados menores, apresentaram dinamismo das importações no período analisado, com taxa de crescimento de 83,3% e 421,9% ao ano, respectivamente. Para ambos existem oportunidades para todos os portes de empresa, assim como nos Estados Unidos, porém no Peru e na China o Brasil se configurou como líder de mercado com participação superior a 90%, ao passo que a Bolívia teve participação inferior a 5%.

PREPARAÇÕES ALIMENTÍCIAS

As exportações do Amazonas de preparações alimentícias foram de US\$ 154,4 milhões em 2010. Este valor corresponde a 13,8% da pauta exportadora do Estado e 25,4% das exportações brasileiras de preparações alimentícias, sendo que os principais produtos exportados pelo Estado foram preparações para elaboração de bebidas, complementos alimentares, e outras preparações alimentícias.

A Tabela 7 mostra a distribuição das exportações de preparações alimentícias do Amazonas para o mundo, agrupadas por região, identificando os principais países importadores e os portes de empresas que realizaram exportações para aqueles destinos, no ano de 2010. Observa-se que 99,1% do total exportado pelo Estado, o equivalente a US\$ 153 milhões, foram exportados para

países Latino Americanos. A Venezuela foi a maior importadora, com US\$ 66,1 milhões, seguida da Colômbia, com US\$ 60,9 milhões. Ambos os países importaram somente de empresas de grande porte. A exceção nesse quesito foi a Argentina, com 100% das importações provenientes de empresas de médio porte. A Europa importou US\$ 1,3 milhão, ou 0,9% do total exportado pelo Amazonas. E a Ásia aparece representada por um único país, o Japão, com importações de US\$ 125 mil.

Tabela 7 - Exportações do Amazonas de preparações alimentícias em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
Américas	153.007.388	99,1%		0%	0%	6%	94%
Venezuela	66.169.181		43,2%	-	-	-	100%
Colômbia	60.975.943		39,9%	-	-	-	100%
Paraguai	17.077.316		11,2%	-	-	-	100%
Argentina	8.732.995		5,7%	-	-	100%	-
Equador	39.464		0,0%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	125.600	0,1%		4%	-	96%	-
Japão	125.600		100,0%	4%	-	96%	-
Europa e Leste Europeu	1.330.279	0,9%		19%	-	81%	-
Portugal	968.042		72,8%	1%	-	99%	-
França	182.428		13,7%	100%	-	-	-
Reino Unido	117.900		8,9%	-	-	100%	-
Itália	61.909		4,7%	100%	-	-	-
Total Geral	154.463.267			0,2%	0,0%	6,4%	93,4%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Na Tabela 8 mercados são classificados como sendo de alto destaque por terem importações de grande valor. São eles: Estados Unidos com US\$ 3,1 bilhões, Alemanha com US\$ 2,7 bilhões e Japão com 1,7 bilhão. Apesar de serem os maiores importadores, os três países têm taxas de crescimento anuais menores que os outros mercados da tabela. Além disso, a participação brasileira é bem pequena na Alemanha e no Japão, registrando índices consideráveis somente nos Estados Unidos, onde a participação é de 1,7%.

Além do Japão, outros países asiáticos se destacam nas oportunidades. A China aparece como grande importadora com US\$ 1,6 bilhão, taxa de crescimento anual de 27,9% entre 2005 e 2010, e com participação brasileira de 0,8%. O principal concorrente no país é Cingapura, com 24,3% do mercado, e a tarifa média cobrada do Brasil é de 16,2%. Hong Kong e Mianmar também são oportunidades.

Tabela 8 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de preparações alimentícias

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)		Crescimento médio imp. 2005-2010		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente	
							AM	BR	País	Part. 2010
Estados Unidos	3.152.525	AD	6,3%	I	M-P-M-G	9,4%	0,0%	1,7%	Canadá	34,1%
Alemanha	2.735.173	AD	5,5%	BD	M-P-M-G	9,8%		0,1%	Irlanda	24,2%
Japão	1.760.063	AD	1,9%	BD	M-P-M-G	32,4%	0,0%	0,4%	Estados Unidos	18,4%
China	1.593.221	A	27,9%	MD	M-P-M-G	16,2%		0,8%	Cingapura	24,3%
Coreia do Sul	842.755	A	9,9%	I	M-P-M-G	11,7%		0,4%	Estados Unidos	34,4%
Hong Kong	612.826	A	8,8%	I	M-P-M-G	0,0%		0,4%	China	32,4%
Mianmar (Birmânia) (3)	198.884	MB	31,8%	MD	M-P-M-G	11,9%		0,0%	Tailândia	51,4%
Peru	197.713	MB	17,7%	MD	M-P-M-G	0,4%		3,4%	Chile	23,3%
Chile (1)	196.620	MB	21,5%	MD	M-P-M-G	0,2%		11,8%	Estados Unidos	28,4%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse grupo. (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Na América do Sul as oportunidades estão no Peru e no Chile. O Peru importou US\$ 197,7 milhões em 2010, ficando classificado como destaque médio-baixo. No entanto, o crescimento anual tem sido muito dinâmico e a participação brasileira no mercado é de 3,4%. O principal concorrente é o Chile, com 23,3% de participação. As importações chilenas também não foram altas, chegando a US\$ 196,6 milhões em 2010. A participação brasileira no mercado chileno foi a maior das oportunidades, com 11,8%, e a tarifa média cobrada dos produtos brasileiros é de 0,2%. Ressalta-se que em todos os mercados listados como oportunidades existe espaço para empresas de qualquer porte.

PETRÓLEO E DERIVADOS

As exportações de *petróleo e derivados* foram de US\$ 18,7 milhões em 2010, representaram 1,7% da pauta do estado, e se concentraram no Peru e na Bolívia. O produto exportado para o Peru foi *outras gasolinas*, no valor de US\$ 10,3 milhões, ao passo que para a Bolívia o produto exportado foi *óleo diesel*, no valor de US\$ 8,3 milhões. Para ambos, as exportações foram realizadas por empresas de grande porte.

Tabela 9 - Exportações do Amazonas de petróleo e derivados em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
Américas	18.713.240	100,0%		-	-	0,0%	100%
Peru	10.327.186		55,2%	-	-	-	100%
Bolívia	8.386.017		44,8%	-	-	-	100%
Estados Unidos	37		0,0%	-	-	43,2%	56,8%
Ásia e Oceania	32	0,0%		-	-	-	100%
Japão	32		100%	-	-	-	100%
Total Geral	18.713.272			-	-	0,0%	100%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Na Tabela 10 estão os mercados selecionados como oportunidade para exportação de petróleo e derivados.

Tabela 10 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de petróleo e derivados

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente		
					AM	BR	País	Part. 2010	
Estados Unidos	362.726.741	AD 4,0%	BD	M-G	0,3%	0,0%	2,3%	Canadá	23,2%
Japão	198.627.587	AD 8,3%	I	M-G	0,8%	0,0%	0,0%	Arábia Saudita	17,8%
China	188.965.812	AD 24,1%	MD	M-G	1,3%		2,2%	Arábia Saudita	13,7%
Hong Kong	15.351.722	A 14,0%	D	M-G	0,0%			Cingapura	36,5%
Chile	11.612.094	A 12,2%	I	M-P-M-G	0,0%		11,7%	Estados Unidos	20,8%
Equador (1)	4.380.418	A 30,6%	MD	M-P-M-G	0,8%		0,0%	Estados Unidos	47,7%
Peru	4.248.449	A 11,4%	I	M-P-M-G	0,0%	0,2%	4,7%	Equador	27,1%
Argentina (1)	4.188.289	MA 24,1%	MD	M-P-M-G	0,0%		3,2%	Estados Unidos	14,8%
Colômbia (1)	2.081.112	MB 30,4%	MD	M-P-M-G	0,3%		0,1%	Estados Unidos	76,9%
Bangladesh (3)	1.740.801	MB 22,9%	MD	M-G	10,9%			Malásia	35,4%
Afganistão (3)	1.415.558	MB 24,1%	MD	M-G	3,2%			Paquistão	46,8%
Mianmar (Birmânia) (1) (3)	1.082.110	MB 24,4%	MD	M-G	2,3%			Cingapura	47,7%
Quirguistão	854.027	MB 21,7%	MD	M-G	5,1%			Rússia	75,6%
Bolívia (1)	652.546	MB 22,0%	MD	M-P-M-G	0,0%	1,3%	14,8%	Venezuela	44,8%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse grupo. (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Os três maiores importadores mundiais em 2010 foram Estados Unidos, Japão e China, com importações entre US\$ 188 bilhões e US\$ 362 bilhões, todos selecionados como alto destaque em função do tamanho de mercado. Dentre estes, destaca-se a China, com crescimento das importações do produto em 24,1%, entre 2005 e 2010, o que permitiu a classificação como muito dinâmico. Entretanto, a participação do Estado nesses países é inferior a 1%, e a participação do Brasil no mercado americano é de 2,3%, e de 2,2% na China. No que tange aos concorrentes nesse mercado, o maior fornecedor dos Estados Unidos é o Canadá, com 23,2% do

mercado. Já no Japão e na China, o principal concorrente é a Arábia Saudita, com participação de 17,8% e 13,7%.

Após, estão mercados selecionados com um volume de importações intermediário, classificados como *alto*, tais como Hong Kong, Chile, Equador e Peru. Em relação ao dinamismo, destacam-se Hong Kong e Equador, com crescimento anual de 14% e 30,6%, respectivamente. A maior participação brasileira foi verificada no Chile (11,7%) e no Peru (4,7%). Nesse último, o Estado registrou participação de 0,2%.

Por fim, estão selecionados mercados com volume de importação abaixo de US\$ 4,2 bilhões, que, apesar de menores, foram classificados como muito dinâmicos, com taxas de crescimento de importações de petróleo e derivados entre 21% e 30% ao ano. Entre esses, a Argentina importou, em 2010, US\$ 4,1 bilhões, sendo 3,2% do Brasil, onde o principal concorrente foram os Estados Unidos, com 14% do mercado. A participação do Amazonas só foi percebida na Bolívia, com 1,3%, enquanto a participação brasileira foi de 14,8%.

PRODUTOS QUÍMICOS INORGÂNICOS

As exportações de produtos químicos inorgânicos pelo Amazonas, classificados como intensivos em recursos naturais, foram de US\$ 14,6 milhões em 2010, e representaram 1,3% da pauta do Estado. Desse grupo, US\$ 11,8 milhões foram exportações de *outros compostos de prata* (80,4%) e US\$ 2,8 milhões foram *outros compostos de ouro, exclusivamente auranofina* (19,6%).

A Tabela 11 demonstra de que forma foram distribuídas essas exportações por região, a participação dos países em cada região e o porte das empresas exportadoras. As regiões da Europa e Leste Europeu foram destino de 98,3% das exportações de produtos químicos orgânicos do Amazonas, onde a Alemanha foi o único destino da região, com US\$ 14,4 milhões. É importante ressaltar que 80,1% desse montante foram realizados por empresas de médio porte, e 19,9% por empresas de grande porte. Em menor proporção está a região das Américas, destino de US\$ 245,2 mil, e que representou 1,7% do total de químicos orgânicos, que se concentraram nos Estados Unidos.

Tabela 11 - Exportações do Amazonas de produtos químicos inorgânicos – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
Américas	245.262	1,7%		-	-	97,8%	2,2%
Estados Unidos	237.546		96,9%	-	-	100%	-
Equador	3.406		1,4%	-	-	-	100%
Colômbia	2.257		0,9%	-	-	100%	-
México	933		0,4%	-	-	-	100%
Argentina	651		0,3%	-	-	-	100%
Chile	469		0,2%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	14.446.484	98,3%		-	-	80,1%	19,9%
Alemanha	14.446.484		100%	-	-	80,1%	19,9%
Total Geral	14.691.746			-	-	80,4%	19,6%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Para avaliar as oportunidades para o produto, estão relacionados oito países na Tabela 12.

