

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA

ANÁLISE DO COMÉRCIO **2016** INTERNACIONAL CATARINENSE



Realização



FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

**NÃO É SÓ APOIO.
É UNIÃO.**

fiesc.com.br

 facebook.com/FIESC

 twitter.com/FIESC

 linkedin.com/company/sistema-fiesc

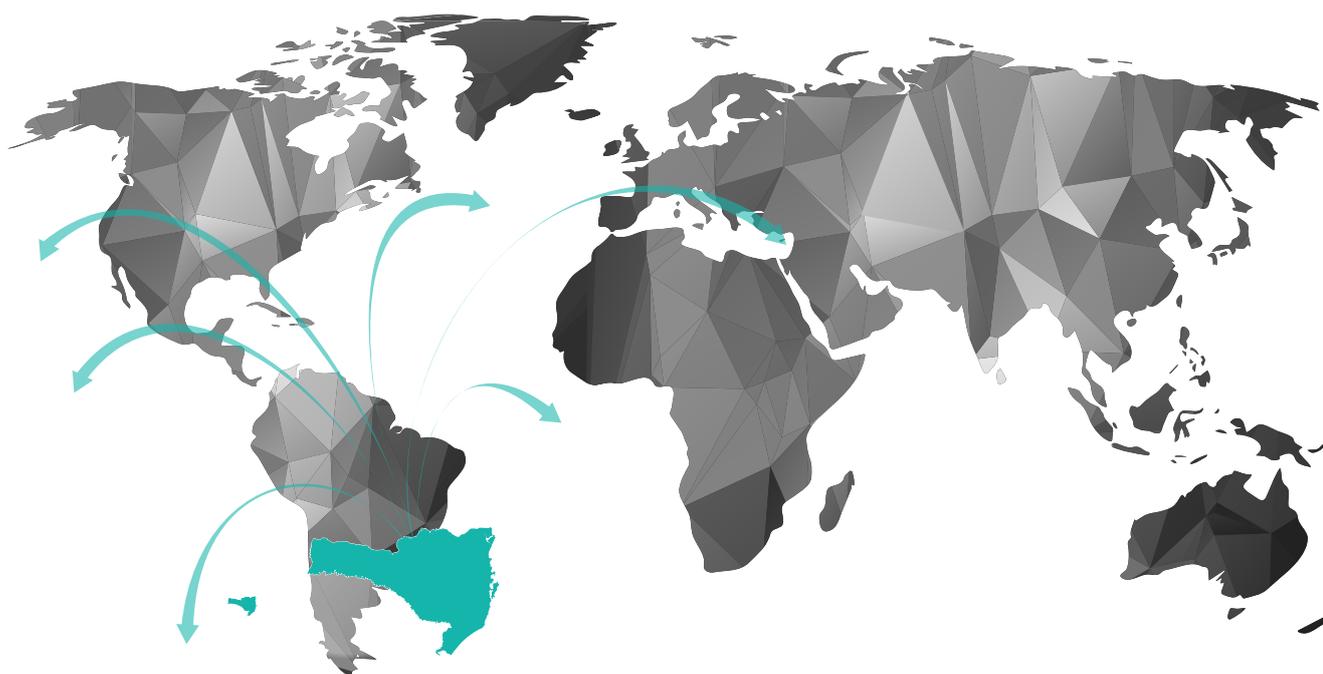
CONTE
COM A
GENTE

Conte com o compromisso de fazer a nossa indústria mais competitiva. Conte com a dedicação para criar oportunidades para os trabalhadores. Conte com a parceria para melhorar a vida dos catarinenses. Conte com a gente. Conte com a FIESC.

FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA

ANÁLISE DO COMÉRCIO **2016** INTERNACIONAL CATARINENSE



CENTRO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS

O MUNDO AO ALCANCE DA EMPRESA CATARINENSE



ÁREAS DE ATUAÇÃO

- :: Promoção de Negócios e Investimentos
- :: Capacitação Empresarial
- :: Certificação de Origem
- :: Prospecção de Mercados
- :: Estudos e Diagnósticos
- :: Parcerias internacionais



FIESC

Apresentação

A **Análise do Comércio Internacional Catarinense 2016** contempla dados recentes da produção e do comércio mundial, com especial destaque para estatísticas de importação e exportação de produtos de Santa Catarina.

A publicação também apresenta informações sobre o desempenho do comércio exterior do Estado em 2015, sob a perspectiva de suas empresas exportadoras e importadoras, através de pesquisa realizada no primeiro semestre deste ano.

Dessa forma, a presente publicação busca contribuir para a identificação de questões que são cruciais para o desenvolvimento do comércio internacional pelo setor empresarial.

Com base nos resultados deste trabalho, a FIESC poderá propor iniciativas e soluções para amenizar as dificuldades encontradas pelas empresas catarinenses em seu processo de inserção e consolidação no campo do comércio mundial, principalmente no atual momento econômico brasileiro, em que a exportação é considerada atividade estratégica para superar a crise e estabelecer bases sustentáveis para o crescimento das empresas.



Glaucio José Côrte

Presidente da FIESC

LISTA DE SIGLAS

COMTRADE – United Nations Commodity Trade Statistics Database

CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas

FIESC – Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina

FMI – Fundo Monetário Internacional

FUNCEX – Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

OMC – Organização Mundial do Comércio

PDIC – Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense

PIB – Produto Interno Bruto

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECEX – Secretaria de Comércio Exterior

SH – Sistema Harmonizado

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento

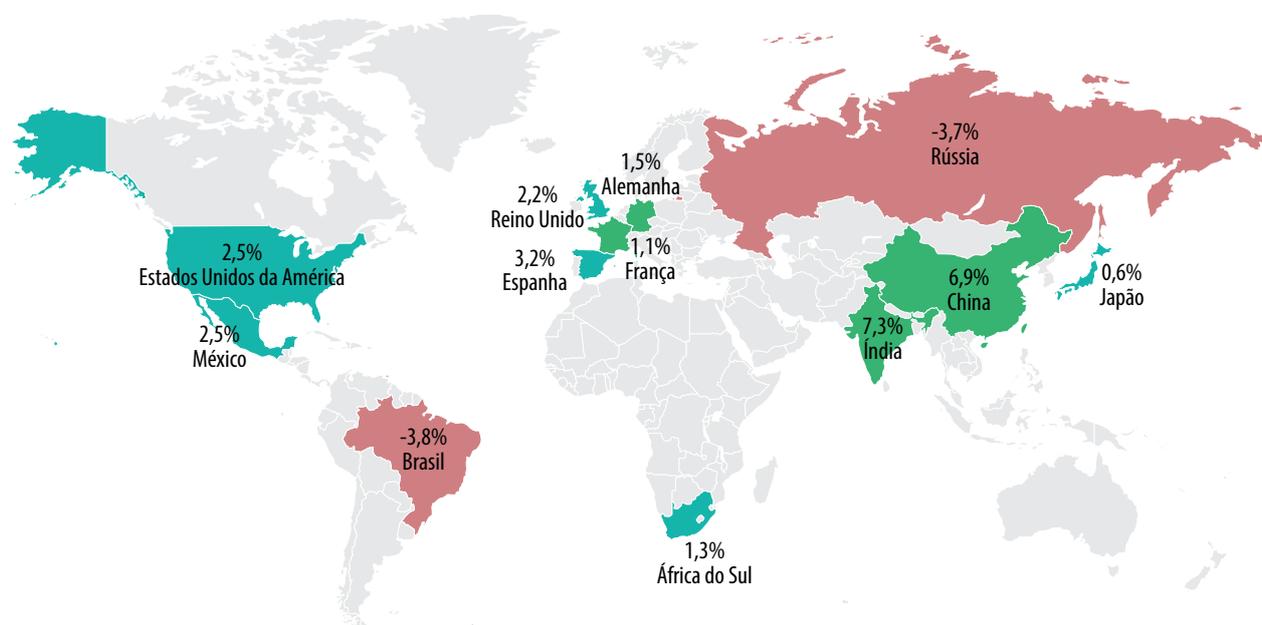
Sumário

1. Panorama Mundial	6
2. O comércio exterior brasileiro em 2015.....	11
3. O comércio exterior de Santa Catarina em 2015	20
3.1 Panorama Geral	20
3.2 Porte das Empresas	24
3.3 Análise Setorial.....	26
3.4 Parceiros Comerciais.....	29
3.5 Análise Regional	31
4. Resultados da pesquisa	35
4.1 Caracterização das Empresas.....	36
4.2 Negócios Internacionais – Exportações	39
4.3 Negócios Internacionais – Importações	50
4.4 Estratégias de Internacionalização	55
5. Conclusões	59
Anexos.....	62

1. Panorama Mundial

A economia mundial cresceu 3,1% em 2015. De acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI), o crescimento de 4,0% das economias emergentes e em desenvolvimento, embora ainda responsável por mais de 70% do desempenho mundial, declinou pelo quinto ano consecutivo. Dentre os países, destacam-se positivamente o crescimento da Índia (7,3%) e da China (6,9%), e negativamente da Rússia (-3,7%) e do Brasil (-3,8%). O conjunto das economias avançadas apresentou modesto avanço: 1,9%.

CRESCIMENTO EM 2015 – PAÍSES SELECIONADOS



FONTE: FMI, 2016

São apontadas como causas primordiais deste desempenho: a desaceleração da atividade econômica chinesa, a queda nos preços internacionais das *commodities* (principalmente energia e petróleo), e o aperto na condução da política monetária nos Estados Unidos.

O vigoroso crescimento da economia chinesa dos últimos anos afetou positivamente o crescimento das economias exportadoras de *commodities*: como principal importador mundial destas matérias-primas, a China influenciou o aumento de seus preços, levando os países exportadores a investir fortemente em capacidade, alimentando o seu crescimento interno. Com a desaceleração do crescimento econômico chinês, no entanto, observa-se a queda dos preços das *commodities*, o que afeta negativamente o desempenho dos países que tradicionalmente as exportam.

Para os próximos anos, segundo o FMI, as projeções de crescimento da economia mundial são de 3,2% para 2016 e de 3,5% para 2017. Para o conjunto das economias avançadas, as projeções são de 1,9% e 2,0%, respectivamente; e, para as economias emergentes e em desenvolvimento, estima-se que o crescimento seja de 4,1% e 4,6%.

- » Para a China, é projetado crescimento de 6,5% em 2016 e de 6,2% em 2017, refletindo o menor crescimento do investimento global, apesar dos recentes aumentos de gastos em infraestrutura no país.
- » Na Índia e nos demais países emergentes asiáticos, espera-se a continuidade do crescimento para os próximos anos. O crescimento esperado para este conjunto de países é de 6,4% para 2016 e de 6,3% para 2017.
- » Para os países do Oriente Médio, projeta-se um crescimento maior que o atual em função do recente aumento nos preços do petróleo, mas as tensões geopolíticas continuam a pesar sobre as perspectivas. São esperadas taxas de crescimento de 3,1% e 3,5% para 2016 e 2017, respectivamente.
- » A economia russa também é beneficiada com o aumento dos preços do petróleo, mas as perspectivas de crescimento ainda são desfavoráveis devido aos gargalos estruturais e ao impacto das sanções sobre a produtividade e sobre o investimento. Para 2016 projeta-se uma retração de -1,8%, e, para 2017, um modesto crescimento de 0,8%.
- » Já para a América Latina e o Caribe, estima-se contração do PIB (de -0,5%) em 2016, refletindo, sobretudo, a recessão observada no Brasil e em outros países com dificuldades econômicas. Para 2017 é esperado crescimento de 1,5%.
- » Especificamente para o Brasil, que enfrentou sérias dificuldades econômicas no ano¹, as previsões são de continuidade da contração econômica em 2016 (-3,3%), com modesta recuperação em 2017 (0,5% de crescimento).

A recente saída do Reino Unido da União Europeia, no entanto, implica no aumento das incertezas políticas e institucionais, podendo acarretar consequências negativas, sobretudo para as economias avançadas.

Também como consequência da queda nos preços, os países exportadores de *commodities* têm enfrentado fortes depreciações em suas moedas. Este movimento tem sido agravado pela redução da entrada de fluxos financeiros para os mercados emergentes. De acordo com as Nações Unidas, as grandes economias em desenvolvimento tendem a permanecer propensas à volatilidade do fluxo de capitais e das pressões cambiais nos próximos anos. Embora os fluxos de capital aos países em desenvolvimento tenham demonstrado recente reanimação – nomeadamente para o Brasil, Índia, Filipinas e Taiwan – este aumento incipiente deve ser difícil de sustentar, uma vez que as perspectivas de crescimento das economias emergentes continuam desoladoras. Adicionalmente, o excesso de capacidade produtiva e os baixos preços das *commodities* continuam a pesar sobre a demanda de investimento.

O crescimento do volume do comércio mundial foi de 2,8% em 2015, marcando o quarto ano consecutivo com desempenho inferior a 3,0%. De acordo com a Organização Mundial do Comércio (OMC), as exportações das economias avançadas aumentaram em 2,6%, enquanto que as dos países em desenvolvimento cresceram 3,3%. As importações, por sua vez, avançaram 4,5% e 0,2% para os dois grupos de países, respectivamente.

A Ásia foi a região que mais contribuiu para a recuperação do comércio mundial após a crise de 2008-2009, respondendo por cerca de 73% do crescimento das importações mundiais no ano de 2013. Em 2015, no entanto, sua contribuição foi mais modesta, tendo participado com 23% do crescimento das importações e com 35% do avanço das exportações mundiais. A combinação de maiores volumes de exportação em regiões produtoras de petróleo e quedas de importações da Ásia provavelmente contribuiu para a queda dos preços de energia no ano.

Ainda de acordo com a OMC, houve declínio das importações da América do Sul e Central no ano, como resultado, principal-

¹ A retração foi a maior da série histórica do IBGE, iniciada em 1996. Considerando a série anterior, o desempenho é o pior desde 1990.

mente, da severa recessão enfrentada pelo Brasil. Enquanto isso, a redução nas importações de regiões produtoras de petróleo é principalmente explicada pela queda dos preços mundiais do petróleo, o que diminuiu as receitas de exportação desses países.

Em termos dos valores em dólares, no entanto, observou-se considerável declínio no comércio mundial em 2015, de aproximadamente 13%. Esta discrepância é atribuída, principalmente, às fortes flutuações nos preços das *commodities* e das taxas de câmbio, que por sua vez foram impulsionadas pela desaceleração do crescimento econômico chinês e por políticas monetárias divergentes entre as principais economias globais.

