

Perfil Exportador do Estado do Rio Grande do Sul

2013

ApexBrasil¹

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS



Apex-Brasil

Mauricio Borges

PRESIDENTE

Rogério Bellini

DIRETOR DE NEGÓCIOS

Regina Maria Silverio

DIRETORA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

Marcos Tadeu Caputi Lélis

COORDENADOR DA UNIDADE DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL E COMPETITIVA

Luiz Augusto Pinto Rocha

Manoel Carlos Rivas Franco Júnior

Rômulo Viana Clezar

NÚCLEO DE ESTUDOS ESPECIAIS

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.

Elaborado com o objetivo de identificar e apresentar oportunidades para aumentar as exportações dos principais grupos de produtos do Rio Grande do Sul, este estudo constitui-se, também, num esforço da Apex-Brasil para a disseminação de informações estratégicas que auxiliem os operadores do comércio exterior no planejamento, adequação e posicionamento de seus produtos junto ao exigente mercado internacional. O mapeamento e a análise das oportunidades para o incremento das exportações do Estado do Rio Grande do Sul, 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 Estado do Rio Grande do Sul, 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.

Além das oportunidades apresentadas para os principais setores exportadores do Estado, o estudo possui uma seção com o objetivo de indicar aqueles com potencial para receber investimento estrangeiro, inclusive, setores não exportadores.

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 Rio Grande do Sul 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 Estado, apresentando uma análise das suas vendas internacionais entre 2004 e 2012. A pauta exportadora do Rio Grande do Sul também é analisada sob as seguintes óticas: intensidade tecnológica, concentração e similaridade.

A segunda seção tem por objetivo contemplar setores com potencial para receber investimento estrangeiro, inclusive, setores não exportadores. São apresentados o montante de investimentos anunciados para o Estado no período recente, e os setores para os quais esses investimentos foram destinados. Após, é realizada a análise de dados de emprego para identificar os setores com maior dinamismo nas contratações e na renda média.

A terceira seção analisa os principais grupos de produtos da pauta exportadora do Rio Grande do Sul e aponta os mercados internacionais onde eles têm as melhores oportunidades de comercialização.

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

Parte 1	PANORAMA DAS EXPORTAÇÕES DO RIO GRANDE DO SUL	Valor e taxa de crescimento anual das exportações entre 2004 e 2012	Pág. 6
		Valor, tendência e projeção das exportações mensais	Pág. 7
		Comparação entre as exportações gaúchas e brasileiras – similaridade e participação	Pág. 9
		Principais setores exportadores	Pág. 10
		Intensidade tecnológica das exportações	Pág. 12
		Índice de concentração das exportações (HHI)	Pág. 13
		Principais regiões-destino	Pág. 14
		Principais países-destino	Pág. 15
		Intensidade tecnológica das exportações para os três principais destinos	Pág. 16
Parte 2	SETORES COM OPORTUNIDADES PARA	Empregos formais na indústria de transformação	Pág. 20
		Remuneração média na indústria de transformação	Pág. 21

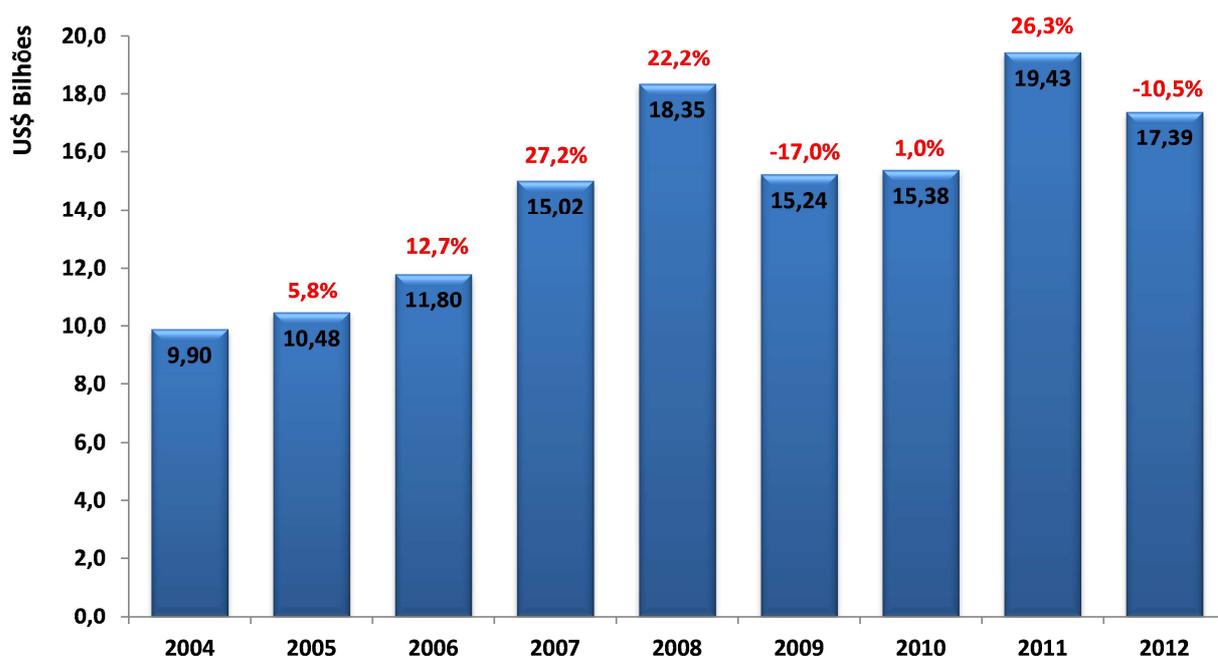
	ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS	Investimentos anunciados por setor entre 2008 e 2012	Pág. 22
		Investimentos anunciados por país de origem entre 2008 e 2012	Pág. 23
Parte 3	ANÁLISE DOS PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA EXPORTADORA DO RIO GRANDE DO SUL E INDICAÇÃO DOS MERCADOS INTERNACIONAIS ONDE ELES TÊM MELHORES OPORTUNIDADES DE SEREM COMERCIALIZADOS	Soja <i>in natura</i>	Pág. 27
		Farelo de soja	Pág. 30
		Óleo de soja em bruto	Pág. 34
		Fumo em folhas	Pág. 37
		Carne de frango <i>in natura</i>	Pág. 42
		Carne de frango industrializada	Pág. 46
		Arroz	Pág. 49
		Couro	Pág. 53
		Trigo	Pág. 57
		Carne de suíno <i>in natura</i>	Pág. 61
		Maçãs frescas	Pág. 64
		Químicos orgânicos	Pág. 68
		Carne de boi industrializada	Pág. 73
		Vinhos	Pág. 77
		Calçados	Pág. 81
		Partes de calçados	Pág. 86
		Móveis	Pág. 89
		Armas	Pág. 94
		Resinas e elastômeros	Pág. 97
		Autopeças	Pág. 102
Tratores	Pág. 106		
Reboques e semirreboques	Pág. 110		
Ônibus	Pág. 114		
Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto tratores	Pág. 116		
Máquinas e aparelhos de elevação de carga e descarga	Pág. 120		
Anexos	ANEXO 1	Descrição da metodologia de seleção dos países com oportunidades para as exportações do Rio Grande do Sul	Pág. 126
	ANEXO 2	PIB (PPC) 2011 E TAXA DE CRESCIMENTO (*PREVISÃO)	Pág. 128

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 email para: ic@apexbrasil.com.br

Esta seção pretende apresentar uma visão geral do comércio exterior do Rio Grande do Sul, 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 Estado do Rio Grande do Sul cresceram, em média, entre 2004 e 2012, a uma taxa anual de 6,45%, saindo de US\$ 9,9 bilhões para US\$ 17,39 bilhões. Mas, claramente, pode-se dividir esse comportamento em dois períodos: de 2004 a 2008, período pré-crise; e pós-2008. No primeiro, a taxa média foi de 16,68% ao ano, com destaque para os resultados de 2007 e de 2008, com expansão de 27% e 22% respectivamente, resultando em um valor das exportações, ao final de 2008, de US\$ 18 bilhões.

Gráfico 1 – Valor e taxa de crescimento anual das exportações do Rio Grande do Sul



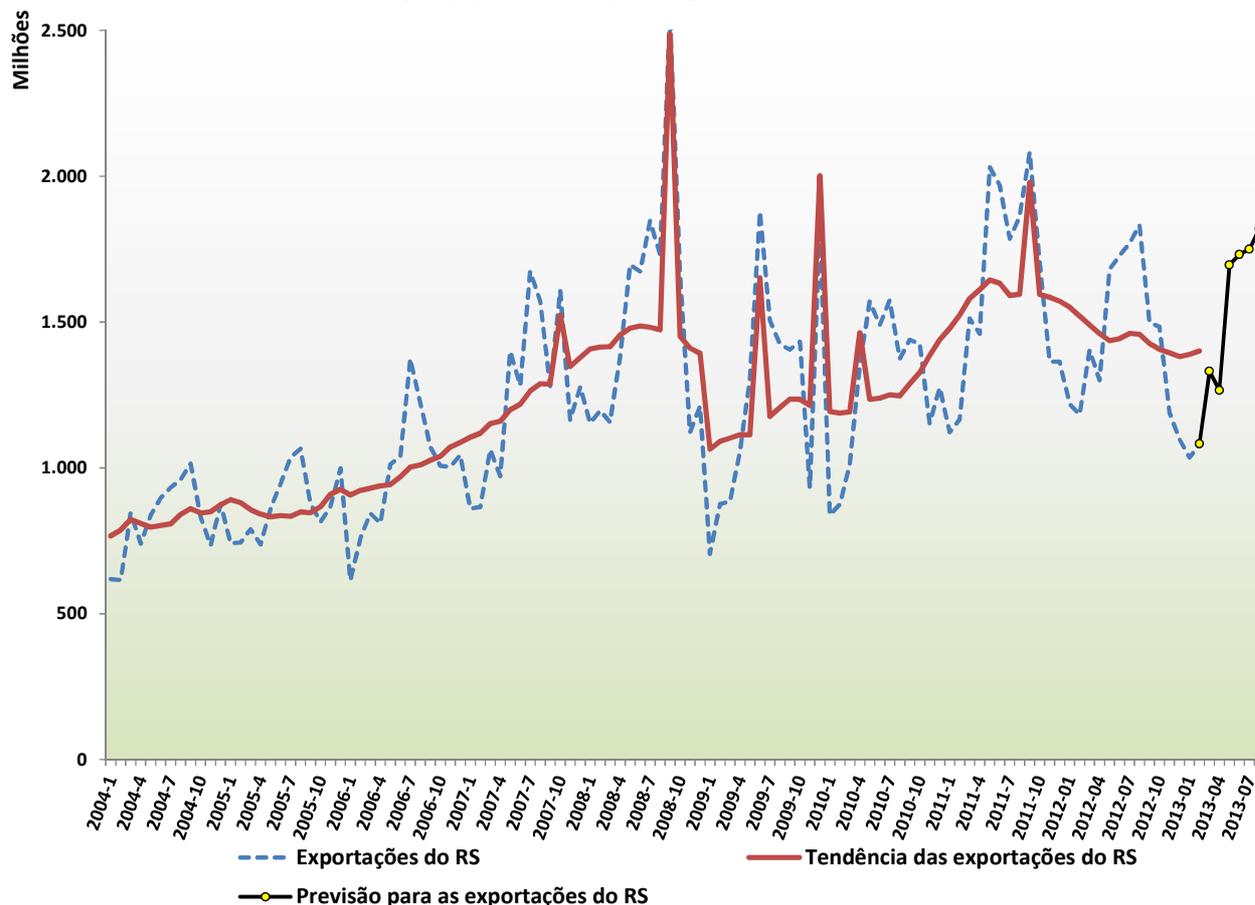
Fonte de dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

Porém, o segundo período, entre 2008 e 2012, foi marcado, de um lado, pelos impactos negativos da crise internacional sobre os principais mercados de exportação do Rio Grande do Sul e, de outro, pela ocorrência de uma forte estiagem, que prejudicou as principais safras de grãos do Estado. Nesse sentido, as exportações, que já tinham atingido o recorde de US\$ 18 bilhões, ao final de 2008, chegaram a US\$ 17,39 bilhões em 2012. Uma queda de 5,23%, o que significa uma

retração média de 1,33% ao ano. Destaca-se que, nesse segundo período, o valor chegou a atingir o pico de US\$ 19,4 bilhões em 2011, mas teve forte queda no ano seguinte.

O Gráfico 2 ilustra o desempenho das exportações totais do Rio Grande do Sul, desde janeiro de 2004 até fevereiro de 2013, com o valor bruto das exportações mensais, a estimação da tendência das vendas externas¹ e a previsão das exportações de seis meses, até agosto de 2013.

Gráfico 2 – Valor, tendência e projeção das exportações mensais do Rio Grande do Sul



Fonte de dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

Tal qual a divisão feita para a avaliação em valores, aqui também pode-se identificar dois momentos distintos separados pelo ano de 2008. Antes daquele ano, a tendência das exportações se mostrava mais pronunciada, ocorrendo, em meados de 2008, um forte movimento de quebra da mesma. A recuperação dos meses seguintes não foi suficiente para colocar as exportações no mesmo patamar de antes, e, apesar da forte oscilação em alguns meses nesse segundo período (2009-2012), a tendência das exportações foi menor, permanecendo praticamente estável.

¹ Essa abordagem utiliza o método estatístico aplicado em modelos de série de tempo estrutural univariado. Para mais detalhes, ver A. C. Harvey (1989), **Forecasting, structural time series models and the Kalman filter** e J. J. F. Commandeur e S. J. Koopman (2007), **State space time series analysis**.

Além da mudança no comportamento da tendência, é possível notar quatro momentos que podem ser caracterizados como *outliers*. Em apenas um mês, setembro de 2008, as exportações foram de US\$ 2,5 bilhões, um recorde histórico. Desde então, em nenhum outro momento foi possível identificar um comportamento próximo a esse.

Após a retração dos meses seguintes, dois outros movimentos foram atípicos, em junho e dezembro de 2009, ambos com exportações de US\$ 1,8 bilhão cada um. Por fim, o último movimento caracterizado como *outlier* foi em setembro de 2011, quando as exportações atingiram, no mês, US\$ 2 bilhões. A projeção, com base no comportamento histórico, sinaliza que entre janeiro e agosto de 2013 as exportações devem cair cerca de 3% em relação ao mesmo período de 2012.

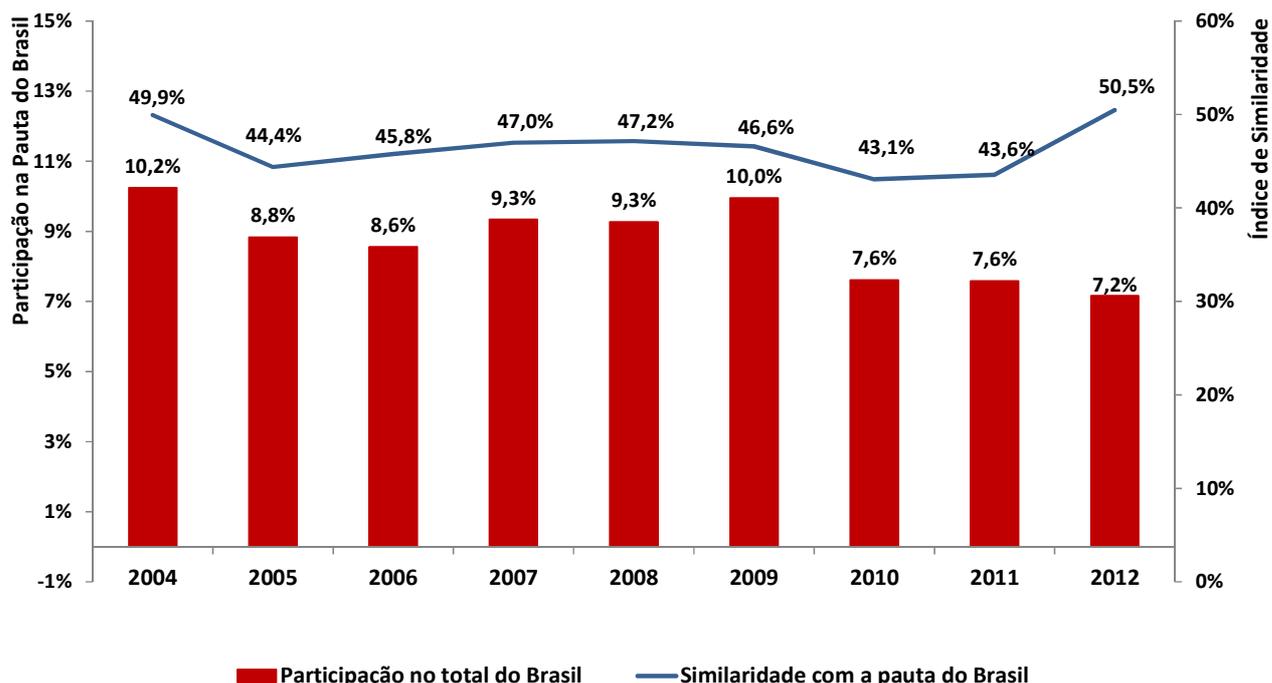
Tal comportamento contribuiu para que a participação das exportações do Rio Grande do Sul, relativamente ao total do Brasil, caísse de 10,2%, em 2004, para 7,2% em 2012. Esse movimento, que foi mais pronunciado a partir de 2010, sinaliza que o cenário de exportação presenciado pelo Estado não foi o mesmo do cenário nacional.

Além da diferença de mercados de exportação entre o Estado e o resto do Brasil, há outro componente importante que pode explicar essa queda de participação: a composição da pauta exportadora. Nesse caso, pode-se recorrer ao indicador de similaridade. Em 2004, esse era cerca de 50%, resultado também de 2012. Porém, no período 2004-2012, esse índice permaneceu entre 43% e 46%.

Apesar do índice de similaridade apontar para 50% em 2012, há diferenças de importância nos setores entre a pauta do Brasil e a do Rio Grande do Sul que são determinantes. Por exemplo, enquanto no Brasil a extração de minério de ferro é tida como o principal item dentre todos, com participação de quase 13% no total da pauta em 2012, ela não existe no Rio Grande do Sul.

No caso das Lavouras Temporárias, a participação na pauta do Brasil é de 11%, não muito diferente do verificado no Rio Grande do Sul, que é de 14%. Mas há outros setores exportadores no Brasil que são importantes e que, ou não estão presentes no Rio Grande do Sul, ou tem uma participação muito pequena como, por exemplo, Extração de Petróleo e Gás Natural, Fabricação e Refino de Açúcar, Metalurgia dos Metais Não ferrosos, Siderurgia, Automóveis e Camionetes, Aeronaves, Produtos Derivados do Petróleo, Celulose e Pastas, Ferro-Gusa e Ferro-Ligas.

Gráfico 3 – Indicador de similaridade e participação das exportações do Rio Grande do Sul no total das exportações brasileiras



Fonte de dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

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

Como pode ser visto, pouca modificação ocorreu entre os três principais setores quando se compara a participação deles entre 2007 e 2012. Apenas as Lavouras Temporárias, com destaque para a Soja, passaram de segundo mais importante para o principal setor da pauta do Estado, superando as exportações de Abate e Fabricação de Produtos de Carne. O terceiro setor da pauta exportadora continua sendo o Processamento Industrial do Fumo, com 12,5% do total.

Entre os setores aqui apontados, os que tiveram melhor taxa de crescimento médio anual entre 2007 e 2012 foram: Óleos e Gorduras Vegetais e Animais, com expansão de 11,5%, contribuindo para o mesmo saltar de sétimo principal item para quarto maior; Moagem, fabricação de produtos amiláceos e de alimentos para animais, com crescimento de 52%, fazendo com que o mesmo passasse de exportações de US\$ 57 milhões para US\$ 472 milhões, e de 37º para o 8º mais importante da pauta; e Peças e Acessórios para Veículos Automotores, com

² Na elaboração desta tabela, foi utilizada a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), na versão 1.0, com detalhamento em 3 dígitos. A CNAE foi elaborada nos anos 90, pelo IBGE, em conjunto com os órgãos de registro administrativo, com o objetivo de alcançar uma padronização das informações econômicas do Brasil. A construção da CNAE tomou como referência a classificação padrão elaborada pela Divisão de Estatísticas das Nações Unidas, a International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC). Essa classificação associa produtos (NCMs) aos setores da economia, com enfoque na cadeia produtiva a que pertencem. Para maiores informações, consultar <http://www.ibge.gov.br/concla/default.php>.

expansão média de 18%, e saltando de 25º para 15º, com participação de 1,2% da pauta exportadora do Rio Grande do Sul.

Tabela 1 – Principais setores exportadores do Rio Grande do Sul

Setor	Exportação (US\$ mil)		Ranking		Participação		Crescimento Médio Anual		
	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007-2012	2011	2012
Lavouras temporárias	1.723.060	2.550.950	2º	1º	11,5%	14,7%	8,2%	80,8%	-27,4%
Abate e fabricação de produtos de carne	2.001.977	2.213.717	1º	2º	13,3%	12,7%	2,0%	4,5%	-7,0%
Processamento industrial do fumo	1.597.702	2.164.967	3º	3º	10,6%	12,5%	6,3%	4,8%	18,4%
Óleos e gorduras vegetais e animais	933.906	1.609.335	7º	4º	6,2%	9,3%	11,5%	45,0%	-8,8%
Resinas e elastômeros	953.481	1.163.879	5º	5º	6,3%	6,7%	4,1%	27,0%	-13,6%
Tratores e de máquinas e equipamentos para a agricultura e pecuária	934.450	878.714	6º	6º	6,2%	5,1%	-1,2%	16,9%	-15,9%
Produtos químicos orgânicos	526.709	688.223	10º	7º	3,5%	4,0%	5,5%	43,3%	-9,2%
Moagem, fabricação de produtos amiláceos e de alimentos para animais	57.148	472.698	37º	8º	0,4%	2,7%	52,6%	221,9%	-13,7%
Calçados	1.215.224	385.416	4º	9º	8,1%	2,2%	-20,5%	-18,9%	-33,2%
Curtimento e outras preparações de couro	529.842	378.768	9º	10º	3,5%	2,2%	-6,5%	6,8%	-23,0%
Cabines, carrocerias e reboques para veículos automotores	413.406	340.141	11º	11º	2,8%	2,0%	-3,8%	4,7%	-4,7%
Motores, bombas, compressores e equipamentos de transmissão	165.822	268.526	14º	12º	1,1%	1,5%	10,1%	35,8%	23,4%
Produtos de borracha	175.432	218.430	13º	13º	1,2%	1,3%	4,5%	22,8%	-15,8%
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	162.523	218.319	15º	14º	1,1%	1,3%	6,1%	54,5%	16,9%
Peças e acessórios para veículos automotores	90.068	208.733	25º	15º	0,6%	1,2%	18,3%	58,9%	4,7%
Outros	3.536.924	3.624.889			23,6%	20,9%	0,5%	15,7%	-8,3%
Total	15.017.674	17.385.706			100%	100%	3,0%	26,3%	-10,5%

Fonte de dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

Por outro lado, quatro setores tiveram desempenho negativo no período. As exportações de Calçados caíram em média 20%, e o setor, de quarto mais importante em 2007, com US\$ 1,2 bilhão exportado, passou para nono, com exportações de US\$ 385 milhões. O segundo foi Curtimento e Outras Preparações de Couro, com queda de 6,5% no período. O terceiro setor com maior retração entre 2007 e 2012 foi o de Cabines, Carrocerias e Reboques para Veículos Automotores, com queda média de 3,8%, passando de US\$ 413 milhões para US\$ 340 milhões. Apesar disso, o setor continua a ser o 11º mais importante na pauta. Por fim, o quarto setor a apresentar queda nas exportações foi o de Tratores, Máquinas e Equipamentos para Agricultura e Pecuária, com -1,5%, passando de US\$ 934 milhões para US\$ 878 milhões. Porém, o mesmo ainda manteve-se como sexto maior exportador do Estado.

O período mais recente tem um comportamento díspar. Enquanto, em 2011, as exportações totais cresceram 26% em relação a 2010, em 2012 elas se retraíram 10%. Nesse caso, diversos setores que tiveram forte crescimento nas exportações em 2011 reverteram isso no ano seguinte. Destaque para as exportações das Lavouras Temporárias, que tiveram expansão de 80% em 2011 e queda de 27% em 2012; Óleos e Gorduras Vegetais e Animais, com crescimento de 45% em 2011 e queda de 8,8% no ano seguinte; o mesmo movimento ocorreu em outros setores como

Resinas e Elastômeros, Produtos Químicos Orgânicos, Moagem e Fabricação de Produtos Amiláceos e de Alimentos para Animais e de Produtos de Borracha.

Outra forma de avaliar as exportações do Estado é via divisão por intensidade tecnológica. O Quadro 1 mostra como é feita essa divisão de acordo com seis diferentes classificações, e o Gráfico 4 mostra a evolução de cada uma delas. Como pode ser visto, em 2004, a maior participação era de Produtos Primários, com 32% do total. Desde então, o setor não apenas se manteve como o principal componente das exportações, como aumentou essa participação para 42% em 2012. Pela abertura dos setores aqui envolvidos, é possível notar que a contribuição para essa expansão veio do setor agrícola.

Uma mudança importante de composição dessa divisão ocorreu no período. Em 2004, o segundo grupo de destaque eram os Manufaturados Intensivos em Trabalho, com participação de 24%. Desde então, veio perdendo importância, e em 2012 sua participação havia sido reduzida para 9,8%. Na abertura dos setores que compõem esse grupo, é possível notar a presença de Couro e Calçado, que foi o principal responsável por essa perda na pauta do Estado no período analisado.

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

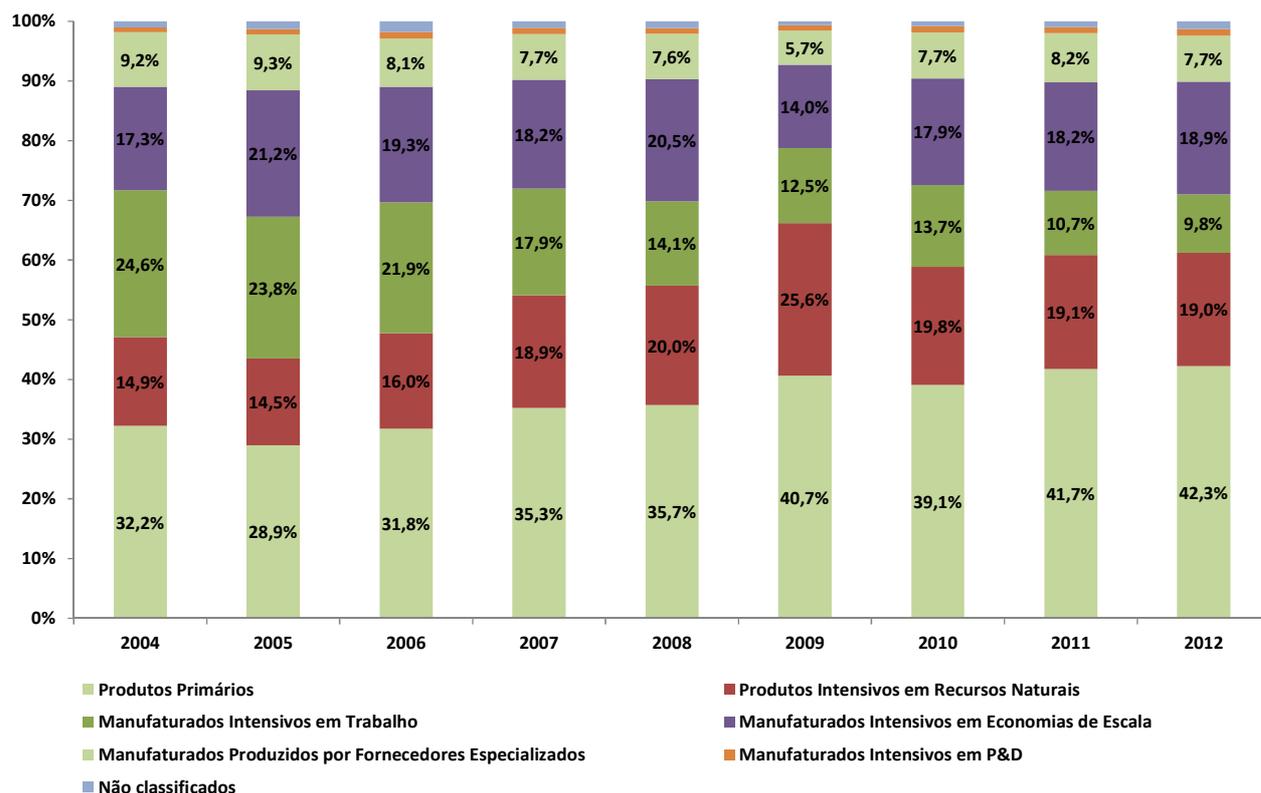
Medida de Intensidade Tecnológica	Setores da Economia
Produtos Primários	Agrícolas, Minerais e Energéticos;
Indústria Intensiva em Recursos Naturais	Indústria Agroalimentar, Indústria Intensiva em Outros Recursos Agrícolas, Indústria Intensiva em Recursos Minerais e Indústria Intensiva em Recursos Energéticos;
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	Bens de Capital sob Encomenda e Equipamentos de Engenharia;
Indústria Intensiva em P&D	Setores de Química Fina (produtos farmacêuticos, entre outros), Componentes Eletrônicos, Telecomunicação e Indústria Aeroespacial.

Fonte: Holland e Xavier. **Dinâmica e Competitividade Setorial das Exportações Brasileiras**: uma análise de painel para o período recente. In: XXXII Encontro Nacional de Economia. João Pessoa: ANPEC. 20 p., 2004.

Nota 1: Os bens eletrônicos de consumo são especificados em três linhas básicas: (a) Vídeo – televisores, videocassete e câmera de vídeo; (b) Áudio – rádio, autorrádio, cd player, toca disco, sistema de som etc.; (c) Outros Produtos – forno de micro-ondas, calculadoras, aparelhos telefônicos, geladeiras, instrumentos musicais, entre outros.

Nesse cenário, os setores ligados ao grupo de Produtos Intensivos em Recursos Naturais ganharam em importância, passando de uma participação de 14%, em 2004, para 19%, em 2012. Dada a composição dos setores dentro do grupo, pode-se inferir que a maior contribuição por esse aumento de participação se deve ao desempenho das exportações de farelo de soja, óleo de soja em bruto e carne de frango industrializada. Os demais grupos praticamente mantiveram sua participação na pauta.

Gráfico 4 – Intensidade tecnológica das exportações do Rio Grande do Sul



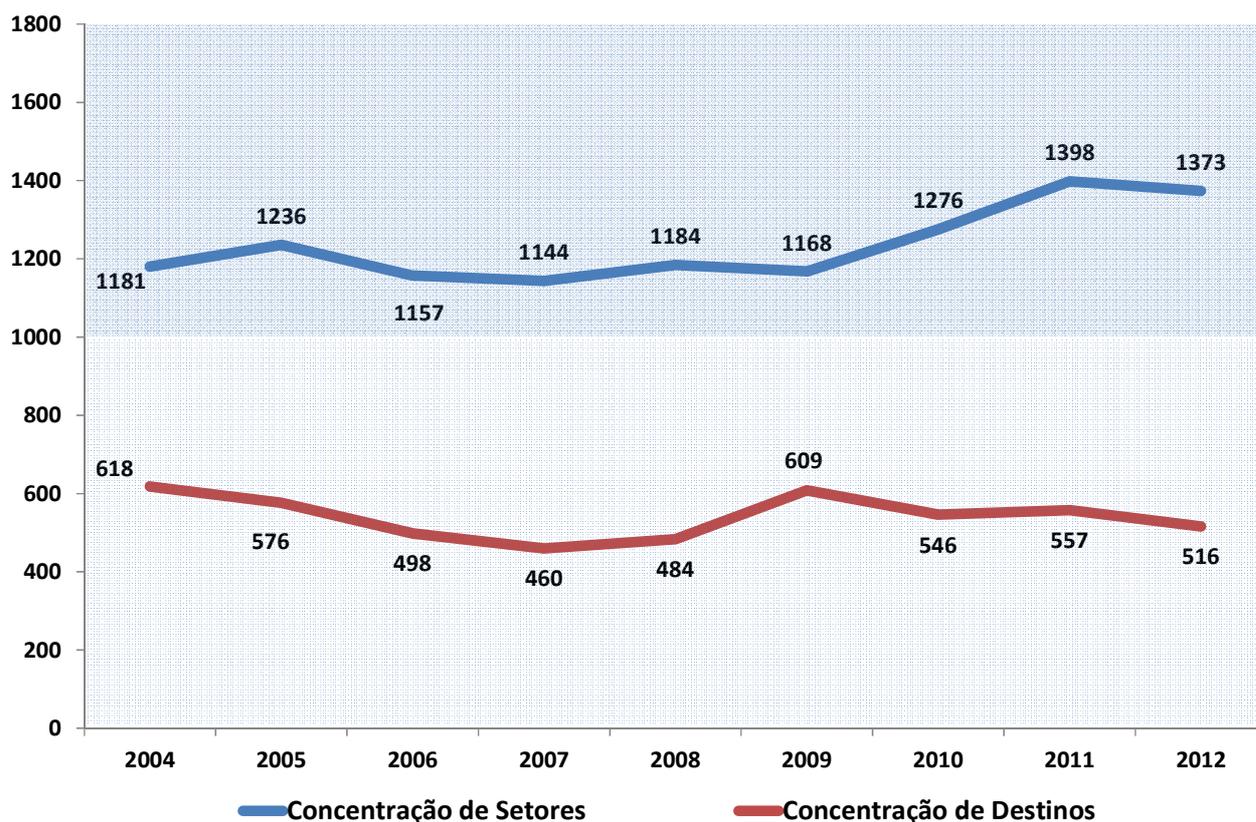
Fonte dos dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

Com o objetivo de comparar a concentração de exportações entre setores e destinos, é apresentado, no Gráfico 5, o 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.

No caso dos setores, pode-se verificar que, desde 2004, o indicador aponta para valores acima de 1.000, mas não superiores a 1.800, sinalizando que existe uma concentração moderada nesse caso. Vale destacar que, apesar da mudança, ao longo do tempo, esse crescimento ocorreu na margem. Por outro lado, ao avaliar o indicador para os destinos, nota-se que, desde 2004, o mesmo sempre fica abaixo de 1.000, sinalizando para a baixa concentração de mercados para as exportações do Rio Grande do Sul. Ao longo do período, ocorreu uma pequena oscilação no sentido de, inclusive, reduzir mais ainda essa concentração.

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 2 dígitos. Para melhor detalhamento do HHI, ver M. Resende e H. Boff, Concentração Industrial, em: D. Kupfer, e L. Hasenclever, Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil (2002).

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



Fonte dos dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

Na avaliação de destino por regiões, pode-se verificar que os quatro principais mercados para o Rio Grande do Sul em 2007 ainda permanecem os mesmos em 2012. Destaque para a América do Sul, com 24% do total exportado pelo Estado. Ao longo desses anos, a Ásia ganhou espaço na pauta, e de terceiro mais importante mercado, com importações de US\$ 2,3 bilhões, passou para segundo mais importante, importando US\$ 4 bilhões em 2012.

As exportações para a Europa permaneceram praticamente estáveis, entre 2007 e 2012, em US\$ 2,8 bilhões, e a região perdeu a condição de segundo maior importador do Estado para a Ásia. A América do Norte se mantém como o quarto mais importante destino das exportações gaúchas, mas elas tiveram queda de 5,6% entre 2007 e 2012. Esse comportamento das importações da Europa e da América do Norte pode ter uma relação com os impactos que a crise financeira internacional produziu na atividade econômica desses países e com consequências sobre o comércio exterior.

Em termos de crescimento das exportações, o destaque é o comportamento da Ásia, expansão de 11% das compras do Rio Grande do Sul entre 2007 e 2012, seguida pela África, com expansão de 10%. Porém, diversos outros mercados tiveram queda no período, além da América

do Norte, como pode ser visto na Oceania, com -15%, Leste Europeu com -3,6%, Sudeste Asiático com -1,5% e América Central e Caribe com -1,4%.

Outro ponto de destaque é a mudança de comportamento das exportações entre 2011 e 2012. Praticamente em todas as regiões aqui avaliadas o crescimento de 2011 foi revertido em uma queda no ano seguinte, em especial na América do Sul, Ásia e Europa, as três mais importantes regiões importadoras do Rio Grande do Sul.

Tabela 2 - Principais regiões-destino das exportações do Rio Grande do Sul

Região	Exportação (US\$ mil)		Ranking		Participação		Crescimento Médio Anual		
	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007-2012	2011	2012
América do Sul	3.401.987	4.206.611	1º	1º	22,7%	24,2%	4,3%	22,7%	-11,0%
Ásia	2.307.366	4.032.284	3º	2º	15,4%	23,2%	11,8%	38,1%	-11,6%
Europa	2.874.124	2.884.057	2º	3º	19,1%	16,6%	0,1%	14,9%	-14,2%
América do Norte	2.156.077	1.614.139	4º	4º	14,4%	9,3%	-5,6%	8,6%	-4,4%
África	794.160	1.323.993	7º	5º	5,3%	7,6%	10,8%	69,8%	-9,5%
Oriente Médio	953.141	1.074.045	6º	6º	6,3%	6,2%	2,4%	19,9%	3,9%
Leste Europeu	1.038.834	863.432	5º	7º	6,9%	5,0%	-3,6%	-1,4%	-7,2%
Sudeste Asiático	760.873	705.037	8º	8º	5,1%	4,1%	-1,5%	51,5%	-20,4%
América Central e Caribe	434.112	404.181	9º	9º	2,9%	2,3%	-1,4%	67,7%	-24,5%
Oceania	134.529	58.391	10º	10º	0,9%	0,3%	-15,4%	0,3%	2,9%
Outros	162.472	219.535			1,1%	1,3%	6,2%	54,6%	17,7%
Total	15.017.674	17.385.706			100%	100%	3,0%	26,3%	-10,5%

Fonte dos dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

Em relação aos principais países de destino, pode-se destacar a China, não apenas pela magnitude de importações de 2012, US\$ 2,8 bilhões, mas também pela taxa de crescimento média entre 2007 e 2012, que foi de 14%. Com isso, o país praticamente dobrou sua importância na pauta do Estado, passando de 9,8% para 16,5% do total.

O segundo maior importador do Rio Grande do Sul continua a ser a Argentina, mas no período analisado houve um crescimento muito baixo, de apenas 0,8%. No caso dos Estados Unidos, o maior importador do Rio Grande do Sul em 2007, ocorreu uma queda de 5,2% nas exportações no período analisado, o que contribuiu para que o país deixasse de ser o primeiro mercado para ser o terceiro, com as importações passando de US\$ 1,7 bilhão para US\$ 1,3 bilhão. Vale destacar que, entre os principais parceiros comerciais do Estado, o único a apresentar queda nas importações foi os Estados Unidos.

Os demais países mantêm participação muito próxima e com importações também equivalentes, indo de US\$ 642 milhões, no caso da Holanda, a US\$ 303 milhões na Coreia do Sul. Merece destaque a forte expansão das exportações para a França, de 16%, e que fez o país sair de 23º mais importante para 11º maior parceiro comercial do Rio Grande do Sul. Outros dois países

que também tiveram crescimento significativo foram a Coreia do Sul, com 9,6%, e os Emirados Árabes Unidos, com 7,4%, além de Hong Kong, com 7,1%.

Na comparação do desempenho mais recente, é possível observar que, em praticamente todos os países, ocorreu uma mudança de comportamento entre 2011 e 2012. As mais significativas foram o crescimento das exportações em 41% para a China, em 2011, seguido de uma queda de 15%, em 2012; o crescimento de 17% nas exportações para a Argentina, seguido de queda de 22%, em 2012, e para Uruguai e França.

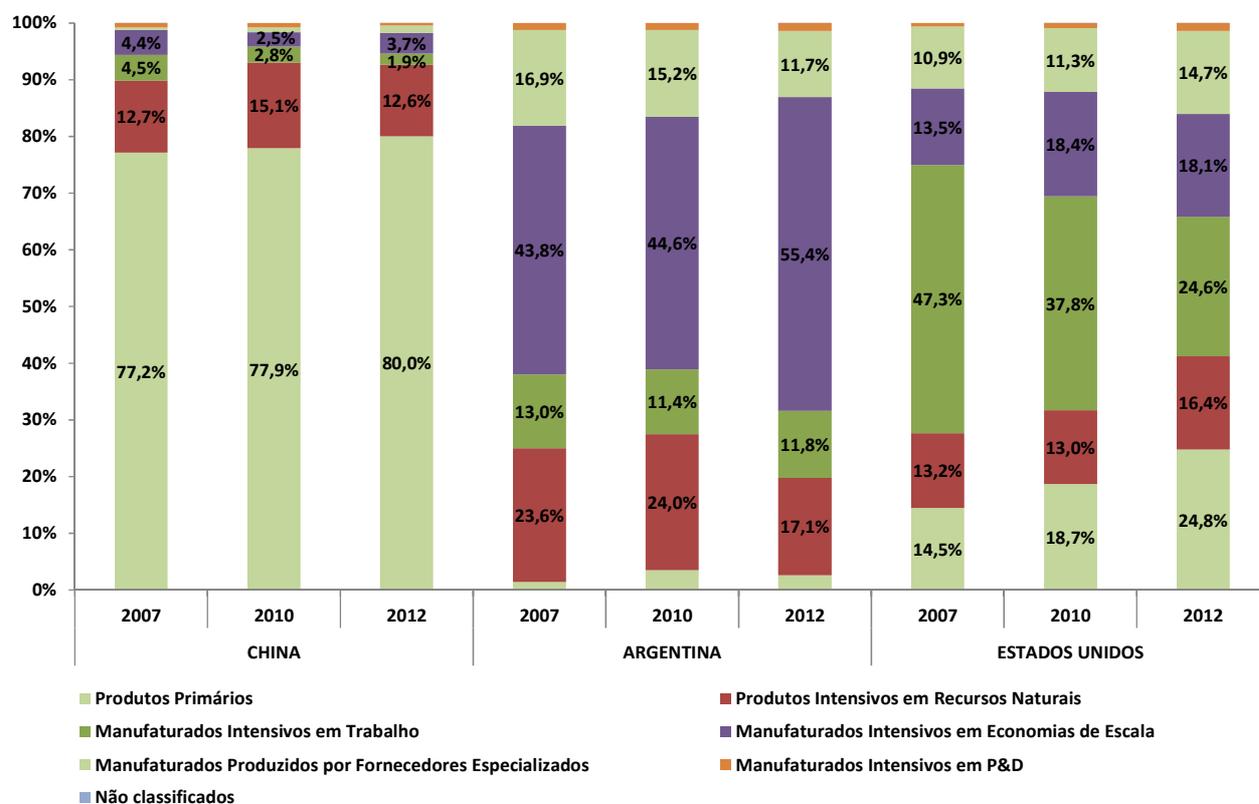
Tabela 3 – Principais países-destino das exportações do Rio Grande do Sul

País	Exportação (US\$ mil)		Ranking		Participação		Crescimento Médio Anual		
	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007-2012	2011	2012
China	1.471.684	2.860.304	3º	1º	9,8%	16,5%	14,2%	41,3%	-15,4%
Argentina	1.480.800	1.540.804	2º	2º	9,9%	8,9%	0,8%	17,6%	-22,1%
Estados Unidos	1.772.530	1.357.884	1º	3º	11,8%	7,8%	-5,2%	12,6%	-1,5%
Países Baixos (Holanda)	474.342	642.025	5º	4º	3,2%	3,7%	6,2%	16,3%	-8,0%
Paraguai	420.692	529.216	7º	5º	2,8%	3,0%	4,7%	1,6%	-15,8%
Alemanha	443.201	506.699	6º	6º	3,0%	2,9%	2,7%	17,7%	-5,7%
Chile	406.116	466.675	8º	7º	2,7%	2,7%	2,8%	9,4%	17,8%
Uruguai	352.745	447.365	11º	8º	2,3%	2,6%	4,9%	41,5%	-8,1%
Bélgica	395.209	412.318	9º	9º	2,6%	2,4%	0,9%	-16,0%	-14,7%
Venezuela	310.133	385.611	14º	10º	2,1%	2,2%	4,5%	85,8%	-14,0%
França	171.942	368.024	23º	11º	1,1%	2,1%	16,4%	139,4%	-12,8%
Emirados Árabes Unidos	237.233	338.819	19º	12º	1,6%	1,9%	7,4%	6,4%	67,0%
Espanha	304.978	310.370	15º	13º	2,0%	1,8%	0,4%	37,1%	-24,2%
Hong Kong	217.071	305.496	20º	14º	1,4%	1,8%	7,1%	18,5%	2,5%
Coreia do Sul	191.534	303.007	22º	15º	1,3%	1,7%	9,6%	-22,9%	57,5%
Outros	6.367.462	6.611.087			42,4%	38,0%	0,8%	30,9%	-11,7%
Total	15.017.674	17.385.706			100%	100%	3,0%	26,3%	-10,5%

Fonte de dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

A seguir, analisa-se o comportamento das exportações para os três maiores mercados do Rio Grande do Sul, de acordo com a classificação de intensidade tecnológica. No caso da China, é nítida a predominância de produtos primários, que chegam a 80% das exportações em 2012. Dois produtos representam quase a totalidade dessas exportações de Primários: a soja, com US\$ 1,7 bilhão, e o fumo não manufaturado em folhas secas, com US\$ 476 milhões. O segundo grupo mais importante é o Intensivo em Recursos Naturais, com 12% do total. Nesse caso, destaque para as exportações de Óleo de Soja, com US\$ 260 milhões, e pasta química de madeira, com US\$ 84 milhões. Os Produtos Manufaturados Intensivos em Escala têm uma participação menor, de apenas 3,7%, com destaque para outras partes e acessórios para tratores e veículos automotores, com US\$ 23 milhões, Glicerol em bruto, com US\$ 18 milhões, Copolímero etileno/acetado vinila, com US\$ 15 milhões, e Polipropileno sem carga, com US\$ 13 milhões.