Tabela 12 – Destinos selecionados como oportunidades para produtos químicos inorgânicos

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente	
					AM	BR	País	Part. 2010
Estados Unidos	14.996.504	AD 5,9%	I	M-G 0,3%	0,0%	2,6%	Canadá	15,2%
Alemanha	8.166.564	AD 14,4%	D	M-G 0,7%	0,2%	2,0%	França	15,7%
França	6.486.007	AD 8,2%	I	M-G 0,7%		0,7%	Alemanha	13,4%
Canadá (1)	3.734.040	A 6,3%	I	M-G 0,0%		18,3%	Estados Unidos	36,3%
Reino Unido	3.268.123	A 5,8%	I	M-G 0,7%		1,3%	França	21,8%
México	1.517.422	MA 11,1%	D	M-G 2,8%	0,0%	0,6%	Estados Unidos	62,8%
Turquia	1.418.192	MA 12,8%	D	M-G 1,0%		0,3%	Ucrânia	13,3%
Chile (1)	764.565	MB 17,9%	MD	M-P-M-G 0,0%	0,0%	2,8%	Estados Unidos	21,9%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse grupo. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Os três maiores importadores mundiais em 2010 foram Estados Unidos, Alemanha e França, que foram classificados como alto destaque. Os Estados Unidos importaram aproximadamente US\$ 15 bilhões, considerado dinamismo intermediário, com taxa de crescimento de 5,9% ao ano entre 2005 e 2010. A participação brasileira nesse mercado foi de 2,6%, tendo como principal concorrente o Canadá, que detém participação de 15,2%. Dentre esses países, a Alemanha se destacou pelo dinamismo após apresentar taxa de crescimento de 14,4% ao ano. Foram detectadas oportunidades para empresas de médio e grande porte, que estão submetidas à tarifa de importação de 0,7%, bem como os demais países da Europa apresentados na tabela. A participação do Amazonas é pequena na Alemanha, de 0,2%, a maior verificada entre

os países selecionados, ao passo que o Brasil representa 2%. Nesse caso, a França lidera o mercado com participação de 15,7%.

Com um volume de importações intermediário estão Canadá e Reino Unido, com aproximadamente US\$ 3,5 bilhões. Esses países registraram taxa de crescimento anual de 6,3% e 5,8%, respectivamente, o que os classificou como intermediários em relação ao dinamismo. Os produtos químicos inorgânicos do Estado do Amazonas não estão presentes nesses países, mas são mercados potenciais, especialmente o Canadá, onde o Brasil tem participação de 18,3%. O principal concorrente no Canadá são os Estados Unidos, com 36,3% do mercado.

Por fim, foram selecionados como oportunidades o México, a Turquia e o Chile, que importaram entre US\$ 764,5 milhões e US\$ 1,5 bilhão. Apesar de o volume importado ser inferior aos demais, estes países apresentam oportunidades reais de negócios, na medida em que são mercados que estão ampliando suas importações de produtos químicos inorgânicos. O México apresentou taxa de crescimento de 11,1% ao ano, sendo caracterizado como dinâmico. No entanto, o país possui dois aspectos desfavoráveis que são a tarifa de importação de 2,8% (a mais elevada entre os selecionados) e a forte presença dos Estados Unidos, que domina o mercado com 62,8%, o que reflete a baixa participação brasileira de apenas 0,6%. Esses dois aspectos não afetam as possibilidades de negócio na Turquia, por exemplo, que tem tarifa de 1%, e onde o maior concorrente foi a Ucrânia, com 13,3%. Entre os três países selecionados, o Chile foi o único classificado como muito dinâmico, em função do crescimento das importações do produto de 17,9% ao ano. A participação brasileira é de 2,8% e as oportunidades contemplam empresas de todos os portes. Nesse caso, o principal concorrente são os Estados Unidos, assim como no México, porém com participação de 21,9%.

PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL

As exportações de produtos para higiene pessoal representaram 7,2% da pauta exportadora do Amazonas em 2010, o equivalente a US\$ 81 milhões, participando em 8,5% das exportações brasileiras desse grupo de produtos. Os principais produtos exportados foram: *aparelhos de barbear não elétricos, lâminas de barbear e escovas de dente*.

A seguir, na Tabela 13, estão os principais destinos das exportações amazonenses de produtos de higiene pessoal, por região, por porte de empresa, e mostrando os principais países de cada região. Observa-se que as Américas são o principal destino das exportações, com um total importado, em 2010, de US\$ 70,7 milhões, o equivalente a 87,3% das exportações do Amazonas. Os países da região que mais se destacaram foram Argentina, com US\$ 23,4 milhões importados, e

México, com US\$ 11,9 milhões. Juntos, os dois países foram responsáveis por 50% das importações das Américas. Quanto ao porte das empresas exportadoras para a região, 99,9% foram de grande porte e 0,1% de microempresas.

Os países da Ásia e da Oceania importaram, em 2010, aproximadamente US\$ 5,2 milhões, ou 6,4% do total exportado pelo Amazonas. A Malásia foi o maior importador da região, com 80,0% de participação e um total importado de US\$ 4,2 milhões. Quase todas as importações da região foram provenientes de empresas de grande porte. A terceira região de destaque foi a Europa e Leste Europeu, com US\$ 5,1 milhões em importações, divididos quase igualmente entre Reino Unido e França. As empresas que participaram nas importações da região foram de grande e pequeno porte.

Tabela 13 - Exportações do Amazonas de produtos de higiene pessoal em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	1.722	0,0%		-	-	-	100%
Suazilândia	1.722		100,0%	-	-	-	100%
Américas	70.751.680	87,3%		0%	0%	0%	100%
Argentina	23.496.402		33,2%	-	-	-	100%
México	11.917.008		16,8%	0%	-	-	100%
Venezuela	8.747.917		12,4%	-	-	-	100%
Estados Unidos	8.349.145		11,8%	2%	1%	-	97%
Colômbia	6.593.823		9,3%	-	0,2%	-	99,8%
Uruguai	2.190.957		3,1%	-	-	1%	99%
Bolívia	2.176.882		3,1%	-	-	-	100%
Equador	1.920.219		2,7%	-	-	-	100%
Paraguai	1.914.843		2,7%	-	-	-	100%
Peru	1.229.968		1,7%	-	-	-	100%
Chile	961.982		1,4%	-	-	-	100%
Rep. Dominicana	547.869		0,8%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	5.196.380	6,4%		0,1%	-	-	99,9%
Malásia	4.197.587		80,8%	-	-	-	100%
Índia	471.551		9,1%	-	-	-	100%
Austrália	384.837		7,4%	-	-	-	100%
Coreia do Sul	92.413		1,8%	-	-	-	100%
Japão	49.992		1,0%	9%	-	-	91%
Europa e Leste Europeu	5.084.741	6,3%		-	1%	-	99%
Reino Unido	2.743.637		54,0%	-	-	-	100%
França	2.341.104		46,0%	-	3%	-	97%
Total Geral	81.034.523			0,3%	0,2%	0,0%	99,5%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Na Tabela 14 estão os mercados selecionados como oportunidades para as exportações de produtos de higiene pessoal do Amazonas. Novamente aparecem os Estados Unidos como maior mercado importador selecionado, com importações de US\$ 1,8 bilhão em 2010 e taxa média de

crescimento das importações de 4% ao ano, entre 2005 e 2010. A participação brasileira foi de 0,8% e a amazonense foi de 0,1%. O principal fornecedor de produtos de higiene pessoal para os Estados Unidos foi o Canadá, com quase 20% do mercado. Na América Latina aparece o México como oportunidade para o setor, com mercado relativamente menor, porém com participação brasileira de 2,8% e crescimento de 7,1% ao ano, entre 2005 e 2010. Os outros países da região que aparecem como oportunidades se destacam por terem altas taxas de crescimento, entre 11% e 23%, e considerável participação brasileira, entre 2% e 13%.

Tabela 14 – Destinos selecionados como oportunidades para o grupo de produtos de higiene pessoal

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente			
					AM	BR	País	Part. 2010		
Estados Unidos	11.818.779	AD	4,0%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	0,8%	Canadá	19,2%
Alemanha	7.707.574	AD	4,7%	BD	M-P-M-G	0,0%		0,3%	França	26,0%
Reino Unido	7.100.199	AD	2,8%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,3%	França	18,7%
França	6.871.163	AD	6,4%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,3%	Alemanha	17,7%
Japão	3.714.987	AD	6,6%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,4%	França	17,1%
Espanha	3.622.028	AD	4,4%	BD	M-P-M-G	0,0%		0,1%	França	31,3%
Itália	3.570.981	AD	3,6%	BD	M-P-M-G	0,0%		0,2%	França	31,8%
Hong Kong	2.714.563	AD	10,8%	D	M-P-M-G	0,0%		0,0%	China	25,5%
Cingapura	2.197.713	AD	10,0%	D	M-G	0,0%		0,1%	França	32,3%
México	2.098.378	AD	7,1%	I	M-P-M-G	9,0%	0,6%	2,8%	Estados Unidos	38,0%
China	1.938.088	AD	22,2%	MD	M-P-M-G	10,0%		0,5%	França	20,2%
Coreia do Sul	1.600.001	AD	10,5%	D	M-P-M-G	7,4%	0,0%	0,1%	Japão	25,7%
Turquia	1.218.083	AD	13,8%	D	M-P-M-G	0,0%		0,9%	França	20,3%
Malásia (1)	1.035.734	A	12,3%	D	M-G	4,8%	0,4%	0,5%	Tailândia	18,1%
Chile	793.604	A	17,8%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	13,3%	Argentina	23,4%
Índia (1)	575.201	A	22,1%	MD	M-G	10,3%	0,1%	1,1%	China	17,0%
Colômbia (1)	548.104	A	14,8%	MD	M-P-M-G	0,8%	1,2%	9,1%	México	32,1%
Peru	457.949	A	17,1%	MD	M-P-M-G	2,0%	0,3%	10,9%	Colômbia	34,0%
Equador	318.878	A	11,8%	D	M-P-M-G	7,8%	0,6%	3,7%	Colômbia	46,6%
Uruguai (3)	314.742	A	17,9%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,7%	7,2%	Estados Unidos	27,3%
Costa Rica	243.719	MA	11,4%	D	M-G	10,9%	0,0%	2,9%	México	38,6%
Rep. Dominicana	214.935	MA	15,0%	MD	M-G	17,6%	0,3%	1,3%	Estados Unidos	30,5%
Angola (3)	174.295	MA	12,1%	D	M-G	12,4%		5,2%	África do Sul	32,0%
Bolívia	165.527	MA	19,5%	MD	M-P-M-G	0,0%	1,3%	13,8%	Peru	25,4%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse grupo. (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

A Europa é outra região com oportunidades para as exportações de produtos de higiene pessoal. A Alemanha, o Reino Unido e a França aparecem como mercados de alto destaque, com valores importados na casa dos US\$ 7 bilhões, participação brasileira de 0,3% e tarifas

alfandegárias de 0% na entrada dos produtos. O principal fornecedor para os países europeus é a França, com mais de 20% em todos os mercados que aparecem nas oportunidades.

A Ásia também está bem representada na Tabela 14. O Japão é o maior importador da região, com US\$ 3,7 bilhões em 2010, taxa de crescimento anual de 6,6% no período analisado e participação brasileira de 0,3%. Hong Kong, China, Cingapura, Coreia do Sul e Malásia importaram menos que o Japão, mas têm taxas de crescimento maiores, sempre acima de 10% ao ano. A participação brasileira é pequena em todos os países asiáticos, existindo, portanto uma grande oportunidade de crescimento. O único representante do continente africano nas oportunidades é a Angola.