Em 2015 observou-se queda de 13,2% no valor das exportações mundiais. A China manteve-se como o principal país exportador, responsável por 13,8% do total, seguida pelos Estados Unidos, com 9,1%, e pela Alemanha, com 8,1%. Os dez principais países exportadores foram responsáveis por mais de 53% do total, sendo que todos apresentaram declínio das exportações em relação ao ano anterior, com destaque para a queda de 15,7% nas exportações da Holanda, conforme pode ser visto na tabela a seguir. O Brasil aparece como 25º exportador, mantendo a posição do ano anterior, embora com redução de 15,1% no valor exportado em 2015.

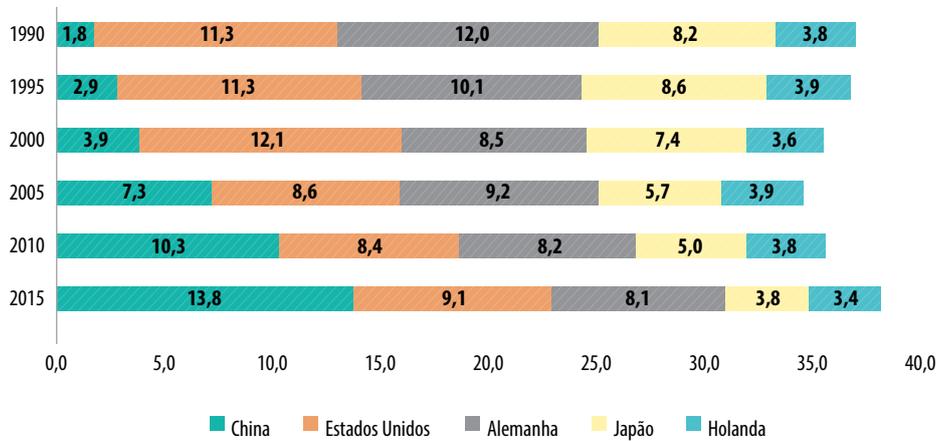
EXPORTAÇÕES MUNDIAIS – 10 PRINCIPAIS PAÍSES E BRASIL – US\$ MILHÕES

RANKING	PAÍS	2014 (A)	2015 (B)	Varição % (A/B)
1	China	2.342.293	2.274.949	-2,9%
2	Estados Unidos	1.620.532	1.504.914	-7,1%
3	Alemanha	1.494.608	1.329.469	-11,0%
4	Japão	690.217	624.939	-9,5%
5	Holanda	672.671	567.217	-15,7%
6	República da Coreia	572.664	526.755	-8,0%
7	Hong Kong	524.065	510.596	-2,6%
8	França	580.471	505.897	-12,8%
9	Reino Unido	505.205	460.446	-8,9%
10	Itália	529.899	459.068	-13,4%
25	Brasil	225.101	191.134	-15,1%

FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da UNCTAD, 2016

Observa-se que, de uma perspectiva histórica, a participação da China nas exportações globais aumentou significativamente, de 1,8% em 1990 para 13,8% em 2015, sendo que desde 2009 o país é o principal exportador mundial, posição que até então era ocupada pelos Estados Unidos; este país, por sua vez, era responsável por 11,3% em 1990, caindo para 9,1% em 2015, conforme pode ser visto no gráfico a seguir.

PARTICIPAÇÃO % DOS PRINCIPAIS PAÍSES NAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS

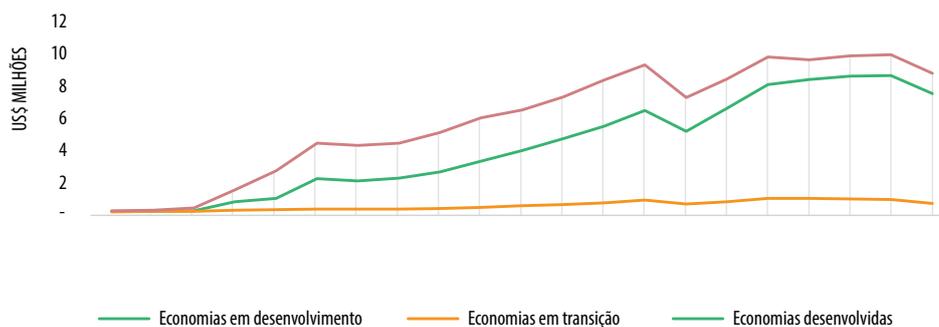


FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da UNCTAD, 2016

Observa-se ainda que, recentemente, as economias em desenvolvimento aumentaram sua participação no fluxo mundial de exportações. Em 1950, este grupo de países era responsável por 34,0% das exportações, declinando para 31,9% em 2000 e aumentando sua participação para 37,5% em 2006 e para 44,6% em 2015. Por outro lado, as economias desenvolvidas participavam com 62,8% em 1950, aumentando para 65,8% em 2000, declinando para 58,8% em 2006 e para 52,3% em 2015.

Quanto ao desempenho em relação ao ano anterior, as exportações das economias desenvolvidas caíram 11,7% em 2015, enquanto que nas economias em desenvolvimento a queda foi de 13,4% e nas economias em transição foi de 31,2%.

EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES – ECONOMIAS EM DESENVOLVIMENTO, EM TRANSIÇÃO E DESENVOLVIDAS



FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da UNCTAD, 2016

O valor das importações mundiais, por sua vez, declinou em 12,3% em 2015. Os Estados Unidos mantiveram-se como principal importador, responsável por 13,8% do total, seguidos pela China, com participação de 10,1%, e pela Alemanha, com 6,3%.

Os dez principais países foram responsáveis por 52,9% do total mundial importado, e todos apresentaram declínio no valor importado em 2015, em relação ao ano anterior, com destaque para a queda de 20,2% do Japão. O recuo das importações brasileiras foi ainda maior, de 25,2%, fazendo o país cair da 22ª para a 25ª posição no ranking dos importadores globais.

IMPORTAÇÕES MUNDIAIS – 10 PRINCIPAIS PAÍSES E BRASIL – US\$ MILHÕES

RANKING	PAÍS	2014 (A)	2015 (B)	Varição % (A/B)
1	Estados Unidos	2.412.547	2.307.946	-4,3%
2	China	1.959.233	1.681.951	-14,2%
3	Alemanha	1.207.041	1.050.025	-13,0%
4	Japão	812.185	648.494	-20,2%
5	Reino Unido	690.466	625.806	-9,4%
6	França	676.603	572.661	-15,4%
7	Hong Kong	600.613	559.427	-6,9%
8	Holanda	589.440	505.806	-14,2%
9	República da Coreia	525.514	436.499	-16,9%
10	Canadá	479.985	436.372	-9,1%
25	Brasil	239.152	178.798	-25,2%

FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da UNCTAD, 2016

Para o ano de 2016, a OMC estima um crescimento de 2,8% no volume do comércio mundial, enquanto que para 2017 a previsão é de que este avanço seja de 3,6%. Para as exportações, espera-se um crescimento similar entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento: 2,9% para o primeiro e 2,8% para o último. No caso das importações, projeta-se um aumento de 3,3% para os países desenvolvidos, e de 1,8% para os países em desenvolvimento.

Dentre as regiões, espera-se que o crescimento das exportações da Ásia seja o maior em 2016, de 3,4%, enquanto que o incremento nas importações deve ser superior na América do Norte, de 4,1%. O volume comercializado pela América Central e do Sul deve ser menor, com pequeno crescimento das exportações, de 1,9%, e nova contração nas importações (-4,5%).

2. O comércio exterior brasileiro em 2015

Em 2015, as exportações brasileiras alcançaram US\$ 191,1 bilhões, retração de 15,1% em relação ao ano anterior, enquanto que as importações tiveram declínio ainda mais expressivo, de 25,2% em relação a 2014, totalizando US\$ 171,4 bilhões.

O volume exportado, no entanto, cresceu 10,6% em relação ao ano anterior, explicitando a queda nos preços internacionais dos produtos brasileiros.

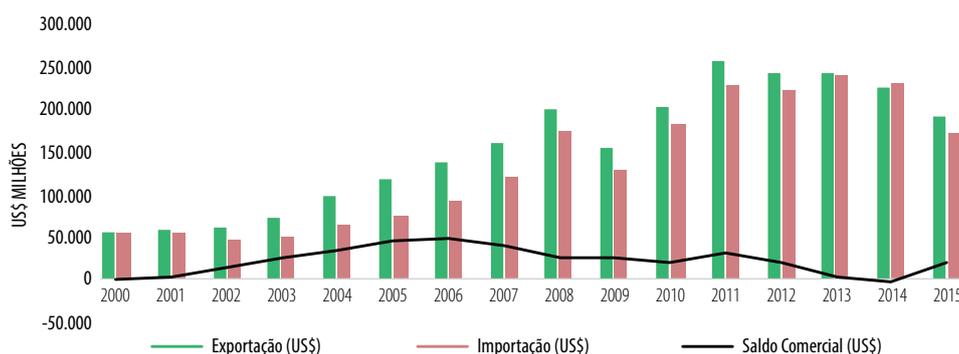
FLUXO COMERCIAL	Jan-Dez/2015 US\$ FOB (A)	Jan-Dez/2014 US\$ FOB (B)	Varição % (A/B)
Exportação (US\$)	191.134.324.584	225.100.884.831	-15,1%
Importação (US\$)	171.449.050.909	229.154.462.583	-25,2%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Dentre os principais produtos exportados² em 2015, destacam-se a soja, responsável por cerca de 11% das exportações brasileiras no ano, os minérios de ferro, com participação de 7,4% na pauta, e os óleos brutos de petróleo, com 6,2% de participação. Juntos, estes três produtos foram responsáveis, portanto, por 24,5% das exportações brasileiras em 2015, e apresentaram queda de 9,9%, 45,5% e 28,0% no valor exportado, respectivamente, em relação ao ano anterior.

Como resultado do maior declínio das importações em relação às exportações, o saldo comercial foi positivo em US\$ 19,7 bilhões, consideravelmente superior ao déficit comercial observado em 2014, e se equiparando ao nível observado no ano de 2012, como pode ser observado no gráfico a seguir.

EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES, IMPORTAÇÕES E SALDO COMERCIAL BRASILEIRO – DE 2000 A 2015



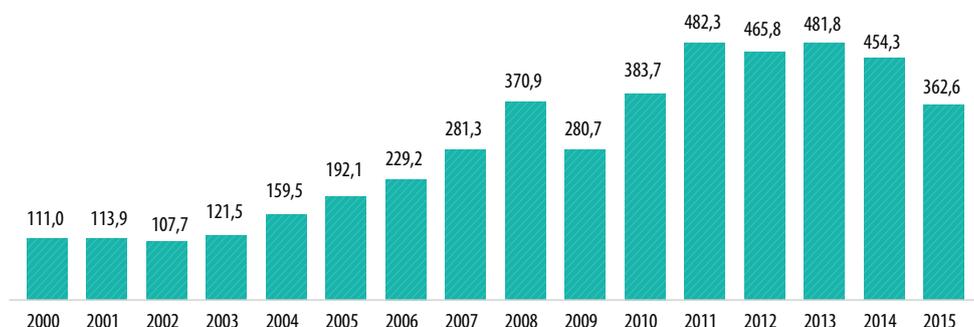
Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Apesar de positivo, o saldo comercial verificado em 2015 não pode ser considerado satisfatório, já que decorreu de considerável queda nas exportações, que recuaram pelo quarto ano consecutivo (queda de mais de 25% desde 2011), e de um declínio ainda maior das importações, refletindo a retração do crescimento interno, bem como a desvalorização do real perante o dólar.

² De acordo com a classificação SH 04.

Como fica evidenciado no gráfico a seguir, elaborado pela Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior (FUNCEX), tal desempenho foi responsável pela redução de 20,2% na corrente de comércio, que totalizou US\$ 362,6 bilhões em 2015.

EVOLUÇÃO DA CORRENTE DE COMÉRCIO BRASILEIRA – DE 2000 A 2015 – US\$ BILHÕES



FONTE: FUNCEX, 2016

De acordo com a FUNCEX, a queda acentuada das exportações pode ser explicada, em grande medida, pelo fraco desempenho da exportação de produtos básicos, já que estes tiveram participação de 46,5% na pauta e sofreram retração de 20,4% em relação a 2014. De forma especial, a queda nas exportações de minério de ferro (45,5%) e de óleos brutos de petróleo (28%) influenciou o fraco desempenho desta categoria.

Já a queda nas exportações de produtos manufaturados, de 9,3%, deve-se ao declínio de produtos como partes e peças para automóveis e tratores, de motores para automóveis e de máquinas e aparelhos para terraplanagem, perfuração e afins.

Em relação às categorias de uso, destaca-se a queda nas exportações de combustíveis, de 32,1%, e, em menor medida, dos bens de consumo não-duráveis e dos bens intermediários, com retração de 15,4% e 14,1%, respectivamente.

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS, SEGUNDO AS CLASSES DE PRODUTOS E CATEGORIAS DE USO – US\$ MILHÕES

Ano	Total exportado	Classe de produtos			Categorias de uso				
		Básicos	Semimanufaturados	Manufaturados	Bens de capital	Bens intermediários	Bens de consumo		Combustíveis
							Duráveis	Não-duráveis	
2012	242.578	113.454	33.042	90.707	20.308	153.238	6.091	34.311	28.631
2013	242.034	113.023	30.526	92.945	24.234	155.512	7.961	34.669	19.657
2014	225.101	109.557	29.065	80.211	16.934	146.729	5.333	34.620	21.485
2015	191.134	87.188	26.463	72.791	15.740	126.073	5.462	29.274	14.586
VARIAÇÃO 2015/2014	-15,1%	-20,4%	-9,0%	-9,3%	-7,1%	-14,1%	2,4%	-15,4%	-32,1%
PARTICIPAÇÃO 2015		45,60%	13,80%	38,10%	8,20%	66,00%	2,90%	15,30%	7,60%

FONTE: FUNCEX, 2016

Já em relação à expressiva queda nas importações, destacam-se os declínios nas importações de combustíveis (46,8%), bens de capital (27,1%) e bens intermediários (20%), sendo que a queda nas duas últimas categorias está relacionada ao fraco desempenho da indústria nacional em 2015.

IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS, SEGUNDO CATEGORIAS DE USO – US\$ MILHÕES

Ano	Total importado	Categorias de uso				
		Bens de capital	Bens intermediários	Bens de consumo		Combustíveis
				Duráveis	Não-duráveis	
2012	223.184	35.566	118.874	13.738	18.220	36.786
2013	239.649	37.256	126.521	13.233	19.859	42.780
2014	229.137	33.092	122.383	11.745	19.543	42.374
2015	171.449	25.895	97.851	8.245	16.900	22.549
VARIAÇÃO 2015/2014	-25,2%	-21,7%	-20,0%	-29,8%	-13,5%	-46,8%
PARTICIPAÇÃO 2015		15,1%	57,1%	4,8%	9,9%	13,2%

FONTE: FUNCEX, 2016

O Índice de Rentabilidade das Exportações, calculado pela FUNCEX, apresentou elevação de 2% em 2015, em comparação com o ano anterior. A tabela a seguir, que demonstra o crescimento do índice e de seus componentes, deixa explícito que a elevação resultou da expressiva desvalorização da taxa de câmbio nominal, de 41,6%. Logo, embora os custos de produção tenham aumentado em 8,2% e os preços das exportações tenham declinado em 21,6%, a magnitude da desvalorização cambial foi tal que elevou a rentabilidade das exportações no ano.

Acrescenta-se que o aumento da rentabilidade das exportações em 2015 foi expressivo, sobretudo, na indústria de transformação. Neste segmento, a queda nos preços foi de 13,3% e o aumento dos custos de produção foi de 8,9%. A desvalorização cambial, de 41,6%, mais do que compensou estes componentes, elevando a rentabilidade das exportações em 11,9%.

ÍNDICE DE RENTABILIDADE DAS EXPORTAÇÕES E SEUS COMPONENTES

Período	Índice de rentabilidade	Componentes do índice		
		Taxa de câmbio nominal	Preço das exportações	Custo de produção
2012	89,0	66,8	231,1	173,2
2013	89,8	73,8	223,7	183,3
2014	88,6	80,5	211,9	192,2
2015	90,3	113,9	166,2	207,9
VARIAÇÃO 2015/2014	2,0%	41,6%	-21,6%	8,2%

FONTE: FUNCEX, 2016

De fato, se observadas as exportações por classes de produtos e por categorias de uso sob a ótica dos Índices de Preço e de *Quantum*, fica clara a influência exercida pela taxa cambial sobre os valores exportados em 2015, uma vez que o Índice de Preço apresentou declínio de 21,6% no geral, assim como redução em todas as categorias analisadas. Por sua vez, o Índice de *Quantum* aumentou em 8,3% no geral, bem como na maioria das categorias, conforme pode ser visto na tabela a seguir.

Dentre as classes de produtos, destaca-se a queda nos preços dos produtos básicos, de 29,7%, e o aumento de seu *quantum* exportado, de 13,2%. Em relação às categorias de uso, a ênfase recai sobre o declínio dos preços dos combustíveis e dos bens de consumo duráveis, de 47,8% e 20,5%, respectivamente, concomitante ao aumento de sua quantidade exportada, de 30,0% e 11,4%.

ÍNDICE DE PREÇO E ÍNDICE DE QUANTUM DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS – CLASSES DE PRODUTOS E CATEGORIAS DE USO

ÍNDICE DE PREÇO DAS EXPORTAÇÕES									
Ano	Total exportado	Classe de produtos			Categorias de uso				
		Básicos	Semimanufaturados	Manufaturados	Bens de capital	Bens intermediários	Bens de consumo		Combustíveis
							Duráveis	Não-duráveis	
2014	156.5	188.4	138.8	140.8	131.2	161.6	139.8	159.2	162.9
2015	122.7	132.5	116.5	124.5	119.9	128.5	128.5	133.3	85.1
VARIAÇÃO %	-21,6	-29,7	-16,1	-11,3	-6,7	-20,5	-20,5	-16,2	-47,8

ÍNDICE DE QUANTUM DAS EXPORTAÇÕES									
Ano	Total exportado	Classe de produtos			Categorias de uso				
		Básicos	Semimanufaturados	Manufaturados	Bens de capital	Bens intermediários	Bens de consumo		Combustíveis
							Duráveis	Não-duráveis	
2014	104.4	144.4	107.3	75.9	78.6	114.1	52.4	97.4	108.4
2015	113.0	163.4	116.4	78.0	80.0	123.3	58.4	98.3	140.9
VARIAÇÃO %	8,3	13,2	8,5	2,3	-0,4	8,0	11,4	1,0	30,0

FONTE: FUNCEX, 2016

Em relação às importações, o índice de preço das importações recuou em 11,9%, e o índice de *quantum* declinou 15,1% em 2015. Em outras palavras, houve declínio tanto dos preços dos produtos quanto das quantidades importadas, o que resultou em uma queda de 25,2% no valor importado pelo país.

Quanto às categorias de uso, observa-se que declinaram, para todas as categorias, tanto o índice de preços quanto o índice de *quantum* importado. Merece destaque a queda no preço das importações de combustíveis, de 39,7%, e da quantidade importada de bens de consumo duráveis e de bens de capital, que declinaram 26,6% e 18,2%, respectivamente, em relação ao ano anterior, conforme pode ser visto na tabela a seguir.

ÍNDICE DE PREÇO E ÍNDICE DE QUANTUM DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS – CLASSES DE PRODUTOS E CATEGORIAS DE USO

ÍNDICE DE PREÇO DAS IMPORTAÇÕES							
Ano	Total importado	Categorias de uso					
		Bens de capital	Bens intermediários	Bens de consumo		Combustíveis	
				Duráveis	Não-duráveis		
2014	136.1	118.3	131.4	130.1	150.4	166.0	
2015	119.9	113.3	124.7	124.5	136.5	100.1	
VARIAÇÃO %	-11,9	-4,2	-5,1	-4,3	-9,2	-39,7	

ÍNDICE DE QUANTUM DAS IMPORTAÇÕES							
Ano	Total importado	Categorias de uso					
		Bens de capital	Bens intermediários	Bens de consumo		Combustíveis	
				Duráveis	Não-duráveis		
2014	184.3	225.5	171.7	273.6	213.5	166.4	
2015	156.5	184.6	144.7	200.7	203.3	146.8	
VARIAÇÃO %	-15,1	-18,2	-15,7	-26,6	-4,8	-11,8	

FONTE: FUNCEX, 2016

De forma geral, o índice de preço das exportações apresentou queda de 21,6% em 2015. Tal queda não foi compensada pelo aumento das quantidades embarcadas, de 8,3%, o que resultou na queda de 15,1% do valor exportado, conforme já mencionado.

De fato, apenas 3 dos 29 setores da classificação CNAE registraram aumento dos preços de exportação: impressão e reprodução de gravações (16,9%), outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores (1,8%), e equipamentos de informática (1,5%). Os destaques negativos ocorreram na extração de petróleo e gás natural (-49,3%), extração de minerais metálicos (-44,6%) e derivados do petróleo, biocombustíveis e coque (-41,9%), conforme pode ser visto no gráfico a seguir.

Por outro lado, o *quantum* das exportações apresentou crescimento em 18 dos 29 setores da CNAE, com destaque positivo para pesca e aquicultura (51,7%), extração de petróleo e gás natural (41,5%), produção florestal (19%) e metalurgia (17,7%). Tiveram redução no *quantum* exportado produtos das atividades de impressão e reprodução de gravações (-17,9%), máquinas e equipamentos (-9,9%), extração de minerais não-metálicos (-9,8%) e equipamentos de informática, eletrônicos e ópticos (-6,7%).

VARIAÇÃO PERCENTUAL DOS ÍNDICES DE PREÇO E DE QUANTUM DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS – 2015/2014



FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da FUNCEX, 2016

Quanto às importações, verifica-se que apenas 5 dos 29 setores da CNAE apresentaram aumento nos preços das importações em 2015. Dentre eles, destacam-se o aumento dos preços de outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores (4,3%) e de produtos de minerais não-metálicos (3%). Os demais setores apresentaram queda nos preços das importações, com destaque para a extração de petróleo e gás natural (-40,8%) e extração de minerais metálicos (-16,6%).

Em termos do *quantum* importado, o índice apresentou queda em 24 setores. Enfatiza-se a queda nas quantidades importadas de produtos de minerais não-metálicos (-30,2%), de equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos (-27,1%) e de veículos automotores, reboques e carrocerias (-26,0%). Dentre os produtos que apresentaram aumento no *quantum* importado, destacam-se os equipamentos de transporte, exceto veículos automotores (aumento de 3,3% no *quantum* importado, apesar do aumento nos preços) e produtos farmoquímicos farmacêuticos (aumento de 2,0%), como pode ser visto no gráfico a seguir.

De forma geral, o índice de preço das importações declinou em 11,9% no ano de 2015, em comparação com o ano anterior. O índice de *quantum* das importações, por sua vez, também apresentou expressiva queda, de 15,1%, refletindo a desvalorização cambial e a retração da economia doméstica que afetou, sobretudo, a produção industrial. Com efeito, o valor das importações apresentou queda de 25,2%, em comparação com o ano de 2014.

MDI - MELHORIA DO DESEMPENHO INDUSTRIAL

A indústria reduzindo desperdícios e melhorando sua produtividade com apoio do SENAI

Resultados Esperados

- Formação de profissionais com competência para identificar, priorizar e quantificar desperdícios no processo produtivo.
- Projetos de melhoria aplicáveis à sua indústria, com previsão de retorno maior do que o valor investido no curso.

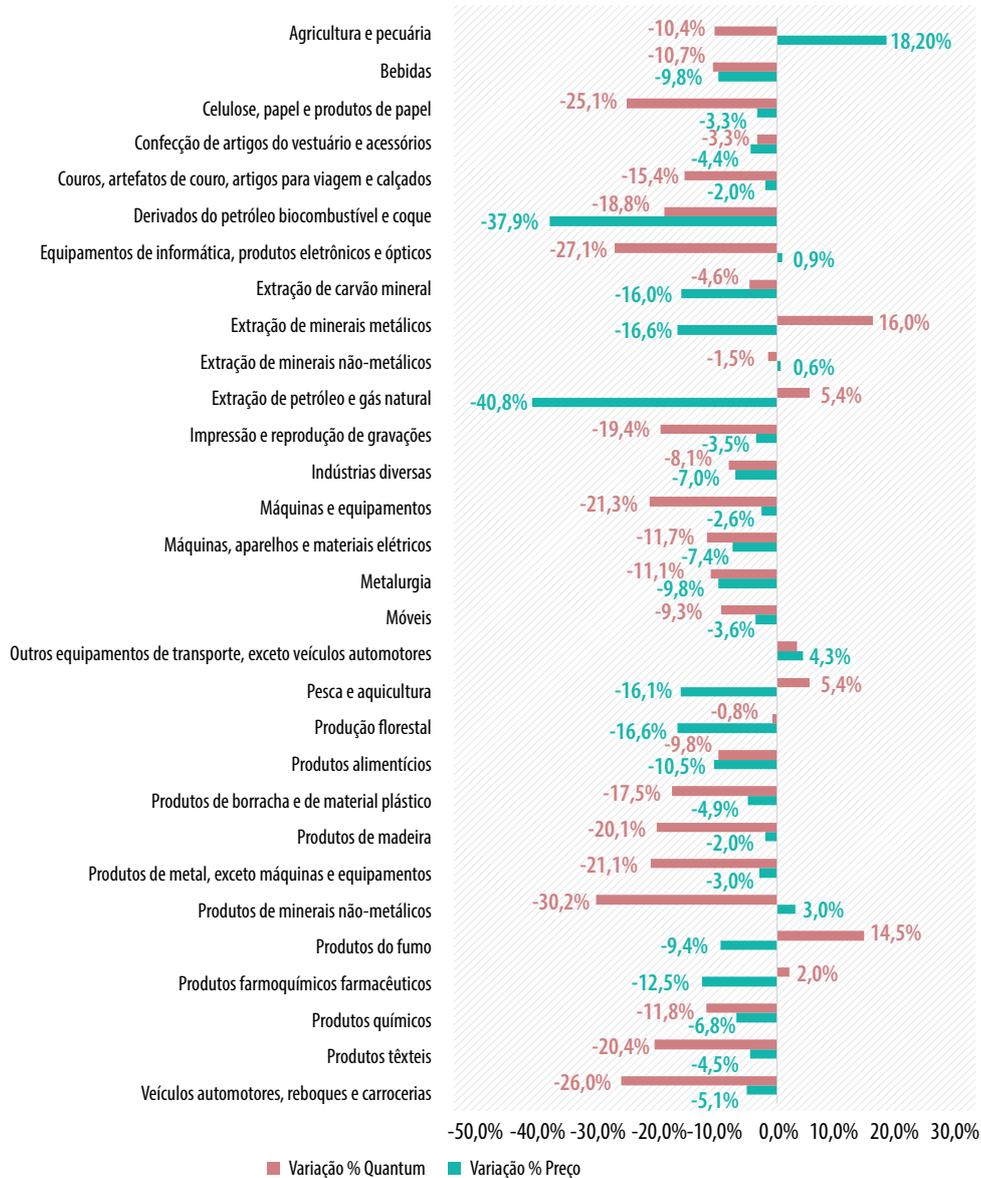
Mais Informações:

sc.senai.br/mdi • 0800 48 1212



FIESC **SENAI**

VARIAÇÃO PERCENTUAL DOS ÍNDICES DE PREÇO E DE QUANTUM DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS – 2015/2014



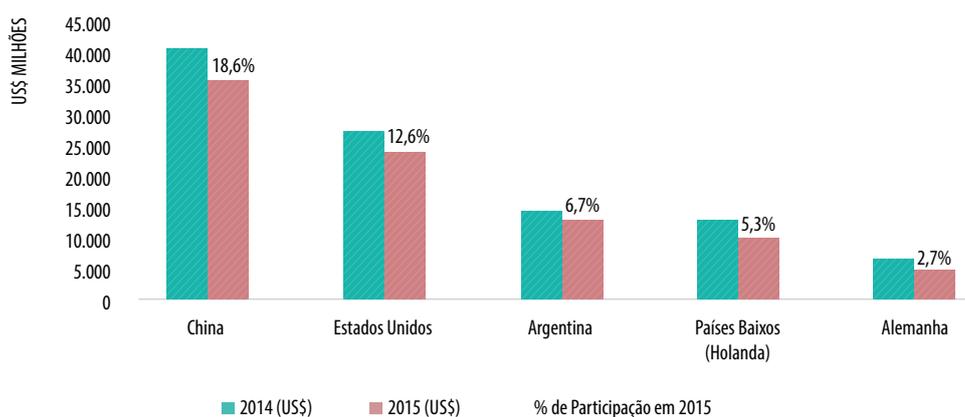
FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da FUNCEX, 2016

Quanto aos destinos das exportações brasileiras em 2015, os cinco principais países foram responsáveis por 45,9% do total, com destaque para a China e para os Estados Unidos, com 18,6% e 12,6% de participação, respectivamente, seguidos pela Argentina, Países Baixos e Alemanha.