Gráfico 6 – Intensidade tecnológica das exportações do Rio Grande do Sul para China, Argentina e Estados Unidos em 2007, 2010 e 2012



Fonte dos dados brutos: DEPLA/SECEX/MDIC.

Na Argentina, segundo maior parceiro comercial do Rio Grande do Sul, destacam-se as exportações de Manufaturados Intensivos em Economia de Escala com 55% do total. Nesse caso, destaque para as exportações de Automóveis com motor de explosão, com US\$ 162 milhões, outras partes e acessórios para tratores e veículos automotores, com US\$ 91 milhões, e outros polietilenos sem carga, com US\$ 82 milhões.

O segundo grupo mais importante por intensidade tecnológica consiste nas exportações de Produtos Intensivos em Recursos Naturais, com 17% do total. Nesse caso, destaque para o Buta-1, 3-dieno não saturado, com US\$ 64 milhões, o Benzeno, com US\$ 43 milhões, outros éteres acíclicos e seus derivados halogenados, com US\$ 27 milhões, e o Óleo Diesel, com US\$ 26 milhões.

A composição das exportações para os Estados Unidos é diferente e mostra uma divisão maior entre os grupos por intensidade tecnológica. Com uma participação de 24,8% em 2012, estão os Produtos Primários e, com 24,6%, os Manufaturados Intensivos em Trabalho. Mas enquanto que os primeiros apresentam tendência de alta, o segundo apresenta tendência de queda desde 2007.

No caso dos Produtos Primários, o mais importante é o fumo não manufaturado, sendo que o tipo Virgínia tem exportações de US\$ 193 milhões, e o tipo Burley, exportações de US\$ 102 milhões. Por outro lado, no caso dos produtos Intensivos em Trabalho, os mais importantes são outras espingardas e carabinas para caça e tiro ao alvo, com exportações de US\$ 108 milhões, e outros calçados com solado externo de borracha, de plástico ou couro natural, com US\$ 30 milhões.

Os produtos Manufaturados Intensivos em Economia de Escala se destacam com 18% e uma participação sobre o total que vem aumentando desde 2007. Nesse caso, os três mais importantes são outras guarnições para freios, com US\$ 51,8 milhões, outras partes e acessórios para tratores e veículos automóveis, com US\$ 25 milhões, e borrachas de estireno e butadieno, com exportações de US\$ 24 milhões.

Além das oportunidades para os principais setores exportadores do Estado, apresentadas neste estudo, esta seção tem o objetivo de contemplar setores com potencial para receber investimento estrangeiro, inclusive, setores não exportadores. Inicialmente, será apresentado o montante de investimentos anunciados para o Estado no período recente, e os setores para os quais esses investimentos foram destinados. Após, será realizada a análise de dados de emprego para identificar os setores com maior dinamismo nas contratações e na renda média.

O PIB do Rio Grande do Sul encerrou o ano de 2010 com valor de R\$ 219 bilhões, ficando como quarto maior Estado do Brasil, com uma participação de 6,7%. De acordo com dados mais recentes sobre as contas regionais do IBGE, o estado com o maior PIB é São Paulo, representando 33% do total do Brasil, seguido de Rio de Janeiro, com 10,8%, e Minas Gerais, com 9,3%.

Para o mesmo ano, o PIB *per capita* do Rio Grande do Sul chegou a R\$ 23,8 mil, cerca de 20% acima da média do Brasil, que foi de R\$ 19,7 mil, permanecendo como o quinto estado com o maior PIB *per capita*. O Distrito Federal é o que tem a maior renda *per capita* do Brasil, com R\$ 58 mil, seguido de São Paulo, com R\$ 30 mil, Rio de Janeiro, com R\$ 25 mil, e Santa Catarina, com R\$ 24 mil.

Em termos de infraestrutura, pode-se fazer uma avaliação do Estado do Rio Grande do Sul a partir de uma divisão entre oferta na parte de Energia, Redes Modais, Saneamento e Acesso à comunicação.

No caso da Energia, o Rio Grande do Sul tem 7,4% da capacidade instalada do Brasil, o que representa⁴ 8,8 mil MWh. Em 1999, essa capacidade instalada era de 2,2 mil MWh e, desde então, representa um crescimento de 290%. A distribuição da energia no Estado permite afirmar que 99,6% dos domicílios possuem acesso à energia⁵, um percentual um pouco superior ao verificado para o Brasil, que é de 98,7%. A oferta de energia no Estado é feita tanto por Usinas Hidroelétricas, responsáveis por 73% do total, e Termelétricas, com 22%, como também por outras fontes alternativas de energia, como Eólica, com 3,3%, e Biomassa, com 1,7%. Nesse caso, destaque para os parques eólicos de Osório, Sangradouro e Índio, que foram inaugurados em 2006. No total, são 75 aerogeradores, com uma potência de 2 MWh cada. Três grandes empresas fazem a distribuição de energia no Estado, de acordo com uma determinada divisão territorial que, no final, representa um percentual equivalente entre essas.

⁴ Fonte de dados ANEEL.

⁵ Fonte de Dados IBGE Censo Demográfico 2010 e Balanço Energético 2011.

A rede modal do Rio Grande do Sul⁶ é concentrada no rodoviário, que responde por 85% da oferta no transporte de carga, seguido do modal Ferroviário, com 8,8%, hidroviário, com 3,7%, e Dutoviário, com 2,2%. Em termos de frota, o Rio Grande do Sul possui um total de 5,3 milhões de veículos, o que representa cerca de 7% do total da frota do Brasil, com destaque para os automóveis, com 3,2 milhões.

Como as rodovias são as mais importantes vias de transporte do Estado, é feita uma avaliação sobre elas. No total, são 153 mil quilômetros de rodovias, dos quais 12,6 mil quilômetros são pavimentados; desses, 6,5 mil quilômetros são estaduais e 5,3 mil quilômetros, federais. As demais rodovias não pavimentadas, que perfazem 141 mil quilômetros, em sua maioria (136 mil quilômetros), são de responsabilidade dos municípios.

Em termos de ferrovias, são 3,2 mil quilômetros de linhas, com destaque para quatro terminais que concentram as cargas: Região Metropolitana, Passo Fundo, Cruz Alta e Uruguaiana. Os principais produtos transportados por ferrovia são combustíveis, adubos e soja. No modal hidroviário, destaca-se a rota de Porto Alegre a Rio Grande, por onde são transportados produtos petroquímicos, derivados de petróleo, farelo e óleo de soja e celulose. Já no sentido de Rio Grande a Porto Alegre, é feito principalmente o transporte de fertilizantes, sal, Clínquer e Bobinas de Papel. O porto de Rio Grande é responsável pela movimentação de 618 mil contêineres, somando, em 2011, um total de 30 milhões de toneladas de carga.

Em termos de saneamento, o Estado do Rio Grande do Sul conta com 99% da população atendida por fornecimento de água⁷. No caso da coleta de lixo, cerca de 86% da população é atendida pela via de coleta direta, um percentual maior que a média do Brasil, que é de 83%. Em relação à comunicação, destaque para o fato de 96% dos domicílios com renda superior a 20 salários mínimos terem acesso à internet. Para os domicílios com renda até 10 salários mínimos, esse percentual é de 34%.

A indústria é um dos setores mais importantes da economia do Rio Grande do Sul, com uma participação de 29% em 2010, tendo, inclusive, elevado essa participação quando comparada ao ano de 2007, quando era de 26%. Porém, quando avaliada apenas a indústria de transformação, essa participação era de 19% em 2007 e passou para 21% em 2010.

O mesmo cenário pode ser identificado quando avaliada a evolução do emprego formal na indústria de transformação, que passou de 654 mil em 2007 para 717 mil em 2010, atingindo os

⁶ Fonte: Secretaria de Planejamento do Rio Grande do Sul, Atlas Socioeconômico do Estado.

⁷ Fonte: IBGE PNAD/2011

737 mil em 2011, uma taxa de crescimento médio anual de 3%, com destaque para a expansão de 8,3% verificada no ano de 2009.

Quando é feita a avaliação setorial, nota-se que o setor que mais empregava na indústria do Rio Grande do Sul, em 2011, era Alimentos e Bebidas, com 140 mil trabalhadores, e que teve taxa de crescimento acima da média do setor. Por outro lado, o segundo maior setor, a indústria de calçados, com 116 mil trabalhadores em 2011, teve uma retração média anual de 0,9% no emprego formal entre 2007 e 2011. Somente a indústria de Borracha, fumo e couros teve queda no período, de 0,6%. Todos os demais tiveram expansão. Na média, o destaque foi o crescimento de 9,8% nos empregos na indústria de produtos de Mineral não metálico, os 7,7% da indústria Mecânica e os 7,6% de Material de Transporte.

Na passagem de 2010 para 2011, a taxa de crescimento do emprego se reduziu de maneira significativa, de 8,3% para 2,8%. Nesse cenário, vale destacar os setores que tiveram mudança de crescimento para queda do emprego, como Borracha, fumo e couro, que havia crescido 5,8% em 2010 e teve queda de 3,6% no ano seguinte; a indústria têxtil, que tinha crescido 13% e depois teve uma retração de 1,9%; a indústria de calçados, com 6,9% e -1,9%, respectivamente, em 2010 e 2011; e, por fim, a indústria de papel e gráficos que, de um crescimento de 1,4%, passou a uma pequena retração de 0,2%.

O único setor que experimentou um aumento no ritmo de contratações entre os anos de 2010 e 2011 foi a indústria de alimentos e bebidas que, de um crescimento de 2,5% em 2010, pulou para 3,7% no ano seguinte.

Tabela 4 – Empregos formais na Indústria de Transformação do Rio Grande do Sul por subsetor

Subsetor	2007	2009	2010	2011	Crescimento Médio Anual			
					2007-2011	2009	2010	2011
Alimentos e Bebidas	124.029	131.872	135.208	140.209	3,1%	2,2%	2,5%	3,7%
Indústria Calçados	120.345	110.766	118.397	116.173	-0,9%	-3,0%	6,9%	-1,9%
Indústria Mecânica	59.092	64.486	74.209	79.472	7,7%	-0,2%	15,1%	7,1%
Indústria Metalúrgica	65.314	66.403	71.144	76.191	3,9%	-3,3%	7,1%	7,1%
Material de Transporte	43.957	44.623	53.985	58.870	7,6%	-4,8%	21,0%	9,0%
Madeira e Mobiliário	50.655	51.744	55.596	58.223	3,5%	1,4%	7,4%	4,7%
Indústria Química	49.050	48.118	52.538	52.514	1,7%	-0,5%	9,2%	0,0%
Borracha, Fumo, Couros	49.473	47.274	50.018	48.201	-0,6%	2,5%	5,8%	-3,6%
Indústria Têxtil	31.963	33.719	38.251	37.538	4,1%	0,0%	13,4%	-1,9%
Papel e Gráficos	29.148	28.862	29.257	29.184	0,0%	-0,8%	1,4%	-0,2%
Prod. Mineral Não Metálico	14.996	17.910	19.959	21.808	9,8%	6,7%	11,4%	9,3%
Elétrico e Comunicação	16.711	16.950	19.052	19.562	4,0%	-5,7%	12,4%	2,7%
Total	654.733	662.727	717.614	737.945	3,0%	-0,6%	8,3%	2,8%

Fonte de dados brutos: RAIS/IBGE.

O comportamento do emprego nesse período acabou por produzir impactos sobre o salário médio na indústria, que teve crescimento de 8,6%. Apesar da desaceleração do ritmo de contratações entre 2010 e 2011, o salário continuou crescendo fortemente, 10,5% em 2011 e 10,2% em 2012.

Em valores, o salário médio da indústria gaúcha, em 2011, é de R\$ 1.514,00, com três setores pagando mais que a média: Material de Transporte, com R\$ 2.331,00, Indústria Mecânica, com R\$ 2.158,00, e Indústria Química, com R\$ 2.011,00. Os salários médios mais baixos ocorrem na Indústria de Calçados, R\$ 958,00, Indústria Têxtil, R\$ 1.017,00, Produtos Minerais Não Metálicos, R\$ 1.182,00, e Alimentos e Bebidas, R\$ 1.186,00.

Entre 2007 e 2011, quatro setores experimentaram taxa de crescimento anual do salário médio superior à da indústria: Madeira e Mobiliário, com aumento de 10,3%, Produtos Minerais não Metálicos, com 9,3%, Borracha, Fumo e Couros, com 8,8%, e Alimentos e Bebidas, com 8,7%. A menor evolução ocorreu em Material de Transporte, com 7,5%, e Metalúrgica, com 7,2%. Na passagem de 2010 para 2011, alguns setores presenciaram um maior ritmo de aumento de salário, apesar da evolução menos favorável no emprego, como, por exemplo, Produtos Minerais não Metálicos, cujo salário cresceu 8,9% em 2010 e 10,7% em 2011, Indústria Mecânica, com 9,3% e 11,9%, respectivamente, Material de Transporte, com 10,6% e 10,9%, e Borracha, Fumo e Couros, com 8% e 9,9%, respectivamente.

Tabela 5 – Remuneração média na Indústria de Transformação do Rio Grande do Sul por subsetor

Subsetor	2007	2011	Crescimento Médio Anual		
			2007-2011	2010	2011
Material de Transporte	1.745,90	2.331,24	7,5%	10,6%	10,9%
Indústria Mecânica	1.579,10	2.158,64	8,1%	9,3%	11,9%
Indústria Química	1.538,84	2.011,33	6,9%	8,3%	7,8%
Elétrico e Comunicação	1.345,23	1.836,01	8,1%	7,7%	7,4%
Indústria Metalúrgica	1.289,56	1.705,78	7,2%	10,1%	8,0%
Borracha, Fumo, Couros	1.159,30	1.622,08	8,8%	8,0%	9,9%
Papel e Gráficos	1.126,61	1.543,99	8,2%	11,8%	7,1%
Madeira e Mobiliário	840,62	1.245,82	10,3%	12,1%	10,5%
Alimentos e Bebidas	849,87	1.186,78	8,7%	10,1%	9,3%
Prod. Mineral Não Metálico	829,07	1.182,70	9,3%	8,9%	10,7%
Indústria Têxtil	757,15	1.017,44	7,7%	9,6%	9,1%
Indústria Calçados	705,75	958,18	7,9%	8,2%	9,2%
Total	1.087,46	1.514,71	8,6%	10,5%	10,2%

Fonte de dados brutos: RAIS/IBGE.

O volume de investimentos anunciados no Estado entre 2008 e 2012 foi de US\$ 2,329 bilhões. A Tabela 6 aponta a divisão desses investimentos de acordo com os setores, mostrando também a participação no total e os empregos que devem ser gerados.

Em destaque, o setor automotivo, com anúncio da ordem de US\$ 830 milhões e geração de 2.724 empregos. Juntamente com os investimentos anunciados para o setor de Energia Alternativa ou Renovável, de US\$ 360 milhões, no setor de Motores e Turbinas, com US\$ 216 milhões, Software e serviços de TI, com US\$ 157 milhões, e Máquinas Industriais, Equipamentos e Ferramentas, com US\$ 150 milhões, perfazem um total de pouco mais de US\$ 1,7 bilhão, ou seja, pouco mais de 70% do total anunciado.

Por outro lado, a expectativa é de uma geração de cerca de 6 mil postos de trabalho, o que representaria pouco mais de 66% do total. O percentual mais baixo de geração de emprego desses investimentos reflete o menor efeito multiplicador dos mesmos sobre o vetor de empregos, principalmente, para o setor de Energia Alternativa e Renovável e o Automotivo. Por outro lado, os segmentos de Motores e Turbinas e de Software e Serviços de TI possuem um efeito multiplicador maior sobre o emprego.

Tabela 6 – Investimentos anunciados por setor entre 2008 e 2012 no Rio Grande do Sul

Setor	Investimento (US\$ milhões)	Participação	Geração de empregos	Participação
Automotivo	830,4	35,7%	2.724	29,2%
Energia alternativa/renovável	360,4	15,5%	107	1,1%
Motores/turbinas	216,1	9,3%	1.170	12,5%
Software/serviços de TI	157,8	6,8%	1.391	14,9%
Máquinas industriais/ equipamentos/ferramentas	149,8	6,4%	863	9,2%
Produtos químicos	140,4	6,0%	556	6,0%
Alimentos/fumo	106,1	4,6%	529	5,7%
Produtos de madeira	91,0	3,9%	94	1,0%
Transportes	45,4	1,9%	26	0,3%
Componentes eletrônicos	42,9	1,8%	636	6,8%
Imobiliário	38,0	1,6%	763	8,2%
Comunicações	37,4	1,6%	54	0,6%
Plásticos	31,9	1,4%	88	0,9%
Serviços financeiros	29,7	1,3%	72	0,8%
Aero espacial/defesa	28,4	1,2%	114	1,2%
Outros	23,6	1,0%	145	1,6%
Total	2.329,1		9.332	

Fonte de dados brutos: FDI MARKETS.

Por outro lado, alguns anúncios de investimentos menores foram feitos em setores que possuem um efeito multiplicador mais acentuado no emprego, e que são consolidados no PIB do Rio Grande do Sul, como é o caso de Alimentos e Fumo, com US\$ 106 milhões, Produtos de

Madeira, com US\$ 91 milhões, ramo Imobiliário, US\$ 38 milhões, e o setor de Plásticos, US\$ 32 milhões. Também há investimentos anunciados em setores que não são tradicionais no Estado, como é o caso de Componentes Eletrônicos, US\$ 43 milhões, e Aeroespacial e Defesa, US\$ 28 milhões.

Em termos de origem desses investimentos, destaque para os Estados Unidos, responsáveis por metade dos anúncios e dos empregos a serem gerados. A Europa contribui com pouco mais de US\$ 660 milhões, ou seja, pouco mais de 28% do total anunciado. Nesse caso, destaque para Portugal, com US\$ 218 milhões, e Espanha, com US\$ 164 milhões.

Tabela 7 – Investimentos anunciados por país de origem entre 2008 e 2012 no Rio Grande do Sul

País	Investimento (US\$ milhões)	Participação	Geração de empregos	Participação
Estados Unidos	1.164,1	50,0%	4.762	51,0%
Portugal	218,4	9,4%	88	0,9%
Espanha	164,8	7,1%	56	0,6%
Argentina	116,1	5,0%	747	8,0%
Alemanha	110,3	4,7%	319	3,4%
Reino Unido	104,8	4,5%	440	4,7%
Chile	91,0	3,9%	94	1,0%
Índia	90,6	3,9%	972	10,4%
Suíça	71,6	3,1%	434	4,7%
Israel	38,0	1,6%	763	8,2%
Outros	159,5	6,8%	657,0	7,0%
Total	2.329,1		9.332	

Fonte de dados brutos: FDI MARKETS.

Da América Latina, estão programados US\$ 206 milhões, que devem gerar quase 900 empregos. Na região, destaque para os investimentos oriundos da Argentina, com US\$ 116 milhões. Completam a lista, os anúncios de empresas do Chile, com US\$ 91 milhões. Duas outras regiões também estão representadas nesses investimentos: da Ásia, tem-se anúncio da Índia, com investimentos de US\$ 90 milhões e perspectiva de geração de quase 1.000 empregos, e do Oriente Médio, o anúncio de investimento de Israel, com US\$ 38 milhões e perspectiva de 763 empregos. Diversos outros países com participação menor nos investimentos anunciados foram agrupados no item “outros”, e representam US\$ 159 milhões, ou seja, 6,8% do total, percentual próximo ao verificado na geração de empregos.

Nessa seção, é realizada uma análise mais detalhada dos principais produtos exportados pelo Rio Grande do Sul 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 8, estão os grupos de produtos que atendem a esses requisitos no Rio Grande do Sul. O montante de US\$ 14,9 bilhões exportados pelos grupos selecionados representa 77,1% do total das exportações do Estado em 2011.

Em termos de valores exportados, pode-se fazer a avaliação de acordo com a intensidade tecnológica, abrindo a mesma entre produtos primários (PP), Produtos intensivos em recursos naturais (PIRN), Manufaturados intensivos em trabalho (MIT), Manufaturados intensivos em economias de escala (MIEE) e Manufaturados produzidos por fornecedores especializados (MPFE).

No caso dos Produtos Primários, destaque para a soja *in natura*, que, em 2011, teve exportações de US\$ 2,9 bilhões, representando 15,5% do total exportado pelo Estado. Pode-se afirmar que esse produto também é importante para o Brasil, uma vez que, em 2011, representou 18% do total de soja *in natura* exportado pelo País. Além de a soja *in natura* se constituir no mais importante produto quando medido por intensidade tecnológica, também é o mais importante dentre todos os produtos avaliados.

O segundo produto importante dentro de produtos primários, e também o segundo mais importante do Rio Grande do Sul, é o Fumo em folhas, com total de US\$ 1,8 bilhão e participação de 9,5% na pauta. Porém, o destaque maior é quando se avalia a sua participação no total exportado de fumo em folhas pelo País, com participação de 64%.

Por fim, o terceiro mais importante produto exportado no grupo de produtos primários é a Carne de frango *in natura*, com total de US\$ 1,2 bilhão e participação de 6,6% na pauta. Na comparação com os demais produtos, ocupa a quarta posição, ficando atrás das exportações de Resinas e elastômeros. Em relação às exportações de carne de frango *in natura*, pode-se verificar que o Rio Grande do Sul representou, em 2011, 18% do total do país. Os demais itens de produtos primários, com menor representação, são Arroz, Couro, Trigo, Carne de Suíno *in natura* e maçãs frescas.

O segundo grupo de medida são os Produtos Intensivos em Recursos Naturais, onde o destaque são as exportações de Farelo de Soja que, isoladamente, representam 43% do total do grupo e 6,1% das exportações do Rio Grande do Sul. Porém, na avaliação com o total de Farelo de Soja exportado no Brasil, pode-se observar que o Estado ocupa posição de destaque, com 20% do

total. O segundo item mais importante relacionado a intensivos em recursos naturais são os químicos orgânicos, com 3,2% da pauta e 16% do total do Brasil. Já o óleo de soja em bruto, com US\$ 576 milhões, apesar de não ser destaque na pauta do Estado, com apenas 3%, representa quase um terço das exportações desse produto no Brasil. Completam a lista desse grupo as exportações de carne de boi industrializada, carne de frango industrializada e vinhos.

O terceiro grupo por intensidade tecnológica são os Manufaturados Intensivos em Trabalho, em que o destaque é o fato de os produtos desse grupo terem pouca representatividade na pauta do Estado, mas uma grande representatividade no Brasil. O principal produto são as exportações de Calçados, com US\$ 577 milhões e uma participação de 3% do total da pauta. Apesar dessa baixa relação, o Rio Grande do Sul se posiciona como o mais importante Estado exportador do produto no Brasil, representando 44% do total exportado de calçados pelo país em 2011.

O grupo conta com apenas quatro produtos, sendo o segundo mais importante o das exportações de móveis, com US\$ 217 milhões, e representando 1,1% da pauta do Estado. Da mesma forma que o calçado, as exportações de móveis do Rio Grande do Sul têm pouca representatividade no Estado, mas uma grande participação no total do Brasil. Nesse caso, o Estado ficou com 25% das exportações nacionais do produto em 2011. As partes de calçados são o terceiro produto desse grupo, com apenas 0,8% da pauta do Estado, mas 74% do Brasil. Por fim, têm-se as exportações de armas, que foram de apenas US\$ 139 milhões em 2011, uma participação de 0,7% no Estado e 47,5% no Brasil.

A divisão seguinte, que são os manufaturados intensivos em economia de escala, conta com cinco produtos de destaque. Desses, o mais importante consiste nas Resinas e Elastômeros, que tiveram exportações de US\$ 1,3 bilhão no ano de 2011, sendo o terceiro mais importante produto do Estado e representando 6,9% da pauta. O Estado também tem forte presença nas exportações desse produto pelo Brasil, com 43% do total. A seguir, as autopeças, com US\$ 687 milhões e uma participação de 3,5% da pauta. Porém, dada a forte presença de parques industriais em outros estados, as exportações do Rio Grande do Sul são menores relativamente às observadas para o total do Brasil, de apenas 9,7%.

Os três produtos seguintes são Tratores, Reboques e semirreboques e ônibus. A participação desses três produtos nas exportações do Estado é pequena, mas, relativamente ao verificado no Brasil, é significativa. Por exemplo, no caso dos tratores, o Estado representou, em 2011, 24% do total exportado pelo Brasil. Já as exportações de ônibus foram de 39% do Brasil, e para Reboques e Semirreboques, chega a 86%.

Por fim, tem-se o grupo de Manufaturados Produzidos por Fornecedores Especializados, que contém dois produtos, com pequena representação na pauta do Estado, apenas 2,2%. Nesse caso, destaque para as exportações de máquinas e aparelhos de uso agrícola, com exportações de US\$ 354 milhões, valor que coloca o Estado com uma participação de 42% do Brasil. Já o segundo produto, as máquinas e aparelhos de elevação de carga, teve valor pequeno, de apenas US\$ 76 milhões, com apenas 0,4% da pauta do Estado e 20% do total do Brasil.

Tabela 8 – Participação dos grupos de produtos selecionados nas pautas do Rio Grande do Sul e Brasil em 2011

Grupo de Produtos	Intensidade Tecnológica	Exportações do Subgrupo em 2011 (US\$ 1.000)	Participação do Subgrupo na Pauta do RS	Participação do Subgrupo do RS no Subgrupo do Brasil
Soja <i>in natura</i>	PP	2.961.372	15,2%	18,1%
Farelo de soja	PIRN	1.178.014	6,1%	20,7%
Óleo de soja em bruto	PIRN	576.074	3,0%	31,0%
Fumo em folhas	PP	1.852.354	9,5%	64,4%
Carne de frango <i>in natura</i>	PP	1.278.528	6,6%	18,1%
Carne de frango industrializada	PIRN	106.590	0,6%	19,1%
Arroz	PP	570.257	2,9%	93,1%
Couro	PP	492.220	2,5%	24,1%
Trigo	PP	453.648	2,3%	64,8%
Carne de suíno <i>in natura</i>	PP	439.760	2,3%	34,2%
Maçãs frescas	PP	31.067	0,2%	86,2%
Químicos orgânicos	PIRN	617.024	3,2%	16,7%
Carne de boi industrializada	PIRN	227.741	1,2%	28,3%
Vinhos	PIRN	4.330	0,0%	33,9%
Calçados	MIT	577.310	3,0%	44,5%
Partes de calçados	MIT	150.127	0,8%	74,1%
Móveis	MIT	217.084	1,1%	25,8%
Armas	MIT	139.062	0,7%	47,5%
Resinas e elastômeros	MIEE	1.347.108	6,9%	43,2%
Autopeças	MIEE	687.669	3,5%	9,7%
Tratores	MIEE	345.354	1,8%	24,1%
Reboques e semi-reboques	MIEE	211.406	1,1%	86,1%
Ônibus	MIEE	86.431	0,4%	39,3%
Máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator	MPFE	354.060	1,8%	42,2%
Máquinas e apars.de elevação de carga, descarga	MPFE	76.122	0,4%	20,5%
Total subgrupos selecionados		14.980.713	77,1%	25,2%

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.

Nas próximas páginas são apresentados os mercados internacionais que oferecem oportunidades para os principais produtos exportados pelo Rio Grande do Sul. Primeiramente, são comentados os países e regiões nos quais foram verificadas exportações do Rio Grande do Sul em 2011, bem como o porte das empresas com acesso a mercados selecionados. Na sequência, são mostrados os países com oportunidades para empresas do Estado, conforme a metodologia descrita no Anexo 1.

O principal produto exportado pelo Rio Grande do Sul é a soja *in natura*, destinada para quatro continentes. Porém, dos US\$ 2,9 bilhões embarcados em 2011, quase a totalidade, 93%, foi exportada para a Ásia e Oceania. A China é isoladamente o principal país a comprar soja do Estado. Foram US\$ 2,7 bilhões, quase que exclusivamente de empresas de porte grande.

Os três países seguintes em importância na exportação de soja para a Ásia também são os três maiores dentre todos os demais. Para Taiwan, foram exportados US\$ 196 milhões, para a Tailândia, US\$ 99 milhões, e para o Vietnã, US\$ 84 milhões. Em todos eles, as exportações também foram feitas quase que exclusivamente por grandes empresas. Ainda na região, três outros países compram soja do Rio Grande do Sul. Para a Coreia do Sul, foram exportados US\$ 32 milhões, para a Indonésia US\$ 5,8 milhões e para o Japão US\$ 2,6 milhões.

A segunda região em importância para as exportações de soja *in natura*, mas, com uma participação bem menor, é a Europa e Leste Europeu, que comprou US\$ 145 milhões em 2011, o que representou 4,9% do total. Cerca de 99% dessas exportações foram feitas por empresas de grande porte. À exceção da Alemanha, onde há uma pequena parcela de exportações feitas por empresas de porte médio (3,8%), todos os demais países da região são atendidos por empresas de grande porte.

O maior comprador na região, com importação de US\$ 51 milhões, é a Espanha. França, Alemanha e Itália são outros dois grandes compradores de soja *in natura*. Em menor magnitude tem-se a Turquia, o Reino Unido e a Rússia.

As duas outras regiões que compraram soja do Rio Grande do Sul foram África e Oriente Médio e as Américas. No caso da primeira, atendida exclusivamente por empresas de porte grande, as exportações totais somaram US\$ 33 milhões, o que representou uma participação de apenas 1,1% sobre o total exportado pelo Rio Grande do Sul. Na região, o principal importador foi o Irã, com US\$ 26 milhões, seguido da Arábia Saudita, com apenas US\$ 7 milhões. Por fim, para as Américas foram destinados apenas US\$ 15 milhões, com uma participação de apenas 0,5% sobre o total. À exceção da Argentina, atendida exclusivamente por empresas de pequeno porte, todos os demais países das Américas são atendidos por empresas de porte grande. O maior comprador foi Cuba, com US\$ 13 milhões e, a seguir, os demais países do MERCOSUL. O principal foi o Paraguai, com US\$ 2,2 milhões, mas, para o Uruguai e a Argentina, as exportações foram muito pequenas, de US\$ 22 mil e US\$ 307.

Tabela 9 - Exportações do Rio Grande do Sul de soja *in natura* em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	33.626.548	1,1%		-	-	-	100,0%
Irã	26.550.298		79,0%	-	-	-	100,0%
Arábia Saudita	7.076.250		21,0%	-	-	-	100,0%
Américas	15.368.994	0,5%		-	0,0%	-	100,0%
Cuba	13.080.027		85,1%	-	-	-	100,0%
Paraguai	2.266.180		14,7%	-	-	-	100,0%
Uruguai	22.480		0,1%	-	-	-	100,0%
Argentina	307		0,0%	-	100,0%	-	-
Ásia e Oceania	2.766.684.835	93,4%		-	0,0%	1,0%	99,0%
China	2.346.011.141		84,8%	-	0,0%	1,1%	98,9%
Taiwan (Formosa)	196.013.599		7,1%	-	-	0,3%	99,7%
Tailândia	99.346.625		3,6%	-	-	-	100,0%
Vietnã	84.647.426		3,1%	-	-	2,8%	97,2%
Coreia do Sul	32.098.930		1,2%	-	-	-	100,0%
Indonésia	5.878.200		0,2%	-	-	-	100,0%
Japão	2.688.914		0,1%	-	-	-	100,0%
Europa e Leste Europeu	145.691.870	4,9%		-	-	0,7%	99,3%
Espanha	51.038.920		35,0%	-	-	-	100,0%
França	38.234.337		26,2%	-	-	-	100,0%
Alemanha	26.638.528		18,3%	-	-	3,8%	96,2%
Itália	18.870.528		13,0%	-	-	-	100,0%
Turquia	5.473.331		3,8%	-	-	-	100,0%
Reino Unido	4.472.151		3,1%	-	-	-	100,0%
Rússia	964.075		0,7%	-	-	-	100,0%
Total Geral	2.961.372.247			-	0,0%	1,0%	99,0%

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

Diversos países apresentam oportunidades para as exportações de soja *in natura*. No grupo de alto destaque, há 12 que possuem importações do produto que vão de US\$ 29 bilhões, como na China, até US\$ 437 milhões, no Reino Unido. O grupo intermediário é composto por Japão, com importações de US\$ 1,8 bilhão, Espanha e Alemanha, US\$ 1,7 bilhão cada, Indonésia, US\$ 1,2 bilhão, e Tailândia, US\$ 1,1 bilhão. Com alta importação, tem-se apenas França, com valor de US\$ 365 milhões e Arábia Saudita com US\$ 290 milhões.

Em termos de crescimento médio entre 2006 e 2011, há a Rússia, com 235% de expansão no período, e o Vietnã com 110%, que são considerados muito dinâmicos. Dentre os intermediários, destaques para a China, com expansão de 31%, e a Indonésia, com 33%. A seguir, há os países cuja taxa de crescimento foi menor, mas que mesmo assim podem ser considerados intermediários, como Espanha, Tailândia, Turquia e França.

As oportunidades se abrem, em todos os países apontados, para empresas de porte médio e grande, mas, no caso de China, Japão e Coreia do Sul, também é possível ver oportunidades para empresas de porte pequeno e micro. No geral, a tarifa média é zerada, com exceções em alguns países com tarifas baixas, e outros com elevadas tarifas, como é o caso da Coreia do Sul, com 653%, Tailândia, com 20%, e Vietnã, com 7,5%.

Porém, mesmo nesses países onde a tarifa é elevada, o Brasil se faz presente e, em alguns casos, com participação elevada, como na Espanha, onde tem participação de 63% das importações de soja feitas pelo país, na Tailândia, onde domina 62%, no Vietnã e Reino Unido, com 53%, e na Alemanha, com 47%. Em dois mercados o Brasil tem participação quase nula: Itália, com 1,5%, e Indonésia, 0,6%.

Tabela 10 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de soja *in natura*

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente			
					RS	BR	País	Part. 2011		
China	29.726.067	AD	31,7%	I	M-P-M-G	2,4%	7,9%	39,7%	Estados Unidos	42,3%
Japão	1.812.431	AD	7,2%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	16,3%	Estados Unidos	65,6%
Espanha	1.758.524	AD	25,9%	I	M-G	0,0%	2,9%	65,3%	Estados Unidos	16,7%
Alemanha	1.719.743	AD	12,7%	BD	M-G	0,0%	1,5%	47,2%	Estados Unidos	16,3%
Indonésia	1.245.963	AD	33,0%	I	M-G	0,0%	0,5%	0,6%	Estados Unidos	85,0%
Tailândia	1.125.776	AD	24,5%	I	M-G	20,5%	8,8%	62,6%	Estados Unidos	23,7%
Turquia	687.498	AD	21,0%	I	M-G	4,0%	0,8%	24,6%	Paraguai	27,8%
Coreia do Sul	676.317	AD	16,0%	BD	M-P-M-G	653,3%	4,7%	32,0%	Estados Unidos	47,8%
Itália	646.698	AD	9,7%	BD	M-G	0,0%	2,9%	1,5%	Paraguai	35,3%
Rússia	495.172	AD	235,9%	MD	M-G	0,0%	0,2%	34,4%	Paraguai	56,6%
Vietnã	483.520	AD	110,8%	MD	M-G	7,5%	17,5%	53,4%	Estados Unidos	25,4%
Reino Unido	437.967	AD	14,8%	BD	M-G	0,0%	1,0%	53,2%	Estados Unidos	29,2%
França	365.649	A	29,0%	I	M-G	0,0%	10,5%	19,1%	Estados Unidos	33,4%
Arábia Saudita	290.803	A	283,0%	MD	M-G	0,0%	2,4%	56,2%	Estados Unidos	29,9%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Nesse caso, a presença do Rio Grande do Sul oscila muito, indo dos 17% das importações do Vietnã até a quase ausência, no caso de Japão, Espanha, Alemanha, Turquia, Rússia, Reino Unido e Arábia Saudita. Há apenas dois concorrentes que podem ser citados nesses mercados. O principal é os Estados Unidos, que chega a dominar 85% das importações de soja em grão na Indonésia, 65% no Japão e 42% na China. O segundo maior concorrente é o Paraguai, que chega a representar 56% da soja importada pela Rússia, 35% do mercado da Itália e 27% do total da soja importada pela Turquia.

O Farelo de Soja é o produto mais importante na categoria de Intensivos em Recursos Naturais, com US\$ 1,1 bilhão. São dois tipos de produtos: o primeiro, e que representa 99,9% desse total, são os Bagaços e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja. O segundo produto são as Farinhas e Pellets da extração do óleo de soja.

O Farelo de Soja é exportado para quatro regiões, sendo uma atividade muito concentrada em empresas de porte grande, que representam mais de 99% das exportações totais. As empresas médias ficam com apenas 0,9%. A região mais importante e com mais de dois terços de todas as importações do produto é a Europa e Leste Europeu. E essa também é a única região onde é possível ver essa exportação sendo um pouco mais exercida por empresas de porte médio, como na França e na Holanda.

Os dois principais importadores, a Espanha e a França, respondem por pouco mais de 44% do total da região; o primeiro com US\$ 179 milhões, e o segundo com US\$ 176 milhões. Destaca-se que esses também são os dois países que mais importam farelo de soja do Estado dentre todos os parceiros comerciais. Os dois seguintes da lista, a Eslovênia, com US\$ 163 milhões, e a Holanda, com US\$ 125 milhões, também são os classificados como o terceiro e o quarto mais importantes. Portanto, a região tem, em seus quatro primeiros importadores, os quatro países que mais compram dentre todos. Os cinco países seguintes da região, Alemanha, Itália, Romênia, Bélgica e Portugal importam entre US\$ 30 milhões e US\$ 18 milhões. Além desses, há outros com importações menores e que foram agregados em "outros". No total, esses representam apenas 2,9% das importações da região.

A segunda região de destaque é a Ásia e Oceania, que participa com 22% do total importado de Farelo de Soja do Rio Grande do Sul. Essas exportações são feitas quase que exclusivamente por empresas de grande porte, ocorrendo apenas uma pequena participação das empresas de porte médio, 1,1%, na Coreia do Sul.

O maior importador é o Vietnã, com US\$ 88 milhões, considerado o quinto maior mercado para Farelo de Soja do Estado. Os três países seguintes, a Indonésia, com US\$ 66 milhões, a Tailândia, com US\$ 64 milhões, e a Coreia do Sul, com US\$ 33 milhões, são os que importam mais de US\$ 30 milhões. Os demais países da região, como Japão, com US\$ 7,9 milhões, e China, com US\$ 6,6 milhões, completam a lista. Registram-se, também, as exportações para Nova Zelândia, mas de apenas US\$ 19 mil.

A terceira região mais importante para as exportações de Farelo de Soja do Estado são as Américas, que absorve 10% do total. Aqui, tal como verificado em outras regiões, a predominância

é de empresas de porte grande, mas, quando se consideram exportações feitas em um valor muito pequeno para cada país, é possível notar uma maior participação das empresas de porte micro.

O maior comprador do produto nessa região é Cuba, com quase 72% do total. Juntamente com o segundo maior, o Peru, que importa 19,6% do total, completam pouco mais de 91%. A seguir, com menor participação, tem-se o Equador, em um valor total de US\$ 9,1 milhões. Todos os demais países com importações pequenas foram agregados em “outros”, totalizando US\$ 779 mil.

A última região de destaque, mas, com participação muito pequena no total, de apenas 0,6%, é a África e Oriente Médio. Essas exportações são feitas exclusivamente por empresas de porte grande, e também para apenas um país, a Arábia Saudita.

Tabela 11 - Exportações do Rio Grande do Sul de farelo de soja em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	7.131.589	0,6%		-	-	-	100,0%
Arábia Saudita	7.131.589		100%	-	-	-	100,0%
Américas	117.469.709	10,0%		0,1%	-	-	99,9%
Cuba	84.486.004		71,9%	-	-	-	100,0%
Peru	23.043.304		19,6%	-	-	-	100,0%
Equador	9.160.925		7,8%	-	-	-	100,0%
Outros	779.476		0,7%	10,8%	0,0%	0,0%	89,2%
Ásia e Oceania	267.684.960	22,7%		-	-	0,1%	99,9%
Vietnã	88.716.114		33,1%	-	-	-	100,0%
Indonésia	66.585.372		24,9%	-	-	-	100,0%
Tailândia	64.002.489		23,9%	-	-	-	100,0%
Coreia do Sul	33.766.104		12,6%	-	-	1,1%	98,9%
Japão	7.969.516		3,0%	-	-	-	100,0%
China	6.625.725		2,5%	-	-	-	100,0%
Nova Zelândia	19.640		0,0%	-	-	-	100,0%
Europa e Leste Europeu	785.727.311	66,7%		0,0%	0,0%	1,2%	98,7%
Espanha	179.743.143		22,9%	-	-	0,2%	99,8%
França	176.796.165		22,5%	-	0,2%	3,4%	96,4%
Eslovênia	163.670.931		20,8%	-	-	0,0%	100,0%
Países Baixos (Holanda)	125.310.028		15,9%	-	-	2,6%	97,4%
Alemanha	30.898.863		3,9%	-	-	-	100,0%
Itália	26.455.055		3,4%	0,0%	-	-	100,0%
Romênia	22.729.636		2,9%	-	-	-	100,0%
Bélgica	19.347.567		2,5%	-	-	-	100,0%
Portugal	18.074.868		2,3%	-	-	-	100,0%
Outros	22.701.055		2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total Geral	1.178.013.569	100%		0,0%	0,0%	0,9%	99,1%

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

Diversos países foram apontados como oportunidades para as exportações de Farelo de Soja, sendo que seis já importam mais de US\$ 1 bilhão do produto. Nesses mercados, há dois importantes concorrentes que figuram praticamente em todos eles, a Argentina e os Estados Unidos. Isso só não é verificado com a presença da Bélgica no mercado importador da França, da Holanda na Alemanha, da Índia no Japão e do Paraguai no Peru.

Um ponto interessante é que, nesses mercados, apenas quatro países praticam uma tarifa média elevada, enquanto todos os demais ou tem a mesma zerada ou, como no caso da Coreia do Sul, bem baixa, de apenas 1,8%. A maior tarifa é praticada no Equador, onde chega a 12%, seguida da Colômbia, com 7,7%, Tailândia, com 6%, e Irã, com 4%.

No caso das oportunidades por porte, pode-se verificar que as médias e grandes empresas estão assinaladas em todos os mercados. Porém, as micro e pequenas também figuram com oportunidades em alguns países, em especial na Europa, como nos dois maiores importadores do produto, França e Alemanha, e também na Itália e Reino Unido. Os três mercados para micro e pequenas empresas estão na América Latina, Colômbia, Peru e Equador.

Como salientado, os dois maiores importadores de Farelo de Soja estão na Europa. A França, com US\$ 1,4 bilhão, tem uma taxa de crescimento médio de 9% entre 2006 e 2011, sendo considerado um mercado com baixo dinamismo. A presença do Brasil nesse mercado é significativa, o mesmo para o Rio Grande do Sul. Em seguida, com importações também de US\$ 1,4 bilhão, está a Alemanha, porém, é um mercado que apresenta taxa de crescimento mais elevada que a da França, de 15% em média, sendo classificado como intermediário. Metade das importações é atendida pelo Brasil, e o principal concorrente é a Holanda. O Rio Grande do Sul tem pequena presença nesse mercado.

Os quatro maiores mercados na sequência estão na Ásia. Na Indonésia, com importações de US\$ 1,3 bilhão e crescimento médio de 21%, considerado dinâmico, o Brasil tem presença mais tímida e o maior concorrente é a Argentina. Essa também figura como principal concorrente no mercado da Tailândia, que tem importações de US\$ 1 bilhão e crescimento de 16%, considerado intermediário. Porém, nesse mercado, o Brasil já tem maior presença, apesar do Rio Grande do Sul ter pouca representatividade.