MATERIAL DE ESCRITÓRIO

As exportações de material de escritório do Amazonas foram de US\$ 14,2 milhões em 2010, o que representou uma parcela reduzida da pauta do Estado (1,3%). Entretanto, esse valor representou 18,5% das exportações brasileiras desse grupo de produtos. Entre os produtos exportados, estão canetas esferográficas (60,5%), lápis (19%) e fitas impressoras (14,3%).

A Tabela 15 mostra a distribuição das exportações de material de escritório do Amazonas por região, participação dos principais países em cada região e o porte das empresas exportadoras no ano de 2010. As exportações para a região das Américas foram de US\$ 13,4 milhões, o que representou 94,7% do total desse grupo, sendo que a Argentina foi destaque com US\$ 8,3 milhões. Após a Argentina, os destinos foram Paraguai (US\$ 1,8 milhão) e Equador (US\$ 1 milhão), entre outros. O porte das empresas exportadoras para as Américas foi pequeno (7%), médio (8,1%) e grande (84,9%), diferente das demais regiões que só tiveram a participação de empresas de grande porte.

A segunda região de destino foi a Europa e Leste Europeu, com 3,9% da pauta de material de escritório do Estado, sendo a França o maior destino na região (US\$ 547 mil), seguido de República Tcheca e Itália. Na região da África e Oriente Médio, o país que se destacou como destino foi a África do Sul, com US\$ 150,2 mil. Ásia e Oceania tiveram uma pequena participação nas exportações do grupo, tendo a Austrália como único destino.

Tabela 15 - Exportações do Amazonas de material de escritório em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	166.711	1,2%		-	-	-	100%
África do Sul	150.283		90,1%	-	-	-	100%
Líbano	12.120		7,3%	-	-	-	100%
Israel	3.385		2,0%	-	-	-	100%
Américas	13.482.122	94,7%		-	7,0%	8,1%	84,9%
Argentina	8.363.113		62,0%	-	8%	9%	83%
Paraguai	1.799.902		13,4%	-	-	-	100%
Equador	1.066.807		7,9%	-	-	-	100%
Estados Unidos	393.075		2,9%	-	-	-	100%
Colômbia	371.910		2,8%	-	-	95%	5%
México	361.595		2,7%	-	-	-	100%
Chile	339.612		2,5%	-	-	-	100%
Guatemala	227.185		1,7%	-	99%	-	1%
Uruguai	215.049		1,6%	-	5%	-	95%
Venezuela	195.703		1,5%	-	-	-	100%
Bolívia	93.939		0,7%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	23.695	0,2%		-	-	-	100%
Austrália	23.695		100%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	556.889	3,9%		-	-	-	100%
França	547.171		98,3%	-	-	-	100%
Rep. Tcheca	5.511		1,0%	-	-	-	100%
Itália	4.119		0,7%	-	-	-	100%
Total Geral	14.229.417			-	6,6%	7,6%	85,7%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Após análise dos principais destinos de material de escritório do Amazonas, são apresentados, na Tabela 16, os mercados selecionados com oportunidades de negócios para esse grupo. Um ponto interessante em relação aos países analisados é a participação da China como principal concorrente na maior parte deles, inclusive nos quatro maiores importadores.

O maior importador em 2010 foram os Estados Unidos, com US\$ 1,5 bilhão, com oportunidade para empresas de médio e grande porte. Apesar de aparecer como o maior importador, o mesmo foi classificado como *em declínio* (ED) devido à redução 0,5% ao ano do valor importado entre 2005 e 2010. A participação do Estado nesse mercado foi inferior a 1%, ao passo que a participação brasileira foi de 1,4%, considerada pequena em relação à participação de 45,2% da China. Além de ser o maior importador, os Estados Unidos aparecem como principal fornecedor do México e da Costa Rica. O México foi o quinto maior importador entre os listados, com US\$ 345,3 milhões, e a participação americana nesse mercado foi de 28,2% em 2010. Se compararmos Estados Unidos e México como oportunidade, o México tem a vantagem de ser um mercado mais dinâmico, com taxa de crescimento de 4,2% entre 2005 e 2010, e o principal concorrente tem participação de 28,2%, inferior aos 45,2% da China, o que demonstra que as

importações de materiais de escritório do México estão mais desconcentradas em fornecedores. No entanto, a tarifa média de importação do México foi de 7,6%, acima da tarifa aplicada pelos Estados Unidos, de 1%.

Na Europa aparecem quatro grandes importadores: Alemanha, França, Reino Unido e Países Baixos (Holanda), seguindo essa ordem de volume de importação de material de escritório, todos com tarifa zero para importação. Entre eles, a Alemanha foi o maior importador, com US\$ 592,1 milhões, com aumento de 5,8% ao ano entre 2005 e 2010, classificado como crescimento *intermediário*. O destaque relacionado ao dinamismo foram os Países Baixos (Holanda), com taxa de crescimento de 10,5% ao ano no período, que diferente dos demais tem o Japão como principal fornecedor, com participação de 21,3%. Ainda em relação aos países da Europa, o Amazonas exportou apenas para a França, com participação de 0,1%, volume reduzido tal como a participação brasileira, que atingiu não mais que 0,3% nesses mercados. Como mencionado anteriormente, a China aparece como principal concorrente na Alemanha, França e Reino Unido, e sua participação ficou entre 19% e 30%.

Tabela 16 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de material de escritório

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)		Crescimento médio imp. 2005-2010		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente País	Part. 2010
							AM	BR		
Estados Unidos	1.524.045	AD	-0,5%	ED	M-G	1,0%	0,0%	1,4%	China	45,2%
Alemanha	592.170	AD	5,8%	I	M-G	0,0%		0,1%	China	24,7%
França	495.889	AD	2,1%	BD	M-G	0,0%	0,1%	0,2%	China	19,9%
Reino Unido	488.180	AD	1,0%	BD	M-G	0,0%		0,3%	China	30,8%
México	345.300	AD	4,2%	I	M-G	7,6%	0,1%	1,6%	Estados Unidos	28,2%
Países Baixos (Holanda)	284.782	AD	10,5%	D	M-G	0,0%		0,0%	Japão	21,3%
Argentina	66.645	AD	13,7%	MD	M-P-M-G	0,0%	12,5%	15,4%	China	38,9%
Chile	55.709	AD	12,3%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,6%	4,4%	China	43,5%
Colômbia	39.903	A	10,1%	D	M-P-M-G	3,1%	0,9%	5,2%	China	36,3%
Peru	37.928	A	16,6%	MD	M-P-M-G	1,2%	0,0%	16,2%	China	34,4%
Equador	27.646	A	12,0%	MD	M-P-M-G	5,8%	3,9%	6,7%	China	17,9%
Costa Rica	17.109	A	7,9%	D	M-P-M-G	10,3%	0,0%	24,3%	Estados Unidos	26,7%
Uruguai (3)	10.483	MA	14,3%	MD	M-P-M-G	0,0%	2,1%	16,2%	China	42,5%
Paraguai	10.287	MA	12,7%	MD	M-P-M-G	0,0%	17,5%	54,4%	China	16,6%
Rep. Dominicana	9.428	MA	11,8%	MD	M-P-M-G	16,0%	0,1%	1,5%	China	32,4%
Bolívia	7.458	MA	15,5%	MD	M-P-M-G	0,0%	1,3%	40,4%	Peru	25,5%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Percebe-se que o Brasil possui pequena participação nos maiores mercados da América do Norte e na Europa, situação essa que melhora quando analisamos os mercados da América do Sul.

O primeiro ponto a destacar dos mercados da América do Sul é a participação brasileira, que variou entre 4,4% e 54,4%. O segundo ponto é que o crescimento do valor importado nesses países foi *dinâmico* ou *muito dinâmico*, variando entre 10,1% e 16,6% ao ano. O terceiro é que a China foi o principal concorrente nos países da região, exceto na Bolívia, e nos países onde a China é o principal concorrente, ela é líder de mercado, com participação entre 16,6% e 43,5%, exceto no caso do Paraguai, que é liderado pelo Brasil com 54,4%. O maior importador da região foi a Argentina, com US\$ 66,6 milhões, mercado que foi classificado como *muito dinâmico*, com crescimento de 13,7% ao ano. O quarto e último ponto é que as oportunidades na América do Sul contemplam todos os portes de empresa, inclusive as micro e pequenas.

MATERIAL ESPORTIVO

As exportações amazonenses do grupo de produtos material esportivo foram de US\$ 5,1 milhões em 2010, representando 0,5% da pauta exportadora do Estado. O Amazonas participou ainda em 19,6% das exportações brasileiras de material esportivo, sendo que os principais produtos exportados pelo Estado foram artigos e equipamentos para ginástica, e cartas de jogar.

A Tabela 17 mostra a distribuição das exportações de material esportivo do Amazonas, agrupados por região/país, discriminando-a por porte das empresas exportadoras. As Américas foram o principal destino das exportações amazonenses, com 94,6% do total exportado. Em segundo lugar, Europa e Leste Europeu, com 5,1%, seguidos de África e Oriente Médio, com 0,3%, e Ásia e Oceania, com 0,1%. A maior parte das exportações foi de empresas de grande porte, sendo a Angola o único país que importou de empresas de médio porte.

Na região das Américas, a Argentina se destacou como maior importadora, com US\$ 1,4 milhão, seguida por Paraguai, US\$ 893 mil, Estados Unidos, US\$ 854 mil, e Colômbia com US\$ 764 mil. Na Europa e no Leste Europeu, o Reino Unido se destacou, com importações de US\$ 217 mil, o equivalente a 83,6% do total importado pela região. Os outros países importaram pequenos valores em 2010.

Tabela 17 - Exportações do Amazonas de material esportivo em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	16.280	0,3%		-	-	54,6%	45,4%
Angola	8.882		54,6%	-	-	100%	-
Síria	7.398		45,4%	-	-	-	100%
Américas	4.878.562	94,6%		-	0,0%	0,2%	100%
Argentina	1.411.489		28,9%	-	-	-	100%
Paraguai	893.399		18,3%	-	0,0%	0,9%	99,1%
Estados Unidos	854.245		17,5%	-	-	-	100%
Colômbia	764.596		15,7%	-	-	-	100%
Uruguai	207.703		4,3%	-	-	-	100%
Panamá	156.123		3,2%	-	-	-	100%
Venezuela	155.578		3,2%	-	-	-	100%
Peru	108.417		2,2%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	4.111	0,1%		-	-	-	100%
Índia	4.111		100%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	260.606	5,1%		-	-	-	100%
Reino Unido	217.992		83,6%	-	-	-	100%
Bélgica	17.643		6,8%	-	-	-	100%
Rússia	13.975		5,4%	-	-	-	100%
Espanha	10.996		4,2%	-	-	-	100%
Total Geral	5.159.559			-	0,0%	0,3%	100%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Na Tabela 18 estão os mercados selecionados como oportunidades para exportação de material esportivo do Amazonas, ordenados pelo tamanho do mercado importador em 2010. Observa-se que o Brasil tem acesso a poucos países, registrando participação acima de 10% somente na Angola e na Bolívia. O principal concorrente na maioria dos mercados é a China.

O maior importador de material esportivo do mundo são os Estados Unidos, com US\$ 19,2 bilhões importados em 2010. O Brasil não participou das importações norte-americanas, uma vez que este mercado é dominado pela China, com participação de 82,1%. A situação da Alemanha é semelhante à dos Estados Unidos, grande importadora com predominância chinesa no mercado. Outros dois países europeus aparecem nas oportunidades: Itália, com US\$ 1,8 bilhão importados, e Polônia, com US\$ 332,7 milhões.