Em uma análise retrospectiva, observa-se a crescente ascensão da China como importadora dos produtos brasileiros: este país era responsável por apenas 2,0% das exportações do país no ano de 2000, aumentando sua participação para 15,2% em 2010 e para 18,6% em 2015. Os Estados Unidos, por outro lado, eram responsáveis por 23,9% em 2000, caindo para 9,6% em 2010 e aumentando sua participação para 12,6% em 2015.

Quanto ao desempenho em 2015, observa-se que, dentre os 31 países que importaram pelo menos 1% dos produtos brasileiros, houve crescimento das exportações para apenas 4 deles: Vietnã (33,4%), Malásia (18,2%), Arábia Saudita (8,2%) e Canadá (2,0%). Dentre os cinco principais destinos das exportações brasileiras, o declínio foi considerável: de 12,3% para a China, de 10,9% para os Estados Unidos, de 10,4% para a Argentina, de 22,9% para os Países Baixos e de 21,9% para a Alemanha, conforme pode ser visualizado no gráfico a seguir.

VALOR DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS EM 2014 E EM 2015, E PARTICIPAÇÃO % NAS EXPORTAÇÕES TOTAIS EM 2015 – POR PAÍSES DE DESTINO



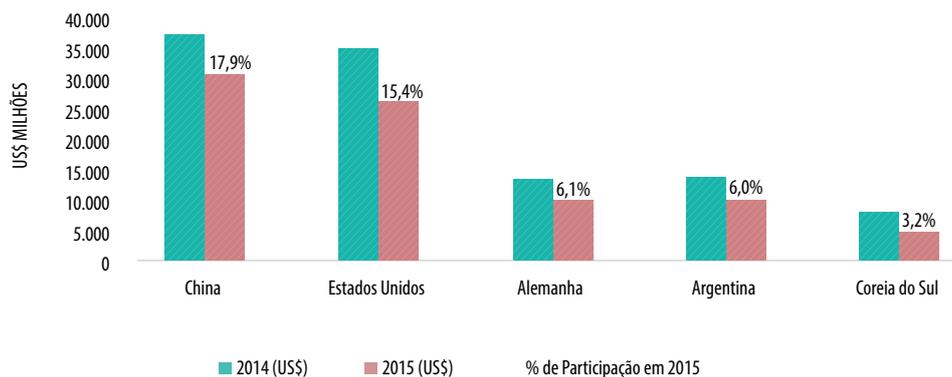
FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

As origens das importações brasileiras também são relativamente concentradas: em 2015, cinco países foram responsáveis por 48,6% das importações do país, com a liderança da China (com 17,9% de participação), seguida pelos Estados Unidos (com 15,4%), Alemanha (6,1%), Argentina (6,0%) e Coreia do Sul (3,2%), como pode ser visto no gráfico a seguir.

Em uma análise retrospectiva, no ano de 2000 a China foi responsável por apenas 2,2% das importações brasileiras, enquanto os Estados Unidos participavam com 23,1%; já em 2010, a participação chinesa aumentou para 14,1% e a estadunidense declinou para 14,9%. A partir de 2012, a China passou a ser o principal país de origem das importações brasileiras. Concomitantemente, observa-se também o declínio da participação da Argentina, que era de 12,3% em 2000, caindo para 7,9% em 2010 e para 6,0% em 2015.

Em relação ao desempenho em 2015, dos 24 países responsáveis por pelo menos 1% das importações brasileiras, apenas a Argélia apresentou crescimento (de 13,2%) no valor exportado para o Brasil. Dentre os cinco principais países que exportam para o Brasil, o declínio foi de 17,7% no caso da China, 24,4% no caso dos Estados Unidos, 25,0% da Alemanha, 27,3% da Argentina e 36,4% da Coreia do Sul.

VALOR DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS EM 2014 E EM 2015, E PARTICIPAÇÃO % NAS IMPORTAÇÕES TOTAIS EM 2015 – POR PAÍSES DE ORIGEM



FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

3. O comércio exterior de Santa Catarina em 2015

3.1 Panorama Geral

Em 2015, as exportações catarinenses alcançaram um montante de US\$ 7,6 bilhões, o que significou uma queda de 14,9% em relação ao ano de 2014. As importações, por sua vez, totalizaram US\$ 12,6 bilhões, uma retração de 21,3% em relação ao total importado no ano anterior. Como resultado, o déficit comercial foi de US\$ 4,97 bilhões.

Embora negativo, o saldo comercial em 2015 foi o melhor desde o ano de 2011, conforme pode ser visto no gráfico a seguir. Na série histórica analisada, verifica-se contínua tendência à deterioração da balança comercial até 2014, que se deu muito mais em função do aumento das importações (superior a 1.200% de 2000 a 2015) do que como resultado do movimento das exportações (que aumentaram mais de 180% no período).

EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES, IMPORTAÇÕES E SALDO COMERCIAL CATARINENSE – DE 2000 A 2015



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Em termos de volume comercializado, no entanto, as exportações aumentaram 1,9% em relação ao ano de 2014. A comparação entre o volume exportado e o seu faturamento em dólares aponta para a redução dos preços internacionais dos produtos catarinenses. O dólar em um patamar mais elevado, somado ao crescimento do volume exportado, indica um aumento no faturamento em reais das exportações catarinenses no ano de 2015.

Como pode ser visto na tabela a seguir, o movimento das exportações e importações brasileiras em 2015 foi semelhante ao catarinense: as exportações caíram 15,1%, enquanto as importações declinaram em 25,2%. Distintamente do saldo comercial catarinense, no entanto, o brasileiro ficou positivo em US\$ 19,7 bilhões, principalmente em função dos produtos extrativos.

Exportações (US\$)	Jan-Dez/2015 US\$ FOB (A)	Jan-Dez/2014 US\$ FOB (B)	Varição % (A/B)
BRASIL	191.134.324.584	225.100.884.831	-15,1%
SANTA CATARINA	7.644.022.628	8.987.359.285	-14,9%

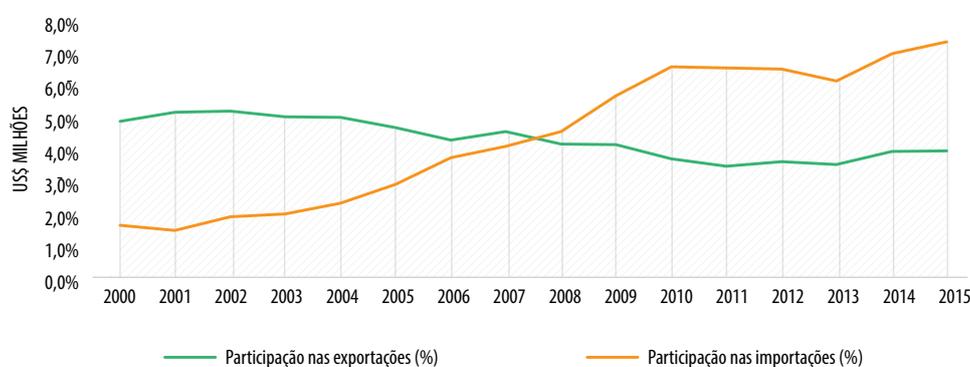
Importações (US\$)	Jan-Dez/2015 US\$ FOB (A)	Jan-Dez/2014 US\$ FOB (B)	Varição % (A/B)
BRASIL	171.449.050.909	229.154.462.583	-25,2%
SANTA CATARINA	12.613.140.656	16.018.726.888	-21,3%

FONTE: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Em termos de participação nos fluxos comerciais nacionais, em 2015 Santa Catarina obteve 4% de participação nas exportações brasileiras, mantendo a 10ª posição como Estado exportador – posição que mantém desde o ano de 2009. Em relação às importações, o Estado foi responsável por 7,4% do total importado pelo país, percentual que posiciona Santa Catarina como o 3º Estado importador (atrás apenas de São Paulo e Rio de Janeiro).

Historicamente, a participação catarinense nas exportações brasileiras diminuiu, enquanto que a sua participação nas importações aumentou. Este comportamento é explicado pelo desempenho superior das exportações brasileiras (crescimento de 247% de 2000 a 2015) em relação às catarinenses (crescimento de 182% no período), concomitante ao maior crescimento das importações catarinenses (superior a 1.200%) em relação às brasileiras (207%) no mesmo período.

EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO CATARINENSE NAS EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS – DE 2000 A 2015 – (%)



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Quanto às classes de produtos³, as exportações catarinenses são majoritariamente constituídas de produtos manufaturados. Embora represente mais da metade das exportações (52,3% em 2015), esta classe de produtos apresentou queda de 12,6% em relação ao ano anterior, conforme pode ser visto na tabela a seguir. Historicamente, a participação dos produtos manufaturados nas exportações do Estado vem declinando: estes representavam 69,4% no ano de 2000, caindo para 61,3% em 2007, 55,1% em 2010 e chegando a 52,3% em 2015. Por outro lado, a participação dos produtos básicos nas exportações, que no ano de 2000 era de apenas 25,6%, aumentou para 36,2% em 2007 e para 43,1% no ano de 2010, chegando a 2015 com 44,2% de participação no total exportado pelo Estado.

³ Foram excluídos da análise mercadorias de consumo de bordo e as transações especiais; ambas representaram menos de 0,5% do total comercializado pelo Estado em 2015.

Já em relação às importações, observa-se o movimento inverso: a participação dos produtos manufaturados era de 75,2% em 2000, aumentando para 78,5% em 2010 e culminando sua trajetória ascendente em 2015, com 87,8% de participação no total importado pelo Estado. A participação dos produtos básicos, por outro lado, era de 22,7% em 2000, caindo para 5,5% em 2010 e chegando a 4,7% em 2015. Todas as classes de produtos – básicos, semimanufaturados e manufaturados – apresentaram queda nas importações em 2015, em relação ao ano anterior.

EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES CATARINENSES, SEGUNDO AS CLASSES DE PRODUTOS

EXPORTAÇÕES				
Classe de produtos	Jan-Dez/2015 US\$ (A)	Jan-Dez/2015 (%)	Jan-Dez/2014 (US\$) (B)	Variação % (A/B)
PRODUTOS MANUFATURADOS	3.997.992.225	52,3%	4.574.997.421	-12,6%
PRODUTOS BÁSICOS	3.376.595.704	44,2%	4.161.765.114	-18,9%
PRODUTOS SEMIMANUFATURADOS	265.932.853	3,5%	245.042.051	8,5%
IMPORTAÇÕES				
Classe de produtos	Jan-Dez/2015 US\$ (A)	Jan-Dez/2015 (%)	Jan-Dez/2014 (US\$) (B)	Variação % (A/B)
PRODUTOS MANUFATURADOS	11.075.152.976	87,8%	13.800.385.873	-19,7%
PRODUTOS BÁSICOS	948.723.265	7,5%	1.463.350.666	-35,2%
PRODUTOS SEMIMANUFATURADOS	589.264.415	4,7%	754.990.349	-22,0%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Em relação às categorias de uso, 43,8% das exportações catarinenses constituíram-se de bens intermediários, 37,7% de bens de consumo e 18% de bens de capital. Houve queda nas exportações em todas as categorias de uso, em relação ao ano anterior, com ênfase na queda das exportações de bens de capital, de 18,8%, conforme pode ser visto na tabela a seguir.

Historicamente, observa-se que as exportações de bens de consumo perderam participação para as exportações de bens intermediários: enquanto os bens de consumo representavam 46,7% do total exportado no ano de 2000, caindo para 42,3% em 2010 e para 37,7% em 2015, os bens intermediários representavam 35,7% em 2000, 36,9% em 2010, aumentando para 43,8% em 2015.

Quanto às importações, em 2015, 55,2% constituíram-se de bens intermediários, 25,5% de bens de consumo e 19,3% de bens de capital. Houve queda nas importações em todas as categorias de uso, em relação ao ano anterior, com destaque para a significativa queda das importações de bens intermediários, de 23,5%.

Em uma análise histórica, observa-se a queda na participação das importações de bens de capital (que respondiam por 32,3% do total importado em 2000, caindo para 19,8% de participação em 2010 e para 19,3% em 2015) e concomitante aumento na participação dos bens de consumo (de 13,4% em 2000, para 16,6% em 2010 e 25,5% em 2015). As importações de bens intermediários respondiam por 53,6% do total importado pelo Estado em 2000, aumentando sua participação para 63,4% em 2010 e caindo para 55,2% em 2015.

EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES CATARINENSES, SEGUNDO CATEGORIAS DE USO

EXPORTAÇÕES				
Categorias de uso	Jan-Dez/2015 US\$ (A)	Jan-Dez/2015 (%)	Jan-Dez/2014 (US\$) (B)	Varição % (A/B)
BENS INTERMEDIÁRIOS	3.350.905.561	43,8%	3.689.126.604	-9,2%
BENS DE CONSUMO	2.884.618.167	37,7%	3.530.105.827	-18,3%
BENS DE CAPITAL	1.374.376.158	18,0%	1.692.929.882	-18,8%
COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES	30.620.896	0,4%	69.642.273	-56,0%
DEMAIS OPERAÇÕES	3.501.846	0,0%	5.554.699	-37,0%

IMPORTAÇÕES				
Categorias de uso	Jan-Dez/2015 US\$ (A)	Jan-Dez/2015 (%)	Jan-Dez/2014 (US\$) (B)	Varição % (A/B)
BENS INTERMEDIÁRIOS	6.958.810.622	55,2%	9.094.485.229	-23,5%
BENS DE CONSUMO	3.211.948.341	25,5%	3.964.831.639	-19,0%
BENS DE CAPITAL	2.429.088.480	19,3%	2.936.984.980	-17,3%
COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES	13.293.213	0,1%	22.425.040	-40,7%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Em relação à intensidade tecnológica⁴ em 2015, 59,7% das exportações industriais de Santa Catarina constituíram-se de produtos de baixa tecnologia, 31,8% de produtos de média-alta tecnologia, 7,6% de produtos de média-baixa tecnologia e 0,9% de produtos de alta tecnologia. Houve declínio nas exportações em todos os níveis de tecnologia, sobretudo nos produtos de média-alta tecnologia, que declinaram em 15,7% em relação ao ano anterior.