O Japão, com importações de US\$ 1 bilhão, também tem um desempenho intermediário das importações, com taxa de 19%. O maior concorrente é a Índia, que domina mais de 50% desse mercado onde o Brasil tem pouca penetração. Por fim, o quarto país da Ásia em importância é o Vietnã, com importações totais de US\$ 1 bilhão e um mercado considerado dinâmico, uma vez

que essas importações crescem 25% em média. Novamente a Argentina figura como maior concorrente.

A seguir, há três outros países da Europa que são considerados importantes importadores de Farelo de Soja e com valores próximos: Itália (US\$ 996 milhões), Reino Unido (US\$ 816 milhões) e Polônia (US\$ 810 milhões). Todos os três apresentam desempenho histórico que pode ser considerado intermediário, e também são próximos, 12%, 12% e 11%, respectivamente. Além disso, os três possuem tarifa média de importação de 0% e têm como maior concorrente do Brasil a Argentina. Por fim, a participação do Brasil nesses três mercados também é similar, de 11%, 14% e 9,8%, respectivamente.

A lista de países considerados de alto destaque é completada com a Coreia do Sul, que tem importações de US\$ 652 milhões, e o Irã, com US\$ 583 milhões. Enquanto que o primeiro teve desempenho, entre 2006 e 2011, considerado intermediário, de 10%, o segundo é muito dinâmico, com taxa de 39%, em média. Também em ambos o maior concorrente é a Argentina.

Tabela 12 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de farelo de soja

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
	RS	BR	RS	BR			País	Part. 2011		
França	1.454.283	AD	9,0%	BD	M-P-M-G	0,0%	12,2%	66,6%	Bélgica	9,3%
Alemanha	1.445.334	AD	15,4%	I	M-P-M-G	0,0%	2,1%	50,4%	Países Baixos (Holanda)	26,1%
Indonésia	1.321.038	AD	21,8%	D	M-G	0,0%	5,0%	10,0%	Argentina	78,0%
Tailândia	1.095.655	AD	16,4%	I	M-G	6,0%	5,8%	57,9%	Argentina	30,7%
Japão	1.073.687	AD	19,3%	I	M-G	0,0%	0,7%	8,3%	Índia	56,8%
Vietnã	1.035.972	AD	25,1%	D	M-G	0,0%	8,6%	12,8%	Argentina	47,7%
Itália	996.281	AD	12,5%	I	M-P-M-G	0,0%	2,7%	11,2%	Argentina	77,1%
Reino Unido	816.986	AD	12,6%	I	M-P-M-G	0,0%	0,4%	14,7%	Argentina	59,6%
Polônia	810.014	AD	11,9%	I	M-G	0,0%	0,4%	9,8%	Argentina	77,6%
Coreia do Sul	652.922	AD	10,7%	I	M-G	1,8%	5,2%	47,2%	Argentina	28,8%
Irã	583.507	AD	39,6%	MD	M-G	4,0%		26,7%	Argentina	63,3%
Colômbia	428.347	A	20,6%	I	M-P-M-G	7,7%	0,0%	13,6%	Argentina	67,3%
Peru	412.707	A	18,0%	I	M-P-M-G	0,0%	5,6%	9,8%	Paraguai	39,8%
Equador	253.148	A	23,0%	D	M-P-M-G	12,0%	3,6%	9,0%	Estados Unidos	42,2%
Romênia	195.233	A	55,2%	MD	M-G	0,0%	11,6%	74,4%	Argentina	18,7%
Arábia Saudita	175.856	A	11,7%	I	M-G	0,0%	4,1%	17,5%	Argentina	67,1%
Cuba	122.452	MA	31,7%	D	M-G	0,0%	69,0%	91,9%	Estados Unidos	8,1%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Além do Irã, o único país onde as importações também são consideradas muito dinâmicas é a Romênia, com crescimento de 55%, tendo um mercado importador de US\$ 195 milhões,

classificado como alto. Dentre os países com esse nível de importação, destaque para a Colômbia, com US\$ 428 milhões e desempenho intermediário, e o Peru, com US\$ 412 milhões e também desempenho intermediário. O Equador, com importações de US\$ 253 milhões, é o único com crescimento dinâmico nesse grupo, mas o Brasil tem pequena participação no mercado. Cuba é o único país classificado como médio-alto em termos de magnitude de importações, mas elas crescem em 31% e tornam o país dinâmico, com a vantagem de ter tarifa média de importação de 0%. Nesse, o Brasil e o Rio Grande do Sul já possuem presença importante, sendo os Estados Unidos o segundo maior exportador para aquele país.

ÓLEO DE SOJA EM BRUTO

Ainda dentro do grupo de produtos Intensivos em Recursos Naturais, pode-se destacar as exportações de Óleo de Soja em Bruto, que totalizaram US\$ 576 milhões no ano de 2011, e são feitas quase exclusivamente por empresas de grande porte. Uma parcela menor, de apenas 0,8%, é exportada por empresas de porte médio, e as pequenas empresas representam apenas 0,1%.

Em apenas três países é possível notar uma mudança significativa nessa distribuição, e que afeta mais as empresas médias. Nesse caso, destaque para as exportações feitas para Moçambique, com participação de 53% das empresas de porte médio. A seguir, para o Paquistão, onde as empresas de porte médio respondem por 3,5% do total, e para os Emirados Árabes Unidos, onde essas empresas participam com 1,5%.

Em termos de região, pode-se destacar a Ásia e Oceania, que comprou 50% de todo o óleo de soja vendido pelo Rio Grande do Sul em 2011, totalizando US\$ 292 milhões. Nessa região, o maior importador é a China, com US\$ 196 milhões, ou seja, 67% do total. Esse país também é, disparado, o maior importador de Óleo de Soja dentre todos os demais países que compraram o produto do Rio Grande do Sul em 2011.

O segundo país mais importante na Ásia para esse produto, e que pode ser considerado o quarto no agregado, é Bangladesh, com importações totais de US\$ 42 milhões. Assim, apenas esses dois países concentram 81% das exportações de óleo de soja do Rio Grande do Sul para a Ásia e Oceania. Outros três países completam a lista, mas com menor participação, como é o caso da Índia, com 8%, e Paquistão e Malásia com 5,2% cada.

A segunda região em importância é a África e Oriente Médio, com importações do Rio Grande do Sul da ordem de US\$ 189 milhões e participação de 33% no total. O principal país, Egito, também é o segundo maior importador do Estado desse produto, com US\$ 78 milhões. A seguir, na região, há quatro outros países com importações acima de US\$ 10 milhões. Para o Irã,

foram destinados US\$ 28 milhões; para a Tunísia, outros US\$ 21 milhões; os Emirados Árabes Unidos importaram US\$ 19 milhões; e o Marrocos, US\$ 12 milhões. No total, esses cinco países responderam por pouco mais de 84% do total exportado para a região. Outros seis países completam essa lista, com destaque para o Senegal, com US\$ 8,9 milhões.

A terceira região de destaque é a Europa e Leste Europeu, com importações do produto da ordem de US\$ 83 milhões e 14% do total. A França fica com 78% de tudo o que é embarcado para a região, e com importações de US\$ 65 milhões se configura como o terceiro maior país importador do Rio Grande do Sul de óleo de soja em bruto. Dois outros países completam a lista, a Espanha, com importações de US\$ 11 milhões, e Portugal, com US\$ 6,9 milhões. Por fim, a última região de avaliação são as Américas, com pequena participação de 1,8% sobre o total, sendo que Cuba absorve 84%, ficando o restante para o Uruguai.

Tabela 13 - Exportações do Rio Grande do Sul de óleo de soja em bruto em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	189.988.182	33,0%		-	0,1%	2,0%	97,9%
Egito	78.632.603		41,4%	-	0,3%	-	99,7%
Irã	28.543.706		15,0%	-	-	-	100,0%
Tunísia	21.832.370		11,5%	-	-	-	100,0%
Emirados Árabes Unidos	19.698.000		10,4%	-	-	1,5%	98,5%
Marrocos	12.079.000		6,4%	-	-	-	100,0%
Senegal	8.937.745		4,7%	-	-	-	100,0%
Argélia	6.739.300		3,5%	-	-	-	100,0%
Moçambique	6.550.868		3,4%	-	-	53,5%	46,5%
Maurício	3.021.112		1,6%	-	-	-	100,0%
África do Sul	2.167.743		1,1%	-	-	-	100,0%
Omã	1.785.735		0,9%	-	-	-	100,0%
Américas	10.301.595	1,8%		-	-	-	100,0%
Cuba	8.649.255		84,0%	-	-	-	100,0%
Uruguai	1.652.340		16,0%	-	-	-	100,0%
Ásia e Oceania	292.378.273	50,8%		0,0%	0,1%	0,3%	99,6%
China	196.151.843		67,1%	-	0,1%	-	99,9%
Bangladesh	42.159.332		14,4%	-	-	0,8%	99,2%
Índia	23.500.150		8,0%	-	-	-	100,0%
Paquistão	15.344.148		5,2%	-	-	3,5%	96,5%
Malásia	15.222.800		5,2%	0,4%	-	-	99,6%
Europa e Leste Europeu	83.405.454	14,5%		-	-	-	100,0%
França	65.424.617		78,4%	-	-	-	100,0%
Espanha	11.026.719		13,2%	-	-	-	100,0%
Portugal	6.954.118		8,3%	-	-	-	100,0%
Total Geral	576.073.504	100%		0,0%	0,1%	0,8%	99,1%

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

Apenas dez países foram apontados com oportunidades para exportação de óleo de soja em bruto. Desses, sete são de alto destaque e com maior posição na Ásia, onde os dois maiores, China e Índia, possuem importações acima de US\$ 1 bilhão. No primeiro, as importações foram de US\$ 1,3 bilhão em 2011, ao passo que no segundo, de US\$ 1,2 bilhão.

Tabela 14 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de óleo de soja em bruto

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	AD	Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
China	1.321.898	AD	10,6%	BD	M-P-M-G	9,0%	14,8%	44,8%	Argentina	35,6%
Índia	1.206.210	AD	8,6%	BD	M-P-M-G	0,0%	1,9%	14,1%	Argentina	77,0%
Irã	784.084	AD	112,1%	MD	M-G	4,0%	3,6%	1,2%	Emirados Árabes Unidos	59,4%
Bangladesh	555.571	AD	37,9%	D	M-P-M-G	5,0%	7,6%	23,3%	Argentina	72,8%
Peru	388.054	AD	20,4%	I	M-P-M-G	0,0%			Argentina	87,7%
Coreia do Sul	379.386	AD	22,9%	I	M-P-M-G	5,4%		3,5%	Argentina	80,0%
França	328.588	AD	57,7%	MD	M-G	1,5%	19,9%	27,2%	Argentina	52,4%
Itália	199.652	A	17,7%	I	M-G	1,5%		21,5%	Argentina	28,5%
Espanha	110.692	A	41,2%	D	M-G	1,5%	10,0%	23,5%	Argentina	51,3%
Vietnã	93.008	A	23,1%	I	M-P-M-G	5,0%		3,6%	Argentina	63,2%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Alguns pontos em comum entre esses dois mercados podem ser vistos, como, por exemplo, o fato de terem um crescimento das importações considerado de baixo dinamismo, média de 10% para a China e de 8,6% para a Índia, de oferecerem oportunidades para empresas de todos os portes, e terem a Argentina como um importante concorrente. Por outro lado, enquanto a China impõe uma tarifa média de 9%, a Índia coloca em 0%. O Brasil e o Rio Grande do Sul participam dos dois mercados, mas com destaque na China, onde representam 44% das importações do produto.

A seguir está o Irã, com importações de US\$ 784 milhões e um mercado que cresce a uma taxa média de 112%, valor que classifica o mesmo como muito dinâmico. Porém, o Brasil tem uma participação muito pequena nesse mercado, onde o maior concorrente é os Emirados Árabes Unidos, com 59% do total. O país pratica uma tarifa média não tão elevada, de apenas 4%, e cria oportunidades apenas para empresas médias e grandes. A similaridade com a França, outro importante importador do produto e com um mercado classificado como muito dinâmico, também ocorre com o fato de a França abrir oportunidades de exportação para empresas médias

e grandes e ter uma tarifa pequena, de 1,5%. Porém, o maior concorrente é a Argentina, e o Brasil tem uma participação mais significativa.

A Argentina também é o principal concorrente em diversos outros mercados apontados como oportunidades. No caso do Peru, com importações de US\$ 388 milhões e um mercado para todos os portes de empresas, o Brasil está ausente e a Argentina domina 87% das importações do país que tem uma tarifa de 0% e um mercado que cresce 20% em média.

A Coreia do Sul completa a lista dos países considerados alto destaque, com importações de US\$ 379 milhões e crescendo em média 22%, com oportunidades para empresas de todo porte, mas praticando uma alíquota de 5,4% para importações.

Na avaliação dos três países considerados como alto na magnitude de importações, a Espanha se apresenta como um mercado dinâmico, uma vez que suas importações crescem 41%. Itália e Vietnã têm taxas menores, de 17% e 23%, respectivamente. Por outro lado, os dois países europeus nesse grupo geram oportunidades apenas para empresas de porte médio e grande, ao passo que, para o Vietnã, é possível ver oportunidades para empresas de todo porte. Os dois países Europeus praticam alíquotas médias de 1,5%, menores do que a do Vietnã, de 5%, onde a participação do Brasil é bem pequena. Já na Itália, com 21% do mercado de importação, e na Espanha, com 23%, a presença do Brasil é maior, e, como salientado anteriormente, enfrenta a concorrência da Argentina.

FUMO EM FOLHAS

O segundo produto mais importante exportado pelo Rio Grande do Sul é o fumo em folhas, com US\$ 1,8 bilhão no ano de 2011. Nesse grupo, estão oito diferentes tipos de produtos, mas o destaque é o fumo não manufaturado, com folhas secas do tipo Virginia, com exportações de US\$ 1,48 bilhão. O segundo mais importante é o do tipo Burley, com US\$ 241 milhões. Os demais têm participação menor.

As exportações do produto vão para vários países em quatro regiões, com destaque para a Europa e Leste Europeu, que absorve 44,9% do total exportado. No geral, as exportações de fumo em folhas são feitas quase totalmente por empresas de grande porte. Apenas 1,9% desse total é feito por empresas de médio porte, e 0,2% por empresas de porte pequeno.

Apesar de quatro países na Europa e Leste Europeu concentrarem as importações de fumo em folhas do Rio Grande do Sul, vale destacar que esse é um mercado bem diversificado, com a presença de vários países. O principal é a Bélgica, com US\$ 258 milhões e participação de 31% na região. As exportações feitas para os três países seguintes variam muito pouco. O segundo maior,

a Rússia, compra US\$ 98 milhões, o terceiro, a Alemanha, importa US\$ 96,9 milhões e a Holanda US\$ 94,6 milhões. No total, esses quatro países representam pouco mais de 65% do total de fumo que a Europa e Leste Europeu importam do Rio Grande do Sul.

Tabela 15 - Exportações do Rio Grande do Sul de fumo em folhas em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	129.659.574	7,0%		-	-	1,5%	98,5%
Egito	26.960.907		20,8%	-	-	2,2%	97,8%
Irã	21.806.817		16,8%	-	-	3,2%	96,8%
Emirados Árabes Unidos	18.011.446		13,9%	-	-	0,3%	99,7%
África do Sul	16.835.103		13,0%	-	-	3,5%	96,5%
Outros	46.045.301		35,5%	0,0%	0,0%	0,2%	99,8%
Américas	291.544.063	15,7%		0,1%	0,3%	4,5%	95,1%
Estados Unidos	191.901.380		65,8%	0,0%	-	0,2%	99,8%
Paraguai	67.157.017		23,0%	0,3%	1,3%	18,9%	79,4%
Outros	32.485.666		11,1%	0,0%	0,0%	0,2%	99,8%
Ásia e Oceania	599.753.446	32,4%		-	0,2%	1,8%	97,9%
China	339.858.858		56,7%	-	-	-	100,0%
Indonésia	91.066.623		15,2%	-	1,0%	3,1%	95,9%
Filipinas	48.636.876		8,1%	-	0,9%	5,2%	93,9%
Coreia do Sul	30.002.792		5,0%	-	-	-	100,0%
Vietnã	26.495.476		4,4%	-	-	8,3%	91,7%
Hong Kong	15.095.298		2,5%	-	-	4,9%	95,1%
Malásia	12.141.962		2,0%	-	-	5,4%	94,6%
Outros	36.455.561		6,1%	0,0%	0,0%	5,5%	94,5%
Europa e Leste Europeu	831.397.260	44,9%		-	0,1%	1,2%	98,7%
Bélgica	258.760.657		31,1%	-	0,1%	-	99,9%
Rússia	98.034.707		11,8%	-	0,3%	2,1%	97,6%
Alemanha	96.928.723		11,7%	-	-	2,5%	97,5%
Países Baixos (Holanda)	94.612.668		11,4%	-	0,6%	3,1%	96,3%
Polônia	46.035.825		5,5%	-	-	-	100,0%
França	30.088.212		3,6%	-	-	-	100,0%
Reino Unido	28.551.112		3,4%	-	-	-	100,0%
Ucrânia	27.585.427		3,3%	-	-	-	100,0%
Turquia	24.909.998		3,0%	-	-	-	100,0%
Bulgária	23.033.118		2,8%	-	-	8,7%	91,3%
Outros	102.856.813		12,4%	0,0%	0,1%	0,2%	99,7%
Total Geral	1.852.354.343	100%		0,0%	0,2%	1,9%	97,9%

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

Algumas diferenças podem ser observadas em termos de porte. Enquanto a Bélgica é atendida quase exclusivamente por empresas de grande porte, nos outros três países, é possível notar uma pequena participação de empresas de porte médio, com destaque para a Holanda, onde essas respondem por 3,1% das importações de fumo em folhas.

A seguir, há um grupo de seis outros países que importaram entre US\$ 23 milhões e US\$ 46 milhões no ano de 2011. Em ordem decrescente, destacam-se Polônia, França, Reino Unido, Ucrânia, Turquia e Bulgária. Por fim, ainda na região, há diversos outros países com representação bem pequena e que aqui foram agrupados em “outros”. Esses tiveram importações do produto da ordem de US\$ 102 milhões e foram atendidos quase exclusivamente por empresas de grande porte.

A segunda região de destaque é a da Ásia e Oceania, com US\$ 599 milhões, e que representou 32% do total importado do produto em 2011. Nessa região, dois países concentram as exportações, absorvendo 72% desse total. O principal parceiro comercial é a China, com US\$ 339 milhões, valor que também torna o país o principal importador individual do produto para o Rio Grande do Sul. Destaca-se que essas exportações são feitas quase exclusivamente por empresas de porte grande. A Indonésia, o segundo mais importante da região, teve importações de US\$ 91 milhões, sendo possível notar uma pequena participação de empresas de porte médio.

A seguir, há cinco outros países de destaque que, se somados, chegam a representar 21% do total. São eles em ordem decrescente: Filipinas, Coreia do Sul, Vietnã, Hong Kong e Malásia. Além desses, há outro grupo de países cuja representação individual é muito pequena e que, por isso, foram agrupados em “outros”. No total, representaram US\$ 36 milhões das exportações e participaram com 6,1% na região. Esse grupo é majoritariamente atendido por empresas de porte grande, mas com uma parcela de 5,5% de empresas de porte médio. Essa presença um pouco maior de empresas de porte médio também é verificada em outros países da região, como Vietnã, Malásia, Filipinas e Hong Kong.

A terceira região de destaque são as Américas, que absorvem 15% das exportações de fumo em folha. Nesse caso, destaque para os Estados Unidos, que respondem por 65% desse total, e Paraguai, que fica com 23%. Uma diferença importante entre os dois países é que, enquanto são as grandes empresas que fazem a exportação para os Estados Unidos, para o Paraguai é possível notar uma forte presença de empresas de porte médio, que chegam a representar 18,9% do total exportado para aquele país. Também há exportações para outros países da região, mas, como são muito distribuídas, ficando cada um com uma parcela muito pequena, foram agrupados em “outros”. No total, foram US\$ 32 milhões exportados quase exclusivamente por empresas de porte grande.

Por fim, tem-se a região da África e Oriente Médio, que responde por 7% do total exportado de fumo em folhas pelo Rio Grande do Sul. Nessa região, as exportações são bem distribuídas entre quatro países, com destaque para o Egito, que importou 20% do total da região.

A seguir, o Irã, com importações de US\$ 21 milhões, os Emirados Árabes Unidos, com US\$ 18 milhões, e a África do Sul, com US\$ 16 milhões, completam a lista.

Também há exportações para diversos outros países pequenos e que foram agrupados em “outros”, com exportações totais de US\$ 46 milhões. Um ponto interessante da região é que, nos quatro principais parceiros comerciais, é possível notar a presença de empresas de porte médio.

As oportunidades de exportação para os produtos de fumo são apontadas para vários países que possuem diversas características entre magnitude de importação, desempenho de crescimento das mesmas, porte de empresa, tarifas e concorrentes.

Tabela 16 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de fumo em folhas

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente		
	RS	BR				País	Part. 2011			
Rússia	1.146.159	AD	11,0%	I	M-P-M-G	3,8%	8,6%	31,5%	Índia	9,6%
Alemanha	1.120.968	AD	6,7%	BD	M-P-M-G	12,3%	8,6%	25,2%	Estados Unidos	14,7%
China	1.027.879	AD	20,2%	D	M-G	10,0%	33,1%	42,6%	Zimbábue	27,4%
Estados Unidos	775.850	AD	0,6%	BD	M-P-M-G	62,3%	24,7%	36,8%	Turquia	14,4%
Indonésia	507.188	AD	27,6%	MD	M-P-M-G	5,0%	18,0%	12,0%	China	48,1%
Japão	331.530	AD	9,3%	I	M-G	0,0%	0,0%	39,3%	Estados Unidos	17,9%
Reino Unido	325.033	AD	8,3%	I	M-P-M-G	12,3%	8,8%	25,2%	Alemanha	21,5%
Turquia	297.879	AD	11,6%	I	M-P-M-G	25,0%	8,4%	31,6%	Estados Unidos	12,6%
Malásia	291.593	AD	22,4%	D	M-P-M-G	400,1%	4,2%	17,0%	Indonésia	23,2%
Coreia do Sul	204.866	A	9,3%	I	M-G	19,5%	14,6%	28,3%	Alemanha	10,6%
África do Sul	169.968	A	15,7%	I	M-G	115,3%	9,9%	23,6%	Zimbábue	31,6%
Paraguai	127.243	A	24,1%	D	M-P-M-G	0,0%	52,8%	55,9%	Argentina	18,4%
Vietnã	123.733	A	29,1%	MD	M-P-M-G	29,8%	21,4%	39,9%	Índia	15,4%
Emirados Árabes Unidos	89.691	A	25,6%	MD	M-G	180,6%	20,1%	21,1%	Zimbábue	24,1%
Canadá	84.722	A	37,4%	MD	M-P-M-G	0,5%	8,1%	14,4%	Estados Unidos	64,6%
Marrocos	35.386	MA	28,5%	MD	M-G	17,5%	17,8%	31,6%	Portugal	32,5%
Uruguai	20.084	MB	25,8%	MD	M-P-M-G	0,0%	24,3%	24,3%	Argentina	23,3%
Chile	19.705	MB	25,1%	MD	M-P-M-G	0,0%	11,7%	32,8%	Peru	32,1%

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: 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 2006 e 2011: 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 grupo de países com importações de alto destaque, considerados todos aqueles com importações superiores a US\$ 290 milhões, estão três com valores superiores a US\$ 1 bilhão, como é o caso de Rússia, Alemanha e China. Estados Unidos e Indonésia também se destacam, com importações de US\$ 775 milhões e US\$ 507 milhões, respectivamente. Os demais nesse grupo apresentam pouca diferença, que vai de um valor de US\$ 331 milhões pelo Japão até US\$ 291 milhões pela Malásia.

Outros seis países integram o grupo dos que são considerados altos em volume de importações, indo da Coreia do Sul, com US\$ 204 milhões, até o Canadá, com US\$ 84 milhões. No médio-alto, tem-se apenas Marrocos, com US\$ 35 milhões, e no médio-baixo, dois países da América Latina: Uruguai e Chile, com importações de US\$ 20 milhões e US\$ 19 milhões, respectivamente.

Um ponto interessante é que os países classificados como de alto destaque pelo valor de importações de fumo em folhas não apresentam taxas médias de crescimento das importações muito elevadas. Entre 2006 e 2011, a exceção fica para a Indonésia, com expansão média de 27%, classificada como muito dinâmico. Depois, têm-se a China e a Malásia como dinâmicos, vários como intermediário, e Alemanha e Estados Unidos com baixo dinamismo. O primeiro, com expansão média de apenas 6%, e o segundo, de 0,6%.

Por outro lado, os países que apresentam desempenho muito dinâmico têm, via de regra, um valor importado menor, como ocorre com Vietnã, Emirados Árabes Unidos, Canadá, Marrocos, Uruguai e Chile. No grupo de alto destaque, apenas China e Japão apresentam oportunidades para empresas de porte médio e grande, bem como no grupo alto, com Coreia do Sul, África do Sul e Emirados Árabes Unidos e, no médio-alto, no Marrocos. Todos os demais têm oportunidades para empresas de todos os portes.

Porém, em termos de tarifa, não é possível notar um padrão. O produto tem tarifa média que vai de 0% em mercados grandes, como o do Japão, e não tão grandes, como os de Paraguai, Uruguai e Chile, até tarifas médias muito altas, como na Malásia, com 400%, um mercado considerado de alto destaque, na África do Sul, que é um mercado alto e possui tarifa de 115%, e, nos Emirados Árabes Unidos, com 180% de tarifa média.

Entre esses extremos, há diversos tipos de tarifas. Algumas baixas, em mercados de alto destaque, como na Rússia (3,8%) e Indonésia (5%). Ou, então, medianas, como 12,3% na Alemanha e Reino Unido, e 10% na China. Mas, no geral, esse pode ser considerado um produto muito taxado.

O Brasil já está presente em todos esses mercados apontados como oportunidades. E o Rio Grande do Sul só está ausente no Japão, estando presente em todos os demais. As maiores participações estão no Paraguai (55%), China (42%), Vietnã (40%) e Japão (39%). As menores participações ocorrem na Indonésia (12%), Canadá (14%) e Malásia (17%). As melhores relações do Rio Grande do Sul nos mercados onde o Brasil se encontra ocorrem na China, Estados Unidos, Indonésia, Paraguai, Vietnã e Uruguai. Nos demais, há espaço para aumentar a participação.

No caso da concorrência, vale destacar que essa é feita por vários outros países. Apenas os Estados Unidos têm presença maior em quatro mercados (Alemanha, Japão, Turquia e Canadá). Outro país de destaque na concorrência é a Índia, em especial no maior mercado consumidor, a Rússia, mas com participação menor que a do Brasil, de 9,6%. A Índia também está presente no Vietnã. A Alemanha é o maior concorrente no Reino Unido e Coreia do Sul, ambos com participação menor que a do Brasil. Já a Argentina concorre no Paraguai e Uruguai, também com participação menor que a do Brasil.

No total, apenas em seis mercados é possível notar que o maior concorrente do Brasil tem uma participação maior, como no mercado da Indonésia, tendo a China como maior concorrente, na Malásia, tendo a Indonésia como concorrente principal, na África do Sul, onde o Zimbábue é o maior concorrente, o mesmo para o mercado do Canadá, onde os Estados Unidos são o maior concorrente, e no Marrocos, com a concorrência de Portugal.

CARNE DE FRANGO *IN NATURA*

A carne de frango *in natura* é o quarto produto em importância nas exportações do Rio Grande do Sul, classificada em dois tipos. O primeiro consiste nas exportações de carnes de galos e galinhas cortadas em pedaços e congeladas, com exportações totais de US\$ 672 milhões. O segundo produto são os pedaços e miudezas de galos e galinhas congelados, com exportações de US\$ 605 milhões.

No total, as exportações em 2011 foram de US\$ 1,2 bilhão, destinadas para vários países em quatro continentes, e feitas quase exclusivamente por empresas de grande porte. Apenas uma pequena parcela, de 0,1% desse total, foi feita por empresas de porte médio. Os principais compradores estão na região África e Oriente Médio, que fica com mais da metade de todas as exportações do produto, 57%.

Nessa região, três países merecem destaque. Em primeiro, o principal importador individual do produto, a Arábia Saudita, com US\$ 283 milhões. A seguir, estão os Emirados Árabes Unidos, com importações de US\$ 101 milhões, e o Kuwait, com US\$ 82 milhões. Juntos, esses três países representaram pouco mais de 62% das importações feitas pela região.

Há um grupo que pode ser considerado intermediário e que contempla 10 países. Nesses, a participação individual vai de 1,7% a 6,5%, com destaque para Iraque, Iêmen, Irã, Omã e Catar. Além desses, há diversos países cuja participação é bem pequena. Os mesmos foram agrupados em “outros” e, em conjunto, representam US\$ 35 milhões das importações de frango *in natura*.

Tabela 17 - Exportações do Rio Grande do Sul de carne de frango *in natura* em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	734.207.343	57,4%		-	-	0,1%	99,9%
Arábia Saudita	283.103.053		38,6%	-	-	0,0%	100,0%
Emirados Árabes Unidos	101.161.418		13,8%	-	-	0,4%	99,6%
Kuwait	82.383.584		11,2%	-	-	-	100,0%
Iraque	48.056.668		6,5%	-	-	-	100,0%
Iêmen	26.684.249		3,6%	-	-	-	100,0%
Irã	25.326.590		3,4%	-	-	-	100,0%
Omã	24.664.711		3,4%	-	-	-	100,0%
Catar	24.498.466		3,3%	-	-	-	100,0%
Egito	19.435.887		2,6%	-	-	-	100,0%
Angola	18.280.343		2,5%	-	-	-	100,0%
Jordânia	16.791.102		2,3%	-	-	-	100,0%
África do Sul	15.259.489		2,1%	-	-	-	100,0%
Bahrein	12.698.592		1,7%	-	-	-	100,0%
Outros	35.863.191		4,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Américas	60.959.267	4,8%		-	-	-	100,0%
Venezuela	32.698.396		53,6%	-	-	-	100,0%
Canadá	14.621.947		24,0%	-	-	-	100,0%
Cuba	4.503.348		7,4%	-	-	-	100,0%
Outros	9.135.576		15,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Ásia e Oceania	373.011.505	29,2%		-	0,0%	0,3%	99,7%
Japão	151.623.725		40,6%	-	-	-	100,0%
Hong Kong	69.822.042		18,7%	-	0,2%	0,1%	99,7%
China	65.131.774		17,5%	-	-	0,2%	99,8%
Cingapura	39.762.107		10,7%	-	-	-	100,0%
Coreia do Sul	16.974.947		4,6%	-	-	-	100,0%
Outros	29.696.910		8,0%	0,0%	0,0%	2,7%	97,3%
Europa e Leste Europeu	110.349.866	8,6%		-	-	-	100,0%
Países Baixos (Holanda)	25.767.148		23,4%	-	-	-	100,0%
Suíça	19.592.709		17,8%	-	-	-	100,0%
Turquia	12.281.814		11,1%	-	-	-	100,0%
Rússia	5.574.543		5,1%	-	-	-	100,0%
Croácia	5.011.495		4,5%	-	-	-	100,0%
Outros	42.122.157		38,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total Geral	1.278.527.981	100%		-	0,0%	0,1%	99,9%

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

A segunda região de destaque é a Ásia e Oceania, com exportações de US\$ 373 milhões e participação de 29% no total. O país de destaque na região é o Japão, com importações de US\$ 151 milhões, e também se configurando como o segundo maior país de destino de frango *in natura* pelo Rio Grande do Sul. A seguir, três outros países completam a lista dos mais importantes e com participação maior que 10% na região. Em ordem decrescente, estão Hong Kong, China e Cingapura. Em Hong Kong, há uma pequena participação de empresas de porte pequeno e médio,

e, na China, de empresas de porte médio. Porém, são as empresas de porte grande que dominam esse mercado. Além da Coreia do Sul, com uma pequena participação nessas exportações, há diversos países com menor representatividade, que foram agrupados no item “outros”.

A terceira região de destaque, que compreende Europa e Leste Europeu, representou 8% das exportações de frango *in natura* em 2011, com três países concentrando mais da metade desses embarques e sendo atendida exclusivamente por empresas de porte grande. Nesse caso, o principal destino é a Holanda, com 25% do total da região, seguida da Suíça, com US\$ 19 milhões, e da Turquia, com US\$ 12 milhões. A Rússia e a Croácia, ambas com importações de US\$ 5 milhões cada, completam a lista dos países mais importantes. Porém, há diversos países com participação pequena e que também foram agrupados em “outros”, representando 38% do total da região.

Por fim, completando a lista de regiões, estão as Américas, com participação de 4,8%, onde dois países representam mais de 77% do total. Nesse caso, destaque para a Venezuela, com importações de US\$ 32 milhões e Canadá com US\$ 14 milhões. O terceiro mais importante é Cuba, com US\$ 4,5 milhões. No grupo “outros”, há diversos países com importações de menor magnitude. Destaca-se que a região é atendida exclusivamente por empresas de porte grande.

Há diversos mercados de oportunidade para as exportações de Frango *in natura*, no total foram apontados 16. Desses, 11 podem ser considerados como de alto destaque, devido ao elevado valor das importações que já são feitas, e outros cinco como alto. Nesse caso, três países figuram com importações acima de US\$ 1 bilhão. O primeiro é Hong Kong – com US\$ 1,8 bilhão, onde o Brasil e o Rio Grande do Sul já estão presentes e têm como maior concorrente os Estados Unidos, que, inclusive, têm uma participação maior que a brasileira, de 39%.

A seguir, tem-se o Japão, com importações totais de US\$ 1,6 bilhão, sendo o Brasil o principal fornecedor, participando com 90% das compras do país. O maior concorrente também são os Estados Unidos, mas com participação pequena, de apenas 7,3%. O Rio Grande do Sul não tem uma presença tão significativa nesse mercado.

O terceiro maior importador do produto é a Arábia Saudita, com US\$ 1,5 bilhão, com o Brasil representando 79% dessas importações e o Rio Grande do Sul com bem menos. A França é o maior concorrente nesse mercado, mas sua participação é bem menor, de apenas 19%.

Três outros países merecem destaque por seu elevado valor de importações de carne de frango *in natura*. Na Europa, destaque para a França, com US\$ 933 milhões, e a Alemanha, com US\$ 850 milhões. Em ambos, o Brasil não tem uma presença significativa, e os maiores concorrentes estão na própria Europa, como a Bélgica, no caso da França, tendo uma participação de 28% daquele mercado, e a Holanda, com 45% das importações do produto por parte da

Alemanha. A seguir, aparece a China, com importações de US\$ 803 milhões. O Brasil já domina esse mercado, participando com 74% do total, e onde o maior concorrente é a Argentina, com 13%. A participação do Rio Grande do Sul é muito pequena.

Tabela 18 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de carne de frango *in natura*

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Hong Kong	1.853.788	AD	26,5%	D	M-P-M-G	0,0%	3,8%	33,8%	Estados Unidos	39,5%
Japão	1.638.229	AD	19,4%	I	M-P-M-G	8,2%	9,3%	90,0%	Estados Unidos	7,3%
Arábia Saudita	1.516.953	AD	26,8%	D	M-G	5,0%	18,7%	79,1%	França	19,3%
França	933.545	AD	22,2%	I	M-G	29,7%	0,3%	3,4%	Bélgica	28,6%
Alemanha	850.664	AD	10,3%	BD	M-G	29,7%	0,4%	10,3%	Países Baixos (Holanda)	45,5%
China	803.963	AD	12,4%	BD	M-P-M-G	13,5%	8,1%	74,0%	Argentina	13,6%
Emirados Árabes Unidos	570.104	AD	23,0%	I	M-G	5,0%	17,7%	74,8%	Estados Unidos	13,4%
Angola	373.239	AD	31,9%	D	M-G	10,0%	4,9%	42,1%	Estados Unidos	48,8%
África do Sul	335.911	AD	16,6%	I	M-G	10,4%	4,5%	53,7%	Países Baixos (Holanda)	12,9%
Kuwait	282.572	AD	17,6%	I	M-G	5,0%	29,2%	95,6%	Estados Unidos	1,9%
Cingapura	263.812	AD	17,6%	I	M-G	0,0%	15,1%	65,3%	Estados Unidos	23,2%
Coreia do Sul	213.616	A	23,2%	I	M-P-M-G	21,0%	7,9%	35,8%	Estados Unidos	59,3%
Venezuela	194.512	A	44,3%	MD	M-P-M-G	9,5%	16,8%	89,9%	Argentina	9,6%
Catar	124.240	A	18,0%	I	M-G	5,0%	19,7%	78,0%	Estados Unidos	15,3%
Egito	122.446	A	16,7%	I	M-G	30,0%	15,9%	99,5%	Turquia	0,2%
Irã	97.313	A	99,1%	MD	M-G	55,6%	26,0%	81,0%	Turquia	18,7%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em relação às taxas médias de crescimento, predomina o comportamento intermediário. Apenas dois países apresentam-se como muito dinâmicos: Venezuela e Irã. Outros três são considerados dinâmicos, Hong Kong, o que é positivo, pois também é o maior importador, Arábia Saudita, o segundo maior importador, e Angola. Por fim, têm-se dois países com desempenho classificado de baixo dinamismo. A Alemanha, com taxa média de 10%, e a China com 12%.

Em termos de porte, destaque para as médias e grandes empresas. Em apenas cinco países há também oportunidades para empresas de porte pequeno e micro, em especial para a Ásia – como em Hong Kong, Japão, China, Coreia do Sul – e para a Venezuela.

Na média, as tarifas não são tão elevadas. Dois países apresentam tarifas médias zeradas, como Hong Kong e Cingapura. Os países do Oriente Médio aplicam tarifa de 5%, como a Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, Kuwait e Catar. Por fim, aparecem os que aplicam as maiores tarifas, como Irã (55%), Egito (30%), França e Alemanha (29,7%) e Coreia do Sul (21%).

Apesar de o Brasil estar bem posicionado em vários países, quem mais aparece como principal concorrente são os Estados Unidos. Nesse caso, em três países com participação maior que o Brasil, em Hong Kong, Angola e Coreia do Sul. Outro importante concorrente é a Holanda, em especial na Alemanha, onde tem 45% do mercado de importação. Outros quatro países que também figuram como concorrentes são França, Bélgica, Argentina e Turquia. Nesse caso, apenas a presença da Bélgica, com 28% do mercado de importação da França, mostra-se superior à participação do Brasil.

CARNE DE FRANGO INDUSTRIALIZADA

As exportações de Carne de Frango Industrializada foram da ordem de US\$ 106 milhões no ano de 2011. Destaca-se que essas são feitas exclusivamente por empresas de porte grande. Esse grupo pode ser dividido em quatro diferentes produtos. O principal, com participação de 81% do total, são as exportações de preparações alimentícias e conservas de galos e galinhas. A seguir, o segundo produto mais importante são as carnes de galo e galinha em miudezas, com exportações de US\$ 12 milhões e 11,3% do total. O terceiro e quarto produto na lista também são carnes de galo e galinha em miudezas, mas o que os diferencia é que as exportações, quando não cozidas, representam 4,2% do total, e as cozidas, 3,5%.

A principal região de exportação do produto é a Europa e Leste Europeu, que fica com 86% do total. Nesse caso, destaque para os quatro primeiros países da região, que também são os quatro maiores importadores quando avaliados individualmente. Somente a Alemanha, com US\$ 57 milhões e 63% do que é destinado para a região, representa pouco mais da metade de tudo o que é exportado de carne de frango industrializada pelo Rio Grande do Sul. A seguir, tem-se a Holanda, que comprou, em 2011, US\$ 21 milhões. A Suíça, com US\$ 6,8 milhões, a França, com US\$ 2,6 milhões, e o Reino Unido, com US\$ 2,1 milhões, completam a lista de principais importadores da região. Vários outros países fizeram importações menores, e foram agregados no item “outros”, representando apenas 0,6% do total ou US\$ 517 mil. A segunda região de destaque é a África e Oriente Médio, com importações de US\$ 9,3 milhões e uma participação de 8,8%. Os dois principais importadores da região, com cerca de 44% do total, são Gâmbia, com US\$ 2,4 milhões, e Arábia Saudita, com US\$ 1,6 milhões. Os três países seguintes compram valores próximos, como a Jordânia, com US\$ 861 mil, Senegal, com US\$ 694 mil, e Guiné, com US\$ 654 mil. Os países com menores valores foram colocados no item “outros”, totalizando US\$ 2,9 milhões, o que dá uma sinalização da grande diversidade de exportações em pequenos valores por país nessa região.

Tabela 19 - Exportações do Rio Grande do Sul de carne de frango industrializada em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	9.365.633	8,8%		-	-	-	100%
Gâmbia	2.493.556		26,6%	-	-	-	100%
Arábia Saudita	1.667.170		17,8%	-	-	-	100%
Jordânia	861.111		9,2%	-	-	-	100%
Senegal	694.201		7,4%	-	-	-	100%
Guiné	654.053		7,0%	-	-	-	100%
Outros	2.995.542		32,0%	0%	0%	0%	100%
Américas	3.336.361	3,1%		-	-	-	100%
Canadá	2.208.088		66,2%	-	-	-	100%
Uruguai	598.935		18,0%	-	-	-	100%
Outros	529.338		15,9%	0%	0%	0%	100%
Ásia e Oceania	2.261.588	2,1%		-	-	-	100%
Japão	2.060.271		91,1%	-	-	-	100%
Outros	201.317		8,9%	0%	0%	0%	100%
Europa e Leste Europeu	91.626.569	86,0%		-	-	-	100%
Alemanha	57.906.216		63,2%	-	-	-	100%
Países Baixos (Holanda)	21.513.377		23,5%	-	-	-	100%
Suíça	6.884.192		7,5%	-	-	-	100%
França	2.622.555		2,9%	-	-	-	100%
Reino Unido	2.182.977		2,4%	-	-	-	100%
Outros	517.252		0,6%	0%	0%	0%	100%
Total Geral	106.590.151	100%		-	-	-	100%

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

A terceira região de destaque são as Américas, com importações de US\$ 3,3 milhões, sendo que dois terços desse total são destinados para o Canadá e 18% para o Uruguai. Os demais países, que importam valores pequenos, estão no item “outros”. Por fim, tem-se a Ásia e Oceania, com participação de apenas 2,1%. Nesse, o destaque é o Japão, com importações da ordem de US\$ 2 milhões e representando 91% do total. Vários países com menores valores de importação foram agrupados no item “outros”.

Dentre as oportunidades apontadas para países importadores de carne de frango industrializada, destaque para o Japão, com US\$ 2 bilhões, e Reino Unido, com US\$ 1 bilhão. Ambos têm desempenho que pode ser considerado intermediário, com expansão média de 12% e 14%, respectivamente. Porém, praticam tarifa média elevada, 9% e 13%, com baixa presença do Brasil e do Rio Grande do Sul, que tem como maior concorrente a Tailândia, que domina mais da metade das importações feitas pelos países.

Tabela 20 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de carne de frango industrializada

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente País	Part. 2011
	RS	BR					RS	BR		
Japão	2.042.933	AD	12,4%	I	M-G	9,1%	0,1%	0,2%	Tailândia	51,1%
Reino Unido	1.090.517	AD	14,3%	I	M-G	13,6%	0,2%	6,7%	Tailândia	54,9%
Alemanha	702.457	AD	16,9%	I	M-G	13,6%	8,2%	39,7%	Países Baixos (Holanda)	18,1%
Hong Kong	191.458	AD	43,8%	MD	M-G	0,0%		3,5%	China	31,9%
França	159.552	AD	17,2%	I	M-G	13,6%	1,6%	7,0%	Bélgica	19,4%
Arábia Saudita	19.774	A	16,4%	I	M-G	5,0%	8,4%	82,3%	Dinamarca	7,3%
Chile	17.626	A	56,9%	MD	M-G	0,0%	0,3%	84,1%	Argentina	10,7%
Kuwait	13.131	A	7,2%	BD	M-G	5,0%	0,5%	59,3%	Estados Unidos	29,1%
Iraque	11.382	A	92,7%	MD	M-G		2,5%	44,4%	Turquia	44,1%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em todos os países aqui selecionados, as oportunidades se desenharam apenas para empresas de porte médio e grande, e completando a lista de cinco países de alto destaque, dois estão na Europa – Alemanha, com importações de US\$ 702 milhões, e França, com US\$ 159 milhões – e um está na Ásia, Hong Kong, com US\$ 191 milhões. Esse é o único com crescimento médio das importações que é citado como muito dinâmico, em torno de 43%, e que também pratica uma tarifa média de 0%. Porém, o Brasil tem baixa participação nesse mercado, e o Rio Grande do Sul é ausente, sendo a China o maior concorrente. Nos outros dois países Europeus, que aplicam tarifa de 13,6%, a participação do Brasil é um pouco maior, com destaque para Alemanha, onde o Brasil tem 39% do total e enfrenta a concorrência também de Europeus, com a Holanda na Alemanha e a Bélgica na França.