Os países da América Latina destacam-se por terem maior participação brasileira. O Paraguai importou US\$ 523,6 milhões em 2010, teve crescimento muito dinâmico (de 75,2%) entre 2005 e 2010, e a participação brasileira foi de 0,7%. O país apresenta oportunidade para todos os portes de empresa, e o principal concorrente é a China, com 93,5%. A Argentina, por sua vez, importou US\$ 263,5 milhões, com participação brasileira de 1,3% e tarifa média incidente sobre os produtos de 0%. A participação brasileira também foi de 1,3% no Uruguai, onde as

importações foram de US\$ 183,4 milhões e a participação chinesa de 46,2%. A Bolívia foi o mercado com maior participação brasileira, 11,6% contra 38% da China. As importações bolivianas totais foram de US\$ 9,3 milhões e o crescimento médio anual foi de 17%.

Tabela 18 – Destinos selecionados como oportunidades para o grupo de material esportivo

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente País	Part. 2010	
					AM	BR			
Estados Unidos	19.248.954	AD	4,2%	BD	M-G	0,1%	0,0%	China	82,1%
Alemanha	4.639.917	AD	7,4%	I	M-G	0,0%	0,0%	China	68,6%
Itália	1.862.313	AD	13,3%	D	M-G	0,0%	0,0%	Alemanha	29,8%
México	1.354.046	AD	19,8%	MD	M-G	3,1%	0,2%	China	62,4%
Paraguai	523.693	AD	75,2%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,7%	China	93,5%
Emirados Árabes Unidos (3)	486.381	AD	16,3%	MD	M-G	5,0%	0,0%	China	35,1%
Polônia	332.763	A	16,3%	MD	M-G	0,0%	0,0%	China	41,2%
África do Sul	329.825	A	7,5%	I	M-G	1,5%	0,0%	China	55,0%
Argentina	263.581	A	23,5%	MD	M-P-M-G	0,0%	1,3%	China	47,2%
Chile	255.848	A	24,0%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,2%	China	66,8%
Uruguai (3)	183.424	A	65,9%	MD	M-P-M-G	1,6%	1,3%	China	46,2%
Índia	181.051	A	24,4%	MD	M-G	9,7%	0,0%	China	58,6%
Panamá	160.383	A	36,1%	MD	M-G	10,7%	0,2%	Estados Unidos	42,3%
Colômbia	143.317	A	19,1%	MD	M-P-M-G	1,5%	0,6%	China	68,6%
Peru	128.532	A	16,4%	MD	M-P-M-G	1,7%	0,3%	China	42,9%
Angola (3)	18.614	MB	27,3%	MD	M-G	9,9%	10,5%	Portugal	39,7%
Bolívia	9.308	MB	17,0%	MD	M-P-M-G	0,0%	11,6%	China	38,0%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Na Ásia, as oportunidades são Emirados Árabes e Índia, e na África os destaques são África do Sul e Angola. Vale ressaltar que as importações angolanas, em 2010, foram de US\$ 18,6 milhões, a participação brasileira foi de 10,5% e o principal concorrente foi Portugal, com 39,7%.

PRODUTOS DE METAIS NÃO FERROSOS

Em 2010, o Amazonas exportou US\$ 24,8 milhões em produtos do grupo metais não ferrosos. Este valor corresponde a 2,2% da pauta exportadora do Amazonas e a 2,1% do total exportado pelo Brasil do grupo metais não ferrosos. Os três produtos mais exportados do grupo foram: obras de tântalo; barras, perfis e fios de estanho; resíduos de cobre.

A Tabela 19 mostra a distribuição das exportações de produtos de metais não ferrosos do Amazonas no mundo, agrupadas por região e identificando os principais países importadores e os portes de empresas amazonenses que realizaram exportações para aqueles destinos no ano de

2010. Verifica-se que o principal destino das exportações amazonenses do grupo, em 2010, foi a Ásia, com US\$ 11,4 milhões importados, o equivalente a 46,3% do total exportado pelo Estado. Na Ásia, destacam-se como maiores importadores a China e o Japão, que juntos são responsáveis por 88,3% do total importado pela região. A China importou US\$ 6,7 milhões, sendo 23,2% proveniente de empresas de médio porte e 76,8% de empresas de grande porte. As importações japonesas, por sua vez, vieram somente de empresas de grande porte.

A Europa e o Leste Europeu ocupam a segunda posição, com importações de US\$ 7,6 milhões, 30,8% do total exportado pelo Amazonas. A Estônia foi o país europeu que mais importou, com US\$ 7 milhões em 2010. O terceiro destino das exportações amazonenses é a América, com US\$ 5,6 milhões importados em 2010. A Argentina, responsável por 89,5% das importações da região, registrou valores de US\$ 5 milhões em 2010, sendo 100% destas importações provenientes de empresas de médio porte.

Tabela 19 - Exportações do Amazonas de produtos de metais não ferrosos em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
Américas	5.692.810	22,9%		-	-	97,3%	2,7%
Argentina	5.095.126		89,5%	-	-	100%	-
Estados Unidos	321.927		5,7%	-	-	52,0%	48,0%
Paraguai	225.584		4,0%	-	-	100%	-
México	43.802		0,8%	-	-	100%	-
Chile	5.569		0,1%	-	-	100%	-
Uruguai	802		0,0%	-	-	100%	-
Ásia e Oceania	11.487.102	46,3%		-	-	20,3%	79,7%
China	6.744.958		58,7%	-	-	23,2%	76,8%
Japão	3.405.852		29,6%	-	-	-	100%
Coreia do Sul	768.356		6,7%	-	-	100%	-
Hong Kong	567.706		4,9%	-	-	-	100%
Tailândia	230		0,0%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	7.631.529	30,8%		-	-	-	100%
Estônia	7.049.071		92,4%	-	-	-	100%
Alemanha	533.299		7,0%	-	-	-	100%
Bélgica	49.159		0,6%	-	-	-	100%
Total Geral	24.811.441			-	-	31,7%	68,3%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Na Tabela 20 estão os mercados selecionados como oportunidades para o aumento das exportações de produtos de metais não ferrosos do Amazonas. A região que concentra a maior quantidade de oportunidades é a Ásia, representada por países como China, Japão e Coreia do Sul, que são grandes importadores, e também por Indonésia e Vietnã, que importam menos, mas têm apresentado grande crescimento nos últimos anos. A China importou, em 2010, US\$ 38,4 bilhões

em produtos de metais não ferrosos de todo o mundo, sendo 0,2% deste total proveniente do Brasil. O crescimento registrado pelo país foi o maior dentre os grandes importadores, apresentando taxa média anual de 21,3% entre 2005 e 2010. Vale ressaltar que, embora a China tenha aparecido como maior importador de produtos de metais não ferrosos do Amazonas na tabela anterior, a participação do Estado nas importações chinesas é zero. Isso acontece porque comparada ao total importado, a quantia proveniente do Amazonas é muito pequena, constatando-se, portanto, uma ótima oportunidade de crescimento para o Estado. O Japão, por sua vez, importou US\$ 8,7 bilhões, com participação brasileira de 1,2%. A tarifa média incidente sobre os produtos é de 4,3%, e o principal concorrente é a China, com participação de 17,4% do mercado. Indonésia e Vietnã importaram, respectivamente, US\$ 1,3 bilhão e US\$ 995,5 milhões. A Indonésia teve taxa de crescimento médio anual de 26,8% entre 2005 e 2010, enquanto o Vietnã teve taxa de 39%. O Brasil só registrou participação nas importações do Vietnã, onde o principal concorrente é a Coreia do Sul, com 19,2% do mercado.

Tabela 20 - Destinos selecionados como oportunidades para o grupo de produtos de metais não ferrosos

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente		
					AM	BR	País	Part. 2010	
China	38.486.233	AD 21,3%	D	M-G	4,3%	0,0%	0,2%	Austrália	10,8%
Estados Unidos	16.791.705	AD 2,6%	BD	M-G	0,4%	0,0%	1,3%	Canadá	28,7%
Alemanha	15.902.789	AD 9,0%	I	M-G	1,1%	0,0%	0,3%	França	7,7%
Japão	8.753.528	AD 7,4%	I	M-G	4,3%	0,0%	1,2%	China	17,4%
França	8.508.493	AD 8,5%	I	M-G	1,1%		0,5%	Alemanha	24,1%
Coreia do Sul	7.601.430	AD 9,3%	I	M-G	4,7%	0,0%	0,4%	Japão	17,0%
Reino Unido	7.137.299	AD 6,0%	BD	M-G	1,1%		0,0%	Alemanha	13,9%
Índia	4.369.224	A 17,4%	D	M-G	5,5%		0,3%	Emirados Árabes Unidos	10,4%
Tailândia	3.122.299	A 15,0%	D	M-G	6,4%	0,0%	0,2%	Japão	25,3%
Malásia	3.046.927	A 13,6%	I	M-G	7,3%		0,2%	Japão	21,0%
Cingapura	2.877.314	A 12,8%	I	M-G	0,0%		0,0%	Malásia	19,7%
Turquia	1.911.010	A 10,1%	I	M-G	1,1%		1,3%	Bulgária	9,8%
Rússia (1)	1.685.522	A 27,8%	MD	M-G	7,9%		0,1%	China	26,7%
Indonésia (1)	1.398.118	MA 26,8%	MD	M-G	4,9%		0,0%	Japão	18,9%
Vietnã (3)	995.514	MA 39,0%	MD	M-G	4,0%		0,1%	Coreia do Sul	19,2%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (1) Esse país foi selecionado apesar do superávit na balança comercial para esse grupo. (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Observa-se também a presença dos Estados Unidos nas oportunidades, com importações de US\$ 16,7 milhões, participação brasileira de 1,3% e tarifa média cobrada de 0,4%.

A outra região que aparece com muitas oportunidades é a Europa. A Alemanha é o maior importador da região, com US\$ 15,9 bilhões, participação brasileira de 0,3% e tarifa média zero. O principal concorrente é a França, com 7,7% de participação. Depois da Alemanha, a França oferece as melhores oportunidades, com US\$ 8,5 bilhões importados em 2010, crescimento anual médio de 8,5% e participação brasileira de 0,5%. A Turquia destaca-se por registrar participação brasileira de 1,3%, a maior dentre os países da região. O total importado pelo país, em 2010, foi de US\$ 1,9 bilhão, e o principal concorrente é a Bulgária, com 9,8%.

MOTOCICLETAS

O grupo de motocicletas foi responsável por 12,9% da pauta exportadora do Amazonas em 2010, o equivalente a US\$ 144,8 milhões. As motocicletas e outros ciclos com motor de pistão alternativo foram os mais exportados dentro do grupo motocicletas, sendo que o Amazonas participou em 99,8% das exportações brasileiras de motocicletas.

A Tabela 21 mostra a distribuição das exportações amazonenses de motocicletas por região, a participação dos países em cada região e o porte das empresas exportadoras. Nessa tabela pode ser observado que os principais importadores de motocicletas do Amazonas são países da América, a região importou, em 2010, US\$ 122 milhões, o equivalente a 84,2% do total exportado pelo Estado. A Argentina foi o maior importador, com US\$ 54,6 milhões e 44,8% das importações da América. Em segundo lugar ficou o México, com US\$ 22,2 milhões importados, sendo o único país da região a importar de empresas de médio porte. O Peru foi o terceiro maior importador, com US\$ 12,9 milhões.

Ásia e Oceania importaram US\$ 11,6 milhões, representando 8% das exportações amazonenses de motocicletas. Os países que mais se destacaram na região foram: Austrália, com US\$ 8,4 milhões, e Nova Zelândia, com US\$ 2,2 milhões. Ressalta-se que 28,8% das importações neozelandesas partiram de empresas de médio porte.

A terceira região que mais importou foi África e Oriente Médio, com US\$ 7,6 milhões, sendo 75,5% importado pela África do Sul. A Europa foi a região que menos importou, registrando, em 2010, um total de US\$ 3,5 milhões.