Observa-se um movimento de aumento da participação de produtos de média-alta tecnologia (26,9% de participação em 2000, 31% em 2010 e 31,8% em 2015), em detrimento da participação de produtos de baixa tecnologia (63,7% de participação no ano de 2000, 60,4% em 2010 e 59,7% em 2015) nas exportações catarinenses. Em relação aos produtos de alta tecnologia, observa-se que, historicamente, sua participação na pauta de exportações do Estado não se alterou muito: no ano de 2000, sua participação era de 0,5%, aumentando para 1,3% em 2010 e declinando novamente para 0,9% em 2015.

Quanto às importações no ano de 2015, 40,8% das importações industriais constituíram-se de produtos de média-alta tecnologia, 26% de baixa tecnologia, 23,6% de média-baixa tecnologia e 9,5% de alta tecnologia. Houve declínio em todos os níveis de intensidade tecnológica, em relação ao ano anterior, observando-se maior redução (de 29,4%) na importação de produtos de média-baixa tecnologia.

Historicamente, observa-se um aumento das importações de produtos de baixa e de média-baixa tecnologia (que respondiam, juntas, por 27,3% em 2000, aumentando sua participação conjunta para 53,5% em 2010 e 49,6% em 2015), em detrimento da participação de produtos de média-alta tecnologia (com participação de 63,5% em 2000, 36,3% em 2010 e 40,8% em 2015). Os produtos de alta tecnologia tinham participação de 9,3% nas importações em 2000, aumentando para 10,2% em 2010 e caindo novamente para 9,5% em 2015.

⁴Para esta análise, foram considerados apenas os produtos industriais.

EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES CATARINENSES, SEGUNDO INTENSIDADE TECNOLÓGICA

EXPORTAÇÕES				
Intensidade tecnológica	Jan-Dez/2015 US\$ (A)	Jan-Dez/2015 (%)	Jan-Dez/2014 (US\$) (B)	Varição % (A/B)
INDÚSTRIA DE BAIXA TECNOLOGIA	3.802.527.547	59,7%	4.395.214.793	-13,5%
INDÚSTRIA DE MÉDIA-ALTA TECNOLOGIA	2.025.508.602	31,8%	2.403.660.554	-15,7%
INDÚSTRIA DE MÉDIA-BAIXA TECNOLOGIA	482.739.213	7,6%	556.187.051	-13,2%
INDÚSTRIA DE ALTA TECNOLOGIA	57.389.409	0,9%	65.975.733	-13,0%

IMPORTAÇÕES				
Intensidade tecnológica	Jan-Dez/2015 US\$ (A)	Jan-Dez/2015 (%)	Jan-Dez/2014 (US\$) (B)	Varição % (A/B)
INDÚSTRIA DE MÉDIA-ALTA TECNOLOGIA	4.991.495.764	40,8%	6.123.077.978	-18,5%
INDÚSTRIA DE BAIXA TECNOLOGIA	3.179.150.532	26,0%	3.897.925.917	-18,4%
INDÚSTRIA DE MÉDIA-BAIXA TECNOLOGIA	2.888.554.075	23,6%	4.089.949.180	-29,4%
INDÚSTRIA DE ALTA TECNOLOGIA	1.165.763.959	9,5%	1.442.734.971	-19,2%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

3.2 Porte das Empresas

No que se refere ao porte das empresas⁵, observa-se que, em 2015, 68% das exportações catarinenses foram realizadas por grandes empresas, enquanto que apenas 2,1% foram realizadas pelas micro e pequenas, conforme pode ser visto no gráfico a seguir. Em relação ao ano anterior, as microempresas obtiveram um crescimento de 11,5% nas exportações, enquanto que as pequenas apresentaram queda de 3,8% e as grandes um declínio de 29,1% no valor exportado.

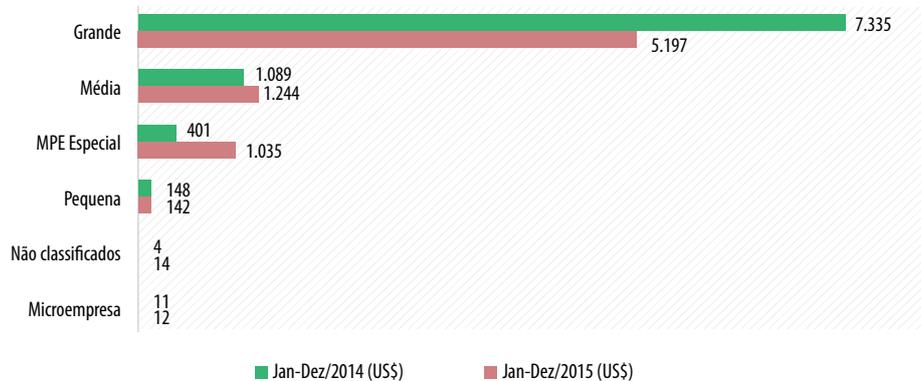
Chama a atenção o crescimento das exportações das micro e pequenas empresas especiais (que possuem o mesmo número de empregados que as micro e pequenas empresas, porém com um faturamento exportador maior): em relação a 2014, suas exportações aumentaram em 158%. Também se destaca o crescimento de 14,2% das exportações das médias empresas.

A participação das micro e pequenas empresas nas exportações do Estado em 2007 não oscilou muito: 2,5%, percentual que caiu para 1,8% em 2011, aumentando para 2,1% em 2015. Verifica-se, no entanto, um crescimento da participação das micro e pequenas empresas especiais: estas eram responsáveis por 8,6% das exportações do Estado em 2007, aumentando sua participação para 16,6% em 2011 e fechando 2015 com 13,5% de participação. Este aumento parece ter ocorrido em detrimento da participação das grandes empresas, responsáveis por 75,6% em 2007, caindo para 68,2% em 2011 e para 68% em 2015.

Apesar da pequena participação no valor exportado, destaca-se que, em termos do número de empresas exportadoras, as micro e pequenas empresas representaram 53,6% do total em 2015, enquanto que 9,6% eram micro e pequenas empresas especiais, 23,8% eram médias e 11,8% das empresas eram grandes. De uma perspectiva histórica, observa-se uma pequena perda de participação do número de micro e pequenas empresas exportadoras em função do aumento da participação do número das médias: no ano de 2007, por exemplo, 57,1% eram micro e pequenas empresas, 11,3% eram micro e pequenas empresas especiais, 19,7% eram médias e 11,6% eram grandes empresas.

⁵ Na análise do porte das empresas exportadoras e importadoras, foram utilizados os dados da FUNCEX, que possui metodologia própria para a classificação das empresas por porte. O ANEXO 1 apresenta a classificação utilizada.

EXPORTAÇÕES CATARINENSES, SEGUNDO O PORTE DAS EMPRESAS EXPORTADORAS – US\$ MILHÕES



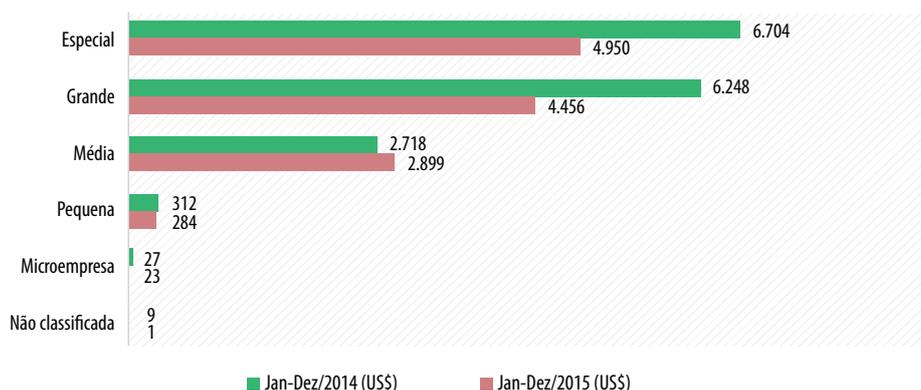
Fonte: FUNCEX, 2016

As importações catarinenses por porte das empresas são menos concentradas do que as exportações: em 2015, 35,3% das importações foram realizadas por grandes empresas, 23% pelas médias, 39,2% pelas micro e pequenas empresas especiais e 2,5% pelas micro e pequenas empresas. À exceção das médias empresas, que aumentaram suas importações em 6,7% em 2015, as empresas dos demais portes diminuíram suas importações em relação ao ano anterior.

É possível observar um crescimento da participação das médias empresas nas importações do Estado, em detrimento da participação das grandes: em 2007, as médias empresas respondiam por 17,3% do total importado, passando para 21,2% em 2011 e para 23% em 2015. Neste mesmo período, as grandes empresas foram responsáveis por 43,1% das importações em 2007, caindo para 36,7% em 2011 e para 35,3% em 2015.

Em termos do número de empresas importadoras, observa-se que as micro e pequenas empresas representaram 52,3% das empresas importadoras em 2015. Verifica-se, no entanto, que, de uma perspectiva histórica, esta categoria vem perdendo participação: em 2007, as micro e pequenas empresas chegaram a representar 58,1% do total. Concomitantemente, observa-se crescente participação da categoria de micro e pequenas empresas especiais: estas representavam 8,6% do total em 2007, aumentando sua participação para 15,3% em 2011 e para 17,1% em 2015. Neste sentido, pode-se inferir que um crescente número de micro e pequenas empresas tem aumentado o valor de suas importações nos últimos anos, o que as coloca na categoria de micro e pequenas empresas especiais.

IMPORTAÇÕES CATARINENSES, SEGUNDO O PORTE DAS EMPRESAS IMPORTADORAS – US\$ MILHÕES



Fonte: FUNCEX, 2016

3.3 Análise Setorial

Além da avaliação dos principais indicadores de desempenho do comércio internacional catarinense, o estudo de 2016 também procura apresentar uma abordagem setorial. Neste sentido, foi utilizada a metodologia adotada pelo Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense – PDIC 2022.

O PDIC, com o objetivo de posicionar a indústria catarinense como protagonista do desenvolvimento do Estado, elencou 16 setores entendidos como indutores da dinâmica de prosperidade industrial em Santa Catarina⁶: agroalimentar, bens de capital, celulose e papel, cerâmico, construção civil, economia do mar, energia, indústrias emergentes, meio ambiente, metalmeccânico e metalurgia, móveis e madeira, produtos químicos e plásticos, saúde, tecnologia da informação e comunicação, têxtil e confecção e turismo⁷.

Em termos setoriais, no ano de 2015 as exportações industriais catarinenses foram relativamente concentradas nos setores agroalimentar, móveis e madeira, energia e bens de capital que, conjuntamente, responderam por mais de 70% do total industrial exportado pelo Estado. À exceção dos setores de celulose e papel, cerâmico, economia do mar e móveis e madeira, os demais apresentaram quedas no valor exportado, em relação ao ano anterior, conforme pode ser visto na tabela a seguir.

É interessante observar a evolução setorial das exportações do Estado: de 2000 a 2015, aumentaram sua participação nas exportações setores como o agroalimentar (de 25,9% para 39,2%), energia (de 6,6% para 11,3%) e produtos químicos e plástico (de 1,8% para 4,2%); por outro lado, perderam participação nas exportações, no mesmo período, setores como o cerâmico (de 5,6% em 2010 para 2,4% em 2015), móveis e madeira (de 20,2% para 12,4%) e têxtil e confecção (de 11,6% para 2,4%).

EXPORTAÇÕES INDUSTRIAIS CATARINENSES – SETORES CONTEMPLADOS NO PDIC

Setores	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2014	Varição %
	US\$ (A)	(%)	(US\$) (B)	(A/B)
AGROALIMENTAR	2.511.124.486	39,2%	3.135.564.118	-19,9%
MÓVEIS E MADEIRA	797.674.610	12,4%	774.041.224	3,1%
ENERGIA	724.860.258	11,3%	971.016.589	-25,4%
BENS DE CAPITAL	659.354.618	10,3%	750.969.598	-12,2%
INDÚSTRIAS EMERGENTES	491.631.306	7,7%	569.771.475	-13,7%
PRODUTOS QUÍMICOS E PLÁSTICO	270.223.331	4,2%	276.823.406	-2,4%
CELULOSE E PAPEL	250.833.412	3,9%	235.846.436	6,4%
METALMECÂNICO E METALURGIA	232.025.002	3,6%	271.954.559	-14,7%
TÊXTEL E CONFECÇÃO	153.979.263	2,4%	165.109.341	-6,7%
CERÂMICO	153.385.992	2,4%	141.278.254	8,6%
OUTROS INDUSTRIAIS	113.117.540	1,8%	126.315.153	-10,4%
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	29.283.958	0,5%	34.453.631	-15,0%
SAÚDE	15.289.258	0,2%	17.101.954	-10,6%
ECONOMIA DO MAR	4.546.501	0,1%	2.583.378	76,0%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

⁶ As Rotas Estratégicas de desenvolvimento dos setores foram elaboradas a partir da contribuição de mais de 1.700 especialistas, os quais identificaram a visão dos setores para 2022, os fatores críticos que impedem o desenvolvimento e as ações de curto, médio e longo prazo para o crescimento da indústria.

⁷ VER ANEXO 2.

Já as importações industriais catarinenses mostraram menor concentração setorial. Os quatro setores com maior participação nas importações do Estado foram o de produtos químicos e plástico, metalmeccânica e metalurgia, têxtil e confecção e bens de capital, que responderam, conjuntamente, por 64,1% do total industrial importado. Em relação ao ano anterior, houve retração das importações de todos os setores, com ênfase nos setores de economia do mar (68,6%), celulose e papel (32%) e metalmeccânico e metalurgia (31,5%), conforme a tabela a seguir.

De 2000 a 2015, aumentaram sua participação no total industrial importado pelo Estado setores como o de metalmeccânico e metalurgia (de 3,3% para 15,6%), saúde (de 0,9% para 3,7%) e têxtil e confecção (de 6,5% para 13,5%). Por outro lado, perderam participação setores como o de bens de capital (de 21,4% para 9,2%), indústrias emergentes (de 6,9% para 4,9%), energia (de 10,6% para 7,7%) e tecnologias da informação e comunicação (de 7,1% para 5%).