Os quatro países classificados como alto, do ponto de vista de magnitude das importações, possuem valor próximo, indo de US\$ 19 milhões, na Arábia Saudita, até US\$ 11 milhões, no Iraque. Enquanto no Chile e no Iraque a expansão média das importações entre 2006 e 2011 é considerada como muito dinâmica, a Arábia Saudita é Intermediária, e o Kuwait tem baixo dinamismo. No Chile e no Iraque, a tarifa é 0%, e na Arábia Saudita e Kuwait, 5%. O Brasil tem forte presença nos quatro países, com destaque para a participação de 84% das importações do Chile, e de 82% na Arábia Saudita. O maior concorrente em cada um desses países é diferente, com a Dinamarca tendo maior presença na Arábia Saudita, a Argentina no Chile, os Estados Unidos no Kuwait e a Turquia no Iraque.

Outro produto importante na pauta de exportações do Rio Grande do Sul é o Arroz, com um total de US\$ 570 milhões, destinado para quatro continentes e vários países. Nesse grupo, há nove tipos diferentes de arroz, mas três são considerados importantes. As maiores exportações ocorrem no Arroz Semibranqueado, Parboilizado, Polido ou Brunido, com US\$ 232 milhões e 40% do grupo. A seguir, o Arroz quebrado, com US\$ 125 milhões, e o Arroz não parboilizado, com US\$ 121 milhões. Os demais tipos de arroz são o Paddy, com casca para semeadura ou não parboilizado, o arroz cargo ou castanho descascado, que pode tanto ser parboilizado quanto não parboilizado, e outros tipos de arroz semibranqueado.

A região que mais importa arroz do Rio Grande do Sul é a África e Oriente Médio, com US\$ 358 milhões em 2011, e participação de 62,9% do total. Nessa, o destaque são as importações da Nigéria, com 43%, seguida do Senegal, com 12%, e Gâmbia, com 10%. Esses três países representaram 65% do total da região. Quatro outros países completam a lista. Em ordem decrescente, Serra Leoa, África do Sul, Benin e Libéria. Também é possível notar exportações em menor quantidade para outros países. Esses foram agrupados no item “outros” e representaram 9,7% do total da região.

Um ponto importante é a participação das empresas de porte médio, com 10% do total exportado para a região. As empresas micro e pequenas representaram pouco. Na África do Sul e em Benin, a participação das empresas médias é maior, ficando acima de 25%, ao passo que em Serra Leoa as exportações são feitas exclusivamente por empresas de grande porte.

A segunda região de destaque são as Américas, com US\$ 141 milhões e 24% do total. Três países concentram 60% das importações da região. Em destaque, o Haiti, com US\$ 39 milhões e a presença quase exclusiva de empresas de porte grande. As exportações para Venezuela e Cuba, cada qual com cerca de US\$ 23 milhões, são feitas exclusivamente por empresas de porte grande. Mesmo cenário pode ser visto na Nicarágua, responsável pela importação de 9,7% do total da região.

No grupo inferior, estão quatro países. Nos Estados Unidos e em Trinidad e Tobago, há uma maior presença de empresas pequenas. Nesse caso, em Trinidad e Tobago, destaque para as exportações feitas por empresas de porte médio. Já as exportações para o Peru são feitas, em sua maioria, por empresas de porte médio, e se destacam por representar 83% do total. Por fim, nesse grupo, tem-se Porto Rico, com importações totais de US\$ 5,1 milhões e feitas exclusivamente por empresas grandes. Tal qual verificado em outras regiões, nas Américas também há presença de

vários outros países. Mas como esses possuem pequena representatividade, foram agrupados no item “outros”, que respondeu, em 2011, por US\$ 12% do total da região.

Tabela 21 - Exportações do Rio Grande do Sul de arroz em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	358.971.890	62,9%		0,1%	1,5%	10,6%	87,9%
Nigéria	155.412.307		43,3%	-	0,4%	6,0%	93,6%
Senegal	45.355.745		12,6%	-	1,0%	13,9%	85,1%
Gâmbia	38.295.535		10,7%	0,5%	0,3%	13,1%	86,1%
Serra Leoa	31.740.365		8,8%	-	-	-	100,0%
África do Sul	25.930.816		7,2%	-	2,4%	28,3%	69,4%
Benin	15.294.323		4,3%	-	4,3%	25,3%	70,4%
Libéria	11.945.124		3,3%	-	5,3%	5,1%	89,7%
Outros	34.997.675		9,7%	0,1%	6,4%	15,8%	77,7%
Américas	141.304.155	24,8%		0,6%	3,9%	9,2%	86,3%
Haiti	39.123.455		27,7%	-	0,6%	-	99,4%
Venezuela	23.900.250		16,9%	-	-	-	100,0%
Cuba	22.739.891		16,1%	-	-	-	100,0%
Nicarágua	13.753.919		9,7%	-	-	-	100,0%
Peru	7.378.112		5,2%	7,5%	-	83,3%	9,2%
Estados Unidos	5.860.009		4,1%	0,2%	9,7%	2,5%	87,6%
Trinidad e Tobago	5.565.617		3,9%	-	19,1%	18,4%	62,5%
Porto Rico	5.114.574		3,6%	-	-	-	100,0%
Outros	17.868.328		12,6%	1,2%	20,8%	31,8%	46,2%
Ásia e Oceania	1.496.797	0,3%		-	20,7%	-	79,3%
Cingapura	1.484.547		99,2%	-	20,0%	-	80,0%
Nova Zelândia	12.250		0,8%	-	100,0%	-	-
Europa e Leste Europeu	68.483.969	12,0%		-	7,4%	7,4%	85,2%
Espanha	16.674.298		24,3%	-	1,2%	6,3%	92,4%
Suíça	11.729.361		17,1%	-	-	-	100,0%
Países Baixos (Holanda)	11.208.743		16,4%	-	-	-	100,0%
Portugal	6.911.509		10,1%	-	37,2%	18,9%	43,9%
Itália	5.948.350		8,7%	-	37,8%	26,2%	36,0%
Turquia	4.718.202		6,9%	-	-	-	100,0%
Outros	11.293.506		16,5%	0,0%	0,2%	10,0%	89,8%
Total Geral	570.256.811	100%		0,2%	2,8%	9,8%	87,2%

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

A terceira região em importância para as exportações de Arroz é a Europa e Leste Europeu, responsável por 12% do total. Nessa, 85% das exportações são feitas por empresas de porte grande, e há uma divisão equilibrada entre as empresas pequenas e médias. Porém, algumas diferenças em termos de divisão por porte ocorrem. Por exemplo, para Suíça, Holanda e Turquia, as exportações são feitas exclusivamente por empresas de porte grande. Por outro lado, para Portugal e Itália, há uma forte presença das empresas de porte pequeno, 37% do total.

O principal comprador na região é a Espanha, com US\$ 16 milhões e 24% do total. A Suíça e a Holanda ficam, cada qual, com cerca de 17%, importando US\$ 11 milhões cada uma. Os três países que completam a lista são Portugal, Itália e Turquia. Assim como foi verificado em outras regiões, há diversos países que compram valores pequenos e foram agrupados no item “outros”. No total, eles representam 16% das exportações para a região.

A última região de destaque para o Arroz é a Ásia e Oceania. Porém, a presença do Estado nessa região é muito pequena, tendo sido exportado apenas US\$ 1,4 milhão no ano de 2011, 0,3% do total exportado pelo Rio Grande do Sul. A justificativa pode ser a forte presença dessa cultura nos países da região. Nesse caso, quase a totalidade das exportações foi destinada para Cingapura, ficando uma pequena parcela para a Nova Zelândia.

Os mercados apontados como de oportunidade para as exportações de Arroz não são muitos, totalizam 15, sendo que a maioria, 12, é considerada de alto destaque. Quatro desses países possuem importações maiores que US\$ 1 bilhão. O Brasil já está presente no maior mercado, Nigéria, com importações de US\$ 1,6 bilhão. Nesse caso, o Brasil tem participação de 84%, e o maior concorrente é a Índia, com apenas 10%. O Rio Grande do Sul participa com muito pouco nesse mercado.

O segundo maior importador do produto, com US\$ 1,3 bilhão, é a Indonésia. O Brasil está fora desse mercado, e o Vietnã é o maior concorrente. A seguir, com importações totais de US\$ 1,1 bilhão, estão os Emirados Árabes Unidos. Nesse, a participação do Brasil é quase nula e o maior concorrente é a Índia, que domina 68% das importações feitas pelo país. Por fim, completando essa lista, está a Arábia Saudita, com importações de US\$ 1 bilhão. Tal como nos Emirados Árabes Unidos, aqui a participação do Brasil também é quase nula, e o maior concorrente é a Índia.

Com importações totais um pouco abaixo de US\$ 1 bilhão está o Irã. Esse mercado de US\$ 975 milhões é atendido, prioritariamente, pela Índia, com participação de 41%. O Brasil está ausente desse mercado. A seguir, com importações de US\$ 676 milhões, estão os Estados Unidos. A participação do Brasil aqui é muito pequena, de apenas 2,4%, e o maior concorrente, a Tailândia, representa 65%. Os demais importadores classificados como alto destaque possuem importações entre US\$ 519 milhões, como o Reino Unido, até US\$ 293 no Canadá, sendo que, na maioria, o maior concorrente é a Índia. A exceção fica com África do Sul, onde a Tailândia domina 70% do mercado; Costa do Marfim, onde o Vietnã domina 41%; Alemanha, com destaque para a participação da Itália, de 30%, eo Canadá, onde os Estados Unidos representam 48% das importações daquele país.

Tabela 22 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de arroz

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente			
					RS	BR	País	Part. 2011		
Nigéria	1.628.044	AD	33,9%	D	M-P-M-G	9,8%	9,5%	84,7%	Índia	10,4%
Indonésia	1.377.911	AD	69,0%	MD	M-P-M-G	9,8%			Vietnã	65,4%
Emirados Árabes Unidos	1.159.342	AD	25,7%	D	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,0%	Índia	68,4%
Arábia Saudita	1.027.510	AD	17,2%	I	M-P-M-G	0,0%	0,1%	0,1%	Índia	71,7%
Irã	975.359	AD	45,5%	MD	M-P-M-G	4,0%			Índia	41,5%
Estados Unidos	676.670	AD	12,9%	I	M-P-M-G	1,4%	0,9%	2,4%	Tailândia	65,6%
Reino Unido	519.475	AD	12,7%	BD	M-P-M-G	24,5%	0,7%	1,4%	Índia	27,1%
África do Sul	482.601	AD	14,5%	I	M-P-M-G	0,0%	5,4%	9,0%	Tailândia	70,3%
França	445.775	AD	11,6%	BD	M-P-M-G	24,5%	0,0%	0,0%	Itália	27,6%
Costa do Marfim	414.833	AD	12,6%	BD	M-P-M-G	9,6%	1,4%	1,6%	Vietnã	41,3%
Alemanha	342.044	AD	12,0%	BD	M-P-M-G	24,5%	0,5%	2,6%	Itália	30,3%
Canadá	293.556	AD	11,9%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,2%	0,3%	Estados Unidos	48,7%
Peru	130.890	A	52,4%	MD	M-P-M-G	0,1%	5,6%	5,0%	Uruguai	68,9%
Venezuela	106.800	A	178,9%	MD	M-P-M-G	7,0%	22,4%		Estados Unidos	40,9%
Espanha	90.557	A	15,8%	I	M-P-M-G	24,5%	18,4%	20,0%	Tailândia	21,4%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Por fim, entre os que foram classificados como alto em magnitude de importações, têm-se Peru (US\$ 130 milhões), Venezuela (US\$ 106 milhões) e Espanha (US\$ 90 milhões). Vale destacar que, na maioria dos países apontados como de oportunidade, o Brasil tem pequena participação, mas no caso da Espanha, essa chega a 20%, e o maior concorrente é a Tailândia.

Em termos de crescimento médio, pode-se destacar que os países que podem ser classificados como muito dinâmicos são a indonésia e o Irã, que também são grandes importadores, e o Peru e a Venezuela – este último com crescimento médio de 178% entre 2006 e 2011. Apenas dois países apresentam importações com crescimento que pode ser visto como dinâmico, e ambos também são grandes importadores, Nigéria e Emirados Árabes Unidos. A seguir, com taxa de crescimento de 17%, e considerado intermediário, está a Arábia Saudita. Nesse grupo, também estão Estados Unidos, com expansão média de 12,9%, África do Sul, com 14,5%, e Espanha, com 15,8%. Por fim, há diversos países no qual o desempenho das importações é classificado como de baixo dinamismo. Nesse caso, todos estão no grupo de alto destaque, em que é avaliada a magnitude das importações. Ou seja, para Reino Unido, França, Costa do Marfim, Alemanha e Canadá, mesmo sendo mercados grandes, as importações crescem a taxas baixas.

Em termos de porte, um ponto comum dentre todos os países é o fato de que as oportunidades estão para empresas grandes, médias, pequenas e micro. No caso das tarifas médias, a exceção são os países Europeus, com tarifas médias de 24,5%, onde estão Reino Unido,

França, Alemanha e Espanha. Todos os demais aplicam tarifa média menor que 10%. Nigéria e Indonésia adotam 9,8%, Costa do Marfim, 9,6%, Venezuela, 7%, Irã, 4%, Estados Unidos, 1,4% e Peru, 0,1%. Nos demais, a tarifa é nula.

COURO

No grupo de produtos primários, o couro é o quinto mais importante, com exportações da ordem de US\$ 492 milhões. Deste, fazem parte 45 diferentes tipos de produtos, sendo que três merecem destaque com valor exportado bem equilibrado. Com exportações de US\$ 110 milhões cada um, tem-se os couros com pele de bovinos secos pena flor e os de peles inteiras de bovinos. O terceiro produto mais importante são os couros com peles de bovinos divididos, com US\$ 109,9 milhões.

Com menor participação nas exportações, estão os couros feitos de peles inteiras de bovinos preparados, com 9% do total, as peles de bovinos preparadas, com 7,2%, e os couros Pena Flor, que incluem búfalos, com 4,7%, ou úmidos, com 3,7%. Todos os demais produtos têm participação menor.

O principal comprador de couro do Rio Grande do Sul é a Ásia e Oceania, com 41% do total e representando US\$ 205 milhões. No total, cerca de 80% das exportações são feitas por empresas de grande porte, e as de porte médio ficam com 18%. As micro (0,3%) e as pequenas (1,4%) possuem pouca representação no mercado dessa região. Essa distribuição só é diferente em Hong Kong, onde as empresas de porte médio representam 32% das exportações e, de outro lado, na Coreia do Sul, Tailândia, Austrália e Índia, onde há uma maior concentração da atuação das empresas de grande porte.

Nessa região, o principal importador é a China, com US\$ 74 milhões, que também se configura como o maior país em termos individuais. Logo a seguir, com US\$ 67 milhões, está Hong Kong, o segundo maior importador da Ásia e Oceania e também o segundo maior em termos individuais dentre todos os países. Em conjunto, esses dois países respondem por quase 70% do total exportado para aquela região.

Outros três países importam mais de US\$ 10 milhões por ano. É o caso da Coreia do Sul, com US\$ 15 milhões, Taiwan, com US\$ 13,8 milhões, e Vietnã, com US\$ 11 milhões. A seguir, completando a lista de países da região com exportações acima de US\$ 4 milhões, estão Tailândia, Indonésia, Austrália e Índia. Diversos outros países importam valores pequenos, e os mesmos foram agregados no item “outros”, que somou US\$ 5 milhões.

A segunda região mais importante é a Europa e o Leste Europeu, com exportações da ordem de US\$ 146 milhões e 29% do total. As grandes empresas são responsáveis por 90% dessas exportações, as empresas de porte médio, por 5,8% e as pequenas, por 3,5%. Apenas na Polônia essa distribuição muda de forma significativa, com as pequenas empresas respondendo por 13% do total e as médias ficando com apenas 1,2%.

Tabela 23 - Exportações do Rio Grande do Sul de couro em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	22.428.312	4,6%		0,0%	1,6%	4,1%	94,3%
África do Sul	18.782.150		83,7%	-	1,7%	3,5%	94,8%
Tunísia	3.486.643		15,5%	0,2%	-	6,3%	93,6%
Outros	159.519		0,7%	3,3%	21,5%	24,0%	51,2%
Américas	118.349.499	24,0%		0,5%	2,5%	5,8%	91,2%
Estados Unidos	62.957.667		53,2%	0,2%	0,7%	6,2%	92,9%
Nicarágua	14.811.350		12,5%	-	3,3%	2,5%	94,3%
México	10.252.764		8,7%	-	0,3%	-	99,7%
Canadá	6.896.611		5,8%	0,0%	6,1%	19,5%	74,4%
República Dominicana	6.804.050		5,7%	-	-	0,7%	99,3%
Argentina	5.472.064		4,6%	4,0%	-	10,3%	85,7%
Uruguai	3.578.451		3,0%	3,2%	2,5%	-	94,3%
Chile	2.875.815		2,4%	1,9%	18,8%	11,1%	68,1%
Outros	4.700.727		4,0%				
Ásia e Oceania	205.295.930	41,7%		0,3%	1,4%	18,1%	80,1%
China	74.401.200		36,2%	0,3%	1,0%	14,8%	83,9%
Hong Kong	67.136.454		32,7%	0,3%	2,8%	32,3%	64,6%
Coreia do Sul	15.271.608		7,4%	-	0,0%	3,3%	96,7%
Taiwan (Formosa)	13.886.488		6,8%	0,4%	1,3%	9,7%	88,6%
Vietnã	11.229.876		5,5%	0,5%	1,3%	9,1%	89,1%
Tailândia	4.779.424		2,3%	0,8%	-	4,4%	94,8%
Indonésia	4.673.795		2,3%	-	-	14,5%	85,5%
Austrália	4.452.527		2,2%	-	0,0%	7,9%	92,1%
Índia	4.433.569		2,2%	0,9%	0,5%	8,0%	90,7%
Outros	5.030.989		2,5%	0,0%	0,0%	1,6%	98,3%
Europa e Leste Europeu	146.146.426	29,7%		0,3%	3,5%	5,8%	90,4%
Itália	60.198.648		41,2%	0,4%	2,4%	4,3%	92,9%
Alemanha	47.003.527		32,2%	0,3%	4,7%	6,0%	89,0%
Países Baixos (Holanda)	11.054.114		7,6%	-	5,9%	6,6%	87,5%
França	5.381.997		3,7%	-	0,6%	7,1%	92,3%
Espanha	4.747.802		3,2%	-	3,9%	7,9%	88,1%
Polônia	3.783.360		2,6%	2,4%	13,3%	1,2%	83,2%
Outros	13.976.978		9,6%	0,2%	0,8%	10,4%	88,6%
Total Geral	492.220.167	100%		0,3%	2,3%	10,8%	86,5%

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

O maior importador da região é a Itália, com US\$ 60 milhões, que, somada com a Alemanha, com US\$ 47 milhões, acabam representando 73% do total. Os demais países que compram couro do Rio Grande do Sul têm pequena representação, como é o caso de Holanda, com US\$ 11 milhões, França, com US\$ 5,3 milhões, Espanha, US\$ 4,7 milhões, e Polônia, US\$ 3,7 milhões. Além desses, há diversos outros que, devido ao fato de fazerem importações menores, foram aqui agrupados no item “outros”. Esses somaram US\$ 19 milhões, em 2011.

A terceira região mais importante contempla os países da América, com uma participação de 24% em relação ao total. Nessa, as grandes empresas são responsáveis por 91% do total das exportações, as médias, 5,8%, e as pequenas, 2,5%. Essa distribuição se mostrou diferente para México e República Dominicana, onde há uma maior participação das empresas de porte grande, e para Canadá, Argentina e Chile, com maior participação das empresas de porte médio e pequeno.

O principal destino na região é os Estados Unidos, que compra mais da metade, um total de US\$ 62 milhões, e se configura como o terceiro mais importante mercado para couros do Rio Grande do Sul. A seguir, com participação menor, mas acima de US\$ 10 milhões em exportação, estão a Nicarágua (US\$ 14 milhões) e o México (US\$ 10,2 milhões). Cinco outros países completam a lista da região com exportações acima de US\$ 2 milhões. No caso do Canadá e da República Dominicana, têm-se US\$ 6,8 milhões e participação de 5,8% sobre o total para cada um. Para a Argentina, são destinados outros US\$ 5,4 milhões. Para o Uruguai, US\$ 3,5 milhões, e para o Chile, US\$ 2,8 milhões. Os demais países que importam couro do Rio Grande do Sul o fazem em pequena quantidade e foram agregados no item “outros”.

Por fim, aparece a região da África e Oriente Médio, com uma pequena participação sobre o total, de 4,6%, e um valor de US\$ 22 milhões. Nessa região, as grandes empresas são responsáveis por 94% das exportações, e as médias empresas por 4,1%. Dois países concentram as compras. Em destaque, a África do Sul, com um total de US\$ 18 milhões, e a Tunísia, com US\$ 3,4 milhões.

Poucos são os países que foram apontados com oportunidades para as exportações de couro, totalizando 13. Desses, apenas a Rússia, com importações de US\$ 71 milhões é visto como alto no que diz respeito à magnitude dessas importações. Todos os demais figuram como alto destaque.

O maior importador é a China, com US\$ 6,8 bilhões no ano de 2011. O Brasil e o Rio Grande do Sul têm uma participação pequena nesse mercado, e o maior concorrente é os Estados Unidos, com 20% do total. Apesar de grande, é um mercado que não apresenta um crescimento

significativo. A taxa média de crescimento, de 4,2% entre 2006 e 2011, classifica esse país como intermediário.

Tabela 24 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de couro

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
	RS	BR	RS	BR			País	Part. 2011		
China	6.845.256	AD	4,2%	I	M-P-M-G	6,7%	1,1%	7,7%	Estados Unidos	20,3%
Itália	4.267.878	AD	2,5%	BD	M-P-M-G	1,3%	1,4%	11,0%	França	11,0%
Alemanha	1.209.141	AD	4,1%	I	M-P-M-G	1,3%	3,9%	7,4%	Itália	29,8%
Coreia do Sul	939.438	AD	1,8%	BD	M-P-M-G	4,1%	1,6%	6,5%	Estados Unidos	46,6%
Vietnã	852.319	AD	10,7%	D	M-P-M-G	7,2%	1,3%	6,8%	Estados Unidos	18,3%
Espanha	818.065	AD	4,3%	I	M-P-M-G	1,3%	0,6%	2,1%	Itália	38,5%
México	736.585	AD	-2,8%	ED	M-P-M-G	3,6%	1,4%	28,1%	Estados Unidos	36,5%
Turquia	722.179	AD	5,0%	I	M-P-M-G	1,5%	0,2%	1,2%	Itália	15,7%
França	706.573	AD	7,5%	D	M-P-M-G	1,3%	0,8%	1,1%	Itália	38,3%
Tailândia	622.674	AD	5,5%	I	M-P-M-G	4,4%	0,8%	5,4%	Estados Unidos	15,2%
Índia	527.908	AD	8,9%	D	M-P-M-G	6,5%	0,8%	1,5%	Itália	13,2%
Indonésia	459.834	AD	42,2%	MD	M-P-M-G	0,3%	1,0%	5,5%	Coreia do Sul	19,2%
Rússia	71.327	A	8,8%	D	M-P-M-G	3,4%	3,1%	6,4%	Itália	32,3%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Outro grande mercado importador é a Itália, com US\$ 4,2 bilhões, com uma taxa média de crescimento pequena, de apenas 2,5%, sendo classificado como de baixo dinamismo. A participação do Brasil chega a 11%, exatamente a mesma proporção do maior concorrente, a França. O Rio Grande do Sul tem pequena presença na Itália.

O terceiro maior país importador de couro é a Alemanha, com um total de US\$ 1,2 bilhão e taxa de crescimento médio de 4,1%, sendo classificado como intermediário. O Brasil tem pequena participação nessas importações, e o maior concorrente, a Itália, domina quase 30% do total. A seguir, três outros países que merecem destaque por terem valor importado próximo a US\$ 1 bilhão.

A Coreia do Sul, com importações de US\$ 939 milhões, é um mercado com baixo dinamismo, uma vez que essas exportações cresceram apenas 1,8%, em média, entre 2006 e 2011. A participação do Brasil é pequena nesse mercado, e o maior concorrente é os Estados Unidos, com 46%. Esse país também é apontado como o principal concorrente no Vietnã, que importa US\$ 852 milhões em couro por ano.

Ao contrário dos demais países considerados de alto destaque, as importações do Vietnã evoluem a uma taxa média de 10%, e o país é classificado como dinâmico. O Brasil também tem

pequena presença nesse mercado, apenas 6,8%. A seguir, aparece a Espanha, com importações de US\$ 818 milhões, um crescimento médio de 4,3%, considerado intermediário, e tendo a Itália como principal concorrente, representando 38% das importações daquele país. A participação do Brasil e do Rio Grande do Sul é bem pequena nas importações de couro da Espanha.

Outros seis países completam a lista dos maiores importadores de couro, indo de US\$ 736 milhões, no México, até US\$ 459 milhões, na Indonésia. Desses, apenas a Indonésia, com taxa média de expansão de 42% entre 2006 e 2011, é classificada como muito dinâmico. Outros dois, França e Índia, são dinâmicos; Turquia e Tailândia são considerados países intermediários, e apenas o México é apontado como em decadência, uma vez que suas exportações decaíram, em média, 2,8% no período.

Os Estados Unidos e a Itália se revezam como principais concorrentes nesses mercados. Enquanto o primeiro tem maioria no México e na Tailândia, a Itália tem maior presença na Turquia, França, Índia e Rússia. O único concorrente diferente e com maior presença na Indonésia é a Coreia do Sul, com 19% das importações daquele país.

A maior participação do Brasil ocorre no México, com 28% das importações totais daquele país. Em todos os demais, o Brasil tem uma participação pequena, que não ultrapassa os 11%, e menor ainda é a presença do Rio Grande do Sul. Vale destacar que esse mercado oferece oportunidades para empresas de todos os portes.

Em termos de tarifa, pode ser visto que é relativamente baixa, não ultrapassando os 7,2% no Vietnã, que apresenta a maior tarifa média. A China, com 6,7%, e a Índia, com 6,5%, são outros dois países com maiores tributações. Em vários outros países, essa é bem mais baixa, como, por exemplo, 0,8% na França, Tailândia e Índia, 0,6% na Espanha e 0,2% na Turquia.

TRIGO

Outro produto importante para o Rio Grande do Sul, e que é classificado como Produto Primário, é o Trigo. Nesse grupo, estão seis tipos diferentes de classificações, sendo a mais importante a das exportações de Trigo e Trigo com Centeio, responsável por 99% do total. As demais têm pouca representatividade, sendo: trigo duro para semeadura, trigo duro exceto para semeadura, trigo mourisco, farinha de trigo, grumos e sêmolos.

Em 2011, o Rio Grande do Sul exportou US\$ 453 milhões em trigo para quatro continentes. Desses, o destaque foi África e Oriente Médio, responsável pela compra de 86% do total. Nessa região, as grandes empresas são responsáveis por 91% das exportações, ficando as empresas médias com 7,4% e as pequenas com uma participação de apenas 0,4%. Essa distribuição é

diferente para Tunísia, Quênia, África do Sul e Arábia Saudita, onde as grandes empresas são responsáveis por 100% das exportações, no Iêmen, onde as empresas médias têm maior participação, chegando a 27% do total e, por fim, nos Emirados Árabes Unidos, onde as empresas de porte pequeno são responsáveis por 5,8% do total.

O principal destino das exportações para a região é a Argélia, que compra 39% do total, cerca de US\$ 154 milhões. Dois outros países também merecem destaque: o Egito, com US\$ 49 milhões, e a Tunísia, com US\$ 40 milhões. Em conjunto, esses três países respondem por pouco mais de 62% do total exportado para a região. Os demais países que completam a lista são compostos por Iêmen, Quênia, Emirados Árabes Unidos, África do Sul e Arábia Saudita. Diversos outros países importam quantidades menores que US\$ 10 milhões em trigo do Rio Grande do Sul, e, devido a essa pequena representatividade, foram agregados no item “outros”, que contempla US\$ 44 milhões.

Tabela 25 - Exportações do Rio Grande do Sul de trigo em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	390.293.235	86,0%		-	0,4%	7,9%	91,7%
Argélia	154.949.553		39,7%	-	-	7,5%	92,5%
Egito	49.087.648		12,6%	-	1,2%	8,9%	90,0%
Tunísia	40.538.791		10,4%	-	-	-	100,0%
Iêmen	30.324.583		7,8%	-	-	27,2%	72,8%
Quênia	22.796.486		5,8%	-	-	-	100,0%
Emirados Árabes Unidos	19.115.143		4,9%	-	5,8%	4,3%	89,9%
África do Sul	17.715.590		4,5%	-	-	-	100,0%
Arábia Saudita	11.520.911		3,0%	-	-	-	100,0%
Outros	44.244.530		11,3%	0,0%	0,0%	12,9%	87,1%
Américas	15.869	0,0%		-	4,1%	-	95,9%
Uruguai	15.212		95,9%	-	0,6%	-	99,4%
Argentina	559		3,5%	-	100,0%	-	-
Bolívia	98		0,6%	-	-	-	100,0%
Ásia e Oceania	33.786.849	7,4%		0,0%	4,5%	14,9%	80,5%
Bangladesh	22.057.098		65,3%	-	6,3%	22,9%	70,8%
Indonésia	6.383.750		18,9%	-	-	-	100,0%
China	5.130.000		15,2%	-	-	-	100,0%
Outros	216.001		0,6%	0,1%	61,0%	0,0%	38,9%
Europa e Leste Europeu	29.552.449	6,5%		0,2%	3,0%	15,3%	81,4%
Turquia	29.490.364		99,8%	-	3,0%	15,4%	81,6%
Países Baixos (Holanda)	62.085		0,2%	100,0%	-	-	-
Total Geral	453.648.402	100%		0,0%	0,9%	8,9%	90,2%

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

A segunda região de destaque na importação de trigo é Ásia e Oceania, com 7,4% do total. Nesta, as empresas de porte grande respondem por 80% do total, as empresas médias, por 14,9%, e as pequenas, por 4,5%. Porém, há importantes diferenças verificadas dentre os três principais países. O maior, Bangladesh, responsável por 65% do total, tem uma participação maior de empresas de porte médio, relativamente ao verificado na região. Por outro lado, nos dois outros países importantes, Indonésia e China, com US\$ 6,3 milhões e US\$ 5,1 milhões, respectivamente, são as empresas grandes que atuam com 100% do mercado. O grupo “outros” contempla países com exportações pequenas e que têm pouca representatividade no agregado.

A terceira região de destaque é a Europa e Leste Europeu, mas com uma participação pequena, apenas 6,5% do total. Nesta, as grandes empresas são responsáveis por 81% do total, enquanto as empresas médias respondem por 15% e as pequenas, por 3%. Em termos de países, há uma concentração das exportações na Turquia, que responde por 99,8% do total. A Holanda é o segundo país na região, mas com importação de trigo de apenas US\$ 62 mil, e atendida exclusivamente por empresas de porte micro.

Por fim, com participação pequena nas exportações de trigo, estão os países da América, com um total de apenas US\$ 15 mil. Aqui, essas são exercidas quase exclusivamente pelo Uruguai, com Argentina e Bolívia tendo compras muito pequenas.

Foram identificadas oportunidades de exportação de Trigo para dez países. Devido ao valor das exportações, sete são classificados como de alto destaque, todos com importações maiores que US\$ 1 bilhão. Em quase todos, a dinâmica dessas importações é vista como Intermediária, indo de um crescimento médio, de 2006 a 2011, de 16% no Japão até 27% no Egito. A Indonésia é o único país onde as oportunidades são vistas apenas para empresas de porte médio e grande. Em todos os demais, essas se desenham para empresas de todos os portes.

O maior importador do produto é a Nigéria, com US\$ 3,4 bilhões, sendo que o maior concorrente é os Estados Unidos, com 83% do mercado. O Brasil tem uma participação pequena, de apenas 4,6%. Com importações de US\$ 3,2 bilhões, o Egito é visto como o segundo maior importador do produto, onde a Rússia é o maior concorrente, com 38% do mercado, e a participação do Brasil é quase nula, de apenas 0,8%.

O terceiro maior importador do trigo gaúcho é o Japão, com US\$ 2,7 bilhões e uma taxa média de crescimento de 16%, considerado um mercado intermediário. O maior concorrente é os Estados Unidos, com participação de 55% do total. O Brasil não participa desse mercado. A seguir, com US\$ 2,1 bilhões, está a Indonésia, que também tem uma taxa de crescimento significativa nessas importações, de 21%, entre 2006 e 2011, sendo considerada Intermediária. O principal

concorrente é a Austrália, com 63% de participação, com uma participação muito baixa do Brasil. A Austrália também é o maior concorrente na Coreia do Sul, com uma participação de 38% de um mercado que importa US\$ 1,6 bilhão. E o Brasil está ausente desse mercado. Com um crescimento médio de 20% entre 2006 e 2011, a Coreia do Sul é vista como um mercado intermediário.

Também com US\$ 1,6 bilhão em importações, está a Turquia, que, com uma taxa média de crescimento de 96%, é um mercado considerado muito dinâmico, onde a Rússia é o maior concorrente, com 30% do mercado, e a participação do Brasil pode ser considerada pequena. Completando a lista de países de alto destaque, tem-se o Marrocos, com importações de US\$ 1,1 bilhão e uma taxa de crescimento média de 34%, sendo considerado um país dinâmico. A presença do Brasil é quase nula e a França representa 63% do total importado pelo país.

Tabela 26 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de trigo

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente			
					RS	BR	País	Part. 2011		
Nigéria	3.476.056	AD	20,5%	I	M-P-M-G	5,0%	0,2%	4,6%	Estados Unidos	83,9%
Egito	3.200.244	AD	27,1%	I	M-P-M-G	0,1%	1,5%	0,8%	Rússia	38,8%
Japão	2.765.866	AD	16,1%	I	M-P-M-G	140,4%	0,0%	0,0%	Estados Unidos	55,6%
Indonésia	2.197.627	AD	21,9%	I	M-G	2,5%	0,3%	0,4%	Austrália	63,2%
Coreia do Sul	1.648.934	AD	20,2%	I	M-P-M-G	2,7%	0,0%	0,0%	Austrália	38,4%
Turquia	1.627.066	AD	96,9%	MD	M-P-M-G	46,6%	1,8%	5,9%	Rússia	30,6%
Marrocos	1.182.613	AD	34,2%	D	M-P-M-G	43,6%	0,3%	2,2%	França	63,7%
Bangladesh	966.260	A	28,0%	I	M-P-M-G	5,0%	2,3%	4,0%	Canadá	33,0%
Arábia Saudita	683.665	A	112,9%	MD	M-P-M-G	0,0%	1,7%	6,8%	Canadá	24,2%
Emirados Árabes Unidos	358.302	A	32,6%	D	M-P-M-G	0,0%	5,3%	5,3%	Canadá	22,5%

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: 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 2006 e 2011: 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 países com um mercado considerado alto pela magnitude são Bangladesh, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos. O primeiro, devido à taxa média de crescimento de 28%, é considerado intermediário. A Arábia Saudita, com uma expansão média de 112%, é vista como muito dinâmico e os Emirados Árabes Unidos, com expansão de 32%, é considerado dinâmico. Nesses três países, o principal concorrente é a França, e o Brasil e o Rio Grande do Sul possuem pequena participação.

Em termos de tributação, apenas três países apresentam alíquota elevada. A maior é vista no Japão, que aplica 140%. A seguir, tem-se a Turquia, com 46%, e Marrocos, com 43%. Todos os demais possuem alíquota média inferior a 5%, com destaque para aqueles onde essa é nula, como na Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos.

O grupo carne de suíno contém quatro diferentes produtos. O destaque são as exportações de outras carnes de suíno congeladas, com US\$ 399 milhões e 99% do total. Os demais produtos, em ordem decrescente de importância são as carcaças e meias carcaças de suínos, as pernas, pés e pedaços não desossados de suínos congelados e outras carnes de suínos frescas ou congeladas.

Mais da metade das exportações de carne de suíno *in natura* é feita para a Europa e Leste Europeu. Dos US\$ 439 milhões exportados em 2011, 56% tiveram como destino os países dessa região. Nesse caso, destaque para o fato de que as exportações são feitas exclusivamente por empresas de porte grande. O maior importador é a Rússia, com US\$ 179 milhões e uma participação de 72% sobre o total. O segundo maior comprador é a Ucrânia, com US\$ 58 milhões, e que também se configura como o segundo maior importador dentre todos os países. Em conjunto, esses dois países concentram pouco mais de 95% das exportações de carne de suíno *in natura* do Rio Grande do Sul para a Europa e Leste Europeu.

Dois outros países importam pouco mais de US\$ 5 milhões, como a Moldova e a Albânia. Destaca-se que também há exportações menores para diversos outros países, mas essas não foram significativas, sendo agrupadas no item “outros” e somando apenas US\$ 202 mil.

A segunda região de destaque é a Ásia e Oceania, responsável por 21% do total exportado do produto. Essas exportações também são feitas exclusivamente por empresas de porte grande. O principal importador da região é Hong Kong, com US\$ 51 milhões e representando pouco mais de 55% do total. Esse país é também o terceiro mais importante dentre todos os importadores. O segundo país na região é Cingapura, com US\$ 23 milhões e 25% do total. Assim, em conjunto, esses dois países são responsáveis por pouco mais de 80% do total. Os três países que completam a lista dos importadores em magnitude superior a US\$ 3 milhões são Geórgia (US\$ 8 milhões), Armênia (US\$ 5,6 milhões) e Azerbaijão (US\$ 3,3 milhões). O grupo “outros”, que contempla os países com menores importações de carne de suíno *in natura*, representou 1,4% do total.

A terceira região de destaque foi as Américas, com 17% do total e com uma participação de 100% das empresas de porte grande. Nesse caso, a Argentina foi responsável por dois terços dessas importações. O segundo país de destaque foi o Uruguai, com importações de US\$ 14 milhões e participação de 19% na região. Em conjunto, esses dois países representam pouco mais de 85% das exportações do produto. Venezuela e Equador completam a lista dentre aqueles com valores acima de US\$ 3,5 milhões. Os demais países com menor representação foram agrupados no item “outros”, somando US\$ 1,9 bilhão.

Por fim, com participação de apenas 4,7% sobre o total exportado de suínos *in natura*, está a região da África e Oriente Médio, onde as transações são feitas exclusivamente por empresas de porte grande. Apesar dessa pequena participação, o principal país comprador na região, Angola, tem um valor representativo de US\$ 14 milhões, representando quase 70% de todos os embarques para aquela região. O segundo maior importador é os Emirados Árabes Unidos, com US\$ 3,3 milhões e uma participação de 16% na região. O Egito e Gabão importaram valores pequenos, pouco acima de US\$ 540 mil cada um e, todos os demais países com importações inferiores a esses valores foram agrupados no item “outros”, somando US\$ 1,88 bilhão.

Tabela 27 - Exportações do Rio Grande do Sul de carne de suíno *in natura* em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	20.671.211	4,7%		-	-	-	100%
Angola	14.283.908		69,1%	-	-	-	100%
Emirados Árabes Unidos	3.365.654		16,3%	-	-	-	100%
Egito	585.215		2,8%	-	-	-	100%
Gabão	547.294		2,6%	-	-	-	100%
Outros	1.889.140		9,1%	0%	0%	0%	100%
Américas	76.423.584	17,4%		-	-	-	100%
Argentina	50.775.162		66,4%	-	-	-	100%
Uruguai	14.704.819		19,2%	-	-	-	100%
Venezuela	5.078.991		6,6%	-	-	-	100%
Equador	3.892.411		5,1%	-	-	-	100%
Outros	1.972.201		2,6%	0%	0%	0%	100%
Ásia e Oceania	93.548.249	21,3%		-	-	-	100%
Hong Kong	51.945.150		55,5%	-	-	-	100%
Cingapura	23.281.803		24,9%	-	-	-	100%
Geórgia	8.068.781		8,6%	-	-	-	100%
Armênia	5.632.816		6,0%	-	-	-	100%
Azerbaijão	3.333.823		3,6%	-	-	-	100%
Outros	1.285.876		1,4%	0%	0%	0%	100%
Europa e Leste Europeu	249.116.636	56,6%		-	-	0%	100%
Rússia	179.554.151		72,1%	-	-	0%	100%
Ucrânia	58.551.779		23,5%	-	-	-	100%
Moldova	5.789.583		2,3%	-	-	-	100%
Albânia	5.018.225		2,0%	-	-	-	100%
Outros	202.898		0,1%	0%	0%	0%	100%
Total Geral	439.759.680	100%		-	-	0%	100%

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

Os países que foram selecionados como oportunidades para exportações de Carne de Suíno *in natura* foram divididos em alto destaque e alto, de acordo com a magnitude das importações. Em comum entre todos os países há o fato de que essas oportunidades são vistas

para empresas de porte médio e grande. O Brasil está ausente do maior mercado, o Japão, bem como de outros importantes, como a Coreia do Sul e a China. Na América do Sul, o Brasil não exporta para a Colômbia.

Tabela 28 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de carne de suíno *in natura*

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Japão	5.224.737	AD	9,6%	I	M-G	62,3%			Estados Unidos	40,7%
Rússia	2.138.443	AD	8,9%	BD	M-G	42,0%	8,4%	20,3%	Alemanha	16,6%
Coreia do Sul	1.438.444	AD	14,2%	I	M-G	23,7%			Estados Unidos	32,1%
China	847.677	AD	108,9%	MD	M-G	18,4%			Estados Unidos	51,1%
Cingapura	241.402	AD	6,9%	BD	M-G	0,0%	9,6%	32,5%	Austrália	23,4%
Angola	118.872	AD	35,1%	MD	M-G	10,0%	12,0%	53,9%	Países Baixos (Holanda)	16,4%
Uruguai	48.757	A	29,4%	MD	M-G	0,0%	30,2%	88,7%	Chile	3,8%
Colômbia	48.117	A	54,2%	MD	M-G	11,6%			Estados Unidos	49,7%
Chile	45.079	A	65,6%	MD	M-G	6,0%		22,2%	Estados Unidos	58,1%
Geórgia	28.794	A	17,1%	I	M-G	11,4%	28,0%	51,0%	Canadá	21,2%
Emirados Árabes Unidos	22.856	A	14,1%	I	M-G	5,0%	14,7%	59,1%	Países Baixos (Holanda)	12,8%
Equador	20.082	A	27,5%	D	M-G	38,3%	19,4%	52,2%	Estados Unidos	31,1%

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: 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 2006 e 2011: 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.

As importações do Japão foram de US\$ 5,2 bilhões, em 2011, e taxa média de crescimento de 9,6% entre 2006 e 2011, torna o mercado considerado intermediário. O maior concorrente é os Estados Unidos, com uma participação de 40% nesse mercado. O Segundo maior importador, a Rússia, com US\$ 2,1 bilhões, tem baixo dinamismo nessas importações, com crescimento de apenas 8,9%. O Brasil tem presença importante nesse país, com 20%, índice acima do que se verifica para o maior concorrente, a Alemanha, com 16%. Destaca-se que, em ambos, é possível notar as maiores tarifas médias dentre todos, de 62% no Japão e 42% na Rússia.

Tarifas elevadas também são vistas para os dois maiores importadores seguintes. Na Coreia do Sul, com importações totais de US\$ 1,4 bilhão e crescimento médio de 14%, a tarifa é de 23%. A seguir, na China, com importações totais de US\$ 847 milhões, a tarifa média é de 18%. Em ambos, o Brasil está ausente e os Estados Unidos são o principal concorrente, com 32% no primeiro mercado e 51% no segundo. Mas há uma diferença importante em termos de crescimento dessas importações. Na Coreia do Sul, essa taxa é de 14%, e o país considerado intermediário. Na China, a taxa é de 108% e, devido a isso, o país é visto como muito dinâmico.

Dois outros países completam a lista de alto destaque. Cingapura, com US\$ 241 milhões e uma taxa média de 6,9%, desempenho esse classificado como baixo dinamismo, e Angola, com US\$ 118 milhões e crescimento de 35%, considerado muito dinâmico. Porém, em Cingapura, a tarifa média é de 0%, ao passo que em Angola é de 10%. Em ambos, o Brasil tem importante participação, de 32% em Cingapura e de 53% em Angola. Os maiores concorrentes nesses dois mercados são, respectivamente, a Austrália e a Holanda, ambos com participação menor que o Brasil.

O grupo de países considerado, do ponto de vista de magnitude, como alto, tem variação de importação que vai de US\$ 48 milhões no Uruguai até US\$ 20 milhões no Equador. Em três países é possível ver taxas de crescimento das importações bem elevadas, sendo considerados muito dinâmicos, como o Uruguai, Colômbia e Chile. Outros dois foram considerados intermediários, como Geórgia e Emirados Árabes Unidos, ao passo que o Equador, com expansão média de 27%, é considerado um mercado dinâmico.