Tabela 21 - Exportações do Amazonas de motocicletas em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	7.608.833	5,3%		-	-	-	100%
África do Sul	5.746.939		75,5%	-	-	-	100%
Angola	747.779		9,8%	-	-	-	100%
Madagascar	359.190		4,7%	-	-	-	100%
Quênia	200.825		2,6%	-	-	-	100%
Américas	122.038.168	84,2%		-	0,0%	1,0%	99,0%
Argentina	54.644.228		44,8%	-	-	-	100%
México	22.126.802		18,1%	-	-	5,3%	94,7%
Peru	12.972.952		10,6%	-	-	-	100%
Colômbia	7.103.438		5,8%	-	-	-	100%
Estados Unidos	5.623.262		4,6%	-	-	-	100%
Chile	4.875.902		4,0%	-	-	-	100%
Costa Rica	2.396.455		2,0%	-	-	-	100%
Canadá	2.286.620		1,9%	-	-	-	100%
Guatemala	2.157.655		1,8%	-	-	-	100%
Equador	1.573.842		1,3%	-	-	-	100%
Bolívia	1.403.817		1,2%	-	0,3%	-	100%
Honduras	1.073.406		0,9%	-	-	-	100%
Nicarágua	930.420		0,8%	-	-	-	100%
Haiti	703.531		0,6%	-	-	-	100%
Paraguai	562.310		0,5%	-	-	-	100%
Rep. Dominicana	504.815		0,4%	-	-	-	100%
El Salvador	346.112		0,3%	-	-	-	100%
Uruguai	263.871		0,2%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	11.613.531	8,0%		-	-	5,7%	94,3%
Austrália	8.424.250		72,5%	-	-	-	100%
Nova Zelândia	2.291.318		19,7%	-	-	28,8%	71,2%
Nepal	341.465		2,9%	-	-	-	100%
Japão	262.881		2,3%	-	-	2,9%	97,1%
Hong Kong	207.056		1,8%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	3.595.798	2,5%		-	-	36,5%	63,5%
Áustria	1.313.608		36,5%	-	-	100%	-
Espanha	683.350		19,0%	-	-	-	100%
Itália	528.540		14,7%	-	-	-	100%
Polônia	443.540		12,3%	-	-	-	100%
França	315.620		8,8%	-	-	-	100%
Total Geral	144.856.330			-	0,0%	2,2%	97,8%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

A Tabela 22 apresenta os países selecionados e classificados pelo tamanho do mercado importador em 2010 e pelo dinamismo das importações entre os anos de 2005 e 2010. A tabela ainda mostra as oportunidades por porte da empresa, a tarifa média cobrada pelo país na entrada dos produtos, as participações do Amazonas e do Brasil nas importações de cada país, e os dados do principal concorrente. Observa-se que França, Reino Unido e Japão são oportunidades por causa do alto valor importado, embora o Brasil não participe ou participe muito pouco das

importações. Em 2010, a França importou US\$ 1,4 bilhão, o Reino Unido, US\$ 656,7 milhões, e o Japão, US\$ 593,7 milhões.

Dentre os países presentes na tabela, os que registraram maior participação do Brasil nas importações, em 2010, foram: Argentina, Peru, México e Bolívia. No mercado argentino, o Brasil participou em 11,2% do total importado de US\$ 379,8 milhões. No Peru, a participação foi de 7,2%, sendo o principal concorrente a China, com 63,1%. O país registrou, ainda, crescimento muito dinâmico de 39,5% entre 2005 e 2010. O México teve participação brasileira de 15,5% contra 36% da China, que é o principal concorrente. Em todos os países citados, a participação do Estado do Amazonas nas importações foi alta.

Tabela 22 – Destinos selecionados como oportunidades para o grupo de motocicletas

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente			
					AM	BR	País	Part. 2010		
França	1.416.981	AD	2,2%	BD	M-G	3,1%	0,0%	0,0%	Japão	29,6%
Reino Unido	656.784	AD	3,0%	BD	M-G	3,1%		0,0%	Japão	25,8%
Japão	593.740	AD	4,3%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,2%	Estados Unidos	24,9%
Austrália (2)	558.652	AD	1,4%	BD	M-G	0,0%	1,5%	1,3%	Japão	44,2%
Argentina (2)	379.836	AD	31,1%	MD	M-P-M-G	0,0%	14,4%	11,2%	China	67,2%
Peru	182.696	AD	39,5%	MD	M-P-M-G	4,8%	7,1%	7,2%	China	63,1%
México	146.897	A	-3,5%	ED	M-G	0,2%	15,1%	15,5%	China	36,6%
África do Sul	144.366	A	-0,5%	ED	M-G	0,0%	4,0%	4,2%	Japão	27,3%
Egito	109.508	A	46,0%	MD	M-G	15,0%	0,0%	0,1%	Índia	52,4%
Paraguai (2)	104.807	A	32,0%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,5%	0,4%	China	96,9%
Emirados Árabes Unidos (3)	85.225	A	18,9%	D	M-G	5,0%	0,1%	0,1%	Japão	31,0%
Angola (3)	83.842	A	20,3%	MD	M-G	5,0%	0,9%	0,9%	China	57,7%
Chile (2)	68.048	A	29,4%	MD	M-P-M-G	0,0%	7,2%	4,3%	China	40,9%
Quênia	65.486	A	57,6%	MD	M-G	25,0%	0,3%	0,3%	Índia	46,1%
Equador	64.725	A	12,9%	I	M-P-M-G	7,1%	2,4%	2,5%	China	83,7%
Uruguai (3)	57.794	A	27,0%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,5%	0,5%	China	92,4%
Marrocos	45.257	A	18,0%	D	M-G	14,1%	0,1%	0,1%	China	47,9%
Israel	42.286	A	15,1%	D	M-G	7,0%		0,1%	Japão	20,3%
Bolívia	32.227	MA	29,1%	MD	M-P-M-G	0,0%	4,4%	5,9%	China	66,8%
Honduras (3)	29.698	MA	30,8%	MD	M-G	10,0%	3,6%	3,6%	China	67,6%
Panamá	11.826	MB	29,8%	MD	M-G	15,0%	0,5%	0,6%	Japão	28,1%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (2) A participação do Amazonas foi maior do que a do Brasil nesse país. Essa diferença ocorre em função da fonte dos dados. A participação do Estado é fornecida pelo Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior (DEPLA) da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), enquanto a participação do Brasil e do principal concorrente são calculadas com informações reportadas pelo próprio país, de acordo com o UN Comtrade. (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

No continente africano, as principais oportunidades estão no Egito e em Angola. Em 2010, o Egito importou US\$ 109,5 milhões, e teve crescimento de 46% entre 2005 e 2010. Angola

importou US\$ 83,8 milhões, registrou crescimento de 20,3% e participação amazonense de 0,9%. Na Ásia, aparecem como oportunidades, além do Japão, os Emirados Árabes Unidos e Israel.

MÁQUINAS, APARELHOS E INSTRUMENTOS MECÂNICOS

As exportações do grupo máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos foram de US\$ 52,4 milhões em 2010. A participação do grupo na pauta exportadora amazonense foi de 4,7%, e a participação do Amazonas no total de produtos do grupo exportados pelo Brasil foi de 5,3%.

Tabela 23 - Exportações do Amazonas de máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
Américas	52.016.077	99,1%		0,0%	-	9,1%	90,9%
Argentina	13.134.221		25,3%	-	-	3,7%	96,3%
México	12.368.518		23,8%	-	-	-	100%
Chile	8.815.080		16,9%	-	-	-	100%
Colômbia	7.949.151		15,3%	-	-	13,2%	86,8%
Peru	2.424.127		4,7%	-	-	29,8%	70,2%
Venezuela	1.963.845		3,8%	0%	-	100%	-
El Salvador	979.446		1,9%	-	-	-	100%
Panamá	883.311		1,7%	-	-	-	100%
Uruguai	811.785		1,6%	-	-	-	100%
Estados Unidos	667.840		1,3%	-	-	79,9%	20,1%
Bolívia	658.444		1,3%	-	-	-	100%
Guatemala	421.750		0,8%	-	-	-	100%
Honduras	338.000		0,6%	-	-	-	100%
Nicarágua	228.783		0,4%	-	-	-	100%
Paraguai	112.681		0,2%	-	-	-	100%
Barbados	102.679		0,2%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	233.399	0,4%		-	-	-	100%
China	124.026		53,1%	-	-	-	100%
Indonésia	45.900		19,7%	-	-	-	100%
Japão	31.865		13,7%	-	-	-	100%
Índia	30.817		13,2%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	224.537	0,4%		-	0,7%	1,6%	97,7%
Irlanda	95.100		42,4%	-	-	-	100%
Hungria	67.253		30,0%	-	-	-	100%
Alemanha	27.489		12,2%	-	-	-	100%
Polônia	13.052		5,8%	-	-	-	100%
Suíça	12.929		5,8%	-	-	-	100%
Total Geral	52.474.013			0,0%	0,0%	9,1%	90,9%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Conforme ilustrado na Tabela 23, a América foi o destino de quase todas as exportações amazonenses, com participação de 99,1% e um total de US\$ 52,0 milhões importados. A Argentina foi o principal importador, com US\$ 13,1 milhões, e com produtos de médias e grandes empresas.

O México ficou em segundo lugar, com US\$ 12,3 milhões, e o Chile em terceiro, com US\$ 8,8 milhões. Ambos os países importaram somente de empresas de grande porte.

Além das Américas, aparecem na Tabela 23 as regiões da Ásia e Oceania, e da Europa e Leste Europeu, ambas com participação de 0,4% do total exportado pelo Amazonas em 2010. Os países que se destacam nessas regiões são China, com importações de US\$ 124 mil, e Irlanda, com US\$ 95 mil.

A Tabela 24 mostra os destinos selecionados como oportunidades para a exportação de máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos. Como os principais destinos do Estado estão nas Américas, as melhores oportunidades estão nessa região. Os Estados Unidos aparecem como segundo maior importador de produtos do grupo, com US\$ 35,6 bilhões em 2010. A participação brasileira foi de somente 0,5% deste total, e o principal concorrente é a China, com 23,5%. Os outros países da América que estão presentes na tabela registram participações brasileiras bem maiores que a dos Estados Unidos. Na Argentina, a participação do Brasil foi de 10,2% do total importado de US\$ 1,2 bilhão. Não existe tarifa incidente sobre os produtos brasileiros, e o crescimento médio anual das importações argentinas foi de 11,2% entre 2005 e 2010. Para o Amazonas, o mercado argentino pode ser uma excelente oportunidade, pois em 2010 o Estado participou de 1% das importações argentinas, valor que está bem abaixo da participação total do Brasil. Seguindo o mesmo raciocínio, verifica-se grande oportunidade no Paraguai, que importou US\$ 136,2 milhões em 2010, teve participação brasileira de 26% e crescimento médio muito dinâmico, de 31,6% entre 2005 e 2010. Peru, Equador e Uruguai também são países de grande crescimento e considerável participação brasileira. Ressalta-se, ainda, que os países da América Latina apresentam oportunidades para todos os portes de empresa.

Embora as principais oportunidades estejam nas Américas, o maior importador mundial foi a China, com US\$ 51,2 bilhões e crescimento médio anual de 11,1%. No entanto, o Brasil não participa do mercado chinês de máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos. Cingapura e Índia também são grandes importadores da Ásia, respectivamente US\$ 9,7 bilhões e US\$ 8,7 bilhões em 2010. O Brasil também não participa do mercado destes países; o principal concorrente em Cingapura é o Japão, com 22,6%, e na Índia a concorrência é com a China, que tem 25,1% de participação.