IMPORTAÇÕES INDUSTRIAIS CATARINENSES – SETORES CONTEMPLADOS NO PDIC

Setores	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2014	Variação % (A/B)
	US\$ (A)	(%)	(US\$) (B)	
PRODUTOS QUÍMICOS E PLÁSTICO	3.183.850.465	25,8%	4.120.221.294	-22,7%
METALMECÂNICO E METALURGIA	1.925.678.578	15,6%	2.813.050.790	-31,5%
TÊXTEL E CONFECÇÃO	1.663.007.520	13,5%	1.952.908.435	-14,8%
BENS DE CAPITAL	1.140.582.147	9,2%	1.332.665.640	-14,4%
ENERGIA	949.328.093	7,7%	1.094.582.937	-13,3%
AGROALIMENTAR	939.616.891	7,6%	1.224.659.154	-23,3%
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	611.504.324	5,0%	819.994.437	-25,4%
INDÚSTRIAS EMERGENTES	598.646.074	4,9%	740.412.283	-19,1%
OUTROS INDUSTRIAIS	496.420.492	4,0%	563.643.975	-11,9%
SAÚDE	459.713.095	3,7%	531.494.994	-13,5%
CERÂMICA	203.785.374	1,7%	242.196.098	-15,9%
CELULOSE E PAPEL	90.037.738	0,7%	132.428.354	-32,0%
MÓVEIS E MADEIRA	70.201.938	0,6%	79.507.150	-11,7%
ECONOMIA DO MAR	10.812.226	0,1%	34.441.078	-68,6%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

A tabela a seguir elenca os dez principais produtos exportados pelo Estado em 2015, de acordo com a classificação SH 04. Estes produtos representaram quase 60% do total exportado, revelando novamente o alto grau de concentração da pauta catarinense de exportações. Dentre os produtos, quatro pertencem ao setor agroalimentar, corroborando a forte presença deste segmento nas exportações. Os setores de energia, bens de capital, indústrias emergentes e móveis e madeira também estão representados neste ranking.

O principal produto exportado em 2015, “carnes e miudezas comestíveis de frango”, foi responsável por 18,2% das exportações catarinenses. Historicamente, este é o principal produto comercializado pelo Estado, sendo que a sua participação no total das exportações catarinenses oscilou entre 13% e 22% entre os anos de 2000 e 2015. Santa Catarina respondeu, em 2015, por 22,3% das exportações nacionais deste produto.

À exceção do produto “móveis e suas partes”, que apresentou modesto crescimento em relação a 2014 (0,9%), todos os outros produtos apresentados na tabela tiveram queda no valor exportado em 2015. É interessante observar que a queda nas exportações catarinenses destes produtos foi concomitante à queda nas suas importações em nível mundial: as exportações catarinenses de carnes e miudezas de frango, por exemplo, caíram em 16,2% em 2015, enquanto que as suas importações mundiais declinaram em 23,7%; as exportações catarinenses de motores e geradores elétricos caíram 27,5% em 2015, enquanto que as suas importações mundiais declinaram 14,4%.

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS POR SANTA CATARINA, DE ACORDO COM A CLASSIFICAÇÃO SH 04

Descrição do produto	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2014	Variação %
	US\$ (A)	(%)	(US\$) (B)	(A/B)
Carnes e miudezas comestíveis de frango	1.422.773.956	18,6%	1.697.977.581	-16,2%
Soja, mesmo triturada	582.484.128	7,6%	833.597.334	-30,1%
Tabaco não manufaturado	540.320.909	7,1%	550.472.932	-1,8%
Motores e geradores, elétricos	426.380.529	5,6%	588.496.357	-27,5%
Carnes de animais da espécie suína	412.732.448	5,4%	548.357.755	-24,7%
Partes reconhecíveis de motores	381.413.728	5,0%	450.285.238	-15,3%
Bombas de ar ou de vácuo, compressores de ar, exaustores	340.047.419	4,4%	406.276.489	-16,3%
Preparações e conservas de carne, miudezas ou sangue	234.076.619	3,1%	305.459.174	-23,4%
Móveis e suas partes	193.042.805	2,5%	191.385.633	0,9%
Carnes e miudezas, comestíveis	189.677.316	2,5%	244.401.025	-22,4%
Demais produtos	2.921.072.771	38,2%	3.170.649.767	-7,9%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Observa-se que a pauta de importações é mais diversificada em termos de produtos do que a de exportações: os 10 principais produtos importados pelo Estado em 2015 foram responsáveis por pouco mais de 20% do total. Destes produtos, quatro pertencem ao setor de produtos químicos e plástico, setor com maior participação nas importações do Estado. Outros setores representados neste ranking são o metalmeccânico e metalurgia, indústrias emergentes, bens de capital, têxtil e confecção e tecnologia da informação e comunicação.

O principal produto importado em 2015, "polímeros de etileno", foi responsável por 4,6% do total importado pelo Estado. Em nível nacional, Santa Catarina foi responsável por 48% do total do produto importado pelo país, posicionando o Estado como o principal importador deste produto desde o ano de 2002.

À exceção da importação de máquinas e aparelhos mecânicos, que obteve crescimento de 44,5% em relação ao ano anterior, os demais produtos apresentados na tabela a seguir apresentaram queda na importação, em relação a 2014, com ênfase nos automóveis de passageiros (declínio de 46,9%) e nos polímeros de propileno (queda de 42,5%).

PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS POR SANTA CATARINA, DE ACORDO COM A CLASSIFICAÇÃO SH 04

Descrição do produto	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2014	Variação %
	US\$ (A)	(%)	(US\$) (B)	(A/B)
Polímeros de etileno, em formas primárias	586.407.072	4,6%	775.427.583	-24,4%
Cobre afinado e ligas de cobre, em formas brutas	471.388.048	3,7%	819.809.981	-42,5%
Fios de filamentos sintéticos (exceto linhas para costurar)	272.945.162	2,2%	354.297.245	-23,0%
Automóveis de passageiros	250.580.164	2,0%	471.684.885	-46,9%
Pneumáticos novos, de borracha	206.654.158	1,6%	294.528.782	-29,8%
Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	179.366.133	1,4%	269.864.405	-33,5%
Máquinas e aparelhos, mecânicos, com função própria	173.287.744	1,4%	119.882.466	44,5%
Fios de fibras artificiais descontínuas (exceto linhas para costurar)	159.362.770	1,3%	202.510.648	-21,3%
Polímeros de propileno ou de outras olefinas, em formas primárias	151.977.478	1,2%	264.405.998	-42,5%
Aparelhos elétricos para telefonia ou telegrafia por fios	151.794.652	1,2%	215.454.508	-29,5%
Outros produtos	10.009.377.275	79,4%	12.230.860.387	-18,2%

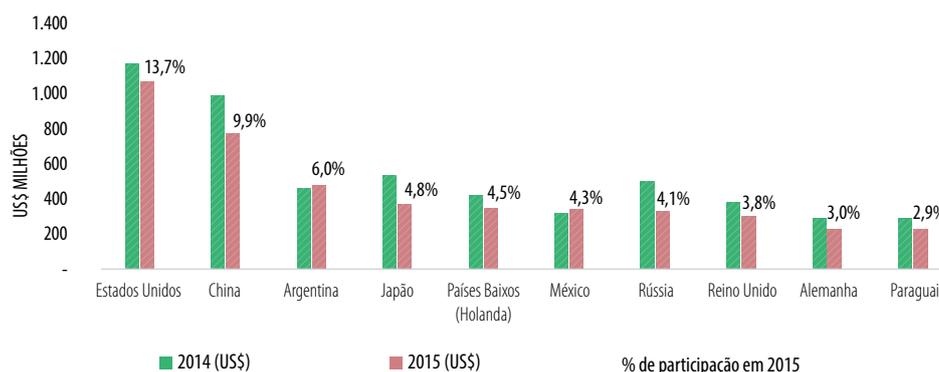
Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

3.4 Parceiros Comerciais

Quanto aos destinos das exportações em 2015, 13,7% das exportações destinaram-se aos Estados Unidos, principal importador de produtos catarinenses, seguido pela China e pela Argentina (9,9% e 6,0%, respectivamente). Como pode ser visto no gráfico a seguir, os dez principais países importadores foram responsáveis pela compra de 57% das exportações catarinenses.

É interessante observar a elevação da participação da China como destino de nossas exportações: no ano de 2000, o país importava 0,9% dos produtos catarinenses, sendo o 22º importador; já em 2010, este percentual passou para 3,6%, colocando o país como o 8º destino das exportações do Estado. Em 2015, importou 9,9% dos produtos catarinenses, aparecendo como o segundo destino das exportações do Estado. Concomitante à ascensão chinesa, observa-se a perda de participação de países como os Estados Unidos (que chegaram a importar mais de 25% dos produtos catarinenses no ano de 2000), Argentina (responsável por mais de 10% em 2000), Alemanha e Reino Unido.

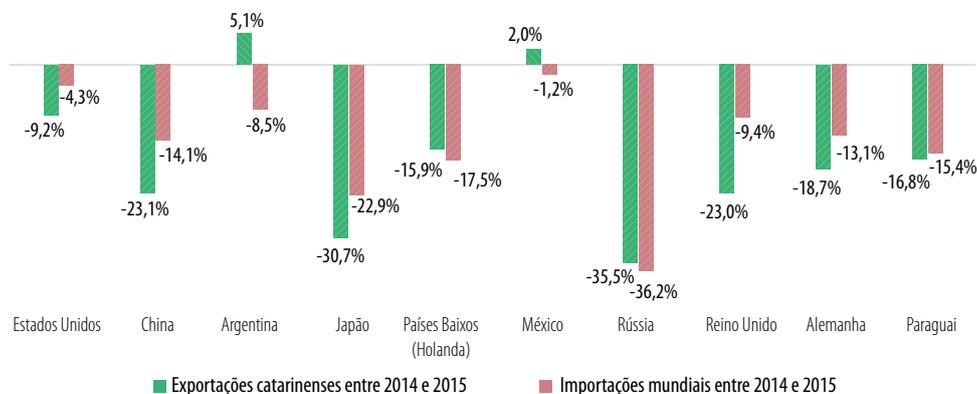
VALORES DAS EXPORTAÇÕES CATARINENSES EM 2014 E EM 2015, E PARTICIPAÇÃO % NAS EXPORTAÇÕES TOTAIS EM 2015 – POR PAÍSES DE DESTINO



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Exceto Argentina e México, que aumentaram suas importações de Santa Catarina (em 5,1% e 2%, respectivamente), os demais países diminuíram suas importações do Estado em 2015, com destaque para a Rússia (declínio de 35,5%) e para o Japão (queda de 30,7%). A queda nas importações por parte destes países, no entanto, ocorreu em nível mundial, como pode ser visto no próximo gráfico, que compara o crescimento ou a queda das exportações catarinenses para os seus principais importadores com a evolução das importações mundiais nestes mesmos países.

COMPARATIVO DO CRESCIMENTO DAS EXPORTAÇÕES CATARINENSES COM AS IMPORTAÇÕES MUNDIAIS, POR PAÍSES



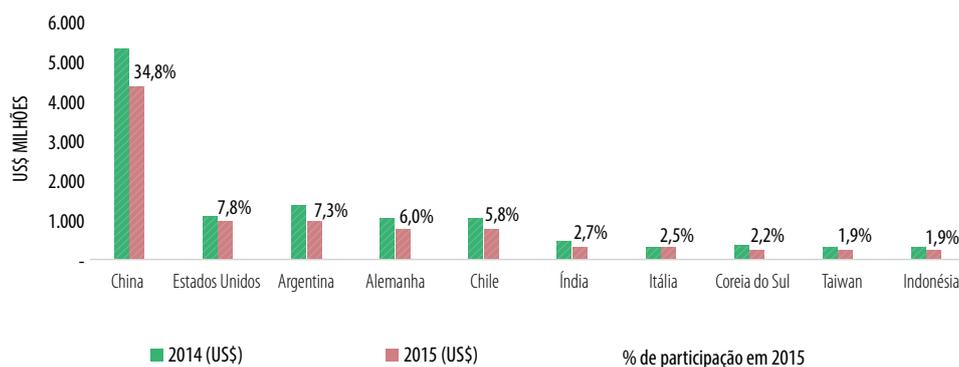
Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016 e COMTRADE, 2016

Neste sentido, embora as exportações catarinenses tenham declinado para os Estados Unidos (em 4,3%) e para a China (em 14,1%), as importações mundiais destes países tiveram uma queda ainda mais expressiva, da ordem de 9,2% e 23,1%, respectivamente. A mesma situação ocorre com o Japão, Reino Unido, Alemanha e Paraguai. O declínio de suas importações em nível mundial foi maior do que o declínio das exportações catarinenses para estes países.

A China aparece como principal origem das importações do Estado, sendo responsável por 34,8% do total importado em 2015. Como pode ser visto na tabela seguinte, em virtude de grande parte das importações catarinenses ser originária da China, os dez principais países foram responsáveis por quase 73% das importações do Estado neste ano.

O crescimento da participação chinesa como origem das importações de Santa Catarina também é notável. No ano 2000, a China aparecia como o 14º país de origem das importações do Estado (responsável por 1,8% do total), subindo para a segunda posição já em 2006 (com 13,3%) e culminando como principal importador dos produtos catarinenses desde o ano de 2007. Observa-se que, concomitantemente a este movimento, perdem participação tradicionais exportadores para o Estado, como a Argentina (de 16,8% em 2000 para 7,3% em 2015), os Estados Unidos (de 14,4% em 2000 para 7,8% em 2015) e a Itália (de 8,3% em 2000 para 2,5% em 2015).