O principal concorrente nos países classificado como alto são os Estados Unidos, que operam 49% das importações da Colômbia, 58% no Chile e 31% no Equador. Entre esses, o Brasil está ausente apenas da Colômbia. Destaca-se que, mesmo os Estados Unidos sendo considerado o principal concorrente no Equador, o Brasil tem a maioria das importações desse país, com 52%, o mesmo se verificando no Uruguai, Geórgia e Emirados Árabes Unidos. A maior presença do Rio Grande do Sul ocorre no Uruguai e Geórgia.

Esses são países nos quais a tarifa média pode ser considerada elevada. No Equador, ela é de 38%, na Colômbia, de 11,6%, e na Geórgia, de 11,4%. Chile, com 6%, e Emirados Árabes Unidos, com 5%, completam a lista daqueles que impõem tarifa de importação. Nesse grupo, apenas o Uruguai tem tarifa de 0%.

MAÇÃS FRESCAS

O último produto exportado pelo Rio Grande do Sul aqui classificado como Primário são as maçãs frescas, com exportações totais de US\$ 31 milhões no ano de 2011. A maioria dessas exportações foi feita por empresas grandes, que responderam por 96% do total. Os 4% restantes foram embarcados por empresas médias.

O produto é enviado para quatro regiões, com destaque para a Europa e Leste Europeu, que absorve 82% dessas exportações. A predominância é de exportações de empresas de porte grande, e a única exceção é a Alemanha, onde as empresas médias representam 22% do total.

O maior importador nessa região é a Holanda, com US\$ 9,7 milhões. A seguir, com exportações inferiores, mas ainda acima de US\$ 1 milhão, estão outros seis países. Irlanda e Espanha importam pouco mais de US\$ 3 milhões; a seguir, estão Portugal e Alemanha, ambos com compras da ordem de US\$ 2,6 milhões e US\$ 2,3 milhões; por fim, aparecem o Reino Unido e a Itália, com US\$ 1,3 milhão e US\$ 1,1 milhão, respectivamente.

Tabela 29 - Exportações do Rio Grande do Sul de maçãs frescas em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	1.050.756	3,4%		-	-	-	100,0%
Emirados Árabes Unidos	366.324		34,9%	-	-	-	100,0%
Líbia	289.296		27,5%	-	-	-	100,0%
Tunísia	246.960		23,5%	-	-	-	100,0%
Omã	65.856		6,3%	-	-	-	100,0%
Catar	32.928		3,1%	-	-	-	100,0%
Argélia	32.928		3,1%	-	-	-	100,0%
Kuwait	16.464		1,6%	-	-	-	100,0%
Américas	555.698	1,8%		-	-	100,0%	-
Antilhas Holandesas	555.698		100%	-	-	100,0%	-
Ásia e Oceania	3.815.673	12,3%		-	-	-	100,0%
Bangladesh	3.759.225		98,5%	-	-	-	100,0%
Paquistão	56.448		1,5%	-	-	-	100,0%
Europa e Leste Europeu	25.644.518	82,5%		-	-	2,8%	97,2%
Países Baixos (Holanda)	9.789.345		38,2%	-	-	-	100,0%
Irlanda	3.264.384		12,7%	-	-	5,4%	94,6%
Espanha	3.173.578		12,4%	-	-	1,5%	98,5%
Portugal	2.642.409		10,3%	-	-	-	100,0%
Alemanha	2.307.902		9,0%	-	-	21,9%	78,1%
Reino Unido	1.310.980		5,1%	-	-	-	100,0%
Itália	1.126.821		4,4%	-	-	-	100,0%
Dinamarca	616.015		2,4%	-	-	-	100,0%
Rússia	504.014		2,0%	-	-	-	100,0%
Finlândia	412.425		1,6%	-	-	-	100,0%
Suécia	339.624		1,3%	-	-	-	100,0%
França	109.872		0,4%	-	-	-	100,0%
Malta	47.149		0,2%	-	-	-	100,0%
Total Geral	31.066.645	100%		-	-	4,1%	95,9%

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

Há um grupo menor de países, nessa região, que importa entre US\$ 100 mil e menos de US\$ 1 milhão, e é composto de outros cinco países. Nesse caso, destaque para a Dinamarca, com importações de US\$ 616 mil, e a Rússia, com US\$ 504 mil. A seguir, estão Finlândia, Suécia e França. O último país apontado é Malta, que importou apenas US\$ 47 mil em maçãs frescas do Rio Grande do Sul.

A segunda maior região a comprar o produto é a da Ásia e Oceania, com US\$ 3,8 milhões e uma participação de 12,3% do total. Porém, nesse caso, são apenas dois países de destino, e as importações são feitas quase exclusivamente por Bangladesh que também é o segundo maior importador de maçãs do Rio Grande do Sul, totalizando US\$ 3,7 milhões. Uma pequena parcela é destinada para o Paquistão.

A terceira região que mais importa o produto é a da África e Oriente Médio, com US\$ 1 milhão e participação de 3,4% sobre o total. Destaca-se que essas exportações são feitas exclusivamente por empresas de porte grande. Três países concentram 85% de todas as importações, com uma distribuição bem equilibrada entre eles. O maior destino foi os Emirados Árabes Unidos, com US\$ 366 mil. A seguir, como segundo maior, aparece a Líbia, com US\$ 289 mil. E, por fim, tem-se a Tunísia, com US\$ 246 mil. Os quatro países seguintes representam muito pouco individualmente, são eles: Omã, Catar, Argélia e Kuwait.

A última região de análise são as Américas, que compram o equivalente a 1,8% do total exportado de maçã. Porém, essa compra é feita exclusivamente pelas Antilhas Holandesas e por empresas de porte médio.

A maioria dos países apontados como oportunidades para as exportações de maçãs frescas do Rio Grande do Sul encontram-se na Europa. Dos catorze selecionados, cinco estão naquela região. Desses, quatro são considerados, do ponto de vista da magnitude das importações, como alto destaque, e apenas um, a Polônia, como Alto.

Em todos os países analisados, as oportunidades de exportação se desenham para empresas de porte médio e grande. Do ponto de vista da tarifa média, seis apresentam tarifas elevadas. A maior é em Israel, com 56,7%, seguido de Irã, com 45%, Bangladesh, com 25%, Rússia, 22,2%, Costa Rica, com 14%, e China, com 10%. Em todos os demais, a tarifa média é de 0%.

Os maiores países classificados como de alto destaque não apresentam crescimento médio elevado das importações no período 2006-2011. Na Rússia, o maior importador do produto, com US\$ 756 milhões, as importações cresceram, em média, 16,6%, sendo o mesmo classificado como dinâmico. Porém, nos três mais importantes mercados na sequência, Alemanha, com US\$ 666 milhões, Holanda, com US\$ 335 milhões, e Espanha, com US\$ 233 milhões, o desempenho histórico das importações foi considerado de baixo dinamismo. Inclusive no caso da Holanda, com variação de 0%.

Os Emirados Árabes Unidos, quinto maior importador, com US\$ 158 milhões, têm um desempenho melhor que os anteriores, com 19% em média, sendo classificado como dinâmico. Do

total de países analisados, seis apresentam crescimento elevado das importações e foram classificados como muito dinâmicos.

Nesse caso, a melhor relação é entre o país ser alto destaque, com importações grandes, como China e Bangladesh e, ao mesmo tempo, ter crescimento acentuado, 35% e 37% respectivamente. A Polônia, com US\$ 51 milhões, e o Irã, com US\$ 28 milhões, foram classificados como alto, quando avaliados em termos de magnitude das importações, mas tiveram um desempenho histórico muito dinâmico, de 30% e 53%, respectivamente. Os dois países seguintes, onde é possível ter essa boa taxa de crescimento, são Israel e Catar, com taxas de 36% e 26%, respectivamente.

Tabela 30 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de maçãs frescas

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente País	Part. 2011
							RS	BR		
Rússia	756.954	AD	16,6%	D	M-G	22,2%	0,1%	0,1%	Polônia	21,7%
Alemanha	666.294	AD	2,0%	BD	M-G	0,0%	0,3%	1,6%	Itália	43,3%
Países Baixos (Holanda)	335.879	AD	0,0%	BD	M-G	0,0%	2,9%	5,2%	Chile	24,9%
Espanha	233.145	AD	6,0%	BD	M-G	0,0%	1,4%	2,4%	França	38,8%
Emirados Árabes Unidos	158.379	AD	19,5%	D	M-G	0,0%	0,2%	0,2%	Estados Unidos	19,9%
China	115.756	AD	35,6%	MD	M-G	10,0%			Chile	54,5%
Bangladesh	103.804	AD	37,4%	MD	M-G	25,0%	3,6%	4,2%	China	72,3%
Polônia	51.625	A	29,9%	MD	M-G	0,0%		0,1%	Itália	29,3%
Irã	28.344	A	53,6%	MD	M-G	45,0%			Chile	35,8%
Omã	24.149	A	12,0%	I	M-G	0,0%	0,3%	1,4%	Emirados Árabes Unidos	47,3%
Kuwait	18.927	A	10,6%	I	M-G	0,0%	0,1%	0,1%	Estados Unidos	25,8%
Costa Rica	17.804	A	10,0%	I	M-G	14,0%			Estados Unidos	54,3%
Israel	16.812	MA	36,4%	MD	M-G	56,7%			Estados Unidos	56,7%
Catar	7.442	MB	26,4%	MD	M-G	0,0%	0,4%	0,4%	França	31,4%

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: 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 2006 e 2011: 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 Brasil não está presente em quatro desses países: China, Irã, Costa Rica e Israel. Os dois primeiros são dominados pelo Chile, e os dois últimos pelos Estados Unidos. Além disso, nos países onde o Brasil se faz presente, é de pequena magnitude. A maior participação ocorre no mercado da Holanda, com 5,2%, e o maior concorrente é o Chile, com 24%. A segunda maior participação é em Bangladesh, apenas 4,2%, e a China domina com 72%.

Também é baixa a presença do Brasil no mercado da Rússia, dominado pela Polônia; na Alemanha, onde a Itália é a maior fornecedora, sendo também a mais importante concorrente na Polônia; na Espanha, que tem maior participação da França, que também domina o mercado do

Catar; nos Emirados Árabes Unidos, dominados pelos Estados Unidos, que também são o maior concorrente no Kuwait, Costa Rica e Israel.

QUÍMICOS ORGÂNICOS

O segundo item mais importante no grupo de Intensivos em Recursos Naturais são os produtos químicos orgânicos, com exportação da ordem de US\$ 617 milhões. Nesse, há 93 diferentes produtos classificados. Porém, quatro itens respondem por pouco mais de 80% do total. Em destaque, as exportações de outros éteres acíclicos e seus derivados halogenados, com US\$ 171 milhões e 27,8% do total. O segundo produto mais importante nesse grupo são as exportações de outros hidrocarbonetos acíclicos não saturados, com um total de US\$ 146 milhões e participação de 23,7%. Os dois outros produtos de destaque participam, ambos, com pouco mais de 14% do total, o Butadieno não saturado e o Benzeno. Todos os demais produtos restantes da lista possuem participação pequena.

Em termos de porte, pode ser visto que essas exportações são feitas quase que exclusivamente por empresas de porte grande, restando uma participação de apenas 0,5% para empresas de porte médio e de 0,3% para as de pequeno porte. Apenas em dois mercados é possível ver uma distribuição diferenciada. Na França, onde as pequenas respondem por 37% do total, e na Itália, onde as pequenas ficam com 15% do total. Por fim, as empresas médias têm uma participação acentuada nas exportações para a Venezuela, ficando com 24% do total.

Em termos de regiões, as Américas concentram pouco mais de dois terços de todas as exportações de químicos orgânicos do Rio Grande do Sul, com total de US\$ 407 milhões. Nessa região, dois países concentram essas importações. Em primeiro, e maior importador individual do produto, estão os Estados Unidos, com US\$ 202 milhões e participação de 49,8% na região. O segundo maior importador na região e também dentre todos os demais países é a Argentina, com US\$ 173 milhões. Destaca-se que somente esses dois países concentram pouco mais de 92% das exportações de químicos orgânicos para as Américas. Três outros países ficam com percentuais menores, entre 1,6% e 2,4%. São eles: o México, a Colômbia e a Venezuela. Também há pequenas exportações para mais países da região, mas, como são de valor baixo, as mesmas foram agrupadas no termo "outros", representando 1,5% da região.

A segunda região de destaque, com 27% do total, é a Europa e o Leste Europeu. O principal importador é a Holanda, com US\$ 105 milhões e 63% do total da região. Esse valor de importações também credencia o país como o terceiro na lista de principais importadores de produtos químicos orgânicos. A seguir, tem-se a Espanha, com US\$ 57 milhões e participação de 34% do

total. Assim, apenas esses dois países concentram 97% do total exportado para a Europa e Leste Europeu. Pequenas quantidades são exportadas para outros três países, que ficam entre US\$ 976 mil e US\$ 1,4 milhão. São eles, Itália, Alemanha e França. Tal como verificado em diferentes regiões, aqui também há exportações de menor valor para outros países que, devido à baixa magnitude, foram agrupadas em “outros”. Sua representação é pequena, de apenas 0,3% do total.

Tabela 31 - Exportações do Rio Grande do Sul de produtos químicos orgânicos em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	7.093.378	1,1%		-	0,0%	1,1%	98,9%
Israel	3.307.431		46,6%	-	-	-	100,0%
Líbia	2.419.973		34,1%	-	-	-	100,0%
África do Sul	1.020.181		14,4%	-	0,0%	-	100,0%
Outros	345.793		4,9%	0,0%	0,0%	22,3%	77,7%
Américas	407.040.864	66,0%		0,0%	0,3%	0,8%	98,9%
Estados Unidos	202.662.497		49,8%	-	0,3%	0,2%	99,5%
Argentina	173.663.529		42,7%	0,0%	0,1%	0,0%	99,9%
México	9.892.306		2,4%	-	-	2,6%	97,4%
Colômbia	8.321.210		2,0%	-	-	1,6%	98,4%
Venezuela	6.363.532		1,6%	-	-	24,1%	75,9%
Outros	6.137.790		1,5%	1,1%	6,4%	14,3%	78,2%
Ásia e Oceania	36.318.280	5,9%		-	0,0%	0,1%	99,9%
Coreia do Sul	25.437.296		70,0%	-	-	-	100,0%
Índia	4.658.310		12,8%	-	-	-	100,0%
China	2.834.963		7,8%	-	-	0,1%	99,9%
Japão	1.601.226		4,4%	-	-	0,0%	100,0%
Indonésia	1.050.131		2,9%	-	-	-	100,0%
Outros	736.354		2,0%	0,0%	0,0%	6,7%	93,3%
Europa e Leste Europeu	166.571.863	27,0%		-	0,5%	0,0%	99,5%
Países Baixos (Holanda)	105.001.662		63,0%	-	-	0,0%	100,0%
Espanha	57.311.829		34,4%	-	0,5%	-	99,5%
Itália	1.425.428		0,9%	-	15,5%	-	84,5%
Alemanha	1.331.841		0,8%	-	-	-	100,0%
França	976.178		0,6%	-	37,4%	-	62,6%
Outros	524.925		0,3%	0,0%	0,0%	0,1%	99,9%
Total Geral	617.024.385	100%		0,0%	0,3%	0,5%	99,1%

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

A terceira região de destaque é a Ásia e Oceania, com importações de US\$ 36 milhões e uma participação de 5,9% do total. Nesta, a Coreia do Sul representa 70% do total e, se for acrescentada a participação de 12% da Índia e os 7,8% da China, têm-se apenas esses três países responsáveis por 96% de todas as exportações para a região. Japão, com US\$ 1,6 milhão, e Indonésia, com US\$ 1 milhão, completam a lista de principais importadores. Porém, há diversos

países com importações de menor valor e que foram agrupados no item “outros”, representando 2% do total da região.

Por fim, a última região avaliada é a África e Oriente Médio, que adquiriu do Rio Grande do Sul, em 2011, US\$ 1 milhão em produtos químicos orgânicos, apenas 1,1% do total exportado. Nesse caso, dois países merecem destaque. Em primeiro está Israel, com US\$ 3,3 milhões e participação de 46%, e, em segundo, a Líbia, com importações de US\$ 2,4 milhões e participação de 34%. No total, esses dois países respondem por 80% dos embarques para a região. A África do Sul fica com US\$ 1 milhão, e diversos países, com compras de menor valor, agrupados em “outros”, somam US\$ 345 mil.

Diversos países foram apontados como oportunidades de exportação para produtos químicos orgânicos, com o fato de que os cinco maiores chegam a somar quase US\$ 200 bilhões. Os dois maiores, China, com importações de US\$ 63 bilhões, e Estados Unidos, com US\$ 57 bilhões, possuem em comum apenas o fato de ter oportunidades para empresas de todos os portes. Enquanto a China se apresenta como um mercado dinâmico, com as importações crescendo 16%, os Estados Unidos são considerados de baixo dinamismo, com crescimento das importações de apenas 5% em média, entre 2006 e 2011. Também é possível notar diferenças em relação à tarifa média, com a China aplicando 5% e os Estados Unidos apenas 0,8%. Os principais concorrentes também são diferentes e têm relação com a proximidade geográfica. A Coreia do Sul domina 23% do mercado na China, ao passo que o Canadá tem 26% do mercado nos Estados Unidos. Por fim, o Brasil e o Rio Grande do Sul têm pouca presença nesses mercados.

O terceiro maior mercado, a Alemanha, com US\$ 34 bilhões, é quase o dobro do quarto maior, o Japão, com US\$ 19 bilhões. Em comum, o fato de ambos oferecerem oportunidades para empresas de todos os portes, terem tarifas médias baixas, apresentarem um crescimento médio que pode ser considerado intermediário e com o Brasil tendo pequena participação, de apenas 0,4%. Novamente, a proximidade geográfica se mostra determinante entre os principais concorrentes onde, na Alemanha é a Holanda que domina o mercado, e no Japão, a China.

O quinto maior mercado importador também está na Ásia. A Índia importa cerca de US\$ 14 bilhões e tem taxa média de crescimento de 19%, sendo considerado um mercado muito dinâmico. Tal como a China, a Índia também pratica uma tarifa média de importação um pouco mais alta que os demais países, de 6,6%, e tem, na proximidade geográfica da China, o maior fornecedor, com 15%. Aqui, o Brasil também tem pouca participação.

O primeiro país da América Latina em destaque é o México, com importações de US\$ 9,7 bilhões e um crescimento médio de 9,6%, considerado intermediário. As oportunidades se

desenham para empresas de todos os portes, a tarifa é baixa, de apenas 2,4% e a proximidade dos Estados Unidos também se mostra presente quando apontado o principal concorrente nessas importações. Já o Brasil e o Rio Grande do Sul possuem pequena participação nesse mercado.

A seguir, aparecem na lista três outros países da Ásia. Em ordem decrescente de valor importado, Cingapura e Indonésia, com US\$ 6,7 bilhões cada, e a Malásia, com US\$ 4 bilhões. Desses, apenas a Indonésia mostra desempenho das importações que pode ser considerado dinâmico, com expansão média de 14%. Os outros dois têm desempenho intermediário. Em todos esses, as oportunidades se abrem para empresas de porte médio e grande, e Cingapura e Malásia aplicam tarifas de 0% e 0,3%, respectivamente, enquanto que a Indonésia tem tarifa maior, de 4,9%. O maior fornecedor em Cingapura é a Arábia Saudita, ao passo que Cingapura é o maior concorrente nos mercados da Indonésia e da Malásia. Em todos esses, o Brasil tem uma participação muito pequena.

Rússia e Argentina completam a lista de países classificados como de alto destaque para a magnitude das importações. O primeiro com importações de US\$ 3,2 bilhões, e o segundo, US\$ 3,1 bilhões. Porém, a Rússia apresenta expansão média maior, de 26%, sendo considerado um mercado muito dinâmico, ao passo que a Argentina é de crescimento intermediário. Outra diferença importante é que na Rússia as oportunidades de exportação são para empresas de porte médio e grande, e na Argentina há oportunidades para todos os portes. Além disso, enquanto a Argentina não tarifa esse produto, a Rússia aplica 5,1%. A Alemanha é o principal concorrente na Rússia – novamente a proximidade geográfica – e o Brasil está praticamente ausente daquele mercado. Já na Argentina, são os Estados Unidos o maior concorrente, com 36%, e, dentre todos os países, é na Argentina onde o Brasil tem a maior presença.

Em seguida, há seis países que integram a lista de importadores considerados alto. Nesse grupo, o maior é a Colômbia, com US\$ 2,2 bilhões, seguido de Arábia Saudita, com US\$ 2,1 bilhões, África do Sul, com US\$ 1,7 bilhão, Emirados Árabes Unidos, com US\$ 1,1 bilhão, Chile, com US\$ 911 milhões, e Peru, com US\$ 583 milhões. Desses, o que apresenta a pior performance histórica é a Colômbia, com crescimento médio de 4,9%, ou seja, de baixo dinamismo. Os três dinâmicos são Arábia Saudita, Chile e Peru. Os demais têm resultado intermediário. Em todos esses, as oportunidades se desenham para empresas de todos os portes.

A tarifa média de importação é baixa, onde os dois países do Oriente Médio aplicam 3,3%, e os demais, abaixo disso, com Colômbia e Chile aplicando 0%. A maior presença do Brasil ocorre na Colômbia e no Chile, onde enfrenta, como maior concorrente, os Estados Unidos, que têm forte

presença. Nesse grupo, nos países da África e do Oriente Médio, a presença do Brasil é pequena ou nula, como no caso da Arábia Saudita.

Tabela 32 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de produtos químicos orgânicos

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
	RS	BR	RS	BR			País	Part. 2011		
China	63.410.568	AD	16,0%	D	M-P-M-G	5,0%	0,0%	0,2%	Coreia do Sul	23,0%
Estados Unidos	57.440.223	AD	5,0%	BD	M-P-M-G	0,8%	0,4%	3,6%	Canadá	26,3%
Alemanha	34.650.907	AD	7,0%	I	M-P-M-G	0,8%	0,0%	0,4%	Países Baixos (Holanda)	33,1%
Japão	19.457.948	AD	9,4%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,4%	China	24,2%
Índia	14.223.318	AD	19,4%	MD	M-G	6,6%	0,0%	0,4%	China	15,2%
México	9.725.918	AD	9,6%	I	M-P-M-G	2,4%	0,1%	1,7%	Estados Unidos	78,0%
Cingapura	6.754.313	AD	8,9%	I	M-G	0,0%	0,0%	0,2%	Arábia Saudita	31,6%
Indonésia	6.744.580	AD	14,1%	D	M-G	4,9%	0,0%	0,4%	Cingapura	20,6%
Malásia	4.013.848	AD	10,7%	I	M-G	0,3%	0,0%	0,1%	Cingapura	22,6%
Panamá	3.543.008	AD	135,7%	MD	M-P-M-G	0,6%	0,0%	1,7%	China	41,3%
Rússia	3.202.574	AD	26,8%	MD	M-G	5,1%	0,0%	0,1%	Alemanha	21,1%
Argentina	3.135.231	AD	10,0%	I	M-P-M-G	0,0%	5,5%	28,1%	Estados Unidos	36,1%
Colômbia	2.235.421	A	4,9%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,4%	11,4%	Estados Unidos	57,0%
Arábia Saudita	2.164.208	A	17,2%	D	M-P-M-G	3,3%		0,0%	Coreia do Sul	17,9%
África do Sul	1.768.362	A	9,4%	I	M-P-M-G	1,2%	0,1%	0,7%	Arábia Saudita	25,6%
Emirados Árabes Unidos	1.182.096	A	11,6%	I	M-P-M-G	3,3%		0,1%	Irã	17,9%
Chile	911.473	A	12,7%	D	M-P-M-G	0,0%	0,0%	7,3%	Estados Unidos	56,8%
Peru	583.439	A	16,9%	D	M-P-M-G	0,2%	0,3%	3,3%	Estados Unidos	39,9%
Equador	391.956	MA	17,6%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	5,4%	Estados Unidos	30,1%
Paraguai	145.248	MB	20,7%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	14,5%	Argentina	27,5%
Bolívia	73.917	MB	18,3%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	10,4%	Argentina	24,2%

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: 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 2006 e 2011: 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 últimos países aqui considerados estão na América do Sul e têm em comum o fato de terem crescimento médio elevado e, por isso, terem sido classificados como muito dinâmicos. Além disso, oferecem oportunidades para empresas de todos os portes, e a tarifa média é de 0%. O Equador tem um mercado importador de US\$ 391 milhões, considerado médio-alto, o Paraguai, US\$ 145 milhões, considerado médio-baixo, assim como a Bolívia, com importações de US\$ 73 milhões. O maior concorrente no Equador são os Estados Unidos, com 30%, ao passo que no Paraguai e na Bolívia o maior concorrente é a Argentina. Nesses dois últimos, o Brasil tem uma presença maior, de 14% e 10%, respectivamente. Já o Rio Grande do Sul tem uma participação muito pequena.

As exportações do Rio Grande do Sul de Carne de Boi Industrializada totalizaram, no ano de 2011, US\$ 227 milhões. Há basicamente três tipos de produtos aqui relacionados. O principal, e que representou 62% desse total, são as preparações alimentícias e conservas de bovinos. O segundo produto mais importante, com 33% do total, foram as exportações de enchidos de carne, miudezas, sangue e suas preparações alimentares. Por fim, com apenas 3,7% do total, tem-se as exportações de extratos e sucos de carnes, peixes, crustáceos e etc.

No total, as exportações de carne bovina industrializada são feitas quase exclusivamente por empresas de porte grande, que ficam com 99,2% do total. Uma parcela pequena é feita por empresas de porte médio, 0,7%. Porém, é possível notar uma pequena diferença nas exportações para Cuba. Apesar de serem feitas, em sua maioria, por empresas de porte grande, que respondem por 90% do total, há uma presença maior de empresas de porte médio, que representam 9,9%.

Ao avaliar a distribuição das exportações de carnes por regiões e países, pode-se notar uma boa distribuição, apesar de a Europa e Leste Europeu representarem 42,9% do total. Nesse caso, o maior importador é o Reino Unido, que fica com 77% de tudo o que vai para a região e também se configura como o principal importador do produto dentre todos os países. A Holanda fica com 11% e, juntamente com o Reino Unido, fecha um total de 88% na região. As exportações para a Espanha, de US\$ 5,6 milhões, e para Alemanha, de US\$ 3,2 milhões, completam a lista de quatro países importantes na região. A seguir, há exportações de menor valor para diversos países, e que foram agrupadas no item “outros”. Esse tem um total de US\$ 2,6 milhões.

A segunda região de destaque é a África e Oriente Médio com importações de US\$ 71 milhões e 31% do total. Destaca-se que as exportações feitas somente para o Reino Unido são maiores que as exportações feitas para toda a região da África e Oriente Médio. Nesse caso, o principal importador é Angola, que responde por 40% do total. O país também se configura como o segundo mais importante dentre todos os países. Tirando o Egito, com participação de 8,7% do total, e a Jordânia, com 6%, todos os demais oito países possuem valores importados de carne de boi industrializada muito próximos. Em ordem decrescente, têm-se Emirados Árabes Unidos, Arábia Saudita, Benin, Maurício, Libéria, Gâmbia, Congo e Gana. Além desses, há uma série de países cujas importações do produto são bem pequenas e, dessa forma, foram agregados no item “outros”, somando US\$ 14 milhões e 20% do total.

Tabela 33 - Exportações do Rio Grande do Sul de carne de boi industrializada em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	71.106.710	31,2%		-	-	-	100,0%
Angola	28.530.898		40,1%	-	-	-	100,0%
Egito	6.181.064		8,7%	-	-	-	100,0%
Jordânia	4.256.985		6,0%	-	-	-	100,0%
Emirados Árabes Unidos	3.077.658		4,3%	-	-	-	100,0%
Arábia Saudita	2.739.317		3,9%	-	-	-	100,0%
Benin	2.406.354		3,4%	-	-	-	100,0%
Maurício	2.150.885		3,0%	-	-	-	100,0%
Libéria	2.131.031		3,0%	-	-	-	100,0%
Gâmbia	1.959.616		2,8%	-	-	-	100,0%
Congo	1.748.266		2,5%	-	-	-	100,0%
Gana	1.708.286		2,4%	-	-	-	100,0%
Outros	14.216.350		20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Américas	40.954.923	18,0%		-	0,1%	4,1%	95,8%
Cuba	16.444.451		40,2%	-	-	9,9%	90,1%
Estados Unidos	6.677.230		16,3%	-	-	-	100,0%
Venezuela	3.361.862		8,2%	-	-	-	100,0%
Jamaica	2.166.264		5,3%	-	-	-	100,0%
Trinidad e Tobago	2.151.140		5,3%	-	-	-	100,0%
Suriname	1.458.966		3,6%	-	-	-	100,0%
Guiana	1.202.987		2,9%	-	-	-	100,0%
Outros	7.492.023		18,3%	0,0%	0,5%	0,5%	99,0%
Ásia e Oceania	17.951.766	7,9%		0,0%	-	-	100,0%
Cingapura	5.695.219		31,7%	-	-	-	100,0%
Armênia	2.502.417		13,9%	-	-	-	100,0%
Tadjiquistão	1.765.588		9,8%	-	-	-	100,0%
Japão	1.477.726		8,2%	-	-	-	100,0%
Outros	6.510.816		36,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Europa e Leste Europeu	97.728.011	42,9%		-	-	-	100,0%
Reino Unido	75.204.193		77,0%	-	-	-	100,0%
Países Baixos (Holanda)	10.971.170		11,2%	-	-	-	100,0%
Espanha	5.631.430		5,8%	-	-	-	100,0%
Alemanha	3.290.489		3,4%	-	-	-	100,0%
Outros	2.630.729		2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total Geral	227.741.410	100%		0,0%	0,0%	0,7%	99,2%

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

A terceira região de destaque é das Américas, com embarques da ordem de US\$ 40 milhões e uma participação de 18% sobre o total. O principal destino é Cuba, que fica com 40% do que é exportado para a região. A seguir, têm-se os Estados Unidos, com US\$ 6,6 milhões e 16% do total, e a Venezuela, com US\$ 3,3 milhões e 8,2%. Juntos, esses três países respondem por pouco mais de 64% do total exportado para a região. Quatro outros países, com valor de exportações bem próximo, completam a lista: a Jamaica, Trinidad e Tobago, Suriname e Guiana. Por fim, há

uma série de países que fazem importações em valores pequenos e que foram agrupados no item “outros”, totalizando US\$ 7,4 milhões.

A última região a ser avaliada é a da Ásia e Oceania, cujas exportações foram de US\$ 17,9 milhões, representando 7,9% do total. O principal importador da região é Cingapura, que absorve 31% do total. A seguir, os três países que completam a lista dos principais mercados têm participação similar, como é o caso de Armênia, com 13,9%, Tadjiquistão, com 9,8%, e Japão, com 8,2%. No total, esses quatro países representam pouco mais de 63% do total que vai para a região, ficando o restante para o grupo “outros”, que contempla países cujas importações de carne de boi industrializada são de valores pequenos.

A Europa concentra boa parte do valor apontado como oportunidades para exportação de carne de boi industrializada. O destaque é o Reino Unido, com US\$ 826 milhões, mercado considerado de alto destaque e que tem taxa de crescimento baixa, de 4,1%, em média, entre 2006 e 2011, e classificado como de baixo dinamismo. Em comum com outros países da região, há o fato de aplicar uma elevada tarifa média, 29,4%, tal como no Reino Unido, Holanda e Itália. A Rússia já aplica uma tarifa um pouco menor, de 26,1%, próxima a tarifa praticada no Egito, de 26,4%. O maior concorrente no país é a Alemanha, que participa com 18,9% do mercado, mas abaixo da participação do Brasil. A Alemanha também figura como o segundo maior importador do produto, com valor de US\$ 605 milhões, mas tem uma taxa de crescimento maior, de 7,5%, o que contribui para deixá-la no nível intermediário. O maior concorrente nesse mercado é a Itália, com 26% do total, e o Brasil e o Rio Grande do Sul têm baixa presença nesse mercado.

Em comum entre todos os países classificados como de alto destaque, há o fato de as oportunidades estarem relacionadas apenas a empresas médias e grandes. De todos os países, apenas dois oferecem oportunidades para micro e pequenas também, como o Chile e Venezuela.

O terceiro maior mercado é o Japão, com importações de US\$ 358 milhões e considerado intermediário, com uma taxa de crescimento média de 6,8%. A tarifa média praticada pelo país é de 15,9%, e o Brasil tem pequena participação, sendo o maior concorrente a China, com 41% do total. O quarto maior país importador também é da Europa, a Holanda, com valor de US\$ 201 milhões, mas, tal como no Reino Unido, um mercado de baixo dinamismo, com expansão de apenas 1,3%, em média. A participação do Brasil não é pequena, mas enfrenta a concorrência da Bélgica, que domina 38% do mercado.

Tabela 34 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de carne de boi industrializada

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
	RS	BR					País	Part. 2011		
Reino Unido	826.247	AD	4,1%	BD	M-G	29,4%	9,1%	20,8%	Alemanha	18,9%
Alemanha	605.723	AD	7,5%	I	M-G	29,4%	0,5%	2,8%	Itália	26,7%
Japão	358.740	AD	6,8%	I	M-G	15,9%	0,4%	6,7%	China	41,4%
Países Baixos (Holanda)	201.384	AD	1,3%	BD	M-G	29,4%	5,4%	15,0%	Bélgica	38,8%
Hong Kong	188.170	AD	18,2%	D	M-G	0,0%	0,0%	2,3%	Estados Unidos	37,7%
Itália	161.594	AD	5,2%	BD	M-G	29,4%	0,1%	22,4%	Alemanha	30,2%
Angola	129.653	AD	19,9%	MD	M-G	15,0%	22,0%	25,3%	Portugal	61,9%
Rússia	61.738	AD	17,7%	D	M-G	26,1%		2,3%	Itália	19,6%
Cingapura	51.529	AD	16,1%	D	M-G	0,0%	11,1%	17,7%	Malásia	29,1%
Emirados Árabes Unidos	37.731	AD	7,7%	I	M-G	5,0%	8,2%	29,3%	Jordânia	17,8%
Arábia Saudita	31.853	A	14,5%	D	M-G	5,0%	8,6%	22,0%	França	27,7%
Líbano	28.202	A	6,6%	I	M-G	5,0%	5,4%	10,2%	Países Baixos (Holanda)	32,5%
Chile	12.989	A	35,4%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,3%	62,5%	Uruguai	22,7%
Venezuela	11.139	A	8,2%	I	M-P-M-G	10,1%	30,2%	98,6%	Itália	1,4%
Egito	11.005	A	36,8%	MD	M-G	26,4%	56,2%	77,3%	Jordânia	16,0%

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: 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 2006 e 2011: 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 seguir, com importações de US\$ 188 milhões, está Hong Kong, com um ponto importante que é o fato da taxa de crescimento dessas importações crescerem 18% em média, entre 2006 e 2011, sendo o país considerado dinâmico. A tarifa é de 0%, mas a participação do Brasil é muito baixa, sendo esse mercado dominado pelos Estados Unidos.

A Itália, com importações de US\$ 161 milhões, também figura como um país de alto destaque. Porém, a taxa de crescimento dessas importações é baixa, de apenas 5,2%, colocando o país como de baixo dinamismo. O Brasil tem importante presença no país, e o Rio Grande do Sul está praticamente ausente. O maior concorrente é a Alemanha, com 30% do mercado.

O primeiro país da África e único a figurar dentre os mais importantes e classificados como de alto destaque é Angola, com importações de US\$ 129 milhões. Além disso, o país tem uma taxa de crescimento média de 19%, sendo considerado muito dinâmico. Mesmo com uma tarifa de 15%, o Brasil tem forte presença, com 25% das importações. O maior concorrente, nesse caso, vem não apenas pela proximidade geográfica, mas, também, pela língua. Portugal participa com quase 62% nas importações feitas pelo país.

Três outros países completam a lista dos que são considerados de alto destaque, mas com valores abaixo de US\$ 100 milhões. Desses, Rússia e Cingapura apresentam um mercado dinâmico, com taxas de crescimento de 17% e 16%, respectivamente, ao passo que os Emirados Árabes

Unidos têm comportamento intermediário, com expansão média de 7,7%. Também é possível ver diferenças em termos de tarifa média. A maior é da Rússia, com 26%, Cingapura tem tarifa de 0% e Emirados Árabes Unidos de 5%. O Brasil está praticamente ausente do mercado da Rússia, ao passo que, em Cingapura, com 17%, e nos Emirados Árabes Unidos, com 29%, a presença é significativa. A concorrência, nesse caso, tem relação com a proximidade geográfica. Na Rússia, o maior concorrente é a Itália, em Cingapura, a Malásia e, nos Emirados Árabes Unidos, a Jordânia.

São cinco os países cujo valor das importações pode ser considerado alto. Desses, três estão no Oriente: Arábia Saudita, com US\$ 31 milhões, Líbano, com US\$ 28 milhões, e Egito, com US\$ 11 milhões. Outros dois estão na América Latina: o Chile, com US\$ 12 milhões, e a Venezuela, com US\$ 11 milhões. Dos cinco, dois apresentam taxas de crescimento significativas: o Chile, com 35%, é muito dinâmico, assim como o Egito, com 36%. O país considerado dinâmico é a Arábia Saudita, com expansão média de 14%. No grupo intermediário, estão Líbano e Venezuela. Com tarifas elevadas estão Egito, com 26%, e a Venezuela, com 10%. Líbano e Arábia Saudita aplicam 5% e o Chile 0%. O Brasil está presente nos cinco países, com destaque para a participação de 62% das importações do produto feitas pelo Chile, 98% da Venezuela, e 77% do Egito. Três concorrentes importantes vêm da Europa: a França tem maior presença na Arábia Saudita, a Holanda, no Líbano, e a Itália, na Venezuela. O Uruguai é o maior concorrente no Chile, e a Jordânia, no Egito.

VINHOS

As exportações de Vinhos do Rio Grande do Sul totalizaram US\$ 4,3 milhões no ano de 2011. Esse grupo possui nove tipos diferentes de produtos. O principal são os vinhos de uva fermentados, com participação de 64% do total, representando US\$ 2,7 milhões. A seguir, há diversos outros produtos com pequena participação.

Nesse caso, o segundo principal produto são os vinhos de uvas frescas tipo champagne, com 8,9% do total. O terceiro produto importante são os outros mostos de uvas, com 8,4%. Com exportações de US\$ 291 mil e 6,7% do total, estão outras bebidas fermentadas e misturas de bebidas fermentadas. Com 5,5% do total, estão os vinhos em recipientes com capacidade não superior a 5 litros. A seguir, tem-se os outros vinhos de uvas frescas, espumantes e espumosos, com exportações de US\$ 157 mil e 3,6% do total, e os outros vinhos de capacidade superior a 5 litros, com 2,1% do total. Os dois produtos restantes que completam a lista têm participação pequena: são os vinagres para uso alimentar, com participação de apenas 0,7%, e os vermouths aromatizados em recipientes menores de 2 litros, com 0,1% do total.

Tabela 35 - Exportações do Rio Grande do Sul de vinhos em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	39.033	0,9%		2,4%	-	97,6%	-
Angola	30.917		79,2%	-	-	100%	-
Emirados Árabes Unidos	7.184		18,4%	-	-	100%	-
Nigéria	932		2,4%	100%	-	-	-
Américas	2.287.755	52,8%		3,1%	8,9%	60,1%	27,9%
Estados Unidos	1.352.410		59,1%	4,7%	8,3%	72,7%	14,3%
Colômbia	357.064		15,6%	-	-	-	100%
Paraguai	173.493		7,6%	-	-	74,2%	25,8%
Uruguai	159.555		7,0%	0,2%	50,0%	49,8%	-
Canadá	135.792		5,9%	-	8,3%	59,5%	32,3%
Outros	109.441		4,8%	5,6%	0,0%	94%	0,4%
Ásia e Oceania	573.365	13,2%		9,6%	11,3%	37,0%	42,1%
China	342.496		59,7%	1,0%	12,0%	55,2%	31,7%
Japão	151.735		26,5%	-	15,5%	6,6%	77,9%
Outros	79.134		13,8%	65%	0%	16%	18%
Europa e Leste Europeu	1.430.201	33,0%		10,4%	4,6%	72,7%	12,3%
Países Baixos (Holanda)	413.755		28,9%	2,4%	-	92,4%	5,2%
Reino Unido	293.682		20,5%	-	-	94,4%	5,6%
Alemanha	139.209		9,7%	3,8%	11,2%	69,1%	15,9%
Noruega	95.597		6,7%	20,5%	21,0%	58,6%	-
Dinamarca	87.187		6,1%	-	-	71,2%	28,8%
Luxemburgo	68.465		4,8%	30,0%	21,4%	48,7%	-
Bélgica	62.339		4,4%	26,6%	-	15,4%	58,0%
Finlândia	58.291		4,1%	11,4%	11,9%	49,6%	27,1%
Polônia	50.684		3,5%	6,3%	-	52,1%	41,6%
Irlanda	45.101		3,2%	32,4%	10,4%	51,7%	5,5%
Outros	115.891		8,1%	46%	3%	38%	13,4%
Total Geral	4.330.354	100%		6,4%	7,7%	61,5%	24,4%

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

Em termos de porte, é possível observar que as exportações são bem distribuídas. Destaca-se que esse é um dos poucos setores onde são as empresas médias que concentram essas exportações. Aqui, elas respondem por 61% do total. A seguir, as empresas grandes, com 24,4%, as pequenas, com 7,7%, e as micro, com 6,4%, completam a lista.

Quando são avaliadas as regiões, há muitas variações em relação a essa distribuição. Por exemplo, as exportações para Angola e Emirados Árabes Unidos são feitas exclusivamente por empresas de porte médio. Na Colômbia, essa exclusividade é das empresas de porte grande, e na Nigéria, pelas empresas de porte micro. No Uruguai, há uma perfeita divisão do mercado entre empresas de porte pequeno e médio, e outras participações significativas das empresas de porte pequeno podem ser vistas nos mercados da China, Japão, Noruega e Luxemburgo, bem como as

empresas de porte micro estão mais presentes também em Luxemburgo, Noruega, Bélgica e Irlanda.

As exportações de vinhos são feitas para as quatro regiões, com destaque para as Américas, que importam 52,8% do total. Nesse caso, o principal parceiro comercial, os Estados Unidos, fica com 59% do total, ou seja, US\$ 1,3 milhão. Esse valor também faz com que, quando a comparação é feita entre países, os Estados Unidos sejam o maior comprador de vinho do Rio Grande do Sul. O segundo mais importante na região, e terceiro maior país importador, é a Colômbia, com US\$ 357 mil. A seguir, Paraguai, Uruguai e Canadá importam valores equivalentes. Todos os demais importadores com valores pequenos foram agregados no item “outros”, totalizando US\$ 109 mil.

A segunda região mais importante para os exportadores de vinho do Rio Grande do Sul é a Europa e o Leste Europeu, com 33% do total. Nesse caso, 72% dessas exportações são feitas por empresas de porte médio, 12% pelas empresas de porte grande, 10% por microempresas, e 4,6% por empresas pequenas. Os dois maiores importadores da região, a Holanda, com US\$ 413 mil, e o Reino Unido, com US\$ 293 mil, concentram 49% das importações. A seguir, a Noruega, com a característica interessante de ter maior participação de empresas de porte micro do que a média, e a Dinamarca, onde há forte presença de empresas de porte médio, representam 6,7% e 6,1%, respectivamente. Completam a lista de maiores importadores, Luxemburgo, Bélgica, Finlândia, Polônia e Irlanda. Além desses, há diversos pequenos importadores que foram agregados no item “outros”, totalizando US\$ 115 mil em importações de vinho do Rio Grande do Sul.

A terceira região em importância, a Ásia e Oceania, importam pouco do Estado, apenas US\$ 573 mil, o que representa 13,2% do total. Dois países concentram pouco mais de 86% dessas importações, a China, com US\$ 342 mil, e o Japão, com US\$ 151 mil. Enquanto o primeiro é atendido majoritariamente por empresas de porte médio, no segundo verifica-se a predominância de empresas de porte grande.

A última região avaliada é a África e Oriente Médio, com importações de apenas US\$ 39 mil e participação de 0,9% do total. Angola concentra 79% desse total, sendo atendida exclusivamente por empresas grandes. O mesmo sendo verificado para os Emirados Árabes Unidos, que importam US\$ 7,1 mil. As exportações para a Nigéria são poucas, apenas US\$ 932, e feitas exclusivamente por empresas de porte micro.

O mercado de oportunidades para exportação de vinhos é amplo, tendo sido apontados 15 países, muitos dos quais na Europa e nas Américas. Em comum, o fato de que, em quase todos eles, as oportunidades se desenham para empresas de porte micro, pequeno, médio e grande. A

exceção são os Emirados Árabes Unidos, onde as oportunidades são para médias e grandes, apenas.