Tabela 24 – Destinos selecionados como oportunidades para máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente País	Part. 2010		
					AM	BR				
China	51.275.189	AD	11,1%	D	M-G	4,3%	0,0%	0,0%	Japão	32,1%
Estados Unidos	35.620.658	AD	2,1%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,5%	China	23,5%
Alemanha	22.242.976	AD	7,0%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,8%	China	13,8%
Japão	10.946.789	AD	6,2%	I	M-G	0,0%	0,0%	0,0%	China	33,3%
Cingapura	9.703.374	AD	13,6%	D	M-G	0,0%	0,0%	0,0%	Japão	22,6%
Índia	8.763.506	AD	13,6%	D	M-G	5,2%	0,0%	0,1%	China	25,1%
Rússia	7.035.860	AD	14,4%	D	M-G	1,5%		0,1%	Alemanha	26,7%
México	6.833.118	AD	1,6%	BD	M-G	3,5%	0,2%	1,1%	Estados Unidos	37,4%
Indonésia	5.389.765	A	23,0%	MD	M-G	2,8%	0,0%	0,1%	China	27,1%
Chile	1.337.673	MA	13,1%	D	M-P-M-G	0,0%	0,7%	5,1%	Estados Unidos	17,9%
Argentina	1.264.570	MA	11,2%	D	M-P-M-G	0,0%	1,0%	10,2%	China	22,1%
Peru	742.320	MB	16,0%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,3%	4,1%	China	28,8%
Equador	377.037	MB	17,5%	MD	M-P-M-G	0,5%	0,0%	3,6%	Estados Unidos	35,3%
Panamá	308.032	MB	49,2%	MD	M-G	3,8%	0,3%	1,3%	Estados Unidos	36,8%
Uruguai (3)	231.933	MB	24,3%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,4%	10,4%	China	21,4%
Rep. Dominicana	230.437	MB	17,8%	MD	M-G	1,4%	0,0%	2,0%	Estados Unidos	44,0%
Paraguai	136.264	MB	31,6%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	26,0%	China	31,8%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

O único país europeu que consta nas oportunidades é a Alemanha, posicionada como terceiro maior importador mundial, com US\$ 22,2 bilhões, participação brasileira de 0,8%, tendo como principal concorrente a China, com 13,8% do mercado.

APARELHOS PARA INTERRUPTORES E PROTEÇÃO DE ENERGIA

As exportações amazonenses de aparelhos para interruptores e proteção de energia foram de US\$ 17,7 milhões em 2010, representando 1,6% da pauta exportadora do Amazonas e 4% das exportações brasileiras do grupo. Dentre os produtos pertencentes ao grupo, os mais exportados foram: disjuntores para tensão ≤ 1 KV; outros relés para tensão > 60 V e ≤ 1.000 V; e outros interruptores, seccionadores e comutadores, de circuitos elétricos para tensão ≤ 1 KV.

A Tabela 25 mostra a distribuição das exportações de aparelhos para interruptores e proteção de energia do Amazonas, agrupados por região/país, discriminando-a por porte das empresas exportadoras. A América foi destino de 97,5% das exportações amazonenses do grupo, o equivalente a US\$ 17,2 milhões em 2010. A Argentina, que importou US\$ 8 milhões, foi responsável por 46,7% das importações da região. Seguida pelo México, que importou US\$ 5,8

milhões. Observa-se que a América registrou algumas importações vindas de empresas de pequeno e médio porte, no entanto, a maior participação foi das empresas de grande porte.

As regiões da Ásia e da Oceania participaram em 1,6% das exportações amazonenses, o equivalente a US\$ 280,5 mil. Os países que se destacaram nessa região foram China e Tailândia. A última região presente na tabela, Europa e Leste Europeu, importou US\$ 169,5 mil, com maior participação da Alemanha.

Tabela 25 – Exportações do Amazonas de aparelhos para interruptores e proteção de energia em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
Américas	17.265.834	97,5%		-	0,0%	0,0%	100%
Argentina	8.066.073		46,7%	-	0,0%	0,0%	100%
México	5.808.650		33,6%	-	-	-	100%
Colômbia	869.415		5,0%	-	-	0,4%	99,6%
Peru	754.701		4,4%	-	-	-	100%
El Salvador	543.201		3,1%	-	-	-	100%
Equador	351.935		2,0%	-	-	0,7%	99,3%
Venezuela	224.389		1,3%	-	0,3%	-	99,7%
Paraguai	209.655		1,2%	-	0,2%	-	99,8%
Guatemala	165.999		1,0%	-	-	-	100%
Bolívia	109.419		0,6%	-	0,5%	-	99,5%
Uruguai	55.095		0,3%	-	0,2%	-	99,8%
Estados Unidos	45.748		0,3%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	280.544	1,6%		-	-	-	100%
China	98.767		35,2%	-	-	-	100%
Tailândia	95.272		34,0%	-	-	-	100%
Coreia do Sul	63.882		22,8%	-	-	-	100%
Índia	13.702		4,9%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	169.572	1,0%		-	-	0,2%	99,8%
Alemanha	138.884		81,9%	-	-	-	100%
Hungria	24.988		14,7%	-	-	-	100%
Total Geral	17.715.950			-	0,0%	0,0%	100%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

De acordo com a Tabela 26, a China destaca-se como grande mercado importador, com importações de US\$ 20,4 bilhões em 2010. Além de ser o maior importador mundial, a China apresentou dinamismo nas importações com taxa de crescimento de 14,3% ao ano entre 2005 e 2010. Estados Unidos e Alemanha também aparecem como grandes importadores, respectivamente com US\$ 16,6 bilhões e US\$ 11,4 bilhões, embora não apresentem bom crescimento como a China. Nos três países, a participação brasileira é bem pequena, e o Amazonas não tem participação.

Tabela 26 - Destinos selecionados como oportunidades para o grupo de aparelhos para interruptores e proteção de energia

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)		Crescimento médio imp. 2005-2010		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente País	Part. 2010
							AM	BR		
China	20.436.202	AD	14,3%	D	M-G	5,0%	0,0%	0,1%	Japão	26,2%
Estados Unidos	16.677.135	AD	4,4%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,4%	México	31,2%
Alemanha	11.426.644	AD	7,9%	I	M-G	0,0%	0,0%	0,2%	Rep. Tcheca	11,0%
Hong Kong	8.477.276	AD	10,0%	I	M-G	0,0%	0,0%	0,1%	China	54,0%
México	7.709.061	AD	3,5%	BD	M-G	4,7%	0,1%	0,4%	Estados Unidos	54,4%
França	5.554.108	AD	7,1%	I	M-G	0,0%		0,9%	Alemanha	20,7%
Coreia do Sul	5.226.623	AD	13,3%	D	M-G	6,2%	0,0%	0,0%	Japão	30,0%
Canadá	3.347.895	AD	3,3%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,1%	Estados Unidos	49,0%
Malásia	2.788.131	AD	6,8%	I	M-G	9,6%		0,1%	Cingapura	18,5%
Índia	1.721.933	A	18,8%	MD	M-G	7,8%	0,0%	0,2%	Alemanha	22,6%
Argentina	506.200	MA	15,2%	D	M-P-M-G	0,0%	1,6%	13,4%	Alemanha	15,0%
Chile	347.232	MA	8,8%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	7,7%	Estados Unidos	22,2%
Peru	251.266	MB	19,7%	MD	M-P-M-G	0,1%	0,3%	4,9%	Estados Unidos	20,5%
Panamá	114.538	MB	34,2%	MD	M-G	7,5%	0,0%	14,6%	Estados Unidos	37,1%
Uruguai (3)	49.334	MB	18,4%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	9,5%	Argentina	15,8%
Paraguai	44.971	MB	23,5%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,5%	50,5%	Argentina	11,1%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Os países que se destacam por registrar grande participação do Brasil são Argentina, Panamá e Paraguai. Em 2010, a Argentina importou US\$ 506,2 milhões, sendo 13,4% deste valor proveniente do Brasil e 1,6% do Amazonas. O principal concorrente foi a Alemanha, com participação de 15%. O Panamá importou US\$ 114,5 milhões e teve crescimento médio de 34,2% entre 2005 e 2010. A participação do Brasil nesse mercado foi de 14,6%, sendo que não foi registrada participação amazonense. Portanto, fica evidente que este mercado é uma boa oportunidade para o Amazonas. O Paraguai teve a menor importação dentre as oportunidades, com US\$ 44,9 milhões em 2010. No entanto, o país teve crescimento médio muito dinâmico, de 23,5% entre 2005 e 2010. Além disso, a participação brasileira nesse mercado é de 50,5% contra 11,1% da Argentina, que é o principal concorrente. A participação do Amazonas é bem pequena se comparada à brasileira, somente 0,5%, sendo possível aumentar bastante esta participação. Ressalta-se, ainda, que na Argentina e no Paraguai existem oportunidades para todos os portes de empresas.

Outros países que apresentam boa participação brasileira, mas ainda não tem participação do Amazonas, são Chile, Peru e Uruguai. A entrada de produtos amazonenses nesses mercados deve ser facilitada pela presença brasileira já consolidada.

TRANSMISSORES E RECEPTORES

As exportações de transmissores e receptores representaram 41,1% da pauta exportadora do Amazonas em 2010, o equivalente a US\$ 460,5 milhões, participando em 30% das exportações brasileiras desse grupo de produtos. Os principais produtos exportados foram: telefones para redes celulares e para outras redes sem fio, e outros aparelhos telefônicos.

Tabela 27 - Exportações do Amazonas de transmissores e receptores em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	868.169	0,2%		-	-	95,8%	4,2%
Israel	832.060		95,8%	-	-	100%	-
África do Sul	19.296		2,2%	-	-	-	100%
Américas	441.996.285	96,0%		0,0%	0,0%	0,0%	100%
Argentina	241.772.223		54,7%	0,0%	0,0%	-	100%
Chile	54.208.740		12,3%	-	-	-	100%
Equador	33.249.227		7,5%	-	-	-	100%
Estados Unidos	25.247.957		5,7%	-	-	0,0%	100%
Peru	19.877.233		4,5%	-	-	-	100%
Colômbia	17.313.628		3,9%	-	-	-	100%
Venezuela	15.655.817		3,5%	-	-	-	100%
Uruguai	15.637.311		3,5%	-	-	-	100%
Paraguai	11.646.896		2,6%	-	-	0,0%	100%
Costa Rica	4.072.894		0,9%	-	-	-	100%
Rep. Dominicana	1.143.963		0,3%	-	-	-	100%
Bolívia	954.895		0,2%	-	-	-	100%
Porto Rico	654.916		0,1%	-	-	-	100%
México	386.549		0,1%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	8.810.374	1,9%		-	0,8%	50,6%	48,6%
Hong Kong	4.939.527		56,1%	-	-	89,8%	10,2%
Índia	2.164.473		24,6%	-	-	-	100%
China	1.243.627		14,1%	-	5,7%	2,1%	92,2%
Coreia do Sul	235.604		2,7%	-	-	-	100%
Japão	179.101		2,0%	-	-	-	100%
Cingapura	34.529		0,4%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	8.830.377	1,9%		-	-	-	100%
Hungria	7.395.387		83,7%	-	-	-	100%
Alemanha	1.210.564		13,7%	-	-	-	100%
Países Baixos (Holanda)	161.018		1,8%	-	-	-	100%
Romênia	32.448		0,4%	-	-	-	100%
Total Geral	460.505.205			0,0%	0,0%	1,2%	98,8%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

Em 2010, 96% das exportações do Amazonas foram destinadas à região das Américas. Sendo a Argentina o maior importador, com US\$ 241,7 milhões, seguida de Chile, US\$ 54,2 milhões, e Equador, com US\$ 33,2 milhões. Todas as importações desta região foram de empresas de grande porte. Ainda de acordo com a **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, observa-se que a região da Ásia e Oceania e a região da Europa e Leste Europeu registraram a mesma

participação de 1,9% das exportações do Amazonas. Hong Kong foi destaque na Ásia, com importações de US\$ 4,9 milhões, e a Hungria se destacou na Europa, com US\$ 7,3 milhões.