VALORES DAS IMPORTAÇÕES CATARINENSES EM 2014 E EM 2015, E PARTICIPAÇÃO % NAS IMPORTAÇÕES TOTAIS EM 2015 – POR PAÍSES DE ORIGEM

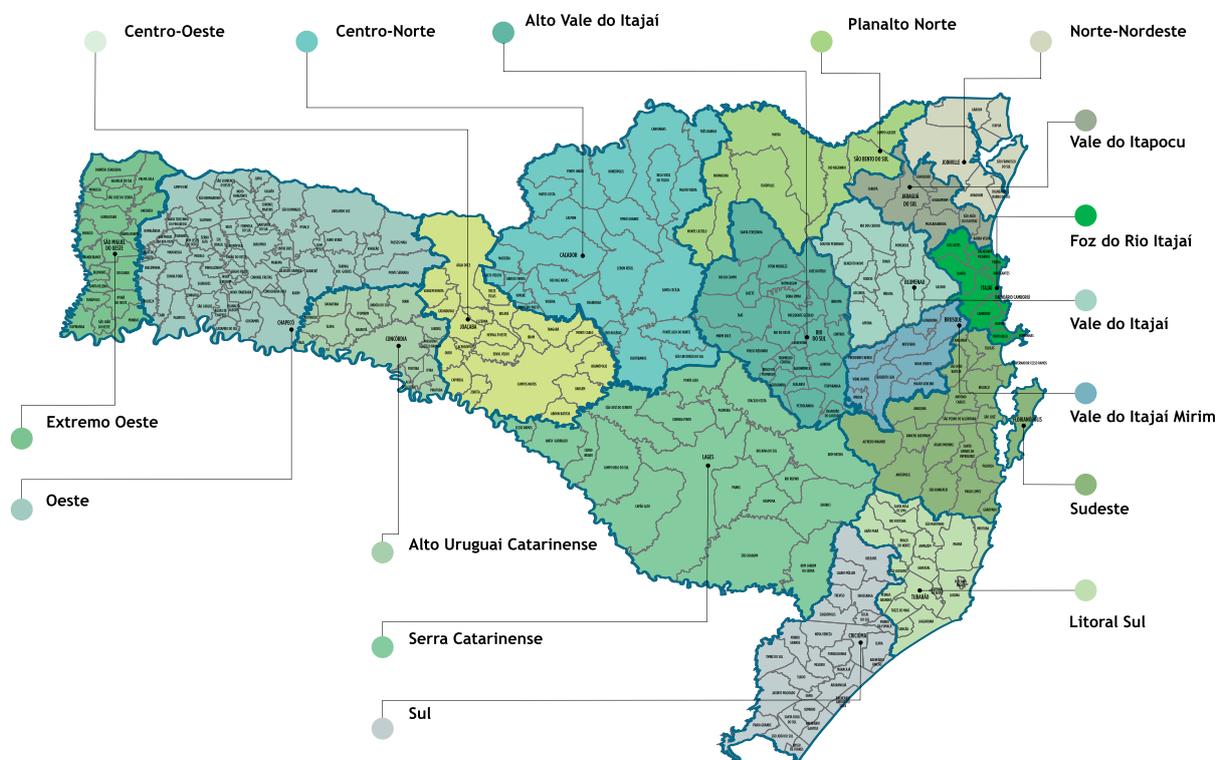


Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

3.5 Análise Regional

A análise regional do comércio exterior catarinense, no presente estudo, é baseada nas vice-presidências regionais da FIESC⁸. Neste sentido, em 2015, as exportações foram primordialmente concentradas na região da Foz do Rio Itajaí, responsável por 32,8% do total exportado, e na região Norte-Nordeste, responsável por 21%. É importante destacar a presença, nestas duas regiões, de quatro importantes portos e terminais portuários catarinenses: os de Itajaí e Navegantes, na região de Foz do Rio Itajaí, e os de São Francisco do Sul e Itapoá, na região Norte-Nordeste, o que ajuda a compreender a maior participação destas regiões nas exportações do Estado. As regiões de Vale do Itajaí (7,4%), Vale do Itapocu (7,2%) e Centro-Norte (5,6%) também se destacam nas exportações do Estado.

VICE-PRESIDÊNCIAS REGIONAIS DA FIESC



De uma perspectiva histórica, porém, observa-se que, no ano de 2000, era a região Norte-Nordeste que concentrava a maior parte das exportações do Estado, com 31,3% de participação, seguida pela região do Vale do Itajaí, com 13,8%. A região da Foz do Rio Itajaí, atualmente responsável pela maior parte das exportações, era responsável por apenas 8,0% do total.

Em virtude do declínio das exportações catarinenses em 2015, verifica-se queda nas exportações de quase todas as regiões do Estado. O destaque positivo é para a região Oeste, única região que apresentou crescimento do valor exportado (12%). O Litoral Sul, por outro lado, destaca-se como a região com maior queda nas exportações (47,1%) em relação ao ano anterior.

⁸ Para a obtenção dos valores exportados e importados por cada vice-presidência regional da FIESC, utilizou-se o somatório das exportações e importações dos municípios que as compõem. Observa-se, no entanto, que o critério utilizado pelo MDIC/SECEX para contabilizar as exportações dos municípios difere do utilizado para contabilizar as exportações do Estado: enquanto o primeiro é baseado no domicílio fiscal das empresas exportadoras, o segundo considera as mercadorias produzidas pelo Estado. Por este motivo, o somatório das exportações das vice-presidências regionais tende a ser superior ao valor divulgado das exportações do Estado. Estas variações, no entanto, não prejudicam a análise realizada no presente estudo.

EXPORTAÇÕES CATARINENSES, DE ACORDO COM AS REGIÕES

REGIÃO	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2014	Variação %
	US\$ (A)	(%)	(US\$) (B)	(A/B)
Foz do Rio Itajaí	2.963.070.521	32,8%	4.003.479.049	-26,0%
Norte-Nordeste	1.901.209.876	21,0%	2.511.801.977	-24,3%
Vale do Itajaí	665.316.608	7,4%	698.799.670	-4,8%
Vale do Itapocu	649.702.067	7,2%	811.069.975	-19,9%
Sul	536.080.223	5,9%	548.923.122	-2,3%
Centro-Norte	505.372.894	5,6%	518.891.884	-2,6%
Planalto Norte	339.166.752	3,8%	355.169.868	-4,5%
Alto Uruguai Catarinense	312.500.979	3,5%	334.341.598	-6,5%
Serra Catarinense	271.158.007	3,0%	282.204.900	-3,9%
Alto Vale do Itajaí	261.916.620	2,9%	332.692.910	-21,3%
Sudeste	145.425.168	1,6%	172.443.413	-15,7%
Extremo Oeste	136.485.439	1,5%	180.837.629	-24,5%
Centro-Oeste	130.935.910	1,4%	136.778.147	-4,3%
Oeste	102.574.459	1,1%	91.572.100	12,0%
Vale do Itajaí Mirim	64.644.388	0,7%	72.449.801	-10,8%
Litoral Sul	48.295.870	0,5%	91.322.841	-47,1%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

As importações regionais do Estado foram ainda mais concentradas do que as exportações em 2015. A região de Foz do Rio Itajaí foi responsável por 46,5% do total importado, seguida pela região Norte-Nordeste, com 21,9%, e pela região Sudeste, com 11,7%. Neste sentido, mais de 80% das importações catarinenses adentraram no Estado por estas três regiões.

Observa-se que, historicamente, tal situação não foi significativamente alterada, uma vez que, no ano de 2000, a região da Foz do Rio Itajaí era responsável por 48,0% das importações, a região Norte-Nordeste era responsável por 17,9% e a região Sudeste era responsável por 13,8% do total importado pelo Estado.

O Centro-Norte e a Serra Catarinense destacam-se como as únicas regiões nas quais houve aumento das importações em 2015, com crescimento de 30,9% e 12,5%, respectivamente. Todas as demais regiões apresentaram queda no valor importado, com destaque para o Litoral Sul, com 39,1% de declínio.

IMPORTAÇÕES CATARINENSES, DE ACORDO COM AS REGIÕES

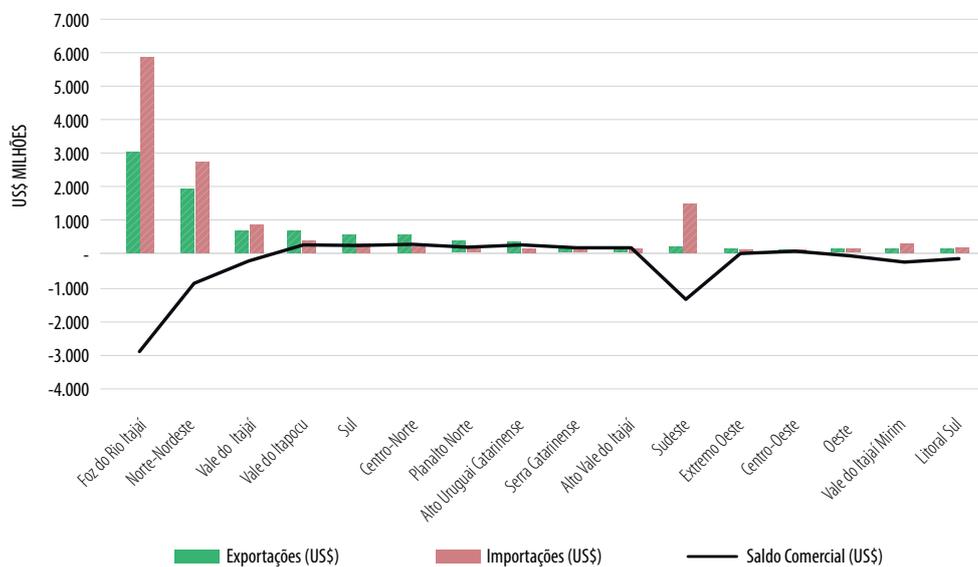
REGIÃO	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2015	Jan-Dez/2014	Variação %
	US\$ (A)	(%)	(US\$) (B)	(A/B)
Foz do Rio Itajaí	5.840.201.414	46,5%	7.660.646.001	-23,8%
Norte-Nordeste	2.745.659.072	21,9%	3.246.877.018	-15,4%
Sudeste	1.469.854.145	11,7%	1.844.453.568	-20,3%
Vale do Itajaí	835.258.807	6,7%	1.180.969.228	-29,3%
Vale do Itapocu	354.293.266	2,8%	413.245.808	-14,3%
Vale do Itajaí Mirim	275.634.228	2,2%	384.627.329	-28,3%
Sul	256.040.246	2,0%	296.016.574	-13,5%
Centro-Norte	184.773.441	1,5%	141.195.168	30,9%
Litoral Sul	151.790.688	1,2%	249.294.957	-39,1%
Oeste	126.750.628	1,0%	163.131.514	-22,3%
Planalto Norte	109.367.831	0,9%	134.054.099	-18,4%
Extremo Oeste	83.879.263	0,7%	103.382.637	-18,9%
Serra Catarinense	46.825.218	0,4%	41.622.153	12,5%
Alto Vale do Itajaí	42.655.752	0,3%	47.085.772	-9,4%
Alto Uruguai Catarinense	17.620.504	0,1%	25.405.223	-30,6%
Centro-Oeste	13.364.183	0,1%	15.186.328	-12,0%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

Com base nas tabelas anteriores, o próximo gráfico sintetiza o desempenho das exportações, importações e saldo comercial de cada uma das regiões das vice-presidências regionais da FIESC em 2015.

É possível observar que 7 das 16 vice-presidências regionais desta Federação apresentaram déficit comercial em 2015. O maior déficit registrado foi o da região de Foz do Rio Itajaí, de US\$ 2,9 bilhões, seguida pela região Sudeste, com um déficit de US\$ 1,3 bilhão. Por outro lado, das 9 vice-presidências que apresentaram superávit, destacam-se as regiões Centro-Norte e Vale do Itapocu, com superávits de US\$ 320,6 milhões e US\$ 295,4 milhões, respectivamente.

DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES, IMPORTAÇÕES E SALDO COMERCIAL DAS REGIÕES DE ABRANGÊNCIA DAS VICE-PRESIDÊNCIAS DA FIESC



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2016

**MAIS SEGURANÇA E
RAPIDEZ PARA EXPORTAR.**

**UM CLIQUE A MAIS NA
COMPETITIVIDADE DO SEU PRODUTO.**



www.fiesc.com.br/cin/cod

FIESC

Centro Internacional de Negócios - CIN

Tel +55 48 3231.4664 • Fax: +55 48 3231.4669 • cod@fiesc.com.br • www.fiesc.com.br

4. Resultados da pesquisa

Como realizado anualmente, a FIESC elaborou e aplicou uma pesquisa com empresas importadoras e exportadoras de Santa Catarina com o principal objetivo de analisar o desempenho recente e as perspectivas destas empresas em suas transações comerciais com outros países. A pesquisa foi realizada por meio da aplicação de um formulário eletrônico, disponibilizado pela internet para aquelas empresas do Estado que efetuaram exportações e importações em 2015, de acordo com os dados fornecidos pela Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

O formulário aplicado, cujo modelo encontra-se no ANEXO 3, foi preenchido por 140 empresas, número que garante a representatividade dos resultados apresentados. Desta amostra, 40% são empresas exportadoras e importadoras, 28,6% são somente exportadoras e 31,4% são somente importadoras. A listagem com os nomes das empresas participantes da pesquisa encontra-se no ANEXO 4.

Inicialmente a pesquisa apresenta as empresas a partir de seu porte, setor de atividade e experiência internacional, dentre outros aspectos. A segunda parte contempla informações sobre a prática exportadora e perfil dos produtos exportados pelas empresas, enquanto a seção seguinte analisa o desempenho e perspectivas das empresas nas importações. Finalmente, a última parte da pesquisa analisa a experiência das empresas no processo de internacionalização, incluindo temas como acordos comerciais e estratégias de internacionalização mais utilizadas.

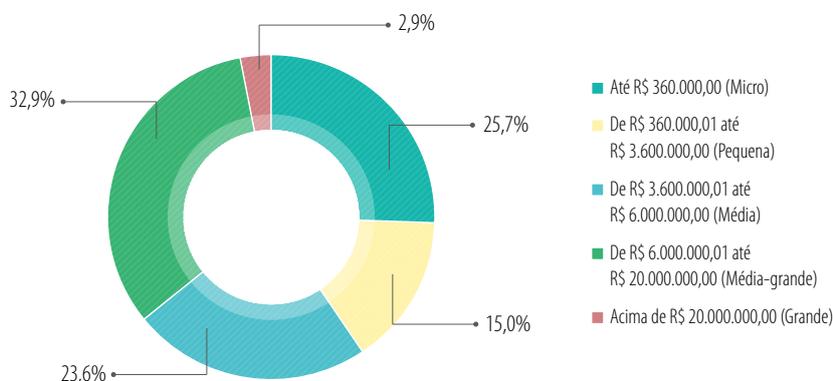
4.1 Caracterização das Empresas

Inicialmente buscou-se identificar o porte das empresas pesquisadas, com base na classificação utilizada pelo SEBRAE de acordo com o faturamento anual, a seguir descrita:

- Até R\$ 60.000,00 (Microempreendedor Individual)
- Até R\$ 360.000,00 (Micro)
- De R\$ 360.000,01 até R\$ 3.600.000,00 (Pequena)
- De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 6.000.000,00 (Média)
- R\$ 6.000.000,01 a R\$ 20.000.000,00 (Média-grande)
- Acima de R\$ 20.000.000,00 (Grande)

No presente trabalho há uma maior participação de grandes empresas, que compreendem quase um terço da amostra (32,9%). Por outro lado, verifica-se também uma participação expressiva de pequenas empresas e de empresas de médio/grande porte na pesquisa realizada (25,7% e 23,5% do total, respectivamente). As microempresas tiveram pouca representatividade no total de respondentes.