Tabela 36 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de vinhos

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	AD	Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Estados Unidos	5.307.320	AD	3,1%	BD	M-P-M-G	1,5%	0,0%	0,0%	Itália	31,6%
Reino Unido	5.171.128	AD	3,1%	BD	M-P-M-G	6,1%	0,0%	0,0%	França	35,1%
Alemanha	3.467.702	AD	5,6%	I	M-P-M-G	6,1%	0,0%	0,0%	Itália	36,6%
Canadá	1.994.815	AD	8,6%	I	M-P-M-G	12,8%	0,0%	0,0%	França	22,2%
Japão	1.619.687	AD	5,2%	BD	M-P-M-G	24,0%	0,0%	0,0%	França	46,6%
China	1.448.012	AD	58,8%	MD	M-P-M-G	16,3%	0,0%	0,0%	França	51,5%
Hong Kong	1.299.699	AD	60,9%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,0%	França	38,7%
Rússia	1.184.719	AD	13,3%	D	M-P-M-G	18,5%		0,1%	Itália	36,1%
Espanha	351.676	AD	9,3%	I	M-P-M-G	6,1%	0,0%	0,0%	Itália	52,8%
México	201.255	AD	7,1%	I	M-P-M-G	16,0%	0,0%	0,0%	Espanha	30,2%
Angola	185.423	AD	16,0%	MD	M-P-M-G	26,5%	0,0%	1,1%	Portugal	56,7%
Emirados Árabes Unidos	140.386	AD	16,1%	MD	M-G	47,9%	0,0%	0,0%	França	56,6%
Colômbia	46.130	A	11,7%	D	M-P-M-G	0,6%	0,8%	1,0%	Chile	45,7%
Peru	32.531	A	15,5%	D	M-P-M-G	7,8%		0,0%	Argentina	43,5%
Uruguai	30.523	A	23,5%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,5%	0,7%	Chile	39,1%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Outro ponto interessante é que, em todos os mercados apontados, ou a presença do Brasil é muito baixa – de apenas 1,1% em Angola, 1% na Colômbia, 0,7% no Uruguai e 0,1% na Rússia – ou praticamente nula. Porém, quando é possível observar essa presença, o destaque é o Rio Grande do Sul.

Em termos de concorrentes, destaque para França e Itália. O primeiro é o maior concorrente e domina mercados como o do Reino Unido, Canadá, Japão, China, Hong Kong e Emirados Árabes Unidos, ao passo que a Itália tem forte presença nos Estados Unidos, Alemanha, Rússia e Espanha. A seguir, o Chile está presente mais em mercados da América Latina, como Colômbia e Uruguai. A Argentina é mais forte no Peru, a Espanha no México, e Portugal em Angola.

Os mercados que importam mais de US\$ 1 bilhão por ano são oito e somam mais de US\$ 21 bilhões, com destaque para as importações dos Estados Unidos, com US\$ 5,3 bilhões, e Reino Unido, US\$ 5,1 bilhões. Porém, ambos são classificados como de baixo dinamismo, devido à baixa taxa de expansão dessas importações. Enquanto nos Estados Unidos a tarifa é baixa, de apenas

1,5%, nos países Europeus é aplicada uma tarifa média de 6,1%, aqui referindo-se a apenas dois importadores, além do Reino Unido, Alemanha e Espanha.

Outro Europeu, a Alemanha, é apontado como o terceiro maior mercado importador, com US\$ 3,4 bilhões, mas com a vantagem de ter um mercado que cresce 5,6% e é considerado intermediário. Mesmo desempenho pode ser visto no Canadá, que importa US\$ 1,9 bilhão. A seguir, têm-se três grandes importadores da Ásia. O Japão, com US\$ 1,6 bilhão, apresenta taxa de expansão média dessas importações que pode ser considerada baixa, de apenas 5,2%, sendo classificado como de baixo dinamismo. A seguir, com US\$ 1,4 bilhão, está a China, e depois Hong Kong, com US\$ 1,3 bilhão, ambos com taxas de crescimento médias mais elevadas, de 58% e 60%, respectivamente, sendo classificados como muito dinâmicos. Em termos de tarifa, a maior dentre esses três é aplicada no Japão, 24%, ao passo que a China aplica apenas 16% e Hong Kong, 0%.

O último país do grupo e que importa valores maiores que US\$ 1 bilhão é a Rússia. Nesse, a taxa de crescimento de 13% das importações no período 2006-2011 classifica-o como dinâmico, mas o país aplica uma tarifa média de 18,5%.

Os países que completam a lista dos considerados de alto destaque importam valores entre US\$ 351 milhões, no caso da Espanha, até US\$ 140 milhões, nos Emirados Árabes Unidos. Este último, juntamente com Angola, têm desempenho considerado muito dinâmico, enquanto Espanha e México são intermediários. A maior tarifa média foi verificada nos Emirados Árabes Unidos, com 47,9%, ao passo que Angola aplica 26,5% e o México, 16%.

Por fim, três países formam o grupo considerado alto, com relação à magnitude das importações. Todos estão na América Latina, e enquanto o Uruguai tem um comportamento muito dinâmico, com expansão média de 23%, a Colômbia e o Peru são considerados dinâmicos. Há diferenças também na aplicação da tarifa média de importação, com o Peru praticando 7,8%, Colômbia, 0,6%, e Chile, 0%.

CALÇADOS

O grupo calçado possui diversos produtos, mas apenas quatro representam pouco mais de 88% das exportações. Em destaque, os outros calçados de solado de borracha, plástico e couro, com US\$ 295 milhões e 51% do total. O segundo produto mais importante são os outros calçados de couro natural, com exportações de US\$ 81 milhões e 14% do total. A seguir, com 12% do total e valor exportado de US\$ 69 milhões, estão os outros calçados com cobertura do tornozelo com partes de borracha e plástico. Por fim, tem-se as exportações de outros calçados de couro natural com cobertura do tornozelo, com um total de US\$ 62 milhões e participação de 10,8%.

No total, o grupo calçado teve exportações de US\$ 577 milhões no ano de 2011, sendo enviado para vários países. Destaca-se que essas exportações foram feitas majoritariamente por empresas de porte grande, que representaram 77% do total. As empresas de porte médio ficaram com 20% das exportações, e as pequenas empresas, com 2,1%, sobrando uma pequena parcela para empresas de porte micro.

Essa distribuição das exportações por porte de empresa foi basicamente mantida para todos os países, apenas com alguns apresentando diferenças. Porém, as grandes empresas tiveram maior presença em Hong Kong (97%), Holanda (96%), Colômbia (91%), Venezuela (90%), Tailândia (89%) e Angola (88%). Por outro lado, as médias empresas têm maior presença no Peru (33%), Canadá (32%), Chile (30%) e Finlândia, França e Japão (28%). O destaque nas pequenas empresas fica por conta das exportações para Finlândia (8%), Costa Rica (7,3%) e Rússia (6,8%).

Dos quatro continentes para onde são feitas as exportações, destaque para as Américas, que absorvem 50% do total. O principal mercado nessa região, e também dentre todos os países, são os Estados Unidos, com US\$ 119 milhões. Juntamente com o segundo maior importador do produto do Rio Grande do Sul, a Argentina, com US\$ 60 milhões, representam 62% das exportações para a região. Outros três países figuram com importações maiores que US\$ 10 milhões: o Chile, com US\$ 20 milhões, a Bolívia, com US\$ 17 milhões, e o Paraguai, com US\$ 13 milhões.

Logo a seguir, há um bloco de países com importações de menor magnitude, mas que contribuem para gerar uma diversificação de mercados. No total, são sete, com exportações entre US\$ 4 milhões, como é o caso da Costa Rica, até US\$ 8,7 milhões, como a Venezuela. Por fim, há o item “outros”, que contempla todos os países onde as exportações são de menor magnitude. Como são muitos, sua representação até é significativa, 7% do total, perfazendo US\$ 20 milhões.

A segunda região de destaque é a Europa e Leste Europeu, com importações de US\$ 237 milhões e participação de 41% do total. Assim, junto com a América, essas duas regiões completam pouco mais de 91% das exportações do produto. As exportações para essa região são feitas prioritariamente por empresas de porte grande, que representam 74% do total, cabendo às médias empresas 23%. Nesse caso, três países merecem destaque. A Itália, com importações de US\$ 52 milhões e participação de 22% na região, a França, com importações de US\$ 50 milhões e participação de 21%, e o Reino Unido, com um total de US\$ 44 milhões.

Tabela 37 - Exportações do Rio Grande do Sul de calçados em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	27.188.396	4,7%		0,5%	1,0%	16,7%	81,8%
Emirados Árabes Unidos	5.504.154		20,2%	0,2%	0,8%	14,2%	84,9%
Arábia Saudita	5.303.752		19,5%	1,1%	-	14,7%	84,2%
África do Sul	4.472.105		16,4%	0,2%	0,3%	16,2%	83,3%
Israel	2.211.597		8,1%	1,2%	2,3%	21,9%	74,7%
Angola	2.063.699		7,6%	0,1%	3,8%	7,8%	88,3%
Líbano	1.997.757		7,3%	0,9%	-	18,8%	80,3%
Outros	5.635.332		20,7%	0,2%	1,7%	21,9%	76,2%
Américas	291.498.634	50,5%		0,6%	2,1%	17,9%	79,4%
Estados Unidos	119.755.322		41,1%	0,5%	1,5%	13,6%	84,5%
Argentina	60.762.416		20,8%	0,6%	1,6%	16,5%	81,3%
Chile	20.432.322		7,0%	0,5%	2,3%	29,9%	67,3%
Bolívia	17.751.188		6,1%	0,4%	4,2%	14,5%	80,8%
Paraguai	13.418.695		4,6%	0,4%	2,5%	18,2%	78,8%
Venezuela	8.774.616		3,0%	1,2%	0,2%	8,1%	90,5%
Colômbia	6.288.671		2,2%	0,2%	-	8,2%	91,6%
Uruguai	5.440.903		1,9%	1,5%	5,3%	14,8%	78,4%
Peru	5.093.111		1,7%	0,3%	0,6%	33,8%	65,3%
Canadá	4.937.176		1,7%	-	0,8%	32,0%	67,2%
Cuba	4.462.700		1,5%	-	-	75,0%	25,0%
Costa Rica	4.091.021		1,4%	-	7,3%	15,4%	77,3%
Outros	20.290.493		7,0%	1,7%	6,5%	26,1%	65,7%
Ásia e Oceania	20.851.773	3,6%		1,3%	1,5%	17,3%	79,9%
Hong Kong	6.752.367		32,4%	0,2%	0,1%	2,3%	97,5%
Austrália	4.232.809		20,3%	5,1%	1,5%	27,1%	66,3%
Japão	3.833.116		18,4%	0,6%	2,6%	28,4%	68,4%
Tailândia	1.571.501		7,5%	1,4%	1,3%	8,1%	89,2%
Outros	4.461.980		21,4%	0,1%	3,0%	24,4%	72,6%
Europa e Leste Europeu	237.301.269	41,1%		0,3%	2,2%	23,0%	74,5%
Itália	52.093.379		22,0%	0,2%	0,2%	15,1%	84,5%
França	50.288.350		21,2%	0,3%	1,4%	28,5%	69,8%
Reino Unido	44.093.936		18,6%	0,3%	1,9%	22,9%	75,0%
Alemanha	20.586.186		8,7%	0,1%	3,9%	26,0%	70,0%
Rússia	17.761.219		7,5%	1,1%	6,8%	25,4%	66,7%
Portugal	9.225.777		3,9%	0,7%	4,3%	9,7%	85,2%
Países Baixos (Holanda)	7.939.362		3,3%	-	-	3,3%	96,7%
Finlândia	6.102.111		2,6%	0,7%	8,0%	28,1%	63,2%
Espanha	4.287.405		1,8%	0,5%	0,1%	20,0%	79,4%
Grécia	3.523.939		1,5%	0,9%	1,6%	27,1%	70,4%
Turquia	2.755.244		1,2%	-	2,5%	22,8%	74,7%
Outros	18.644.361		7,9%	0,3%	3,3%	37,7%	58,8%
Total Geral	577.310.031	100%		0,5%	2,1%	20,0%	77,4%

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

Após Estados Unidos e Argentina, esses três países Europeus completam a lista dos mais importantes importadores do produto do Rio Grande do Sul. Na região, representam pouco mais

de 62% do total. Uma parte importante também é exportada para Alemanha, US\$ 20 milhões, e Rússia US\$ 17 milhões, e diversos países com importações em menor magnitude completam a lista da região. No grupo “outros”, ficaram os países com importações menores que US\$ 2 milhões, tendo totalizado US\$ 18 milhões e uma participação de 7,9% do total.

As duas regiões seguintes em importância para o mercado de calçados têm uma participação menor. Para a África e Oriente Médio são exportados US\$ 27 milhões, o que representa um total de 4,7% dos US\$ 577 milhões. Para a Ásia e Oceania, são embarcados US\$ 20 milhões, com uma participação de 3,6%.

Na África e Oriente Médio, três países concentram as importações: Emirados Árabes Unidos, com 20% do total, seguido da Arábia Saudita, com 19,5%, e da África do Sul, com 16,4%. Israel, Angola e Líbano completam a lista de países com importações entre US\$ 1,9 e US\$ 2,22 milhões.

Na Ásia e Oceania, Hong Kong, com 32% do total, Austrália com 20%, e Japão com 18%, são os mais importantes. Completa a lista a Tailândia, com importações de US\$ 1,5 milhão e 7,5% do total. Vários pequenos importadores foram agrupados no item “outros”, com um total de US\$ 4,4 milhões e participação de 21% na região.

Diversos países foram apontados como oferecedores de oportunidades para a exportação de calçados. Em comum, o fato de que, para todos os países, essas oportunidades se abrem para empresas de porte micro, pequeno, médio e grande. Outro aspecto em comum é o fato de que, à exceção da forte concorrência do Vietnã no mercado do México, em todos os demais a China domina, inclusive com presença elevada, como nos Estados Unidos, com 74% do mercado de importação, no Chile, com 72%, e Rússia, com 66%. Por fim, destaca-se que a presença do Brasil é bem pequena, não ultrapassando os 5% na maioria dos mercados. As exceções são as exportações para Colômbia, Peru e Angola.

O maior mercado mundial são os Estados Unidos, com importações de US\$ 23 bilhões, mas com taxas de crescimento, entre 2006 e 2011, consideradas de baixo dinamismo, de apenas 3,2%. O país também pratica uma tarifa média elevada comparativamente aos demais para esse produto, de 13%. Os cinco países seguintes na lista por ordem de grandeza estão na Europa e praticam a mesma tarifa média de importação, de 6,8%, com diferença apenas para Rússia, que aplica 20,5%. O principal é a Alemanha, com importações de US\$ 8,5 bilhões, que, juntamente com a França, o terceiro maior importador, com US\$ 6,5 bilhões, e a Itália, com US\$ 5,6 bilhões, possui um mercado que pode ser considerado intermediário. O Reino Unido tem um mercado em

baixo dinamismo, ao passo que a Rússia, com importações de US\$ 3,9 bilhões, tem taxa de crescimento de 28%, sendo classificada como muito dinâmico.

Tabela 38 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de calçados

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	AD	Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Estados Unidos	23.245.079	AD	3,2%	BD	M-P-M-G	13,0%	0,5%	1,1%	China	74,1%
Alemanha	8.527.635	AD	8,8%	I	M-P-M-G	6,8%	0,2%	0,4%	China	30,7%
França	6.538.189	AD	6,5%	I	M-P-M-G	6,8%	0,8%	1,2%	China	28,6%
Reino Unido	5.886.912	AD	3,5%	BD	M-P-M-G	6,8%	0,7%	1,7%	China	35,5%
Itália	5.663.044	AD	6,9%	I	M-P-M-G	6,8%	0,9%	1,2%	China	20,1%
Rússia	3.935.953	AD	28,5%	MD	M-P-M-G	20,5%	0,5%	0,8%	China	66,7%
Coreia do Sul	1.536.465	AD	16,2%	MD	M-P-M-G	13,0%	0,0%	0,7%	China	61,4%
Panamá	1.153.820	AD	9,9%	I	M-P-M-G	10,5%	0,1%	0,6%	China	61,4%
Emirados Árabes Unidos	1.151.230	AD	12,5%	D	M-P-M-G	5,0%	0,5%	1,2%	China	58,3%
Chile	924.705	AD	15,1%	D	M-P-M-G	0,0%	2,2%	4,0%	China	72,4%
Turquia	815.848	AD	10,4%	I	M-P-M-G	7,4%	0,3%	1,4%	China	55,3%
México	717.978	AD	10,9%	D	M-P-M-G	23,6%	0,4%	2,5%	Vietnã	37,1%
Colômbia	477.818	AD	22,4%	MD	M-P-M-G	12,0%	1,3%	6,4%	China	55,9%
Israel	412.860	A	11,1%	D	M-P-M-G	11,8%	0,5%	1,6%	China	40,2%
Arábia Saudita	412.616	A	6,2%	I	M-P-M-G	5,0%	1,3%	4,3%	China	56,4%
Peru	255.240	A	26,0%	MD	M-P-M-G	11,9%	2,0%	8,8%	China	61,5%
Angola	155.761	A	26,4%	MD	M-P-M-G	10,0%	1,3%	16,4%	China	59,5%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Três países completam a lista de importadores acima de US\$ 1 bilhão. A Coreia do Sul, com um total de US\$ 1,5 bilhão, tem um mercado muito dinâmico, mas aplica uma tarifa média de 13%. Panamá e Emirados Árabes Unidos, com importações de US\$ 1,1 bilhão cada, aplicam tarifas de importação menores, de 10% e 5%, respectivamente, mas, enquanto o primeiro tem desempenho intermediário, o segundo é dinâmico.

A lista de importadores classificados como de alto destaque tem Chile, Turquia, México e Colômbia, com destaque para esse último, considerado muito dinâmico, uma vez que as importações crescem 22%. O Chile, que tem um mercado dinâmico, tem tarifa zerada, ao passo que o México, também com um mercado dinâmico, aplica uma tarifa de 23,6%. Por fim, a Turquia, com crescimento de 10,4%, é considerada mercado intermediário e aplica tarifa de 7,4%.

Quatro países foram apontados, em termos de magnitude de importações, como alto. Desses, destaque para Peru e Angola, com maiores taxas de crescimento dessas importações e classificados como muito dinâmicos, aplicando tarifas médias próximas, 11,9% e 10%, respectivamente. Israel, com importações de US\$ 412 milhões e um mercado dinâmico, e Arábia

Saudita, com US\$ 412 milhões e desempenho intermediário, completam a lista. Porém, o primeiro aplica uma tarifa média de 11,8%, ao passo que o segundo, de apenas 5%.

PARTES DE CALÇADOS

O grupo “Partes de Calçados” envolve seis diferentes tipos de produtos. Nesse, o destaque são as exportações de partes superiores de calçados e seus componentes, com um total de US\$ 102 milhões e participação de 68% do total. O segundo produto mais importante são as exportações de outras partes de calçados de outros materiais, com 15% do total e valor de US\$ 23 milhões. O terceiro produto são as solas exteriores e saltos de borracha ou plástico, com exportações de US\$ 14 milhões e 9,4% do total. Por fim, tem-se as exportações de palmilhas de outros materiais, com um total de US\$ 8,7 milhões e participação de 5,4%.

Assim, esses quatro produtos, em conjunto, representam 98,5% das exportações de partes de calçados. O restante é preenchido por outras partes de calçados de madeira e sola exterior e salto de calçado de couro natural e reconstituído.

O total exportado em 2011, de US\$ 150 milhões, foi destinado para diversos países espalhados em quatro regiões. No geral, 81% dessas exportações são atendidas por empresas de porte grande. As empresas de porte médio representam 11,8% do total, e as de pequeno porte, 6,1%, ficando para as empresas micro apenas 0,6%.

Há algumas diferenças importantes nessa distribuição das exportações por porte. Por exemplo, para a África do Sul e Tunísia, predominam as empresas de porte grande. O mesmo para República Dominicana, Estados Unidos, México, Equador, Indonésia, China, Índia, Hong Kong, Austrália, Alemanha e Itália. Por outro lado, as empresas médias dominam as exportações para Peru e Suécia. Os países nos quais as pequenas empresas aparecem com participação acima da média são Peru, Argentina e Holanda.

A região de destaque é a Europa e Leste Europeu, que concentra 54% do total exportado de partes de calçados. O maior importador é a Alemanha, com US\$ 64 milhões e participação de 78%, também se configurando como o maior importador dentre todos os demais países. O segundo mercado na região é a Suécia, com US\$ 9 milhões e participação de 11%. Assim, apenas esses dois países, em conjunto, representam pouco mais de 89% do total importado pela região. A seguir a Holanda, com 7,3% do total, e a Itália, com 1,5%, fecham a lista. Diversos outros países com exportações menores que US\$ 800 mil foram agrupados no item “outros”.

Tabela 39 - Exportações do Rio Grande do Sul de partes de calçados em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	1.653.357	1,1%		-	-	3,3%	96,7%
África do Sul	1.179.370		71,3%	-	-	0,3%	99,7%
Tunísia	280.169		16,9%	-	-	-	100,0%
Outros	193.818		11,7%	0,0%	0,0%	26,2%	73,8%
Américas	59.433.627	39,6%		1,0%	9,1%	3,7%	86,2%
Argentina	43.016.180		72,4%	1,0%	10,6%	2,0%	86,3%
República Dominicana	4.587.331		7,7%	-	0,1%	0,2%	99,7%
Nicarágua	3.157.015		5,3%	1,9%	4,0%	8,0%	86,1%
Chile	1.640.763		2,8%	1,3%	0,7%	13,7%	84,3%
Estados Unidos	1.433.330		2,4%	-	0,1%	0,1%	99,8%
México	1.285.690		2,2%	0,0%	0,6%	6,3%	93,1%
Peru	945.702		1,6%	3,9%	13,1%	51,3%	31,7%
Equador	832.705		1,4%	1,7%	2,0%	3,2%	93,2%
Colômbia	703.087		1,2%	-	4,0%	10,7%	85,2%
Outros	1.831.824		3,1%	0,2%	28,1%	9,8%	61,9%
Ásia e Oceania	7.297.874	4,9%		0,1%	-	0,5%	99,5%
Indonésia	2.810.176		38,5%	-	-	-	100,0%
China	1.005.519		13,8%	-	-	-	100,0%
Índia	902.364		12,4%	-	-	0,2%	99,8%
Hong Kong	761.064		10,4%	-	-	-	100,0%
Austrália	759.634		10,4%	0,5%	-	-	99,5%
Outros	1.059.117		14,5%	0,0%	0,0%	3,1%	96,9%
Europa e Leste Europeu	81.742.413	54,4%		0,4%	4,6%	18,9%	76,1%
Alemanha	64.213.374		78,6%	0,3%	4,2%	2,1%	93,4%
Suécia	9.510.741		11,6%	-	-	100,0%	-
Países Baixos (Holanda)	5.968.754		7,3%	-	17,8%	75,6%	6,6%
Itália	1.242.378		1,5%	1,0%	-	0,8%	98,2%
Outros	807.166		1,0%	14,9%	1,3%	8,5%	75,3%
Total Geral	150.127.271	100%		0,6%	6,1%	11,8%	81,5%

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

A segunda região de destaque são as Américas, com 39% do total e exportações de US\$ 59 milhões. A Argentina é o principal mercado, comprando US\$ 43 milhões e concentrando 72% do total. Destaca-se que a Argentina também é classificada como o segundo maior importador de partes de calçados do Rio Grande do Sul. O segundo maior importador na região, a República Dominicana, tem uma participação muito pequena, 7,7%, e, para se ter uma ideia da concentração das exportações para a região no total, compra cerca de 10% do que é exportado para a Argentina.

O terceiro país de destaque, a Nicarágua, importou, em 2011, US\$ 3,1 milhões. A seguir, diversos países completam a lista, com importações que vão de US\$ 703 mil, na Colômbia, até US\$

1,6 milhão, no Chile. Também há diversos países que fazem importações de valor menor, e que foram aqui agrupados no item “outros”, totalizando US\$ 1,8 milhão.

A terceira e quarta regiões de destaque têm participação pequena nas exportações de partes de calçados. Cerca de 5% é enviado para a Ásia e Oceania, com destaque para as importações da Indonésia, com US\$ 2,8 milhões, e a China, com US\$ 1 milhão. Os demais países da região importam valores abaixo de US\$ 902 mil. Já a África e Oriente Médio têm uma participação bem pequena, de apenas 1,1% do total, com valor de US\$ 1,1 milhão. Dois países concentram essas importações: África do Sul, com 71%, e Tunísia, com US\$ 280 mil. Todos os demais países da região têm importações menores, e foram aqui agrupados no item “outros”.

O mercado de oportunidades para partes de calçados tem como principal importador a Alemanha, com US\$ 596 milhões, seguido da Romênia, com US\$ 482 milhões. Ambos são considerados intermediários e praticam tarifa de 0%, porém, enquanto essas oportunidades são abertas para empresas de todos os portes na Alemanha, na Romênia essas ocorrem apenas para empresas de médio e grande porte. O principal concorrente na Alemanha é o Vietnã, mas com participação bem próxima à do Brasil. Por outro lado, na Romênia, é a Itália que tem maior presença, e o Brasil está ausente daquele mercado.

A seguir, os Estados Unidos, com importações de US\$ 404 milhões, são um mercado de baixo dinamismo para esse produto, com taxa média de expansão de 2,2% entre 2006 e 2011. Com oportunidades para empresas de todos os portes, o país aplica uma tarifa média de 6,5%, e o Brasil tem uma presença pequena. O maior concorrente é a China, com 63% do mercado.

Em quase todos os países aqui apontados, a China tem predominância nas importações. Além das exceções citadas – de Vietnã na Alemanha e Itália na Romênia –, destaque também para a forte presença do Equador na Colômbia e da Colômbia no Equador. No geral, a presença do Brasil é bem pequena nesses mercados. O destaque na América Latina é a Argentina, com o Brasil tendo 38% das importações, Chile com 19%, Uruguai com 15%, Peru com 9,7%, Equador com 9,5%, e Colômbia com 7,1%. Na África do Sul, o Brasil tem 7,3% das importações.

Dentre os mercados classificados como de alto destaque, as oportunidades se fazem para empresas de todos os portes na Alemanha e Estados Unidos, como citado anteriormente, e também na Argentina e Reino Unido. A seguir, em todos os mercados menores, classificados como médio-alto e médio-baixo, essas oportunidades também são para empresas de todos os portes. Nos demais, essa está restrita a empresas de porte médio e grande.

Tabela 40 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de partes de calçados

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Alemanha	596.600	AD	10,0%	I	M-P-M-G	0,0%	10,8%	12,3%	Vietnã	13,6%
Romênia	482.189	AD	9,3%	I	M-G	0,0%			Itália	58,7%
Estados Unidos	404.988	AD	2,2%	BD	M-P-M-G	6,5%	0,4%	0,6%	China	63,2%
Vietnã	331.090	AD	10,4%	I	M-G	25,3%	0,1%	0,1%	China	43,9%
Rússia	224.085	AD	35,9%	MD	M-G	5,0%		0,9%	China	70,1%
Indonésia	193.509	AD	44,4%	MD	M-G	5,0%	1,5%	1,7%	China	34,5%
Argentina	134.783	AD	57,3%	MD	M-P-M-G	0,0%	31,9%	38,3%	China	46,5%
Reino Unido	115.875	AD	7,0%	I	M-P-M-G	0,0%	0,1%	0,1%	China	33,5%
Índia	85.409	AD	9,1%	I	M-G	10,0%	1,1%	0,5%	China	46,2%
África do Sul	17.319	A	6,1%	BD	M-G	13,9%	6,8%	7,3%	China	38,3%
Chile	14.138	MA	20,4%	D	M-P-M-G	0,0%	11,6%	19,0%	China	35,1%
Colômbia	13.405	MA	37,6%	MD	M-P-M-G	9,0%	5,2%	7,1%	Equador	43,5%
Equador	13.363	MA	33,3%	MD	M-P-M-G	11,4%	6,2%	9,5%	Colômbia	67,7%
Peru	11.259	MA	45,3%	MD	M-P-M-G	11,9%	8,4%	9,7%	China	69,8%
Uruguai	3.524	MB	24,8%	MD	M-P-M-G	0,0%	10,6%	15,0%	China	35,9%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em termos de desempenho, vale destacar os países que conjugam taxas elevadas e são vistos como muito dinâmicos e com alto destaque no valor importado, como Rússia, Indonésia e Argentina. Outros países classificados como muito dinâmicos estão no grupo de média-alta para valor importado, como Colômbia, Equador e Peru, ou, então, como médio-baixo, como é o caso do Uruguai. Apenas um país tem desempenho dinâmico, o Chile, com expansão média de 20% entre 2006 e 2011. Dentre os intermediários, além dos dois maiores importadores, Alemanha e Romênia, destaque para Vietnã, Reino Unido e Índia.

Em termos de tarifa média, pode-se dividir esses países entre os que aplicam uma tarifa de 0%, como Alemanha, Romênia, Argentina, Reino Unido, Chile e Uruguai; os que aplicam uma tarifa menor que 10%, como Rússia e Indonésia, com 5%, Estados Unidos, com 6,5%, e Colômbia, com 9%; e aqueles com tarifas maiores que 10%, como é o caso da Índia, com 10%, do Equador, com 11,4%, Peru, com 11,9%, África do Sul, com 13,9%, e Vietnã, com 25,3%.

MÓVEIS

Tal qual verificado no mercado de calçados, as exportações de móveis do Rio Grande do Sul são destinadas para vários países nas quatro regiões. Esse grupo contempla 33 diferentes

produtos, com destaque para as exportações de móveis de madeira para quarto de dormir, com um total de US\$ 84 milhões e 38,8% do total. O segundo produto mais importante são os outros móveis de madeira, com US\$ 42 milhões e 19%, e, por fim, os móveis de madeira para cozinha, com US\$ 24 milhões e 11% do total. Assim, apenas esses três produtos concentram 70% das exportações de móveis do Rio Grande do Sul.

No total, 46% das exportações são feitas por empresas de porte grande, uma divisão bem equilibrada com as empresas de porte médio, que representam 45% do total. A seguir, as pequenas ficam com 8%, e as micro, com apenas 0,4%. Em alguns mercados, é possível ver diferenças nessa participação. Por exemplo, as empresas grandes dominam as exportações para Hong Kong (100%), Moçambique (94%), Namíbia (88%), Colômbia (86%) e Tanzânia (81%). Por outro lado, as médias empresas têm maior presença na Coreia do Sul (100%), Tailândia (99%), Espanha (92%), Reino Unido (75%), Venezuela (66%) e Chile (64%). Por fim, destaque para a presença das pequenas empresas na Irlanda (33%), Reino Unido (17%), Uruguai (12%) e Estados Unidos (11,7%).

A principal região de destino são as Américas, para onde são enviados 77% do total de US\$ 217 milhões exportados em 2011. Nessa região, é possível verificar exportações para diversos países, e mesmo o maior destino, o Uruguai, que fica com US\$ 31 milhões e é o maior importador do produto, representa apenas 18% da região. O segundo maior importador nas Américas é a Argentina, com 11% do total, seguido dos Estados Unidos, com US\$ 15 milhões, e 9,4%. Outros seis países importaram valores superiores a US\$ 10 milhões, como Chile (US\$ 14 milhões), Cuba e Paraguai (US\$ 12 milhões), Peru (US\$ 11 milhões), Venezuela e Colômbia (US\$ 10 milhões). Completam a lista Bolívia, Panamá, Canadá e México. E, além desses, importadores com valores abaixo de US\$ 2 milhões foram agrupados no item “outros”, perfazendo um total de US\$ 12 milhões e participação de 7,4%.

A segunda região de destaque é a Europa e Leste Europeu, com importações de US\$ 30 milhões e participação de 13,9% do total. O destaque dessa região é o fato de que as médias empresas representam 68% do total exportado, e a participação das grandes e pequenas é equivalente. O principal país de destino é o Reino Unido, com um total de US\$ 22 milhões e representando 74% da região. Com esse valor, o Reino Unido também se configura como o segundo maior importador do produto do Rio Grande do Sul.

Dois outros países têm importações menores, a França (US\$ 1,8 milhão) e Espanha (US\$ 1,3 milhão). A seguir, completam a lista, Portugal, com 3,2% da região, Alemanha com 3%, e Irlanda,

com 2,7%. Países com importações menores que US\$ 800 mil foram agrupados no item “outros”, que totalizou US\$ 1,9 milhão.

Tabela 41 - Exportações do Rio Grande do Sul de móveis em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	17.645.519	8,1%		0,0%	7,2%	22,0%	70,7%
Angola	7.771.183		44,0%	-	9,8%	32,0%	58,2%
Namíbia	2.178.157		12,3%	-	1,9%	9,6%	88,5%
África do Sul	1.474.132		8,4%	-	2,2%	22,7%	75,1%
Moçambique	1.098.796		6,2%	0,2%	-	5,9%	93,9%
Tanzânia	1.025.862		5,8%	-	5,0%	13,8%	81,2%
Outros	4.097.389		23,2%	0,0%	9,4%	15,9%	74,7%
Américas	167.882.547	77,3%		0,5%	7,0%	43,4%	49,1%
Uruguai	31.601.115		18,8%	1,5%	12,7%	54,2%	31,5%
Argentina	19.378.249		11,5%	0,2%	1,4%	28,0%	70,3%
Estados Unidos	15.858.381		9,4%	0,1%	11,7%	26,4%	61,7%
Chile	14.881.088		8,9%	0,1%	10,4%	64,4%	25,1%
Cuba	12.417.273		7,4%	0,2%	1,5%	58,4%	39,9%
Paraguai	12.248.435		7,3%	0,2%	9,1%	34,1%	56,6%
Peru	11.615.578		6,9%	0,0%	6,4%	41,9%	51,7%
Venezuela	10.658.780		6,3%	-	1,5%	66,8%	31,7%
Colômbia	10.540.803		6,3%	0,0%	0,4%	13,5%	86,1%
Bolívia	7.016.761		4,2%	-	11,9%	47,0%	41,1%
Panamá	4.443.153		2,6%	0,4%	5,7%	30,4%	63,5%
Canadá	2.623.848		1,6%	2,0%	2,8%	33,1%	62,1%
México	2.199.955		1,3%	0,1%	7,6%	32,0%	60,4%
Outros	12.399.128		7,4%	1,1%	3,5%	44,3%	51,1%
Ásia e Oceania	1.431.377	0,7%		0,4%	-	35,7%	63,9%
Hong Kong	697.974		48,8%	-	-	-	100,0%
Coreia do Sul	315.131		22,0%	-	-	100,0%	-
Tailândia	113.173		7,9%	-	-	99,8%	0,2%
Outros	305.099		21,3%	1,8%	0,0%	27,3%	70,9%
Europa e Leste Europeu	30.124.770	13,9%		0,1%	14,7%	68,7%	16,6%
Reino Unido	22.268.825		73,9%	-	17,6%	75,0%	7,3%
França	1.825.440		6,1%	0,6%	1,1%	44,9%	53,4%
Espanha	1.362.612		4,5%	-	2,2%	92,9%	4,9%
Portugal	964.481		3,2%	-	-	49,2%	50,8%
Alemanha	915.600		3,0%	0,1%	8,8%	19,6%	71,5%
Irlanda	814.331		2,7%	-	33,5%	66,5%	-
Outros	1.973.481		6,6%	0,2%	4,3%	36,0%	59,5%
Total Geral	217.084.213	100%		0,4%	8,0%	45,1%	46,5%

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

A terceira região de destaque é a África e Oriente Médio, com importações de US\$ 17 milhões e 8,1% do total. Nesse caso, Angola concentra 44% das importações, seguida de Namíbia,

com 12%. Três outros países compram valores menores, como a África do Sul, com US\$ 1,4 milhão e participação de 8,4% na região, Moçambique e Tanzânia, com US\$ 1 milhão cada. Os demais, com importações menores que US\$ 1 milhão, foram agrupados no item “outros”. A última região avaliada é a Ásia e Oceania, com importações muito pequenas, apenas US\$ 1,4 milhão e participação de 0,7% do total. Apesar de vários destinos, destaque para Hong Kong, com importações de US\$ 697 mil, Coreia do Sul, com US\$ 315 mil, e Tailândia, com US\$ 113 mil.

O mercado de oportunidades para exportações de móveis tem vários países e apresenta valor significativo, com destaque para Estados Unidos, com US\$ 34 bilhões, e os países Europeus, que somam pouco mais de US\$ 28 bilhões. À exceção de Rússia, Cingapura e Turquia, cujas oportunidades de exportação estão restritas apenas a empresas de porte médio e grande, todos os demais países aqui apontados geram oportunidades para empresas de todos os portes.

Tabela 42 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de móveis

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente			
					RS	BR	País	Part. 2011		
Estados Unidos	34.874.201	AD	-0,6%	ED	M-P-M-G	0,0%	0,3%	China	50,9%	
Alemanha	14.549.496	AD	6,2%	I	M-P-M-G	0,0%	0,2%	Polônia	22,0%	
França	8.729.337	AD	4,2%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,6%	China	20,7%	
Itália	2.782.549	AD	4,1%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	China	24,1%	
Rússia	2.721.070	AD	22,3%	MD	M-G	28,9%	0,0%	China	23,4%	
México	2.042.017	AD	1,8%	BD	M-P-M-G	10,7%	0,1%	Estados Unidos	43,6%	
Emirados Árabes Unidos	1.729.243	AD	15,6%	MD	M-P-M-G	5,0%	0,0%	China	50,5%	
Cingapura	952.701	AD	13,7%	D	M-G	0,0%	0,0%	China	29,0%	
Turquia	932.840	A	12,2%	D	M-G	0,0%	0,0%	China	36,5%	
Chile	411.726	A	15,7%	MD	M-P-M-G	0,9%	3,6%	9,5%	China	53,3%
Angola	392.404	A	15,6%	MD	M-P-M-G	14,5%	2,0%	13,5%	Portugal	38,4%
Catar	386.433	A	13,0%	D	M-P-M-G	5,0%	0,1%	0,1%	China	35,6%
Panamá	258.389	A	19,8%	MD	M-P-M-G	12,9%	1,7%	7,7%	China	35,8%
Colômbia	225.564	MA	28,3%	MD	M-P-M-G	7,4%	4,7%	5,0%	China	44,8%
Peru	167.183	MA	28,9%	MD	M-P-M-G	4,5%	6,9%	14,6%	China	40,2%
Uruguai	139.814	MB	24,9%	MD	M-P-M-G	0,0%	22,6%	31,8%	China	38,7%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Outro ponto interessante em comum a notar é a baixa presença do Brasil nesses países, não ultrapassando 0,6% verificados no México. Apenas em cinco desses é possível notar uma maior presença, principalmente na América Latina, como na Colômbia (5%), Panamá (7,7%), Chile (9,5%), Peru (14%) e Uruguai (31%). Completa a lista, Angola (13,5%). Além disso, o maior

concorrente em quase todos os mercados é a China, com participações que são pouco maiores que 50%, no caso dos Estados Unidos, Emirados Árabes Unidos e Chile. A exceção é a maior presença da Polônia na Alemanha, dos Estados Unidos no mercado do México, e de Portugal em Angola.

Em termos de tarifa média, há uma clara divisão de grupos. Desse total, sete aplicam uma tarifa média de 0%, como Estados Unidos, Alemanha, França, Itália, Cingapura, Turquia e Uruguai. Depois, há o grupo com tarifa intermediária, que vai de 0,9%, no Chile, a 7,4%, na Colômbia, passando por 4,5% no Peru e 5% nos Emirados Árabes Unidos e Catar. A seguir, estão os que aplicam tarifa maior que 10%. Nesse caso, destaque para a Rússia, com 28,9%, Angola, 14,5%, Panamá, 12,9%, e México, 10,7%.

Dos oito países considerados como alto destaque, os maiores importadores são os Estados Unidos, com US\$ 34 bilhões, Alemanha com US\$ 14 bilhões e França com US\$ 8 bilhões. Desses, a Alemanha é o que apresenta o melhor desempenho, com crescimento médio de 6,2%, sendo classificado como intermediário, ao passo que a França tem um mercado de baixo dinamismo, e o mercado dos Estados Unidos é considerado em decadência, uma vez que suas importações tiveram taxa média negativa entre 2006 e 2011.

Os dois países seguintes da lista também estão na Europa, Itália e Rússia, com importações de US\$ 2,7 bilhões cada um. Porém, enquanto o desempenho das importações da Itália é considerado de baixo dinamismo, na Rússia, esse é muito dinâmico, com expansão média de 22%. Completam a lista de países com importações maiores que US\$ 1 bilhão, o México, com US\$ 2 bilhões, e os Emirados Árabes Unidos, com US\$ 1,7 bilhão. Porém, enquanto o primeiro é um mercado de baixo dinamismo, o segundo é muito dinâmico, com expansão de 15,6%. Cingapura é o último país considerado como alto destaque, com importações de US\$ 952 milhões e um desempenho considerado dinâmico entre 2006 e 2011.

Há cinco países considerados como alto na avaliação de magnitude de importações, com valores que vão de US\$ 932 milhões, no caso da Turquia, até US\$ 258 milhões, no Panamá. Desses, dois têm desempenho considerado dinâmico, como Turquia e Catar, ao passo que os demais, Chile, Angola e Panamá, são muito dinâmicos. Nesse grupo, Cingapura e Turquia aplicam tarifa de 0%, e o Chile, uma tarifa baixa, de 0,9%.

Completando a lista de países apontados como oportunidade para exportações de móveis, estão três países da América do Sul. Nesse caso, Colômbia, com US\$ 225 milhões, e Peru, com US\$ 167 milhões, são considerados como mercado médio-alto, ao passo que o Uruguai é médio-baixo.

Porém, em todos esses três, é possível notar elevadas taxas de crescimento das importações, sendo os mesmos classificados como muito dinâmicos.

ARMAS

As exportações de armas contemplam seis diferentes tipos de produtos. O destaque são as exportações de outras espingardas, carabinas para caça e tiro ao alvo, com total de US\$ 115 milhões e representando 82,8% do total exportado pelo grupo. O segundo produto, as espingardas e carabinas para caça e tiro ao alvo de cano liso, com valor de US\$ 17 milhões e 12,5% do total. Os produtos a seguir têm valores menores, como as partes e acessórios para outras armas, com US\$ 6 milhões, as partes e acessórios para outras espingardas e carabinas de fogo, com US\$ 437 mil, partes e acessórios para espingardas e carabinas de fogo de cano liso, com US\$ 1,6 mil, e outras armas, US\$ 131.

No geral, esse é um grupo no qual as exportações são feitas quase que exclusivamente por empresas de porte grande. Há apenas um país para o qual são feitas exportações por empresas de porte médio, que é a Argentina, com essas representando 11% do mercado.

Apesar de as armas serem exportadas para vários países em quatro regiões, destaque para as Américas, que concentram 93,9% do total exportado. Além dessa concentração em termos de região e porte, vale destacar que os Estados Unidos dominam 91% das exportações, ficando com US\$ 119 milhões.

O segundo país da região, e que também é o segundo maior importador, é a Argentina, com US\$ 4,4 milhões. Todos os demais importadores da região compram valores menores que US\$ 1,24 milhão, com destaque para o Chile, Peru, Honduras e República Dominicana. Completam a lista de importadores, países sem muita representatividade, como Costa Rica, Canadá, Paraguai, Guatemala e México, além de vários outros com importações inferiores a US\$ 150 mil e que foram agrupados no item “outros”.

A segunda região de destaque, Ásia e Oceania, fica com 3,8% do total, com valor de US\$ 5,3 milhões. Destaque para as importações de Filipinas, que, com US\$ 2 milhões e 38% do total da região, também é classificada como o segundo maior importador de armas do Rio Grande do Sul. A seguir, destaque para Tailândia e Paquistão, com importações de US\$ 1,1 milhão cada. Austrália, com US\$ 545 mil, e Cingapura, US\$ 320 mil, completam a lista. Os demais países da região importam valores abaixo de 150 mil e foram agrupados em “outros”.