A Tabela 28 apresenta os países selecionados e classificados pelo tamanho do mercado importador em 2010, e pelo dinamismo das importações entre os anos de 2005 e 2010. A tabela ainda mostra as oportunidades por porte da empresa, a tarifa média cobrada pelo país na entrada dos produtos, as participações do Amazonas e do Brasil nas importações de cada país e os dados do principal concorrente.

De acordo com a tabela, os três maiores importadores em 2010 foram os Estados Unidos, com US\$ 127,5 bilhões, Hong Kong, com US\$ 50,6 bilhões, e Alemanha, com US\$ 30,7 bilhões. Apesar dos altos valores importados, a participação do Brasil foi bem pequena, e o Estado do Amazonas não teve participação. O principal concorrente nesses países é a China. Outros grandes importadores são países asiáticos como Índia, Cingapura, Coreia do Sul, Malásia e Indonésia, no entanto, o Brasil tem participação inferior a 1% nesses mercados.

Tabela 28 - Destinos selecionados como oportunidades para transmissores e receptores

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)	Crescimento médio imp. 2005-2010	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente País	Part. 2010
					AM	BR		
Estados Unidos	127.519.436	AD 6,2%	I M-G	0,5%	0,0%	0,1%	China	40,3%
Hong Kong	50.602.476	AD 11,7%	I M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,1%	China	67,7%
Alemanha	30.789.931	AD 1,3%	BD M-G	1,4%	0,0%	0,2%	China	26,8%
Índia	13.427.803	AD 18,7%	MD M-G	4,3%	0,0%	0,0%	China	56,2%
Itália	13.249.751	AD 1,6%	BD M-G	1,4%	0,0%	0,1%	Países Baixos (Holanda)	16,9%
Rússia	11.873.307	AD 17,7%	MD M-G	6,9%		0,0%	China	43,6%
Coreia do Sul	8.857.846	AD 8,0%	I M-P-M-G	3,3%	0,0%	0,0%	China	46,8%
Malásia	6.467.647	AD 8,4%	I M-G	2,2%	0,0%	0,0%	China	35,5%
Argentina	3.213.932	A 10,0%	I M-P-M-G	0,0%	7,5%	15,0%	China	38,9%
Chile	2.751.704	A 18,6%	MD M-P-M-G	0,0%	2,0%	5,3%	China	47,3%
Colômbia	2.340.269	A 4,2%	BD M-P-M-G	0,2%	0,7%	2,2%	México	37,2%
Paraguai	1.439.830	A 57,4%	MD M-P-M-G	0,0%	0,8%	1,8%	China	80,8%
Peru	1.248.027	A 16,2%	D M-P-M-G	0,2%	1,6%	3,4%	China	49,0%
Panamá	1.013.220	MA 38,5%	MD M-G	6,2%	0,0%	0,5%	Estados Unidos	29,9%
Rep. Dominicana	501.483	MB 27,6%	MD M-G	8,9%	0,2%	3,6%	China	48,2%
Uruguai (3)	443.483	MB 25,5%	MD M-P-M-G	0,0%	3,5%	23,0%	China	25,1%
Bolívia	118.263	MB 17,7%	MD M-P-M-G	0,0%	0,8%	4,4%	China	45,4%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

A região que registra maior participação Brasileira é a América Latina. A Argentina foi o maior importador da região em 2010, com US\$ 3,2 bilhões, sendo 15% provenientes do Brasil e

7,5% do Amazonas. O Chile importou US\$ 2,7 bilhões e teve crescimento muito dinâmico, de 18,6% entre 2005 e 2010. A participação brasileira foi de 5,3% e a do Amazonas foi de 2%. Por fim, o Uruguai se destaca por ser o mercado com maior participação do Brasil, 23% do total importado de US\$ 443,4 milhões. A participação do Amazonas foi de 3,5%, e o principal concorrente é a China, com 25,1%. Vale ressaltar, ainda, que na América Latina existem oportunidades para todos os portes de empresas.

PRODUTOS PARA FOTOGRAFIA

O grupo de produtos para fotografia do Amazonas foi o único analisado com a classificação manufaturados intensivos em P&D (MIP&D), grupo com o nível mais elevado de intensidade tecnológica. As exportações foram de US\$ 17 milhões em 2010, e 95,4% desse valor foi constituído por *outros papéis para foto a cores*. As exportações estão concentradas na região das Américas, que foram destino de 99,1% do grupo, conforme apresentado na Tabela 29.

Tabela 29 - Exportações do Amazonas de produtos para fotografia em 2010 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações AM (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	141.601	0,8%		-	100%	-	-
Emirados Árabes Unidos	141.601		100%	-	100%	-	-
Américas	16.878.100	99,1%		-	0,2%	100%	-
Argentina	6.359.134		37,7%	-	0,6%	99,4%	-
Colômbia	2.975.459		17,6%	-	-	100%	-
Venezuela	2.054.076		12,2%	-	-	100%	-
Peru	1.817.291		10,8%	-	-	100%	-
Equador	1.557.027		9,2%	-	-	100%	-
Chile	760.445		4,5%	-	-	100%	-
Paraguai	377.569		2,2%	-	-	100%	-
Panamá	237.958		1,4%	-	-	100%	-
Guatemala	230.599		1,4%	-	-	100%	-
Uruguai	192.674		1,1%	-	-	100%	-
El Salvador	159.401		0,9%	-	-	100%	-
Costa Rica	61.290		0,4%	-	-	100%	-
Estados Unidos	59.250		0,4%	-	-	100%	-
Suriname	25.902		0,2%	-	-	100%	-
Bolívia	10.025		0,1%	-	-	100%	-
Europa e Leste Europeu	10.382	0,1%		-	-	100%	-
França	10.382		100%	-	-	100%	-
Total Geral	17.030.083			-	1,1%	98,9%	-

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC.

As exportações para as Américas, em 2010, foram distribuídas em 15 países diferentes, e todas realizadas por empresas de médio porte. Os cinco maiores foram Argentina (US\$ 6,3

milhões), Colômbia (US\$ 2,9 milhões), Venezuela (US\$ 2 milhões), Peru (US\$ 1,8 milhão) e Equador (US\$ 1,5 milhão). A soma desses países representou 87% das exportações de produtos para fotografia. Para as regiões da África e Oriente Médio, o único destino foi os Emirados Árabes Unidos (US\$ 141,6 mil), realizados por empresas de pequeno porte, e para as regiões da Europa e Leste Europeu, a França (US\$ 10,3 mil) foi o único destino.

A Erro! Fonte de referência não encontrada. apresenta as oportunidades selecionadas ao grupo de produtos para fotografia. O primeiro aspecto que chama atenção é que os três maiores importadores mundiais, Itália (US\$ 556,9 milhões), México (US\$ 525,6 milhões) e Espanha (US\$ 313,3 milhões), foram classificados como *em declínio* (ED), classificação adotada para medir o dinamismo das importações. Ou seja, esses mercados reduziram suas importações no período de 2005 a 2010, a taxas que variaram entre -4,3% e -10,7% ao ano. O porte das empresas exportadoras para esses mercados foram médias e grandes, sem a participação das empresas amazonenses, e com pequena participação das empresas brasileiras. O principal concorrente na Itália e na Espanha foi a Alemanha, e no México foram os Estados Unidos. Portanto, o decréscimo das importações dos principais mercados indica um desaquecimento da demanda mundial de produtos para fotografia via comércio internacional entre 2005 e 2010.

Tabela 30 - Destinos selecionados como oportunidades para o grupo de produtos para fotografia

País Selecionado	Imp. País em 2010 (US\$ mil)		Crescimento médio imp. 2005-2010		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2010		Principal Concorrente	
							AM	BR	País	Part. 2010
Itália	556.925	AD	-8,7%	ED	M-G	0,0%	0,0%		Alemanha	26,5%
México	525.666	AD	-4,3%	ED	M-G	0,4%	1,0%		Estados Unidos	74,5%
Espanha	313.328	AD	-10,7%	ED	M-G	0,0%	0,0%		Alemanha	28,9%
Turquia	223.866	AD	0,9%	BD	M-G	0,0%	1,3%		Japão	16,9%
Israel	126.492	AD	6,2%	MD	M-P-M-G	0,0%			Estados Unidos	27,4%
Irã	76.672	AD	4,3%	D	M-P-M-G	15,2%	0,9%		Emirados Árabes Unidos	31,5%
Colômbia	66.304	AD	0,2%	BD	M-P-M-G	0,0%	4,5%	10,3%	Estados Unidos	36,4%
Chile	65.533	AD	2,3%	I	M-P-M-G	0,0%	1,2%	2,4%	Estados Unidos	34,5%
Panamá	30.153	A	31,2%	MD	M-G	3,0%	0,8%	1,7%	Estados Unidos	63,4%
Catar	23.268	A	28,0%	MD	M-P-M-G	5,0%			China	25,8%
Iraque (3)	13.456	A	19,3%	MD	M-P-M-G				Estados Unidos	68,4%
Rep. Dominicana	9.660	MA	9,6%	MD	M-G	4,2%		6,3%	Estados Unidos	40,7%

Fonte de dados brutos: Depla/Secex/MDIC e UN Comtrade.

Legenda: (3) As informações sobre importações desse país estão de acordo com as exportações reportadas pelos outros países. Quanto ao tamanho das empresas: M-P = micro e pequenas; M-G = médias e grandes. Quanto às importações do país: AD = Alto Destaque; A = Alto; MA = Médio-Alto; MB = Médio-Baixo. Quanto ao crescimento das importações entre 2005 e 2010: MD = Muito Dinâmico; D = Dinâmico; I = Intermediário; BD = Baixo Dinamismo; ED = Em Decadência.

Nota: A tarifa apresentada é uma média aritmética da tarifa *ad valorem* de todos os SHs que compõem o grupo para os exportadores do Brasil. Esses dados são provenientes do Market Access Map.

Com uma faixa intermediária de dinamismo e valor importado estão Irã, Colômbia e Chile. Entre esses, a Colômbia, que importou US\$ 66,3 milhões, é o mercado com melhor acesso, com

participação do Amazonas de 4,5%, enquanto a brasileira foi de 10,3%, apesar do crescimento de apenas 0,2% no período. A tarifa de importação é zero e existem oportunidades para empresas de porte micro, pequeno, médio e grande. Os Estados Unidos figuram como principal concorrente, com participação de 36,4%. Após, aparece o Chile, com importações de US\$ 65,5 milhões, com participação de 1,2% do Amazonas e 2,4% do Brasil. Por fim, o Irã, com importações de US\$ 126,4 milhões, e que foi classificado como *dinâmico* por apresentar crescimento de 4,3% ao ano. A tarifa média de importação desse mercado foi de 15,2%, que pode estar contribuindo para a baixa participação brasileira, de 0,9%.

Ao contrário dos maiores importadores, foram identificados países que aumentaram a demanda pelo produto e foram classificados como *muito dinâmicos*. Israel registrou crescimento de 6,2% no período, com oportunidade para empresas de todos os portes. Entretanto, a participação brasileira no mercado é nula. Após, aparece o Panamá, com importações de US\$ 30,1 milhões em 2010, com taxa de crescimento de 31,2% ao ano. Nesse caso, o Estado do Amazonas já tem alguma participação (0,8%), e o Brasil representa 1,7%, porém os Estados Unidos detêm 63,4% do mercado, o que pode ser um fator que impede uma maior penetração dos produtos amazonenses para fotografia, além da tarifa de importação de 3%. Após, estão Catar, Iraque e República Dominicana, sendo que neste último a participação brasileira é de 6,3%.

REFERÊNCIAS

COMMANDEUR, J. J. F.; KOOPMAN, S. J. **State space time series analysis**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

HARVEY, A. C. **Forecasting, structural time series models and the Kalman filter**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

HOLLAND, M.; XAVIER, C. L. Dinâmica e Competitividade Setorial das Exportações Brasileiras: uma análise de painel para o período recente. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 32., 2004, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: Anpec, 2004. 20 p.