Tabela 43 - Exportações do Rio Grande do Sul de armas em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	1.252.514	0,9%		-	-	-	100%
Jordânia	452.582		36,1%	-	-	-	100%
África do Sul	339.379		27,1%	-	-	-	100%
Líbano	263.578		21,0%	-	-	-	100%
Namíbia	100.302		8,0%	-	-	-	100%
Israel	46.749		3,7%	-	-	-	100%
Outros	49.924		4,0%	-	-	-	100%
Américas	130.607.882	93,9%		-	-	0%	100%
Estados Unidos	119.832.479		91,7%	-	-	-	100%
Argentina	4.482.132		3,4%	-	-	11,1%	88,9%
Chile	1.247.794		1,0%	-	-	-	100%
Peru	1.122.698		0,9%	-	-	-	100%
Honduras	900.981		0,7%	-	-	-	100%
República Dominicana	852.165		0,7%	-	-	-	100%
Costa Rica	496.930		0,4%	-	-	-	100%
Canadá	483.939		0,4%	-	-	-	100%
Paraguai	370.244		0,3%	-	-	-	100%
Guatemala	326.041		0,2%	-	-	-	100%
México	161.220		0,1%	-	-	-	100%
Outros	331.259		0,3%	-	-	-	100%
Ásia e Oceania	5.346.787	3,8%		-	-	-	100%
Filipinas	2.025.552		37,9%	-	-	-	100%
Tailândia	1.166.374		21,8%	-	-	-	100%
Paquistão	1.156.675		21,6%	-	-	-	100%
Austrália	546.097		10,2%	-	-	-	100%
Cingapura	320.268		6,0%	-	-	-	100%
Outros	131.821		2,5%	-	-	-	100%
Europa e Leste Europeu	1.855.138	1,3%		-	-	0%	100%
Alemanha	796.085		42,9%	-	-	-	100%
Rússia	576.572		31,1%	-	-	-	100%
França	194.322		10,5%	-	-	-	100%
Reino Unido	98.940		5,3%	-	-	-	100%
Outros	189.219	-	10,2%	0%	0%	4%	96%
Total Geral	139.062.321	100%		-	-	0%	100%

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

A terceira região, com importações de US\$ 1,8 milhão, é a Europa e Leste Europeu, com destaque para a Alemanha, US\$ 796 mil, e Rússia, com US\$ 576 mil. A França e o Reino Unido importam valores menores, US\$ 194 mil e US\$ 98 mil, respectivamente. Os demais, com importações inferiores a US\$ 90 mil, foram agrupados no item “outros”. E, por fim, a quarta região é a África e Oceania, com US\$ 1,2 milhão e participação de 0,9% do total. Dois países concentram as importações: Jordânia, com US\$ 452 mil, e África do Sul, com US\$ 339 mil, ficando com pouco mais de 63% do total. A seguir, completam a lista, Líbano, Namíbia e Israel, ficando os países com importações inferiores a US\$ 40 mil agrupados em “outros”.

Apesar de haver oportunidades de exportação para Armas em vários países, essas se concentram nos Estados Unidos, com importações de US\$ 2,6 bilhões no ano de 2011, praticamente a soma de todas as importações feitas pelos demais países apontados. Apesar da magnitude, esse mercado é classificado como de baixo dinamismo, com crescimento médio de 7,4% no período 2006-2011. O maior concorrente é o Reino Unido, com 14% do total, e a presença do Brasil é tímida, de apenas 5,3%, com destaque para o Rio Grande do Sul.

Tabela 44 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de armas

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	AD	Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Estados Unidos	2.664.820	AD	7,4%	BD	M-G	0,3%	4,5%	5,3%	Reino Unido	14,6%
Canadá	593.031	AD	17,6%	I	M-G	0,0%	0,1%	0,2%	Estados Unidos	68,8%
Emirados Árabes	417.817	AD	34,8%	MD	M-G	5,0%		0,0%	Estados Unidos	90,9%
Tailândia	272.550	AD	55,5%	MD	M-G	30,0%	0,4%	0,8%	Israel	26,1%
Alemanha	231.782	AD	13,3%	I	M-G	2,2%	0,3%	2,2%	Suíça	15,9%
Itália	163.045	AD	10,9%	I	M-G	2,2%	0,0%	0,1%	Estados Unidos	24,5%
Rússia	63.309	A	40,1%	MD	M-G	20,0%	0,9%	1,1%	Itália	32,0%
Turquia	53.057	A	18,4%	I	M-G	2,1%		4,9%	Itália	36,0%
Filipinas	39.840	A	34,0%	MD	M-G	15,0%	5,1%	14,6%	Estados Unidos	26,2%
Líbano	28.138	A	57,1%	MD	M-G	8,9%	0,9%	1,1%	Itália	31,6%
Argentina	26.821	A	26,3%	D	M-G	0,0%	16,7%	22,8%	Estados Unidos	22,9%
Paquistão	15.737	MA	25,2%	D	M-G	18,5%	7,3%	5,6%	China	49,7%
Honduras	14.308	MA	29,3%	MD	M-G	14,8%	6,3%	6,3%	Israel	40,9%
Paraguai	10.397	MB	32,8%	MD	M-G	0,0%	3,6%	7,8%	Estados Unidos	22,2%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em termos de porte, pode-se verificar que as oportunidades ocorrem para empresas médias e grandes. Aliás, um comportamento que é comum a todos os demais países analisados. A tarifa média de 0,3% pode ser considerada baixa, apesar de ter países que praticam uma tarifa de 0%, como é o caso do Canadá, segundo maior importador, com US\$ 593 milhões, Argentina e Paraguai. Cinco países aplicam tarifa maior que 10%, como a Tailândia, com 30%, Rússia, 20%, Paquistão, 18,5%, Filipinas, com 15%, e Honduras, com 14,8%. A seguir, outros praticam tarifas menores, como o Líbano, com 8,9%, Emirados Árabes, com 5%, Alemanha e Itália, com 2,2%, e Turquia, com 2,1%.

O Brasil participa com exportações a todos os países aqui apontados, com destaque para Argentina, com 22% do total, e Filipinas, com 14,6%. A seguir, no grupo onde essa participação é menor que 10%, estão Paraguai (7,8%), Honduras (6,3%), Paquistão (5,6%), Estados Unidos (5,3%)

e Turquia (4,9%). Nos demais, a participação é bem menor, estando ausente apenas do mercado de armas dos Emirados Árabes Unidos.

Em termos de concorrentes, destaque para os Estados Unidos, presente em vários países, e líder em outros, como nos Emirados Árabes Unidos, com 90% das importações, no Canadá, com 68%, Filipinas, com 26%, Itália, com 24%, e Argentina e Paraguai, com 22%. A seguir, Israel domina os mercados da Tailândia, com 26%, e Honduras, com 40%, ao passo que a Itália é o principal concorrente na Rússia, com 32%, e na Turquia, com 36%. Por fim, a Suíça está presente na Alemanha, com 16% do mercado, e a China, no Paquistão, com 49%.

O segundo maior mercado para Armas, o Canadá, representa pouco mais de 20% do maior mercado, os Estados Unidos. Com importações de US\$ 593 milhões, esse mercado tem uma taxa média de crescimento de 17%, sendo considerado intermediário. A seguir, os Emirados Árabes Unidos, com US\$ 417 milhões, se destacam por ter um mercado muito dinâmico, na medida em que suas importações cresceram, em média, 34% entre 2006 e 2011. A Tailândia, que vem logo na sequência, com importações de US\$ 272 milhões, também tem um mercado muito dinâmico, com expansão média de 55%.

Os três maiores importadores que vêm a seguir estão na Europa: Alemanha, com US\$ 231 milhões, e Itália, com US\$ 163 milhões, têm desempenho histórico considerado intermediário, ao passo que a Rússia, com importações de US\$ 63 milhões, o que a deixa como alto em termos de magnitude de importação, é considerada muito dinâmica, suas importações cresceram, em média, 40%.

Quatro países completam a lista dos que são classificados como alto em termos de dinâmica de importações. Filipinas e Líbano têm desempenho considerado muito dinâmico, com crescimento de 34% e 57%, respectivamente. A Argentina, com importações de US\$ 26 milhões, tem comportamento dinâmico, e a Turquia, com US\$ 53 milhões e crescimento de 18%, é vista como intermediária.

Os três últimos na lista de oportunidades são Paquistão e Honduras – com importações de US\$ 15 milhões e US\$ 14 milhões, respectivamente, mas enquanto o primeiro tem desempenho dinâmico, o segundo é muito dinâmico – além do Paraguai, com importações de US\$ 10 milhões e crescimento médio de 32%, considerado muito dinâmico.

RESINAS E ELASTÔMEROS

O grupo Resinas e Elastômeros possui 71 tipos diferentes de produtos e é o mais importante dentre os classificados como Manufaturados Intensivos em Economia de Escala.

Porém, oito produtos representam 97% do total exportado. Nesse caso, o produto mais exportado foi o Polietileno em suas diversas formas. O primeiro é o Polietileno Linear com densidade menor que 0,94 em forma primária, com US\$ 313 milhões e participação de 23% no grupo.

O segundo produto mais importante é Outros polietilenos sem carga, com densidade maior que 0,94 em formas primárias, com exportações de US\$ 284 milhões e 21% do total. A seguir, têm-se os polietilenos sem carga com densidade menor que 0,94 em forma primária, com US\$ 179 milhões e participação de 13,3%. A seguir, tem-se o polipropileno sem carga em forma primária, com valor exportado de US\$ 161 milhões e uma participação de 12%.

Quatro outros produtos também apresentam importante participação. Com 9,6%, estão as borrachas de estireno-butadieno em outras formas primárias, um total de US\$ 129 milhões. Com 9% e exportações de US\$ 121 milhões estão os copolímeros de propileno em formas primárias. A seguir, estão os Copolímeros etileno acetato vinila em outras formas primárias, com uma menor participação, de 4,8%, mas valor de US\$ 65 milhões. Depois estão as borrachas de etileno-propileno-dieno não conjugados em chapas com US\$ 55 milhões e participação de 4,1%.

Em termos de porte, pode-se observar que os produtos de Resinas e Elastômeros são exportados, em sua maioria, 98%, por empresas de grande porte. As empresas de porte médio ficam com 1,6% do total, e as pequenas e micro têm participação pouco expressiva. São poucas as diferenças entre outros países. Por exemplo, as empresas médias têm participação importante, de 16% na África do Sul, 10% no Uruguai, e 3,8% na Itália. Nos demais, predominam as exportações de empresas de porte grande.

Em termos regionais, destaque para as exportações para as Américas, com participação de 59% e valor de US\$ 804 milhões. Dois países são destaque: Argentina, com importações de US\$ 354 milhões e uma participação de 44% na região, e Estados Unidos, com US\$ 103 milhões e 12,9% do total.

A seguir, há diversos países com exportações que vão de US\$ 63 milhões, para o Chile, até a Bolívia, com US\$ 25 milhões. Em ordem decrescente, estão, Equador, Peru, Colômbia, Uruguai, Paraguai e Venezuela. Outros países onde as exportações têm menor valor foram agrupados no item “outros” e totalizam US\$ 22 milhões.

A segunda região de destaque para as exportações de Resinas e Elastômeros é a Europa e Leste Europeu, com uma participação de 24% e valor de US\$ 327 milhões. A Bélgica, com importações de US\$ 186 milhões, concentra 56% do total da região e também é vista como o segundo maior importador do produto dentre todos os países. A seguir, com participação próxima, estão Espanha, com 8,3%, Reino Unido, com 7,9%, Portugal, com 7,7%, e Holanda, com 7,6%. A

Itália, com 5,3%, Turquia, 3,8%, e Alemanha, 1,7%, completam a lista, que ainda tem países com importações pequenas e que foram agrupados no item “outros”.

Tabela 45 - Exportações do Rio Grande do Sul de resinas e elastômeros em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	66.833.407	5,0%		-	-	3,2%	96,8%
Nigéria	21.589.249		32,3%	-	-	-	100,0%
Israel	13.102.579		19,6%	-	-	0,0%	100,0%
África do Sul	12.841.668		19,2%	-	-	16,7%	83,3%
Emirados Árabes Unidos	5.857.592		8,8%	-	-	-	100,0%
Outros	13.442.319		20,1%	0,0%	0,0%	0,2%	99,8%
Américas	804.693.553	59,7%		0,0%	0,1%	2,2%	97,7%
Argentina	354.802.306		44,1%	0,0%	0,1%	2,3%	97,6%
Estados Unidos	103.501.574		12,9%	-	0,0%	2,1%	97,8%
Chile	63.509.186		7,9%	0,0%	0,1%	0,4%	99,4%
Equador	47.493.971		5,9%	0,2%	-	1,4%	98,4%
Peru	46.896.305		5,8%	0,1%	0,2%	0,6%	99,1%
Colômbia	43.201.998		5,4%	-	0,0%	2,0%	98,0%
Uruguai	37.566.040		4,7%	0,1%	0,6%	10,0%	89,2%
Paraguai	32.312.229		4,0%	0,1%	0,0%	0,4%	99,5%
Venezuela	27.613.851		3,4%	0,0%	0,0%	1,0%	99,0%
Bolívia	25.415.455		3,2%	-	0,0%	1,0%	99,0%
Outros	22.380.638		2,8%	0,0%	0,8%	1,9%	97,2%
Ásia e Oceania	148.114.291	11,0%		-	0,1%	0,0%	99,8%
China	99.003.524		66,8%	-	0,0%	0,0%	100,0%
Paquistão	15.537.541		10,5%	-	-	0,1%	99,9%
Cingapura	10.532.979		7,1%	-	-	0,1%	99,9%
Japão	9.393.553		6,3%	-	-	0,0%	100,0%
Índia	4.174.996		2,8%	-	0,0%	-	100,0%
Outros	9.471.698		6,4%	0,0%	1,5%	0,2%	98,2%
Europa e Leste Europeu	327.466.295	24,3%		0,0%	0,1%	0,4%	99,5%
Bélgica	183.365.715		56,0%	-	-	-	100,0%
Espanha	27.157.152		8,3%	-	0,6%	-	99,4%
Reino Unido	25.743.095		7,9%	-	-	-	100,0%
Portugal	25.077.376		7,7%	-	-	2,1%	97,9%
Países Baixos (Holanda)	24.854.350		7,6%	-	-	0,0%	100,0%
Itália	17.461.877		5,3%	-	-	3,8%	96,2%
Turquia	12.566.190		3,8%	-	-	0,0%	100,0%
Alemanha	5.439.794		1,7%	0,0%	-	0,6%	99,4%
Outros	5.800.746		1,8%	0,0%	0,0%	1,2%	98,8%
Total Geral	1.347.107.546	100%		0,0%	0,1%	1,6%	98,3%

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

A terceira região de destaque é a Ásia e Oceania, com importações de US\$ 148 milhões e uma participação de 11% sobre o total. Nessa, destaque para a China, que comprou, em 2011, US\$ 99 milhões e representa pouco mais de dois terços do total da região. Com esse valor, a China é considerada o quarto maior importador dentre todos os países. A seguir, quatro outros países

possuem importações acima de US\$ 4 milhões. São eles: Paquistão, com US\$ 15 milhões, Cingapura, com US\$ 10 milhões, Japão, com US\$ 9,3 milhões, e Índia, com US\$ 4,1 milhões. Importações de menor valor foram agrupadas no item “outros” e somam US\$ 9,4 milhões.

Por fim, a região África e Oriente Médio comprou US\$ 66 milhões em Resinas e Elastômeros do Rio Grande do Sul, no ano de 2011, ficando com 5% do total. A Nigéria é o maior importador na região, com 32% de tudo e US\$ 21 milhões, seguida de Israel e África do Sul, com 19% cada, e Emirados Árabes Unidos, com US\$ 5,8 milhões. Os países que tiveram importações menores que esses valores foram agrupados no item “outros”, somando US\$ 13 milhões e uma participação de 20%.

As oportunidades no mercado de Resinas e Elastômeros foram apontadas para 13 países e somam cerca de US\$ 150 bilhões. Alguns pontos são mais comuns entre os países, como, por exemplo, o fato de que em apenas dois, Turquia e Rússia, as oportunidades de exportação ocorrem para médias e grandes empresas. Em todos os demais, essas podem ser aproveitadas por empresas de todos os portes.

Tabela 46 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de resinas e elastômeros

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente			
					RS	BR	País	Part. 2011		
China	52.292.918	AD	12,4%	I	M-P-M-G	6,5%	0,1%	0,7%	Coreia do Sul	18,6%
Alemanha	22.937.483	AD	7,5%	I	M-P-M-G	1,7%	0,0%	0,3%	Bélgica	22,1%
Itália	15.129.867	AD	4,7%	BD	M-P-M-G	1,7%	0,0%	0,4%	Alemanha	26,0%
Estados Unidos	14.691.999	AD	2,5%	BD	M-P-M-G	0,5%	0,0%	1,5%	Canadá	36,0%
Turquia	10.639.160	AD	13,7%	D	M-G	1,6%	0,1%	0,6%	Arábia Saudita	13,1%
Reino Unido	8.165.626	AD	5,3%	BD	M-P-M-G	1,7%	0,1%	0,6%	Bélgica	22,1%
Japão	6.934.232	AD	13,0%	D	M-P-M-G	0,3%	2,2%	0,1%	Estados Unidos	19,5%
Cingapura	5.320.878	AD	23,1%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,7%	0,3%	Arábia Saudita	39,3%
Rússia	4.852.907	AD	16,3%	D	M-G	7,7%	0,1%	0,0%	Alemanha	18,7%
Coreia do Sul	4.724.005	AD	9,5%	I	M-P-M-G	6,7%	0,4%	0,3%	Japão	28,5%
Peru	1.446.832	A	17,4%	D	M-P-M-G	0,2%	0,0%	9,5%	Estados Unidos	36,4%
Colômbia	1.440.406	A	13,0%	D	M-P-M-G	0,9%		7,6%	Estados Unidos	37,7%
Chile	1.297.850	A	9,5%	I	M-P-M-G	0,0%		11,9%	Estados Unidos	31,8%

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: 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 2006 e 2011: 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 geral, a tarifa média é baixa. As maiores não chegam a 10%, como é o caso da tarifa praticada na Rússia, de 7,7%, Coreia do Sul, de 6,7%, e China, de 6,5%. Nos países Europeus, essa fica em 1,7%, e na Turquia, 1,6%. Todos os demais praticam tarifa próxima de 0%, e, em alguns casos, como Cingapura e Chile, essa é de 0%.

O Brasil participa de todos os mercados, ao passo que o Rio Grande do Sul está ausente das importações da Colômbia e Chile. Excetuando as participações mais elevadas do Brasil nos países da América do Sul, como Chile, com 11,9%, Peru, com 9,5%, e Colômbia, com 7,6%, em todos os demais países a presença do Brasil é muito tímida.

O concorrente mais comum, em especial nos países da América do Sul, são os Estados Unidos, com participação maior que 30%. Esse também é o maior concorrente no mercado do Japão. Em todos os demais países, não há um padrão de concorrência, ocorrendo a mesma entre vários outros países.

O maior importador de Resinas e Elastômeros é a China, com US\$ 52 bilhões e um mercado que cresce em média 12%, sendo considerado intermediário. Esse desempenho também é compartilhado pelo segundo maior importador, a Alemanha, com US\$ 22 bilhões. Porém, a concorrência tem uma relação com a posição geográfica. Na China, o maior concorrente é a Coreia do Sul, ao passo que na Alemanha é a Bélgica.

A Itália, com US\$ 15 bilhões, e os Estados Unidos, com US\$ 14 bilhões em importações, possuem mercados de baixo dinamismo, com taxa média de crescimento de 4,7% e 2,5%, respectivamente. Aqui a questão geográfica parece também influenciar na presença do maior concorrente, como é o caso da Alemanha no mercado da Itália, e do Canadá no mercado dos Estados Unidos.

A Turquia é o quinto maior importador de Resinas e Elastômeros, com US\$ 10 bilhões e um mercado que cresceu, entre 2006 e 2011, a uma taxa média de 13%, considerado dinâmico. O maior concorrente é a Arábia Saudita. O sexto maior mercado, o Reino Unido, tem importações de US\$ 8 bilhões, mas com uma taxa de crescimento de 5,3% é classificado como de baixo dinamismo. O maior concorrente é a Bélgica, com 22% das importações. A seguir, estão dois países da Ásia, o Japão, com US\$ 6,9 bilhões, e Cingapura, com US\$ 5,3 bilhões. O primeiro tem um crescimento médio de 13%, considerado dinâmico, e o segundo, de 23%, é considerado muito dinâmico. Rússia e Coreia do Sul completam a lista dos países considerados de alto destaque para as importações, com valores de US\$ 4,8 bilhões e US\$ 4,7 bilhões, respectivamente. Porém, enquanto a Rússia, com taxa de crescimento de 16% é um mercado dinâmico, a Coreia do Sul tem um desempenho intermediário.

Os três últimos países, em termos de importação, estão na América Latina: Peru e Colômbia, com US\$ 1,4 bilhão, e Chile, com US\$ 1,2 bilhão, são classificados como alto, em termos de magnitude. Porém, os dois primeiros têm desempenho considerado dinâmico, e o último,

intermediário. Como salientado anteriormente, em todos os três, o maior concorrente são os Estados Unidos.

AUTOPEÇAS

O grupo autopeças, também classificado como manufaturados intensivos em economia de escala, teve um total exportado de US\$ 687 milhões distribuídos em 90 diferentes produtos. Porém, cinco produtos representam pouco mais de 74% do total.

Em destaque, estão as exportações de outras partes e acessórios para tratores e veículos automóveis, com US\$ 199 milhões e 29% do total. O segundo produto mais importante foram as exportações de Pneus novos para motocicletas, com US\$ 111 milhões e 16% do total. A seguir, têm-se as exportações de outras guarnições para freios, que totalizaram US\$ 93 milhões e representaram 13% do total. Com 10% do grupo autopeças, e exportações de US\$ 69 milhões, estão os blocos de cilindros e cabeçotes para motores de explosão. Por fim, com 5,4%, estão as exportações de outras partes e acessórios de carroçaria para veículos automóveis.

Em relação ao porte, a maioria das exportações, cerca de 96%, foi feita por grandes empresas. As empresas médias tiveram participação menor, de apenas 2,8%, e pouco ficou para as empresas de porte pequeno, com 0,9%, e as micro, com 0,2%. Quando é feita essa análise para alguns países, é possível notar algumas diferenças de distribuição. Por exemplo, as empresas grandes participam com 100% do mercado de exportação para o Egito, Irã, Austrália, Japão, Coreia do Sul, França, Rússia, Áustria e Suécia. Por outro lado, as médias empresas participam mais do que a média total em outros países, como na Paraguai (20%), África do Sul (14,9%), Uruguai (13,7%) e Peru (11%). No caso das pequenas empresas, destaque para as exportações para o Paraguai (12%), Peru (7,4%) e Chile (6,1%).

A principal região importadora de autopeças são as Américas, com valor total de US\$ 517 milhões e uma participação de 75% do total. Nesse caso, dois países merecem destaque, com valores próximos e concentrando pouco mais de 69% do total. Em primeiro, os Estados Unidos, com US\$ 184 milhões e 35% do total, são também o maior importador entre todos os países. A seguir, em segundo na região, e também considerado o segundo maior importador, está a Argentina, com US\$ 171 milhões e participação de 33%.

Tabela 47 - Exportações do Rio Grande do Sul de autopeças em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	41.803.077	6,1%		0,0%	0,9%	10,5%	88,6%
África do Sul	25.517.061		61,0%	-	0,0%	14,9%	85,1%
Emirados Árabes Unidos	6.313.064		15,1%	-	0,9%	0,1%	99,0%
Egito	3.787.125		9,1%	-	-	-	100,0%
Irã	1.195.338		2,9%	-	0,0%	-	100,0%
Outros	4.990.489		11,9%	0,4%	6,2%	12,0%	81,5%
Américas	517.252.263	75,2%		0,1%	1,0%	2,7%	96,1%
Estados Unidos	184.296.211		35,6%	0,0%	0,0%	0,7%	99,2%
Argentina	171.501.613		33,2%	0,0%	0,1%	0,9%	98,9%
México	44.802.095		8,7%	0,0%	1,2%	4,2%	94,6%
Colômbia	30.562.319		5,9%	0,0%	1,0%	8,4%	90,6%
Venezuela	24.366.529		4,7%	0,3%	0,3%	0,8%	98,6%
Paraguai	14.694.345		2,8%	0,4%	12,4%	20,6%	66,6%
Uruguai	10.221.064		2,0%	1,6%	3,8%	13,7%	80,9%
Chile	9.761.592		1,9%	0,5%	6,1%	7,8%	85,6%
Peru	7.100.832		1,4%	2,6%	7,4%	11,0%	78,9%
Outros	19.945.663		3,9%	0,8%	2,5%	3,3%	93,4%
Ásia e Oceania	30.611.628	4,5%		-	0,2%	0,6%	99,2%
China	17.925.275		58,6%	-	-	0,7%	99,3%
Austrália	3.631.374		11,9%	-	-	-	100,0%
Japão	2.806.452		9,2%	-	-	-	100,0%
Coreia do Sul	2.180.150		7,1%	-	-	0,0%	100,0%
Outros	4.068.377		13,3%	0,0%	1,7%	1,4%	96,9%
Europa e Leste Europeu	98.002.188	14,3%		0,4%	0,7%	0,7%	98,3%
Alemanha	44.417.437		45,3%	-	0,8%	0,0%	99,2%
Itália	23.118.828		23,6%	-	1,3%	0,0%	98,7%
Reino Unido	6.945.044		7,1%	5,5%	0,0%	-	94,4%
França	5.451.720		5,6%	-	-	-	100,0%
Espanha	5.405.273		5,5%	-	0,1%	7,7%	92,2%
Turquia	3.301.505		3,4%	-	-	2,4%	97,6%
Rússia	2.546.244		2,6%	-	-	-	100,0%
Áustria	1.786.926		1,8%	-	-	-	100,0%
Suécia	1.684.406		1,7%	-	-	-	100,0%
Outros	3.344.805		3,4%	0,1%	0,0%	4,5%	95,4%
Total Geral	687.669.156	100%		0,2%	0,9%	2,8%	96,1%

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

O terceiro maior importador da região, o México, com US\$ 44,8 milhões, também é considerado o terceiro maior país importador de autopeças do Rio Grande do Sul. A lista de maiores mercados da região é completada com as importações da Colômbia, Venezuela, Paraguai, Uruguai, Chile e Peru. Os demais países que tiveram importações inferiores a US\$ 7 milhões foram agrupados no item “outros”, somando US\$ 19 milhões.

A segunda região de destaque é a Europa e Leste Europeu, com importações de US\$ 98 milhões e participação de 14%. Em destaque, o maior importador da região, Alemanha, com US\$ 44,4 milhões, e que também é o quarto maior importador dentre todos os países. Ao somar as exportações para a Itália, a segunda maior na região, com US\$ 23 milhões, verifica-se que apenas esses dois países compram pouco mais de 69% de tudo o que é exportado para a Europa e Leste Europeu.

A seguir, há na lista de principais compradores, diversos países que vão do Reino Unido, com importações de US\$ 6,9 milhões, até a Suécia, com importações de US\$ 1,6 milhão. Os países que tiveram importações menores que esse valor foram agrupados no item “outros”, totalizando US\$ 3,3 milhões.

A terceira região de destaque é a África e Oriente Médio, com importações de US\$ 41 milhões e uma participação de 6,1%. Nessa região, a África do Sul é o destaque, representando 61% de todas as compras feitas. A seguir, têm-se os Emirados Árabes Unidos, com importações de US\$ 6,3 milhões e participação de 15%. Assim, esses dois países representam 76% do total. O Egito, com US\$ 3,7 milhões, e o Irã, com US\$ 1,1 milhão, completam a lista, que ainda conta com diversos outros países com exportações menores, e que foram agrupados no item “outros”.

Por fim, tem-se a região Ásia e Oceania, com participação de 4,5% no total, e tendo como destaque as importações feitas pela China, US\$ 17,9 milhões. A seguir, com participação menor, de apenas 11,9% na região, tem-se a Austrália. Japão e Coreia do Sul completam a lista de quatro importantes importadores na região. Os demais, com importações de menor significância, foram agrupados no item “outros”, que soma US\$ 4 milhões.

Vários países foram apontados como oferecendo oportunidades para as exportações de Autopeças. Do total, em apenas dois, China e Coreia do Sul, essas oportunidades estão restritas a empresas de porte médio e grande. Em todos os demais países, essas se abrem para empresas de todo porte.

No geral, a tarifa média não é elevada, com dois países aplicando tarifa acima de 10%, como é o caso da Índia, com 10%, e da China, com 11,1%. Sete outros países aplicam tarifa pequena, como é o caso da Coreia do Sul, com 8%, Egito, com 6,3%, Colômbia, com 5,9%, Emirados Árabes Unidos, com 5%, Equador, com 4,5%, Rússia, com 2,8%, e Angola, com 2%. Os Estados Unidos aplicam uma tarifa bem baixa, de apenas 0,2%, e diversos outros usam tarifa de 0%, como é o caso dos países Europeus, com Alemanha e Itália, México, Turquia, Cingapura, Chile e Peru.

O Brasil tem uma participação bem pequena nos países aqui apontados, o mesmo se verificando para o Rio Grande do Sul no caso do Brasil. As exceções podem ser vistas no caso do Peru, onde o Brasil tem 10%, Equador, 5,2%, Colômbia, 4,9%, Chile, 4,7%, Angola, 2,9%, e México, 2,8%. Em todos os demais mercados, essa participação é menor que esse valor.

Tabela 48 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de autopeças

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente			
					RS	BR	País	Part. 2011		
Estados Unidos	64.130.783	AD	2,6%	BD	M-P-M-G	0,2%	0,3%	2,1%	México	27,8%
Alemanha	44.659.102	AD	8,4%	I	M-P-M-G	0,0%	0,1%	1,4%	Rep. Tcheca	13,0%
China	27.641.825	AD	18,2%	MD	M-G	11,1%	0,1%	0,4%	Japão	38,8%
México	22.248.790	AD	8,8%	I	M-P-M-G	0,0%	0,2%	2,8%	Estados Unidos	61,0%
Itália	10.534.068	AD	3,1%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,2%	1,8%	Alemanha	33,6%
Rússia	10.429.688	AD	31,8%	MD	M-P-M-G	2,8%	0,0%	0,3%	Alemanha	20,2%
Coreia do Sul	7.103.099	AD	11,0%	D	M-G	8,0%	0,0%	0,2%	Japão	26,5%
Turquia	6.574.551	AD	5,3%	I	M-P-M-G	0,0%	0,1%	0,6%	Alemanha	27,1%
Índia	4.651.771	AD	26,9%	MD	M-P-M-G	10,0%	0,0%	0,7%	Coreia do Sul	18,8%
Cingapura	2.974.879	AD	10,5%	D	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,4%	Alemanha	30,2%
Emirados Árabes Unidos	2.877.253	AD	13,8%	D	M-P-M-G	5,0%	0,2%	0,4%	Coreia do Sul	20,9%
Chile	1.480.206	AD	14,3%	D	M-P-M-G	0,0%	0,7%	4,7%	Estados Unidos	16,6%
Egito	965.790	A	20,9%	MD	M-P-M-G	6,3%	0,4%	1,9%	Coreia do Sul	22,5%
Colômbia	888.050	A	13,0%	D	M-P-M-G	5,9%	3,4%	4,9%	Estados Unidos	27,3%
Equador	432.173	A	18,6%	MD	M-P-M-G	4,5%	0,9%	5,2%	Colômbia	19,0%
Peru	404.624	A	17,7%	MD	M-P-M-G	0,0%	1,8%	10,1%	Estados Unidos	21,2%
Angola	236.790	MA	18,7%	MD	M-P-M-G	2,0%	0,2%	2,9%	Portugal	25,1%

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: 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 2006 e 2011: 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 mercado de importações de Autopeças é grande, ultrapassando os US\$ 210 bilhões, onde apenas os Estados Unidos importam US\$ 64 bilhões, mas com um crescimento que pode ser considerado de baixo dinamismo, com taxa média de 2,6% entre 2006 e 2011. O maior concorrente nesse mercado é o México, com participação de 27%.

A seguir, o segundo maior mercado importador de Autopeças é a Alemanha, com US\$ 44 bilhões e um desempenho considerado intermediário. Nesse caso, há uma proximidade geográfica com o maior concorrente, a República Checa, que tem 13% do mercado local. O terceiro maior importador é a China, com US\$ 27 bilhões e a vantagem de ser um mercado que cresce, em média, 18%, desempenho considerado muito dinâmico. O Japão é o maior concorrente, representando 38% do mercado.

O quarto maior mercado importador de Autopeças é o México, com US\$ 22 bilhões e uma taxa média de crescimento de 8,8%, considerado intermediário. Nesse, é possível notar que o

maior concorrente, os Estados Unidos, representam 61% do mercado local. A seguir, há dois outros países com importações de US\$ 10 bilhões cada um, e que estão na Europa. A diferença entre esses ocorre no desempenho. A Itália tem taxa média de 3,1% e é um mercado classificado como de baixo dinamismo, ao passo que a Rússia, com expansão média de 31%, é um mercado muito dinâmico. Em ambos, o maior concorrente é a Alemanha, participando com 33% do mercado da Itália e 20% da Rússia.

Os seis países que completam a lista, com importações acima de US\$ 1 bilhão, têm desempenho diferenciado. Por exemplo, a Coreia do Sul, com importações de US\$ 7,1 bilhões, Cingapura, com US\$ 2,9 bilhões, Emirados Árabes Unidos, com US\$ 2,8 bilhões, e Chile, com US\$ 1,4 bilhão, têm taxas de crescimento das importações que os credenciam como dinâmicos. A Turquia, com crescimento médio de 5,3%, é considerada como país intermediário, e a Índia, com expansão média de 26%, muito dinâmico.

Os concorrentes variam entre os países. Por exemplo, a Alemanha tem maior presença na Turquia e Cingapura; a Coreia do Sul, na Índia e Emirados Árabes Unidos; os Estados Unidos, no Chile; e o Japão, na Coreia do Sul.

A seguir, quatro países fazem parte do grupo considerado alto, em termos de magnitude de importações. Desses, apenas a Colômbia, com importações de US\$ 888 milhões e taxa de crescimento de 13%, é considerada dinâmica. Todos os outros três, Egito, com importações de US\$ 965 milhões, Equador, com US\$ 432 milhões, e Peru, com US\$ 404 milhões, têm desempenho muito dinâmico. Nesse caso, os Estados Unidos têm presença maior na Colômbia e Peru, ao passo que a Coreia do Sul é o maior concorrente no Egito, e a Colômbia, no Equador.

Por fim, o último país a ser considerado é Angola, com importações de US\$ 236 milhões, avaliado como médio-alto em termos de magnitude, mas com taxa de crescimento de 18% entre 2006 e 2011, ou seja, muito dinâmico. O maior concorrente nesse país é Portugal, com uma participação de 25%.

TRATORES

O grupo Tratores teve, em 2011, exportações totais de US\$ 345 milhões, e é dividido em dois produtos. O destaque são as exportações de outros tratores, com US\$ 343 milhões, concentrando 99% do total. Os tratores rodoviários para semirreboques ficaram com apenas US\$ 1,3 milhão. Em termos de porte, as exportações de tratores são feitas, exclusivamente, por empresas grandes.

A região de destaque para as exportações são as Américas, onde o Rio Grande do Sul exporta para diversos países. Essa região importou US\$ 263 milhões e tem uma participação de 76% no total. Nesse caso, há uma distribuição interessante e bem igual entre cinco países, com diferenças pequenas. Por exemplo, com 14,9% e valor de US\$ 39 milhões, estão as importações de Argentina e Venezuela. Um pouco abaixo, com valor de US\$ 38 milhões, estão as exportações para o Paraguai. Para os Estados Unidos, foram exportados US\$ 33 milhões, participação de 12%, e, logo a seguir, as exportações para o México, com US\$ 28 milhões e 10,7% do total. Assim, esses cinco países representam pouco mais de 66% do total exportado para a região.

Tabela 49 - Exportações do Rio Grande do Sul de tratores em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	60.034.615	17,4%		-	-	-	100%
África do Sul	17.307.450		28,8%	-	-	-	100%
Arábia Saudita	7.495.513		12,5%	-	-	-	100%
Senegal	3.357.396		5,6%	-	-	-	100%
Quênia	3.310.509		5,5%	-	-	-	100%
Sudão	2.574.126		4,3%	-	-	-	100%
Zâmbia	2.369.635		3,9%	-	-	-	100%
Zimbábue	2.329.493		3,9%	-	-	-	100%
Etiópia	2.257.137		3,8%	-	-	-	100%
Outros	19.033.356		31,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Américas	263.720.048	76,4%		-	0,0%	-	100%
Argentina	39.255.362		14,9%	-	-	-	100%
Venezuela	39.251.609		14,9%	-	-	-	100%
Paraguai	38.219.947		14,5%	-	-	-	100%
Estados Unidos	33.773.607		12,8%	-	-	-	100%
México	28.211.044		10,7%	-	-	-	100%
Bolívia	16.127.517		6,1%	-	-	-	100%
Chile	15.834.316		6,0%	-	-	-	100%
Peru	13.008.765		4,9%	-	-	-	100%
Uruguai	12.789.065		4,8%	-	0,2%	-	100%
Colômbia	12.009.278		4,6%	-	-	-	100%
Costa Rica	3.954.104		1,5%	-	-	-	100%
Outros	11.285.434		4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Ásia e Oceania	21.320.400	6,2%		-	-	-	100%
Indonésia	11.184.802		52,5%	-	-	-	100%
China	3.495.946		16,4%	-	-	-	100%
Malásia	2.478.605		11,6%	-	-	-	100%
Outros	4.161.047		19,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Europa e Leste Europeu	279.110	0,1%		-	-	-	100%
Suíça	123.075		44,1%	-	-	-	100%
Alemanha	96.076		34,4%	-	-	-	100%
França	59.959		21,5%	-	-	-	100%
Total Geral	345.354.173	100%		-	0,0%	-	100%

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

A seguir, outros cinco países também apresentam participação semelhante, indo da Bolívia, com US\$ 16 milhões, até a Colômbia, com US\$ 12 milhões. Completa a lista, a Costa Rica, com uma participação menor, de 1,5%, e valor de US\$ 3,9 milhões. Diversos países com importações menores foram agrupados no item “outros”, e somaram US\$ 11 milhões.

A segunda região de destaque é a África e Oriente Médio, com US\$ 60 milhões e participação de 17% no total. Nesse caso, os dois principais mercados, a África do Sul, com US\$ 17 milhões, e a Arábia Saudita, com US\$ 7,4 milhões, representam pouco mais de 40% do total. A seguir, há uma boa distribuição entre diversos outros países. O Senegal e o Quênia compraram cerca de US\$ 3,3 milhões cada um. O Sudão importou US\$ 2,5 milhões, e Zâmbia e Zimbábue, US\$ 2,3 milhões cada um. Completam a lista, as importações da Etiópia, que foram de US\$ 2,2 milhões. Diversos países com importações menores foram agrupados no item “outros”, que somou US\$ 19 milhões.

A terceira região a destacar é a Ásia e Oceania, com participação de 6,2% e um valor total de US\$ 21 milhões. Nesse caso, têm-se apenas três países importantes. A Indonésia, que importou US\$ 11 milhões e representa 52% do total da região, a China, com importações de US\$ 3,4 milhões, e a Malásia, com US\$ 2,4 milhões. Países com importações menores foram agrupados no item “outros” e somam US\$ 4,1 milhões.

Por fim, aparece a região da Europa e Leste Europeu, onde há pouca participação nas exportações de tratores feitas pelo Rio Grande do Sul. Nesse caso, têm-se apenas três países, que, somados, representaram apenas US\$ 279 mil, ou seja, 0,1% do total.

Foram apontados 13 países como oportunidades de exportação para tratores, com o fato de que não há nenhum na Europa e Leste Europeu. Porém, o mais importante, os Estados Unidos, tem um mercado de US\$ 7 bilhões, mais do que a soma de todos os demais. Apesar dessa magnitude, é um mercado em baixo dinamismo, com crescimento médio de apenas 2,2%. A tarifa média é pequena, de 2,2%, e oferece oportunidades para empresas de porte médio e grande. A participação do Brasil nesse mercado é baixa, apenas 1,8%, com destaque para o México, onde é possível identificar uma participação de 59%. O México também é o maior concorrente na Colômbia, que tem importações de US\$ 850 milhões e pratica uma tarifa média de importação de 5,6%. As oportunidades nesse país se desenham para empresas de todos os portes, e trata-se de um mercado considerado muito dinâmico. Apesar disso, o Brasil tem uma participação pequena, de apenas 2,4%.

Tabela 50 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de tratores

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	Crescimento médio imp. 2006-2011	Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente			
					RS	BR	País	Part. 2011		
Estados Unidos	7.083.449	AD	2,2%	BD	M-G	1,2%	0,5%	1,8%	México	59,3%
Colômbia	850.765	AD	19,1%	MD	M-P-M-G	5,6%	1,4%	2,4%	México	89,6%
Irã	668.546	AD	43,0%	MD	M-G	12,4%		3,3%	China	39,9%
Argentina	662.570	AD	12,5%	D	M-P-M-G	0,0%	5,9%	81,0%	Uruguai	6,6%
Chile	580.037	AD	20,0%	MD	M-P-M-G	0,0%	2,7%	21,4%	México	26,4%
Arábia Saudita	510.869	AD	15,0%	D	M-G	5,0%	1,5%	1,5%	Alemanha	38,2%
Peru	299.953	A	31,1%	MD	M-P-M-G	0,0%	4,3%	18,8%	México	45,8%
México	264.688	A	7,9%	I	M-G	28,2%	10,7%	2,1%	Estados Unidos	71,5%
Cingapura	193.347	A	30,4%	MD	M-G	0,0%		17,0%	Estados Unidos	36,5%
Malásia	148.057	A	11,2%	D	M-G	11,4%	1,7%	15,4%	China	20,6%
Indonésia	138.600	A	22,4%	MD	M-G	11,2%	8,1%	15,2%	Suécia	29,9%
Bolívia	133.230	A	38,5%	MD	M-P-M-G	0,0%	12,1%	38,2%	Suécia	23,4%
Uruguai	132.528	A	24,9%	MD	M-P-M-G	0,0%	9,7%	31,6%	França	19,1%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em termos de oportunidade por porte de empresa, destaca-se que os países da América do Sul, como Argentina, Chile, Peru, Bolívia e Uruguai, são os que oferecem oportunidades para empresas de porte micro, pequeno, médio e grande. Em todos os demais mercados aqui apontados, essas oportunidades estão presentes apenas para as empresas de médio e grande porte.

No caso da tarifa média praticada, há o grupo dos países com tarifa considerada elevada, como é o caso do México, com 28%, Irã, com 12%, e Malásia e Indonésia, com 11,4% e 11,2%, respectivamente. Além desses, há os que praticam tarifa de 0%, como Argentina, Chile, Peru, Cingapura, Bolívia e Uruguai. Arábia Saudita, com 5%, e Colômbia, com 5,6%, completam a lista.

Em termos de principais concorrentes, é possível notar que, além da forte presença do México nos Estados Unidos e Colômbia, o país também está nos mercados de Chile e Peru. Por outro lado, os Estados Unidos são o principal concorrente em México e Cingapura. A China tem presença maior no Irã e Malásia, o Uruguai, no mercado de importação de tratores da Argentina, a Alemanha, na Arábia Saudita, a Suécia, na Indonésia e Bolívia, e, por fim, a França, no Uruguai.

A participação do Brasil nesses países varia bastante. Em destaque, a presença na Argentina, que tem importações de US\$ 662 milhões e taxa de crescimento de 12%, sendo considerado um mercado dinâmico. A seguir, o Brasil tem 38% das importações feitas pela Bolívia, um país que importa US\$ 133 milhões e tem desempenho de 38%, em média, considerado muito

dinâmico. Completando a lista de grande presença do Brasil, destaque para os 31% das importações feitas pelo Uruguai, 21% no Chile, 18,8% no Peru, 17% em Cingapura, 15,4% na Malásia e 15,2% na Indonésia. Nos demais países, a participação do Brasil é bem pequena.

Dos países considerados como alto destaque em termos de magnitude das importações, além da Colômbia, pode-se citar o Irã, com importações de US\$ 668 milhões e crescimento de 43%, e o Chile, com importações de US\$ 580 milhões e taxa de 20%, como muito dinâmicos. Nesse grupo, completam a lista dois países considerados dinâmicos, a Argentina, com importações de US\$ 662 milhões e taxa de 12,5%, e a Arábia Saudita, com importações de US\$ 510 milhões e taxa de 15%.

Os demais países analisados são considerados como alto em termos de magnitude das importações. Nesse grupo, destaque para o desempenho de Peru, Cingapura, Indonésia, Bolívia e Uruguai, que ficam como muito dinâmicos. A Malásia, com importações de US\$ 148 milhões e taxa de crescimento de 11% é um mercado considerado dinâmico, e o México, com importações de US\$ 264 milhões, tem desempenho intermediário.

REBOQUES E SEMIRREBOQUES

As exportações do grupo Reboques e Semirreboques totalizaram, em 2011, US\$ 211 milhões. Apesar de ter sete produtos nesse grupo, três concentram as exportações, perfazendo um total de 98%. O destaque foram as exportações de outros reboques e semirreboques para transporte de mercadorias, com um total de US\$ 139 milhões, representando 66% do total do grupo. O segundo produto mais importante foi Reboques e semirreboques autocarregáveis para uso agrícola, com exportações de US\$ 47 milhões e 22% do total. O terceiro produto de destaque são as outras partes de reboque e semirreboque, com um total de US\$ 20 milhões e 9,9% do total. Os demais produtos, classificados como reboques cisternas para transporte de mercadorias, outros veículos não autopropulsores, outros reboques e semirreboques e chassis de reboques e semirreboques, tiveram pequena representatividade.

A maioria das exportações, 94%, foi feita por empresas de grande porte. Uma parcela menor, de 4,7%, foi atendida por empresas de porte médio, e 0,6% por empresas de porte pequeno. As micro representaram apenas 0,1% do total. Ao analisar os países, é possível notar que há algumas diferenças nessa distribuição. Por exemplo, para quase todos os países da África e Oriente Médio, as exportações são feitas exclusivamente por empresas de grande porte. O mesmo para os países da Europa e Leste Europeu e Ásia e Oceania. Essa exclusividade também pode ser

vista nas exportações para a Venezuela. Por outro lado, as médias empresas têm maior participação que a média de mercado no Peru (96,9%) e Uruguai (16,9%).

Tabela 51 - Exportações do Rio Grande do Sul de reboques e semirreboques em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	25.978.929	12,3%		-	0,3%	0,1%	99,5%
Angola	9.622.531		37,0%	-	0,9%	0,3%	98,8%
Quênia	6.923.748		26,7%	-	-	-	100,0%
República Democrática do Congo	2.642.122		10,2%	-	-	-	100,0%
Moçambique	2.267.436		8,7%	-	-	-	100,0%
Argélia	2.118.000		8,2%	-	-	-	100,0%
Líbano	1.436.511		5,5%	-	-	-	100,0%
Outros	968.581		3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Américas	185.277.398	87,6%		0,1%	0,6%	5,4%	93,9%
Venezuela	54.871.584		29,6%	0,0%	-	-	100,0%
Chile	45.727.507		24,7%	-	0,9%	1,3%	97,7%
Paraguai	29.186.337		15,8%	0,4%	1,8%	7,2%	90,5%
Argentina	21.613.325		11,7%	-	-	0,2%	99,8%
Uruguai	12.226.601		6,6%	0,2%	0,5%	16,9%	82,4%
Colômbia	6.872.095		3,7%	1,6%	0,4%	7,1%	91,0%
Bolívia	6.839.723		3,7%	-	0,5%	1,4%	98,0%
Peru	4.528.865		2,4%	-	0,8%	96,9%	2,3%
Outros	3.411.361		1,8%	0,0%	0,5%	5,5%	94,1%
Ásia e Oceania	10.625	0,0%		-	-	-	100,0%
Filipinas	8.848		83,3%	-	-	-	100,0%
Malásia	1.777		16,7%	-	-	-	100,0%
Europa e Leste Europeu	138.886	0,1%		-	-	0,0%	100,0%
Reino Unido	44.908		32,3%	-	-	-	100,0%
Espanha	40.482		29,1%	-	-	-	100,0%
Bélgica	25.396		18,3%	-	-	-	100,0%
Alemanha	23.587		17,0%	-	-	-	100,0%
Outros	4.513		3,2%	0,0%	0,0%	0,4%	99,6%
Total Geral	211.405.838	100%		0,1%	0,6%	4,7%	94,6%

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

Apesar de ser possível notar exportações de reboques e semirreboques para vários países, poucos as concentram, em especial, os que se encontram nas Américas, região que concentra 87% das exportações. Os cinco maiores importadores da região também são os cinco maiores importadores dentre todos os países. Destaque para a Venezuela, com US\$ 54 milhões. O Chile é o segundo maior mercado comprador, com US\$ 45 milhões, seguido do Paraguai, com US\$ 29 milhões, Argentina, com US\$ 21 milhões, e Uruguai, com US\$ 12 milhões.

Apesar de os três países seguintes na lista da região não se configurarem como os maiores importadores dentre todos os países, esses tiveram valor significativo. A Colômbia, com US\$ 6,8 milhões, apresentou uma presença maior que a média de empresas de porte médio. Por outro

lado, a Bolívia, com quase o mesmo valor importado, é atendida quase que exclusivamente por empresas de porte grande. Por fim, o Peru, com importações de US\$ 4,5 milhões, atendido quase que exclusivamente por empresas de porte médio, um fato difícil de acontecer. Os países com menor valor importado foram agrupados no item “outros”, e somam US\$ 3,4 milhões.

A segunda região de destaque é a África e Oriente Médio, com importações de reboques e semirreboques da ordem de US\$ 25 milhões e uma participação de 12%. O principal importador é Angola, com US\$ 9 milhões, sendo também o sexto maior importador dentre todos. A seguir, Quênia, com importações de US\$ 6,9 milhões, pode ser considerado o sétimo principal mercado. Junto com Angola, concentra pouco mais de 63% das importações da região. Completam a lista, a República Democrática do Congo, com US\$ 2,6 milhões, Moçambique, com US\$ 2,2 milhões, Argélia, com US\$ 2,1 milhões, e Líbano, com US\$ 1,4 milhão. Os países que tiveram importações de menor valor foram agrupados no item “outros”, e somaram apenas US\$ 968 mil.

As duas regiões seguintes tiveram participação muito pequena nas importações de reboques e semirreboques. A região Europa e Leste Europeu, por exemplo, importou apenas US\$ 138 mil e teve quatro mercados de destaque, Reino Unido, Espanha, Bélgica e Alemanha. E a Ásia e Oceania tiveram importações de apenas US\$ 10 mil, feitas apenas pelas Filipinas e Malásia.

As oportunidades citadas para o mercado de Reboques e Semirreboques contemplam 15 países, sendo que cinco desses são classificados como de alto destaque, e os demais como alto, quando avaliados do ponto de vista de magnitude das importações.

Um ponto interessante é a divisão desses mercados com o desempenho. Por exemplo, o único país considerado como intermediário é o Canadá, com taxa média de 3,9% entre 2006 e 2011. A seguir, os três mercados em magnitude também são os que têm um comportamento determinado como baixo dinamismo: Alemanha, Estados Unidos e França. Por fim, todos os demais países a seguir possuem um desempenho considerado como muito dinâmico.

Em termos de oportunidade por porte de empresa, observa-se que os quatro maiores oferecem oportunidade apenas para empresas de porte médio e grande, somando-se a Arábia Saudita, Índia e Indonésia. Todos os demais têm oportunidades para empresas de todos os portes.

No caso da tarifa média, pode ser visto que há uma clara divisão entre os que praticam uma tarifa um pouco maior – como, por exemplo, Paraguai, com 13%, África do Sul, com 11,7%, Índia, com 10%, Argélia, com 9%, Colômbia, com 8,7%, Indonésia, com 6,6%, Moçambique, com 5,5%, e Arábia Saudita, com 5% - e os que praticam uma tarifa de 0%, como é o caso dos países Europeus Alemanha e França, nos Estados Unidos, Chile, Argentina e Peru.

Tabela 52 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de reboques e semirreboques

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)	AD	Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Canadá	2.558.529	AD	3,9%	I	M-G	3,9%		0,0%	Estados Unidos	94,1%
Alemanha	2.098.306	AD	2,0%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,0%	Hungria	14,3%
Estados Unidos	2.036.043	AD	1,1%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,0%	China	43,4%
França	1.203.589	AD	2,4%	BD	M-G	0,0%		0,0%	Alemanha	44,9%
Chile	187.324	AD	20,5%	MD	M-P-M-G	0,0%	24,4%	29,9%	Estados Unidos	32,7%
Arábia Saudita	114.820	A	11,0%	MD	M-G	5,0%		0,0%	Alemanha	26,2%
Argélia	102.175	A	11,2%	MD	M-P-M-G	9,0%	2,1%	6,6%	Tunísia	23,4%
África do Sul	96.677	A	13,0%	MD	M-P-M-G	11,7%	0,4%	0,1%	China	48,2%
Índia	84.535	A	53,6%	MD	M-G	10,0%		0,0%	Alemanha	36,9%
Colômbia	79.146	A	29,5%	MD	M-P-M-G	8,7%	8,7%	9,5%	China	32,4%
Indonésia	60.978	A	33,1%	MD	M-G	6,6%			China	30,8%
Argentina	59.718	A	17,6%	MD	M-P-M-G	0,0%	36,2%	50,8%	China	29,1%
Paraguai	53.582	A	60,7%	MD	M-P-M-G	13,1%	54,5%	77,9%	Argentina	13,2%
Peru	40.139	A	45,7%	MD	M-P-M-G	0,0%	11,3%	14,7%	China	37,1%
Moçambique	39.662	A	19,6%	MD	M-P-M-G	5,5%	5,7%	3,7%	África do Sul	52,0%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em termos de participação também há uma divisão interessante. De um lado, pode-se ver o Brasil com uma forte presença em alguns mercados, como no Paraguai, Argentina, Chile e Peru, e, de outro, ausência, como no Canadá, Alemanha, França, Estados Unidos, Arábia Saudita, Índia e Indonésia. Nos demais, essa participação é pequena.

O maior mercado para Reboques e Semirreboques está no Canadá, com importações de US\$ 2,5 bilhões, tendo os Estados Unidos como o principal concorrente, dominando 94% dessas importações. Os dois mercados seguintes têm valor de importação da ordem de US\$ 2 bilhões: Alemanha, onde o maior concorrente é a Hungria, e Estados Unidos, onde o maior concorrente é a China. Completando a lista de países com importações acima de US\$ 1 bilhão está a França, com US\$ 1,2 bilhão, e tendo como maior concorrente para o Brasil, a Alemanha, que participa com 44% daquele mercado. O último mercado citado como de alto destaque é o Chile, com importações da ordem de US\$ 187 milhões. Nesse, o Brasil até tem uma boa participação, mas um pouco abaixo do maior concorrente, os Estados Unidos.

Nos demais mercados de importação de Reboques e Semirreboques, pode-se destacar a presença da Alemanha como importante concorrente na Arábia Saudita e Índia; a China, na África do Sul, Colômbia, Indonésia, Argentina e Peru; a Tunísia, na Argélia; a Argentina, no Paraguai; e a África do Sul, em Moçambique.

O grupo ônibus é o último dentre os considerados como Manufaturados Intensivos em Economia de Escala, com exportações de US\$ 86 milhões no ano de 2011. Esse é composto de apenas um tipo de produto, classificado como veículo automóvel de transporte para mais de 10 pessoas com motor diesel. As exportações são feitas quase que exclusivamente por empresas de porte grande. Há apenas dois países onde isso não é verificado. No caso de Cabo Verde, as exportações são feitas exclusivamente por empresas de porte pequeno, e no caso do Paraguai as empresas de porte médio representaram 76% do mercado, e as de porte pequeno, 23%. Porém, vale destacar que foram exportações com valores pequenos.

Tabela 53 - Exportações do Rio Grande do Sul de ônibus em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	3.535.335	4,1%		-	9,0%	-	91,0%
Gana	1.659.750		46,9%	-	-	-	100,0%
Nigéria	1.216.220		34,4%	-	-	-	100,0%
África do Sul	341.216		9,7%	-	-	-	100,0%
Cabo Verde	318.149		9,0%	-	100,0%	-	-
Américas	82.895.336	95,9%		-	0,0%	0,0%	99,9%
Argentina	51.777.938		62,5%	-	-	-	100,0%
Chile	22.220.779		26,8%	-	-	-	100,0%
Bolívia	2.949.556		3,6%	-	-	-	100,0%
Panamá	1.916.192		2,3%	-	-	-	100,0%
Equador	1.863.286		2,2%	-	-	-	100,0%
Uruguai	1.253.788		1,5%	-	-	-	100,0%
Honduras	563.835		0,7%	-	-	-	100,0%
Peru	297.306		0,4%	-	-	-	100,0%
Paraguai	52.656		0,1%	-	23,8%	76,2%	-
Total Geral	86.430.671	100%		-	0,4%	0,0%	99,6%

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

No total, os ônibus são exportados para 13 países em apenas duas regiões. A principal importadora do produto são as Américas, que concentra 95,9% do total. Os cinco primeiros países da região também são os cinco maiores importadores. O destaque é a Argentina, com importações de US\$ 51 milhões e representando 62% da região. O segundo maior é o Chile, com US\$ 22 milhões. Ambos somam pouco mais de 88% das exportações feitas para a região. A seguir, os três maiores, mas com valores bem inferiores, são: Bolívia, com US\$ 2,9 milhões, Panamá, com US\$ 1,9 milhão, e Equador, com US\$ 1,8 milhão. Completando a lista, aparecem Uruguai, Honduras, Peru e Paraguai.

A outra região para onde são feitas exportações de ônibus é a África e Oriente Médio, com US\$ 3,5 milhões e 4,1% do total. Dois países tiveram importações acima de US\$ 1 milhão, Gana e Nigéria. Outros dois completam a lista, África do Sul, com importações de apenas US\$ 341 mil, e Cabo Verde, com US\$ 318 mil, esse, atendido, exclusivamente, por empresas de porte pequeno.

As oportunidades de exportação para o produto ônibus não contemplam muitos países, perfazendo um total de 11. Desses, sete são classificados como de alto destaque, e os demais, como alto, quando a avaliação é feita com base na magnitude das importações. Apenas no Panamá essas oportunidades estão alocadas para empresas de porte médio e grande; em todos os demais países, essas são abertas a empresas de todos os portes.

Tabela 54 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de ônibus

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente País	Part. 2011
	RS	BR					RS	BR		
Chile	498.156	AD	12,4%	I	M-P-M-G	0,0%	4,5%	55,3%	China	17,4%
Peru	369.219	AD	37,1%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,1%	25,1%	China	23,7%
África do Sul	276.424	AD	22,7%	I	M-P-M-G	22,8%	0,1%	3,1%	Japão	85,1%
Argélia	260.444	AD	9,4%	BD	M-P-M-G	25,0%		0,0%	China	36,8%
Panamá	196.638	AD	55,9%	MD	M-G	5,0%	1,0%	1,1%	Colômbia	75,7%
Nigéria	165.843	AD	8,1%	BD	M-P-M-G	10,1%	0,7%	11,7%	Japão	47,1%
Argentina	136.053	AD	3,9%	BD	M-P-M-G	0,0%	38,1%	89,5%	Coreia do Sul	8,3%
Egito	121.026	A	26,1%	D	M-P-M-G	40,0%			Japão	54,6%
Etiópia	119.711	A	31,1%	D	M-P-M-G	22,5%		1,0%	Japão	55,4%
Colômbia	105.665	A	15,8%	I	M-P-M-G	14,6%		2,7%	Coreia do Sul	19,1%
Equador	83.859	A	21,0%	I	M-P-M-G	7,9%	2,2%	28,1%	Coreia do Sul	54,5%

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: 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 2006 e 2011: 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 geral, a tarifa média pode ser considerada elevada, com muitos países aplicando uma tarifa maior que 10%. Nesse caso, destaque para o Egito, com 40%, Argélia, com 25%, África do Sul, com 22,8%, Etiópia, com 22,5%, Colômbia, com 14,6%, e Nigéria, com 10,1%. Panamá, com 5%, e Equador, com 7,9%, completam a lista dos países que aplicam tarifa. Nos demais, essa é de 0%.

Os dois maiores mercados estão na América do Sul, com destaque para o Chile, com US\$ 498 milhões em importações, e o Peru, com US\$ 369 milhões. O Brasil está presente em ambos, mas com maior importância no Chile, e enfrenta o mesmo concorrente, a China. Uma diferença importante é que, enquanto o desempenho do Chile é intermediário, no Peru, esse é muito dinâmico, com taxa média de 37%, entre 2006 e 2011.

Os dois países seguintes, na lista de maiores importadores, são África do Sul, com importações de US\$ 276 milhões, e Argélia, com US\$ 260 milhões. No primeiro, o Brasil tem uma presença pequena, ao passo que, no segundo, está ausente. A concorrência ocorre com o Japão, que tem 85% das importações feitas pela África do Sul, e com a China, que representa 36%. Em termos de desempenho, a África do Sul é classificada como intermediário, e a Argélia, como baixo dinamismo.

Panamá, com importações de US\$ 196 milhões, Nigéria, com US\$ 165 milhões, e Argentina, com US\$ 136 milhões, completam a lista de países considerados como de alto destaque. Porém, enquanto o Panamá tem um desempenho histórico melhor, com as importações crescendo, em média, 55%, e sendo classificado como muito dinâmico, os outros dois têm um mercado com baixo dinamismo.

A participação do Brasil no mercado do Panamá é muito pequena, e o maior concorrente, a Colômbia, domina 75% dessas importações. Na Nigéria, essa participação é um pouco maior, de 11%, e a concorrência é feita com o Japão. Já na Argentina, o Brasil domina, com 89% das importações, e tem, na Coreia do Sul, o maior concorrente.

Os quatro países seguintes que completam a lista de oportunidades são classificados como alto, quando a análise é feita em termos de magnitude. Nesses, o Egito, com importações de US\$ 121 milhões, e Etiópia, com importações de US\$ 119 milhões, têm mercados considerados dinâmicos, com taxas de crescimento de 26% e 31%, respectivamente. O Brasil é praticamente ausente desses dois países, que têm, no Japão, o maior fornecedor. A seguir, Colômbia, com importações de US\$ 105 milhões, e Equador, com US\$ 83 milhões, são dois mercados com desempenho considerado intermediário. Enquanto no primeiro o Brasil participa com pouco, no Equador, a participação é de 28%. Em ambos, o Brasil enfrenta como maior concorrente a Coreia do Sul.

MÁQUINAS E APARELHOS DE USO AGRÍCOLAS, EXCETO TRATOR

As Máquinas e Aparelhos de Uso Agrícola, exceto Trator é o principal grupo de produto na classificação de Manufaturados Produzidos por Fornecedores Especializados. No total, foram exportados US\$ 354 milhões no ano de 2011, sendo que existem 32 tipos diferentes de produtos.

O destaque são as exportações de Ceifeiras-Debulhadoras, com exportações totais de US\$ 196 milhões e representando pouco mais de 55% do total. A seguir, têm-se as exportações de Semeadores-Adubadores, com um total de US\$ 55 milhões e 15% do total. O terceiro produto em valor são as exportações de partes de outras máquinas e aparelhos para colheita e debulha, com

US\$ 47 milhões e 13% do total. Assim, esses três itens em conjunto representaram 84% das exportações do grupo.

Tabela 55 - Exportações do Rio Grande do Sul de máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	13.818.599	3,9%		2,4%	5,6%	5,7%	86,2%
África do Sul	9.793.619		70,9%	-	0,7%	3,8%	95,5%
Angola	1.192.747		8,6%	18,2%	32,0%	31,4%	18,4%
Sudão	632.842		4,6%	-	-	-	100,0%
Tunísia	466.695		3,4%	-	-	-	100,0%
Outros	1.732.696		12,5%	7,0%	18,7%	2,9%	71,4%
Américas	297.719.896	84,1%		0,2%	1,3%	3,8%	94,8%
Paraguai	111.875.642		37,6%	0,2%	2,0%	5,2%	92,6%
Argentina	90.487.167		30,4%	-	0,3%	1,1%	98,6%
Venezuela	24.748.280		8,3%	0,3%	0,0%	5,1%	94,6%
Uruguai	19.332.710		6,5%	0,4%	2,1%	2,8%	94,7%
Bolívia	16.581.333		5,6%	0,2%	2,8%	3,7%	93,3%
Estados Unidos	6.926.246		2,3%	-	2,6%	6,4%	91,0%
Chile	6.264.815		2,1%	0,7%	-	3,2%	96,1%
Colômbia	4.727.648		1,6%	0,5%	1,5%	0,9%	97,1%
Equador	4.721.804		1,6%	0,1%	1,1%	1,9%	96,8%
Outros	12.054.251		4,0%	0,0%	1,6%	10,7%	87,7%
Ásia e Oceania	3.187.776	0,9%		-	1,6%	10,8%	87,6%
Austrália	1.890.048		59,3%	-	-	-	100,0%
China	399.196		12,5%	-	-	19,8%	80,2%
Índia	232.276		7,3%	-	-	0,3%	99,7%
Outros	666.256		20,9%	0,0%	7,8%	39,5%	52,7%
Europa e Leste Europeu	39.333.639	11,1%		0,0%	0,1%	3,5%	96,4%
Polônia	8.966.268		22,8%	-	-	0,7%	99,3%
Suíça	7.693.752		19,6%	-	0,0%	0,0%	100,0%
Alemanha	4.691.950		11,9%	-	0,6%	19,0%	80,4%
França	4.014.173		10,2%	-	-	-	100,0%
Ucrânia	3.578.307		9,1%	-	-	0,3%	99,7%
Reino Unido	2.087.462		5,3%	-	-	-	100,0%
Outros	8.301.727		21,1%	0,0%	0,0%	5,0%	95,0%
Total Geral	354.059.910	100%		0,2%	1,4%	3,9%	94,5%

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

Outros produtos, em menor magnitude, também figuram nas exportações como, por exemplo, as partes de máquinas e aparelhos agrícolas para preparação do solo, com US\$ 8,3 milhões, as outras máquinas e aparelhos para agricultura e horticultura, com US\$ 7,4 milhões, e as outras máquinas e aparelhos agrícolas para preparar o solo, com US\$ 6,2 milhões.

A maioria das exportações é feita por empresas de porte grande, que ficam com 94% do total. A seguir, as empresas médias são responsáveis por 3,9% das exportações, as pequenas, por

1,4%, e as micro, por apenas 0,2%. Porém, há particularidades em alguns países. Por exemplo, as grandes empresas participam com 100% das exportações no Sudão, Tunísia, Austrália, Suíça, França e Reino Unido. As médias empresas têm uma participação significativa em Angola (31%), China e Alemanha (19%) cada. No caso das pequenas empresas, a participação é destaque em Angola (32%), o mesmo sendo verificado nas microempresas.

A região de destaque é as Américas, que concentra 84% das exportações dos produtos de máquinas e aparelhos de uso agrícolas. Os cinco maiores importadores da região também são os cinco maiores importadores dentre todos os países. O maior importador é o Paraguai, com US\$ 111 milhões, seguido da Argentina, com US\$ 90 milhões. Ambos representam pouco mais de 68% do total da região.

A seguir, vem Venezuela, com US\$ 24 milhões, Uruguai, com US\$ 19 milhões, e Bolívia, com US\$ 16 milhões, que, junto com Paraguai e Argentina, representam pouco mais de 80% das importações totais da região. Mesmo com valores importados menores que os demais do grupo, os Estados Unidos, com US\$ 6,9 milhões, e o Chile, com US\$ 6,2 milhões, são nono e décimo maiores mercados dentre todos os países. Colômbia e Equador completam a lista da região com valores similares, US\$ 4,7 milhões cada um. Os demais países, que tiveram importações de menor valor foram agrupados no item “outros”, somando US\$ 12 milhões e participação de 4%.

A segunda região de destaque é a Europa e Leste Europeu que teve importações da ordem de US\$ 39 milhões e uma participação de 11%. A Polônia, o maior importador da região, com 22% do total, é o sétimo país em importações. A seguir, vem a Suíça, com US\$ 7,6 milhões. Alemanha, com 11% das importações da região, França, com 10%, e Ucrânia, com 9,1%, completam a lista dos cinco principais, e representam 72% do total. O Reino Unido vem com US\$ 2 milhões, e os países que tiveram importações menores que esse valor foram agrupados no item “outros”, que teve um total de US\$ 8,3 milhões em importações.

A terceira região de destaque é a África e Oriente Médio, com importações de US\$ 13,8 milhões e participação de 3,9% do total. Nesse caso, a África do Sul é o maior mercado de destino, concentrando 70% do total importado e se configurando como o sexto maior importador. Os demais países tiveram participação pequena, como Angola, com US\$ 1,1 milhão, Sudão, com US\$ 632 mil, e Tunísia com US\$ 466 mil. Os pequenos importadores foram agrupados no item “outros” e somaram US\$ 1,7 milhão. A última região a ser avaliada é a Ásia e Oceania, mas com participação pequena, de apenas 0,9%. Mesmo o maior importador da região, a Austrália, teve valor baixo, de apenas US\$ 1,8 milhão. China e Índia figuram como os dois maiores importadores da região, e também com valores pequenos relativamente ao total exportado do produto.

As oportunidades apontadas para esse produto chegam a somar quase US\$ 17 bilhões. Em comum, há o fato de que são mercados que podem ser explorados por empresas de porte micro, pequeno, médio e grande. Vários dos países aqui apontados praticam tarifa de 0%, como os Estados Unidos, todos da Europa e Canadá. Alguns com tarifa baixa, como Ucrânia e Peru, com 0,3%, Bolívia, com 0,2%, Rússia, com 2,8%, e Colômbia, com 3%. As duas maiores alíquotas são praticadas por China, com 5,7%, e Índia, com 7,5%.

Tabela 56 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de máquinas e aparelhos de uso agrícola, exceto trator

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011		Principal Concorrente	
							RS	BR	País	Part. 2011
Estados Unidos	3.130.128	AD	8,1%	I	M-P-M-G	0,0%	0,2%	1,4%	Canadá	30,7%
França	2.822.195	AD	8,5%	I	M-P-M-G	0,0%	0,1%	0,2%	Alemanha	31,4%
Alemanha	2.797.195	AD	7,3%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,2%	0,7%	França	11,4%
Canadá	2.367.564	AD	11,8%	I	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,2%	Estados Unidos	75,8%
Rússia	2.130.521	AD	12,7%	I	M-P-M-G	2,8%	0,0%	0,7%	Alemanha	39,5%
Ucrânia	800.719	AD	14,8%	I	M-P-M-G	0,3%	0,4%	0,6%	Alemanha	28,9%
Itália	715.774	AD	9,8%	I	M-P-M-G	0,0%	0,2%	0,4%	Alemanha	28,4%
China	647.466	AD	22,0%	D	M-P-M-G	5,7%	0,1%	0,2%	Estados Unidos	26,2%
Índia	269.746	A	27,9%	MD	M-P-M-G	7,5%	0,1%	3,7%	China	35,0%
Chile	246.790	A	20,3%	D	M-P-M-G	0,0%	2,5%	6,3%	Estados Unidos	21,1%
Uruguai	124.546	A	29,3%	MD	M-P-M-G	0,0%	15,5%	27,6%	Estados Unidos	27,5%
Colômbia	84.919	MA	21,2%	D	M-P-M-G	3,0%	5,6%	32,3%	Estados Unidos	22,0%
Bolívia	81.136	MA	34,0%	MD	M-P-M-G	0,2%	20,4%	63,6%	Argentina	20,2%
Peru	53.176	MA	27,4%	MD	M-P-M-G	0,3%	1,3%	17,5%	Estados Unidos	25,2%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em termos de dinamismo, há uma divisão bem definida. Os dois maiores mercados de importação, classificados como de alto destaque, os Estados Unidos, com US\$ 3,1 bilhões, e a França, com US\$ 2,8 bilhões, são considerados intermediários, com taxas de crescimento das importações de 8,1% e 8,5%, respectivamente. Em ambos, o Brasil tem pequena participação, e a proximidade ajuda a entender a presença do maior concorrente que, no caso dos Estados Unidos, é o Canadá, e, no caso da França, a Alemanha.

A seguir, o terceiro país de destaque é a Alemanha, que tem a França com maior presença no mercado de importação, participando com 11% do total de US\$ 2,7 bilhões importados em 2011. Porém, é um país que apresenta taxa de crescimento das importações classificada como de baixo dinamismo. O Brasil e o Rio Grande do Sul têm pouca participação nesse mercado.

Dois outros mercados apresentam importações elevadas, o Canadá, com US\$ 2,3 bilhões, e a Rússia, com US\$ 2,1 bilhões. Aqui a presença do maior fornecedor guarda relação com a proximidade geográfica, onde os Estados Unidos são responsáveis por 75% das importações do Canadá, e a Alemanha, por 39% do mercado na Rússia. Com taxas de crescimento de 11,8% e 12,7%, respectivamente, ambos são classificados como intermediários, e o Brasil tem pouca presença nesses dois mercados.

Os três países seguintes que completam a lista de alto destaque apresentam desempenhos distintos. Enquanto Ucrânia, com US\$ 800 milhões, e Itália, com US\$ 715 milhões, são intermediários, a China, com importações de US\$ 647 milhões, tem um desempenho dinâmico. Em todos esses, o Brasil tem pequena participação e encontra como maior concorrente a Alemanha nos dois primeiros, e os Estados Unidos, no caso da China.

A seguir, têm-se Índia, com importações de US\$ 269 milhões, Chile, com US\$ 246 milhões, e Uruguai, com US\$ 124 milhões, todos considerados como mercados altos pela análise de magnitude. Com taxa de crescimento das importações de 20%, o Chile é visto como dinâmico, ao passo que Índia e Uruguai, muito dinâmico. A presença do Brasil é pequena na Índia e no Chile, mas no Uruguai chega a 27%, e encontra a concorrência dos Estados Unidos, bem como no Chile.

Por fim, há três países que são considerados como médio-alto do ponto de vista de magnitude das importações, todos na América Latina. A Colômbia, com importações de US\$ 84 milhões, tem um mercado dinâmico, com taxas de crescimento de 21%, entre 2006 e 2011. O Brasil tem uma participação de 32% nesse mercado, e o maior concorrente, os Estados Unidos, chega a 22%. A seguir, aparecem Bolívia, com importações de US\$ 81 milhões, e Peru, com US\$ 53 milhões, ambos com mercados muito dinâmicos, com taxas de crescimento de 34% e 27%, respectivamente. A participação do Brasil no mercado da Bolívia é grande, chegando a 63%, e enfrenta a concorrência da Argentina, que detém 20%. Já no Peru, o Brasil tem uma participação de 17% nas importações, ao passo que o principal concorrente, os Estados Unidos, tem 25%.

MÁQUINAS E APARELHOS DE ELEVAÇÃO DE CARGA E DESCARGA

O grupo Máquinas e Aparelhos de Elevação de Carga e Descarga tem 25 diferentes tipos de produtos, mas, apenas nove representam 97% do total. O principal produto são as partes de outras máquinas e aparelhos de elevação de carga, com exportações de US\$ 21 milhões e participação de 28% do total. A seguir, estão as exportações de Elevadores e Monta-Cargas, com exportação de US\$ 14 milhões e participação de 19%. Somente esses dois representam 47% do total.

Tabela 57 - Exportações do Rio Grande do Sul de máquinas e aparelhos de elevação de carga e descarga em 2011 – por região, discriminação do porte da empresa e principais países

Região/País	Exportações RS (US\$)	Região/ Total	País/ Região	Porte			
				Micro	Pequeno	Médio	Grande
África e Oriente Médio	2.676.467	3,5%		-	-	24,3%	75,7%
Emirados Árabes Unidos	1.294.189		48,4%	-	-	2,6%	97,4%
Tanzânia	468.168		17,5%	-	-	51,1%	48,9%
Angola	306.949		11,5%	-	-	47,8%	52,2%
Tunísia	294.790		11,0%	-	-	-	100,0%
Outros	312.371		11,7%	0,0%	0,0%	74,2%	25,8%
Américas	73.262.259	96,2%		0,2%	1,0%	10,0%	88,7%
Argentina	29.263.221		39,9%	0,2%	1,0%	9,6%	89,3%
Estados Unidos	11.961.147		16,3%	-	-	1,7%	98,3%
Paraguai	7.877.307		10,8%	-	1,0%	6,4%	92,6%
Chile	4.631.713		6,3%	0,0%	0,0%	1,8%	98,2%
Venezuela	3.279.514		4,5%	-	-	39,4%	60,6%
Colômbia	2.465.807		3,4%	-	0,5%	2,5%	97,1%
Uruguai	2.262.817		3,1%	3,9%	8,0%	35,6%	52,5%
República Dominicana	1.722.192		2,4%	-	-	0,7%	99,3%
Cuba	1.681.207		2,3%	-	-	-	100,0%
Peru	1.451.627		2,0%	-	7,9%	5,2%	86,8%
Outros	6.665.707		9,1%	0,5%	1,3%	22,1%	76,1%
Ásia e Oceania	83.172	0,1%		-	-	38,7%	61,3%
Austrália	37.961		45,6%	-	-	-	100,0%
Filipinas	32.784		39,4%	-	-	98,2%	1,8%
Coreia do Sul	12.106		14,6%	-	-	-	100,0%
Índia	321		0,4%	-	-	-	100,0%
Europa e Leste Europeu	100.339	0,1%		0,1%	7,6%	88,8%	3,4%
França	80.028		79,8%	-	-	100,0%	-
Alemanha	10.288		10,3%	-	-	88,3%	11,7%
Portugal	9.640		9,6%	-	79,5%	-	20,5%
Finlândia	285		0,3%	-	-	-	100,0%
Chipre	98		0,1%	100,0%	-	-	-
Total Geral	76.122.237	100%		0,2%	1,0%	10,6%	88,1%

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

Com exportações de US\$ 10 milhões, estão outras partes de máquinas e aparelhos de terraplanagem. Outro produto de destaque são as exportações de Aparelhos Elevadores e Transportadores de Mercadorias, onde os que são de correntes têm exportação de US\$ 7,2 milhões, os de caçamba, US\$ 6,3 milhões, os de tira ou correia, US\$ 5 milhões, e os demais foram agrupados em “outros”, representando US\$ 4,2 milhões. Completam a lista dos principais produtos, as exportações de partes de elevadores, com US\$ 2,1 milhões, e partes de outras máquinas de sondagem e perfuração, com US\$ 1,9 milhão.

As exportações dos produtos de Máquinas e Aparelhos de Elevação de Carga e Descarga são feitas, em sua maioria, por empresas de grande porte, que representam 88% do total. As

empresas médias ficam com 10%, as pequenas, com 1%, e as microempresas, com apenas 0,2%. É possível notar algumas diferenças nessa distribuição entre os países. Por exemplo, as empresas grandes representam 100% do mercado de exportação para a Tunísia, Cuba, Austrália, Coreia do Sul, Índia e Finlândia. Por outro lado, as empresas médias têm maior representatividade do que a média total nas Filipinas (98%), Alemanha (88%), Tanzânia (51%), Angola (47%), Venezuela (39%) e Uruguai (35%). Por fim, as empresas pequenas são destaque nos mercados do Portugal (79%), Uruguai (8%) e Peru (7,9%).

A principal região importadora do produto do Rio Grande do Sul no ano de 2011 foi as Américas, com US\$ 73 milhões e concentrando 96%. Dada a sua relevância como região, todos os dez principais mercados aqui também são classificados como os dez maiores países dentre todos que foram avaliados. A Argentina, com importações de US\$ 29 milhões, é o destaque, representando 40% das importações da região e 38% do total de US\$ 76 milhões. A segunda região de destaque é os Estados Unidos, com importações de US\$ 11 milhões e participação de 16% na região. O terceiro maior importador do produto na região é o Paraguai, com US\$ 7,8 milhões. Esses três mercados representam pouco mais de 66% das importações da região.

Os demais importadores das Américas oscilam, em ordem decrescente, com valores que vão de US\$ 4,6 milhões, no Chile, até US\$ 1,4 milhão, no Peru. Completam a lista, todos os demais países que tiveram importações menores que esse valor, sendo agrupados no item “outros”, que somou US\$ 6,6 milhões e participação de 9,1% do total.

A segunda região de destaque é a África e Oriente Médio, com importações totais de US\$ 2,6 milhões e uma participação de 3,5%. O principal importador são os Emirados Árabes Unidos, com US\$ 1,2 milhão e representando 48% do total. A seguir, com importações abaixo de US\$ 500 mil, estão a Tanzânia, Angola e Tunísia. Os importadores com valores menores que US\$ 200 mil foram agregados no item “outros”.

As duas últimas regiões avaliadas, Europa e Leste Europeu, com importações de US\$ 100 mil, e Ásia e Oceania, com US\$ 83 mil, têm participação pequena. Na primeira região, destaque para as importações da França, que concentra quase 80% das importações da região. Por outro lado, na Ásia e Oceania, a Austrália e as Filipinas concentram pouco mais de 84% do total. Outros países figuram com importações menores que US\$ 13 mil, em ordem decrescente, Coreia do Sul, Índia, Alemanha, Portugal, Finlândia e Chipre. Este último com importações de US\$ 98, sendo feitas exclusivamente por empresas de porte micro.

Diversos países foram apontados como oportunidades para as exportações de Máquinas e Aparelhos de Elevação de Carga e Descarga, somando pouco mais de US\$ 35 bilhões. Os dois

maiores, classificados como alto destaque, são China, com US\$ 6,8 bilhões, e Alemanha, com US\$ 6,2 bilhões. Porém, o mercado da China, com crescimento médio de 17%, é considerado dinâmico, ao passo que o da Alemanha, com expansão de 5,8%, é de baixo dinamismo. Além disso, enquanto na China as oportunidades aparecem para empresas de porte médio e grande, na Alemanha, essas são para todos os portes, e a China aplica uma tarifa média de 5%, enquanto na Alemanha, assim, como nos demais países Europeus, a alíquota é 0%.

Tabela 58 - Destinos selecionados com oportunidades para o grupo de máquinas e aparelhos de elevação de carga e descarga

País Selecionado	Imp. País em 2011 (US\$ 1.000)		Crescimento médio imp. 2006-2011		Porte das empresas	Tarifa Média	Part. Imp. País em 2011			Principal Concorrente País	Part. 2011
							RS	BR			
China	6.811.466	AD	17,4%	D	M-G	5,5%		0,1%		Japão	31,4%
Alemanha	6.236.511	AD	5,8%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,1%		Itália	12,7%
França	5.029.894	AD	4,4%	BD	M-P-M-G	0,0%	0,0%	0,0%		Alemanha	30,9%
Canadá	4.047.130	AD	4,9%	BD	M-G	0,0%	0,0%	0,1%		Estados Unidos	60,9%
Rússia	2.777.741	AD	16,2%	D	M-P-M-G	1,0%		0,0%		Alemanha	22,1%
Austrália	2.598.358	AD	12,3%	D	M-G	4,4%	0,0%	0,1%		Estados Unidos	23,7%
Japão	1.906.265	AD	7,1%	I	M-G	0,0%		0,1%		China	46,1%
Indonésia	1.893.221	AD	24,4%	MD	M-G	0,9%		0,0%		Japão	32,0%
Índia	1.598.231	AD	12,1%	I	M-G	7,5%	0,0%	0,1%		China	24,7%
Coreia do Sul	1.528.023	AD	8,2%	I	M-G	2,1%	0,0%	0,0%		China	34,7%
Chile	912.714	AD	17,0%	D	M-P-M-G	0,0%	0,5%	1,4%		Estados Unidos	40,4%
Argentina	517.758	A	12,7%	D	M-P-M-G	0,0%	5,7%	10,6%		Estados Unidos	21,8%
Colômbia	474.902	A	17,0%	D	M-P-M-G	2,0%	0,5%	1,2%		Estados Unidos	40,1%
Peru	325.721	A	20,9%	MD	M-P-M-G	0,0%	0,4%	4,3%		Estados Unidos	35,8%
Equador	148.118	MA	18,0%	D	M-P-M-G	0,4%	0,7%	2,0%		Estados Unidos	41,0%
República Dominicana	68.433	MB	22,7%	MD	M-P-M-G	3,0%	2,5%	2,9%		China	32,8%
Bolívia	58.001	MB	23,6%	MD	M-P-M-G	0,0%	2,0%	12,8%		Estados Unidos	38,1%
Paraguai	43.671	MB	37,8%	MD	M-P-M-G	0,0%	18,0%	43,6%		Estados Unidos	25,7%

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: 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 2006 e 2011: 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.

Em comum, o fato de que o Brasil tem pouca participação nos mercados de Máquinas e Aparelhos de Elevação de Carga e Descarga, com exceção do Paraguai, onde tem 43%, Bolívia com 12%, e Argentina com 10%. O maior concorrente na China é o Japão, enquanto na Alemanha é a Itália.

O terceiro maior mercado de importação, a França, com US\$ 5 bilhões, e o quarto maior, o Canadá, com US\$ 4 bilhões, têm em comum um desempenho considerado de baixo dinamismo, com taxas de expansão das importações de 4,4% e 4,9%, respectivamente. Ambos praticam alíquotas de 0%, e o Brasil tem pouca participação. Mas a Alemanha é o principal concorrente na França, que oferece oportunidades para empresas de todos os portes, enquanto Estados Unidos

têm maior presença no Canadá, onde as oportunidades são para empresas de porte médio e grande.

Os dois países seguintes ainda figuram como alto destaque pela magnitude das importações. A Rússia, com US\$ 2,7 bilhões, e a Austrália, com US\$ 2,5 bilhões, apresentam comportamento dinâmico, com as importações crescendo 16% e 12%, respectivamente. Mas há diferenças de oportunidades por porte, uma vez que na Rússia essas se manifestam para empresas de todos os portes, ao passo que na Austrália apenas para empresas de porte médio e grande. Além disso, a Rússia aplica uma tarifa menor, de 1%, enquanto a Austrália, de 4%. A presença do Brasil é quase nula nesses dois mercados, que têm a Alemanha como maior concorrente na Rússia, e os Estados Unidos, na Austrália.

Cinco países completam a lista do grupo alto destaque. Japão, com importações de US\$ 1,9 bilhão, Índia e Coreia do Sul, com US\$ 1,5 bilhão cada, têm mercados intermediários, com taxas de crescimento de 7,1%, 12,1% e 8,2%, respectivamente, e oferecem oportunidades para empresas de porte médio e grande. Mas, enquanto o Japão aplica uma tarifa média de 0%, a Índia usa 7,5%, e a Coreia do Sul, 2,1%. Em todos esses mercados, a participação do Brasil é muito pequena, quase nula, e o maior concorrente nos três é a China.

A seguir, a Indonésia tem um desempenho considerado muito dinâmico, com taxas de crescimento das importações de 24%, oferecendo oportunidades para empresas de porte médio e grande, e com tarifa baixa, de apenas 0,9%. Mas o Brasil não tem presença nesse país, onde o Japão tem a maioria do mercado de importação.

Por fim, o Chile completa o Grupo com importações de US\$ 912 milhões e um desempenho dinâmico. Com tarifa média de 0%, o país oferece oportunidade de exportação para empresas de todos os portes, e os Estados Unidos são o principal concorrente, com 40% do mercado local.

A seguir, há três países que são classificados como alto, do ponto de vista de magnitude das importações, todos oferecendo oportunidades para empresas de porte micro, pequeno, médio e grande, e tendo os Estados Unidos como principal concorrente. A Argentina, com US\$ 517 milhões, e a Colômbia, com US\$ 474 milhões, apresentam um mercado dinâmico. Destaque para a participação de 10% do Brasil nas importações da Argentina, que aplica uma tarifa de 0%, ao passo que a Colômbia aplica 2%. O Peru, com importações de US\$ 325 milhões, tem um mercado muito dinâmico, com taxas de crescimento de 20% e tarifa média de importação de 0%.

O Equador, com importações de US\$ 148 milhões, é o único classificado como médio-alto. Possui um mercado dinâmico e oferece oportunidade para empresas de todos os portes,

aplicando uma tarifa média baixa, de 0,4%. O Brasil tem pouca participação nesse mercado, de apenas 2%, onde os Estados Unidos são o principal concorrente.

Por fim, três países da América Latina completam a lista de oportunidades, sendo classificados como mercados médio-baixo, desempenho muito dinâmico e com oportunidades para empresas de todos os portes. A República Dominicana, com importações de US\$ 68 milhões, tem uma tarifa de 3%, e tem a China como maior concorrente, com 32% do mercado de importação. A seguir, a Bolívia, com importação de US\$ 58 milhões, e o Paraguai, com US\$ 43 milhões, são mercados com tarifa de importação de 0%, e os Estados Unidos como maior concorrente. Porém, o Brasil tem uma participação mais significativa nesses dois países, com destaque para a presença no Paraguai.

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 Estado⁸. 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 continentes⁹) para os quais as empresas desses setores exportaram em 2011. 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 **taxa média de crescimento anual do valor importado** pelo país daquele conjunto de produtos, entre 2006 e 2011. Além disso, os países são classificados conforme o **valor total de suas importações daquele grupo** em 2011. 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**¹⁰ 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 2006 e 2011, 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 2011 também é considerado, como forma de verificar o potencial importador de um

⁸ A classificação dos produtos é elaborada pela SECEX/MDIC

⁹ 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.

¹⁰ O saldo da balança comercial é igual à diferença entre as exportações e importações em determinado grupo.

mercado. Chega-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 acima.

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 2006 e 2011) 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)¹¹ 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 2011 e o crescimento previsto do PIB para o período 2012-2016 para cada país selecionado pelos dois critérios expostos anteriormente. O balizador desse último filtro é a média do PIB (PPC) de 2011 dos países selecionados para o grupo, e o crescimento médio previsto dos PIBs entre 2012 e 2016.

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.

¹¹ 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) 2011 E TAXA DE CRESCIMENTO (*PREVISÃO)
Tabela B. 1 – Relação de PIB (PPC) 2011 e taxa média de crescimento anual entre 2012 e 2016 (*previsão)

País	PIB PPC 2010			País	PIB PPC 2010 (US\$ milhões)			País	PIB PPC 2010 (US\$ milhões)		
	(US\$ milhões)	Taxa de Crescimento	P*		(US\$ milhões)	Taxa de Crescimento	P*		(US\$ milhões)	Taxa de Crescimento	P*
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
Árãbia Saudita	561.402	5,4%	5	Gãmbia	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	Guine 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	Macau	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 2012 e 2016. Dados obtidos em 28 de fevereiro de 2012.