RESENDE, M.; BOFF, H. Concentração industrial. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Org.). **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Sites consultados

Brasil. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Secretaria de Comércio Exterior. Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br>>.

Euromonitor International Statistics Database: <<http://www.euromonitor.com>>.

Fundo Monetário Internacional. Disponível em: <<http://www.imf.org>>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Comissão Nacional de Classificação. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/concla/default.php>>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Produção Agrícola Municipal. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=44>.

Market Access Map: <<http://www.macmap.org>>.

UN Comtrade. Disponível em: <<http://comtrade.un.org>>.

A seleção dos setores para análise de oportunidades é feita a partir dos grupos de produtos exportados pelo Estado⁴. Depois do levantamento desses grupos, é feito o cálculo da participação de cada um deles nas exportações estaduais totais e nas exportações brasileiras do mesmo grupo.

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

Definidos os grupos que serão analisados, são identificados os países (e respectivos continentes⁵) para os quais as empresas desses setores exportaram em 2010. Nesse momento, 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 estado já exporta.

A classificação do conjunto de países para cada grupo baseia-se em dois critérios. O primeiro deles avalia as **importações** de cada país dos produtos associados ao grupo. Para isso, é calculada a **taxa média de crescimento anual do valor importado** pelo país daquele conjunto de produtos entre 2005 e 2010. Além disso, os países são classificados conforme o **valor total de suas importações daquele grupo** em 2010. 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*. No que tange 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 grupo.

O segundo critério empregado fundamenta-se no **saldo da balança comercial**⁶ de cada país para o grupo de produtos estudados. 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 2005 e 2010, o que possibilita verificar se o país tem aumentado de forma crescente suas importações em relação às exportações. Além disso, o **valor do déficit** em 2010 também é considerado, como forma de verificar o potencial importador de um mercado. Chega-

⁴ A classificação dos produtos é elaborada pela Secex/MDIC

⁵ Aqui é empregada 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, os países foram agrupados do seguinte modo: África, América Central, América do Norte, América do Sul, Ásia, Europa, Leste Europeu, Oceania, Oriente Médio e Sudeste Asiático.

⁶ O saldo da balança comercial é igual à diferença entre as exportações e importações em determinado grupo.

se, dessa maneira, 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 anteriormente.

Quadro A. 1 - 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 exportadoras daquele grupo no Estado. 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 2005 e 2010) 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 da balança comercial, é a análise do Produto Interno Bruto (PIB) em paridade de poder de compra (PPC)⁷ 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 grupo em análise, o PIB (PPC) de 2009 e o crescimento previsto do PIB para o período entre 2009 e 2012 para cada país selecionado pelos dois critérios expostos anteriormente. O balizador desse último filtro é a média do PIB (PPC) de 2009 dos países selecionados para o grupo, 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 valor do seu PIB for inferior à média de todos os países considerados como oportunidade para o grupo, e se a previsão da taxa média de crescimento for inferior à média calculada para os países selecionados para o grupo.

⁷ A PPC (do inglês, *purchasing power parity* - PPC) é uma medida útil para comparar o PIB de diferentes países, em vez do PIB em moeda local ou convertida para o dólar de acordo com a taxa de câmbio. O PIB em PPC considera o poder de compra do país em termos internacionais, ou seja, reconhece que os preços de bens e serviços variam de um país para outro.

ANEXO 2 – PIB (PPC) 2010 E TAXA DE CRESCIMENTO (*PREVISÃO)
Tabela B. 1 – Relação de PIB (PPC) 2010 e taxa média de crescimento anual entre 2011 e 2015 (*previsão)

País	PIB PPC 2010 (US\$ milhões)	Taxa de Crescimento P* Previsto	País	PIB PPC 2010 (US\$ milhões)	Taxa de Crescimento P* Previsto	País	PIB PPC 2010 (US\$ milhões)	Taxa de Crescimento P* Previsto			
África do Sul	474.761	3,1%	5	Fiji	3.498	1,9%	3	Nicarágua	18.003	3,8%	5
Albânia	21.590	1,8%	3	Filipinas	332.500	4,6%	5	Níger	8.287	6,6%	3
Alemanha	2.731.000	1,2%	5	Finlândia	170.100	1,0%	5	Nigéria	266.600	6,8%	5
Angola	101.037	6,1%	5	França	1.922.000	0,9%	5	Noruega	229.400	2,1%	5
Antigua e Barbuda	1.119	0,9%	2	Gabão	20.354	4,0%	5	Nova Zelândia	110.741	2,9%	5
Arábia Saudita	561.402	5,4%	5	Gâmbia	3.653	5,6%	3	Omã	68.699	4,7%	5
Argélia	263.800	3,9%	5	Gana	57.648	8,6%	5	Países Baixos (Holanda)	614.800	0,9%	5
Argentina	581.100	4,8%	5	Geórgia	19.660	4,1%	3	Panamá	52.279	6,5%	5
Armênia	15.210	3,9%	3	Granada	947	1,8%	3	Papua Nova Guiné	23.075	6,9%	5
Aruba	13.400	5,2%	2	Grécia	273.700	-2,6%	5	Paquistão	418.600	3,9%	5
Austrália	790.900	2,6%	5	Guatemala	103.343	3,4%	5	Paraguai	30.039	4,1%	5
Áustria	297.000	1,6%	5	Guiana	4.184	4,8%	3	Peru	249.200	5,8%	5
Azerbaijão	105.341	2,8%	5	Guiné	9.848	5,0%	3	Polônia	651.800	3,3%	5
Bahamas	5.939	2,3%	3	Guiné Equatorial	21.820	4,9%	5	Portugal	230.400	-1,4%	5
Bahrein	26.950	3,7%	5	Guiné-Bissau	875	4,8%	3	Quênia	60.080	5,1%	5
Bangladesh	221.264	6,4%	5	Haiti	14.770	6,3%	3	Quirguistão	10.900	5,4%	3
Barbados	15.445	2,0%	3	Honduras	26.130	4,0%	5	Reino Unido	2.021.000	1,0%	5
Bélgica	357.700	1,2%	5	Hong Kong	294.800	4,2%	5	Rep. Centro-Africana	2.594	4,2%	3
Belize	2.351	3,1%	3	Hungria	169.600	1,1%	5	Rep. Tcheca	236.800	1,8%	5
Benin	12.760	4,0%	3	Iêmen	63.815	1,2%	5	Rep. Democrática do Congo	21.550	6,6%	3
Bielorrússia	118.600	3,6%	3	Ilha de Dominica	540	0,4%	2	Rep. Dominicana	99.078	5,0%	5
Bolívia	43.244	4,1%	5	Ilhas Comores	576	2,8%	3	Romênia	228.700	2,8%	5
Bósnia-Herzegovina	29.027	1,9%	5	Ilhas Salomão	1.303	6,5%	3	Ruanda	11.090	7,7%	3
Botsuana	25.005	6,2%	5	Índia	3.781.000	7,7%	5	Rússia	2.015.000	3,9%	5
Brasil	1.971.000	4,0%	5	Indonésia	930.709	6,4%	5	Samoa	1.187	2,2%	3
Bulgária	82.290	2,5%	5	Irã	810.310	0,5%	5	Santa Lúcia	1.201.000	2,3%	3
Burkina Faso	18.920	5,7%	3	Iraque	141.526	8,3%	5	Saint Kitts e Nevis	679	1,6%	2
Burundi	3.063	4,4%	3	Irlanda	161.000	0,8%	5	São Tomé e Príncipe	278	5,3%	3
Butão	3.329	7,9%	3	Islândia	10.420	1,7%	5	São Vicente e Granadinas	882	2,4%	3
Cabo Verde	1.745	5,1%	3	Israel	198.200	3,8%	5	Senegal	21.543	4,6%	5
Camarões	40.337	4,5%	5	Itália	1.639.000	0,1%	5	Serra Leoa	5.259	6,0%	3
Camboja	27.810	6,4%	5	Jamaica	11.675	1,5%	5	Sérvia	70.779	2,5%	5
Canadá	1.202.000	2,2%	5	Japão	3.946.000	1,2%	5	Seychelles	1.880	4,6%	3
Catar	105.168	8,6%	5	Jordânia	30.338	3,7%	5	Síria	97.020	1,3%	5
Cazaquistão	178.300	6,0%	5	Kuwait	126.583	5,0%	5	Sri Lanka	95.016	7,4%	5
Chade	14.950	4,2%	3	Laos	14.250	8,1%	3	Suazilândia	5.396	0,0%	3
Chile	233.000	5,0%	5	Lesoto	3.009	5,0%	3	Sudão	88.132	-0,4%	5
China	9.228.000	8,4%	5	Letônia	29.373	3,5%	5	Suécia	316.500	1,6%	5
Chipre	20.874	0,7%	5	Libano	51.003	4,2%	5	Suíça	294.100	1,0%	5
Cingapura	207.100	4,6%	5	Libéria	1.287	7,1%	3	Suriname	7.134	3,0%	1
Colômbia	393.400	4,8%	5	Líbia	111.187	3,1%	5	Tadjiquistão	13.330	5,8%	3
Congo	15.160	5,0%	3	Lituânia	50.619	3,4%	5	Tailândia	530.400	4,3%	5
Coreia do Sul	1.321.000	3,8%	5	Luxemburgo	34.850	1,1%	5	Taiwan (Formosa)	809.800	3,9%	5
Costa do Marfim	33.518	3,6%	5	Macao	30.870	14,6%	3	Tanzânia	56.257	7,0%	5
Costa Rica	46.835	4,2%	5	Macedônia	17.307	2,4%	5	Togo	5.477	4,2%	3
Croácia	70.288	1,0%	5	Madagascar	17.980	3,5%	3	Tonga	810	1,1%	3
Cuba	103.383	3,8%	5	Malásia	375.286	5,1%	5	Trinidad e Tobago	18.449	1,6%	5
Dinamarca	178.800	1,2%	5	Malawi	13.108	4,9%	5	Tunísia	81.286	2,8%	5
Djibuti	1.557	5,0%	3	Mali	12.790	5,3%	3	Turcomenistão	27.090	8,0%	3
Egito	449.800	4,1%	5	Malta	9.150	1,2%	3	Turquia	874.346	4,9%	5
El Salvador	37.309	2,5%	5	Marrocos	137.293	4,4%	5	Ucrânia	276.900	4,1%	5
Emirados Árabes Unidos	342.968	4,5%	5	Maurício	16.455	3,8%	5	Uganda	40.460	6,4%	5
Equador	104.300	5,7%	5	Mauritânia	5.829	5,8%	3	Uruguai	42.536	4,5%	5
Eritreia	4.870	9,9%	3	México	1.410.000	3,6%	5	Uzbequistão	77.433	7,0%	5
Eslováquia	108.600	2,6%	5	Mianmar (Birmânia)	146.925	5,4%	5	Vanuatu	907	4,0%	3
Eslovênia	51.120	1,0%	5	Moçambique	19.770	7,8%	5	Venezuela	313.700	3,5%	5
Espanha	1.242.000	0,2%	5	Moldova	10.031	3,4%	5	Vietnã	249.900	6,7%	5
Estados Unidos	13.088.000	2,0%	5	Mongólia	10.070	16,4%	3	Zâmbia	18.088	6,8%	5
Estônia	22.202	3,9%	5	Namíbia	13.403	5,0%	5	Zimbábue	1.944	3,1%	5
Etiópia	75.200	7,7%	5	Nepal	33.910	3,5%	3				

Fonte dos dados brutos: FMI e Euromonitor Internacional.

Nota: A previsão é uma taxa média de crescimento anual entre 2011 e 2015. Dados obtidos em 28 de fevereiro de 2012.