PORTE DA EMPRESA

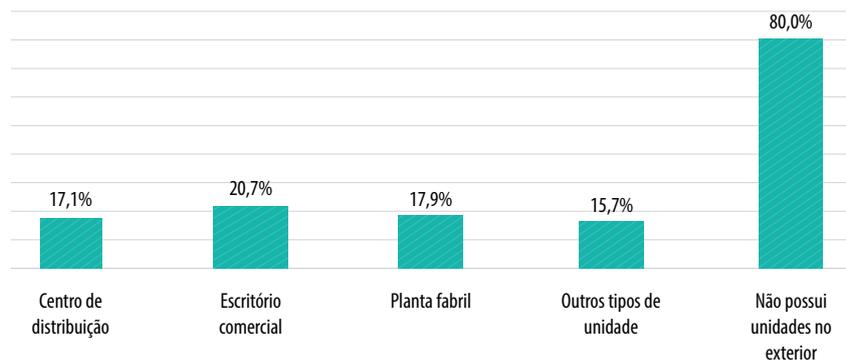


FONTE: Resultados da pesquisa

Esta amostra, contemplando empresas de diferentes tamanhos em proporções relativamente equilibradas, é muito adequada sob o ponto de vista da análise da pesquisa, uma vez que expressa resultados globais sem predominância de um grupo específico de empresas. Isto é particularmente importante na análise do desempenho do comércio internacional catarinense, uma vez que os desafios e dificuldades enfrentadas são diferenciados, em muitas situações, em função do porte das empresas exportadoras e importadoras.

O gráfico seguinte demonstra que somente uma pequena parcela das empresas pesquisadas (20%), principalmente de médio e grande porte, vem investindo em unidades em outros países, especificamente em atividades de natureza comercial (escritórios e centros de distribuição).

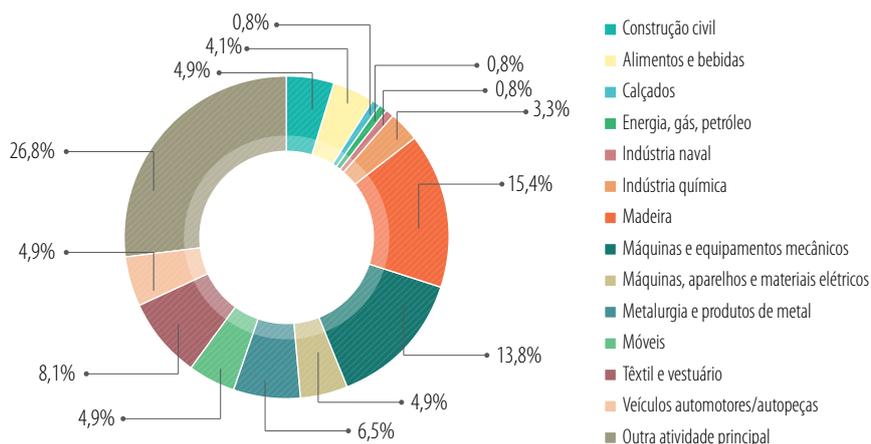
A EMPRESA POSSUI UNIDADES NO EXTERIOR?



FONTE: Resultados da pesquisa

Empresas de mais de 13 setores da indústria de Santa Catarina, de todas as regiões do Estado, participaram da pesquisa este ano. Os setores com maior participação de empresas, totalizando quase 45% da amostra, foram, em ordem de importância: madeira (15,4%), máquinas e equipamentos (13,8%), têxtil e vestuário (8,1%), e metalurgia e produtos de metal (6,5%). A diversidade setorial também é favorável na análise dos resultados, pois o desempenho nas exportações e importações é geralmente influenciado por fatores especificamente relacionados aos segmentos que as empresas pertencem.

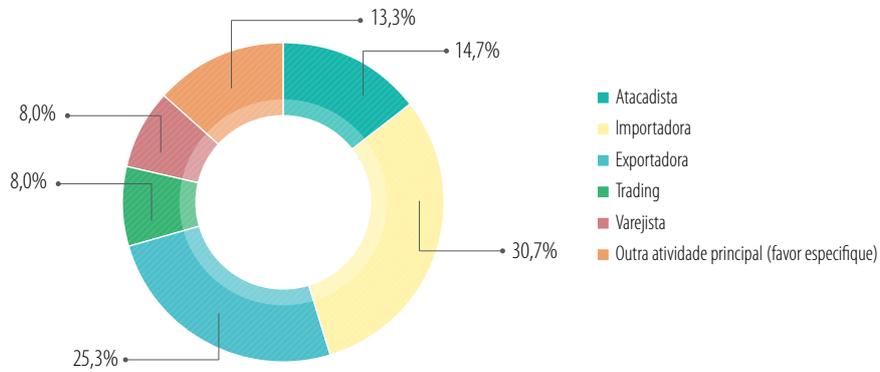
INDÚSTRIA



FONTE: Resultados da pesquisa

Das empresas de comércio, a maioria das empresas respondentes está ligada a atividades de exportação e importação: 30,7% são importadoras, 25,3% trabalham com exportação e 8,0% são *trading companies*.

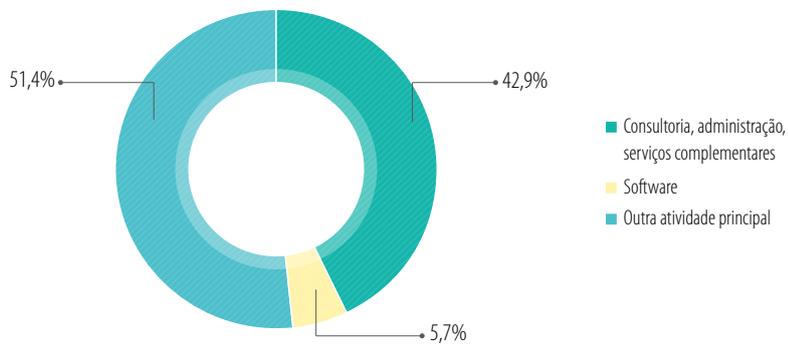
COMÉRCIO



FONTE: Resultados da pesquisa

Já no setor de serviços, 42,9% destas empresas dedicam-se a atividades de consultoria, administração e serviços complementares.

SERVIÇOS

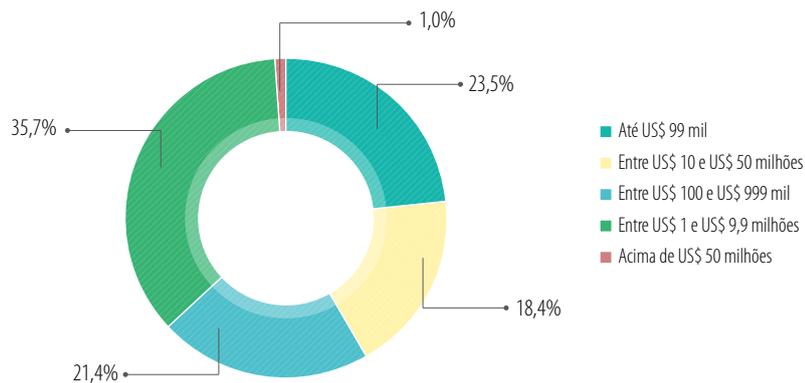


FONTE: Resultados da pesquisa

4.2 Negócios Internacionais – Exportações

As empresas exportadoras foram inicialmente caracterizadas de acordo com os valores FOB exportados em 2015. Neste aspecto, verifica-se a predominância de empresas que exportaram entre US\$ 1 milhão e US\$ 9,9 milhões (35,7%) e até US\$ 99 mil (23,5%). Também é significativa a parcela de empresas que exportaram entre US\$ 100 mil e US\$ 999 mil (21,4%).

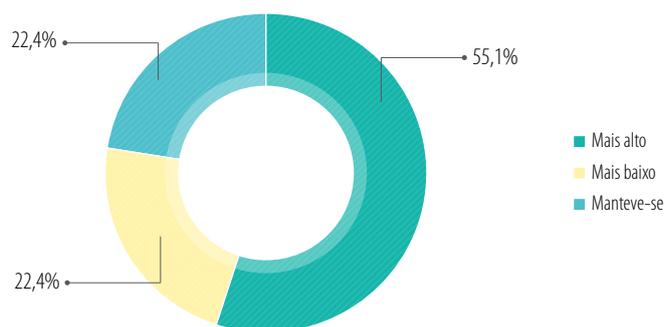
FAIXA DE VALOR DAS EXPORTAÇÕES DA EMPRESA EM 2015 (FOB)



FONTE: Resultados da pesquisa

Um aspecto favorável identificado na pesquisa é que, para mais da metade das empresas (55,1%), as receitas de exportação aumentaram em relação ao ano anterior, enquanto que para 22,4% as exportações mantiveram-se estáveis quando comparadas aos valores de 2014. Este mesmo percentual informou que o valor exportado em 2015 foi inferior àquele exportado em 2014.

EM RELAÇÃO ÀS EXPORTAÇÕES DE 2014, O VALOR TOTAL EXPORTADO É CONSIDERADO

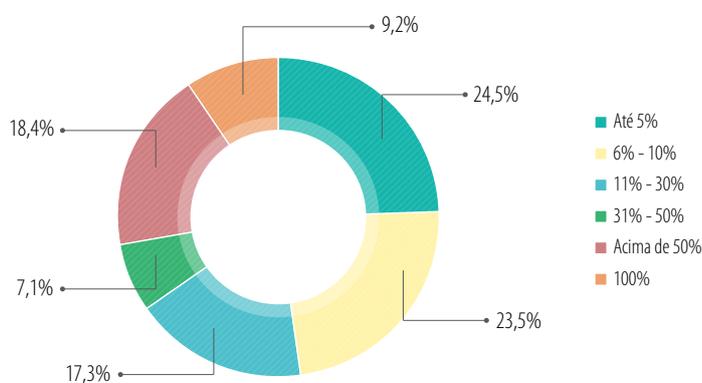


FONTE: Resultados da pesquisa

Muitas das empresas que informaram que suas exportações cresceram em comparação a 2014 alegaram que a desvalorização do real foi um importante motivo para o incremento. Mas um número significativo de empresas também informou que o crescimento foi em função da abertura de novos mercados importadores e da captação de novos clientes nos países para os quais já exportavam.

Para quase um quarto das empresas (24,5%), a exportação representou até 5% do faturamento total em 2015, enquanto que para quase outro quarto delas (23,5%) a contribuição das exportações foi de 6% a 10% do faturamento. O próximo gráfico demonstra que, no outro extremo, para aproximadamente 28% das respondentes, as exportações representaram mais da metade do total faturado.

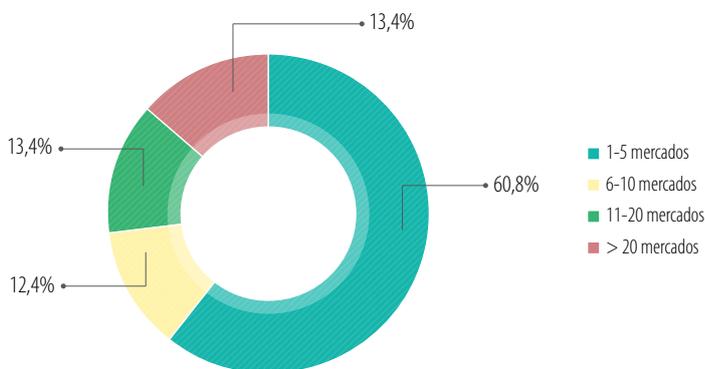
PARTICIPAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES NO FATURAMENTO DA EMPRESA EM 2015



FONTE: Resultados da pesquisa

A grande maioria das empresas, 60,8%, exportou para um reduzido número de mercados em 2015 – de 1 a 5 países. Apenas 13,4% das respondentes informaram ter exportado para mais de 20 mercados neste ano.

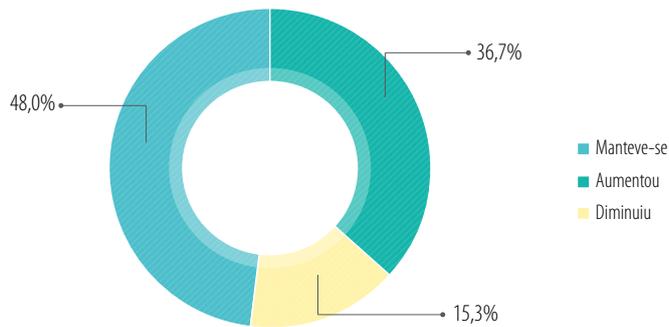
NÚMERO DE MERCADOS IMPORTADORES



FONTE: Resultados da pesquisa

Para quase metade das empresas (48%), o número de mercados importadores, comparativamente a 2014, foi mantido, enquanto que para 36,7% este número foi mais alto, o que demonstra que muitas das empresas exportadoras do Estado têm sido exitosas na conquista de novos mercados.

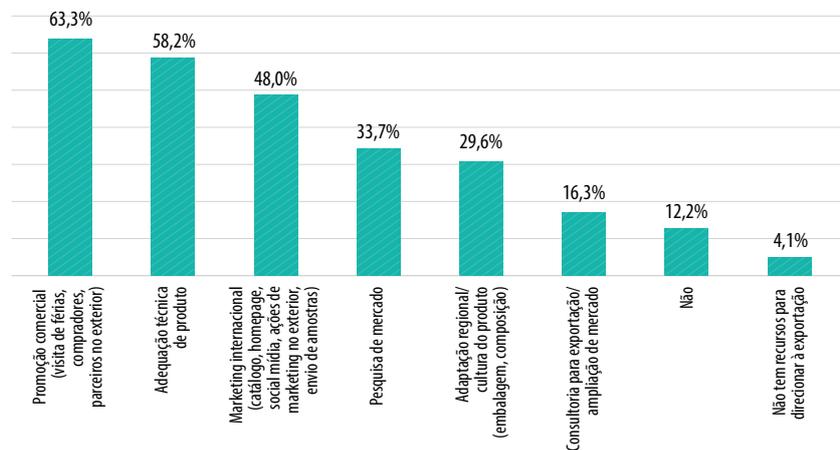
EM RELAÇÃO ÀS EXPORTAÇÕES DE 2014, ESTE NÚMERO



FONTE: Resultados da pesquisa

As empresas informaram que vêm investindo continuamente em diversas atividades que lhes permitam melhores oportunidades de êxito em mercados externos, com destaque para três, que foram as mais citadas: promoção comercial (63,3%), adequação técnica do produto (58,2%) e ações de marketing internacional (48%).

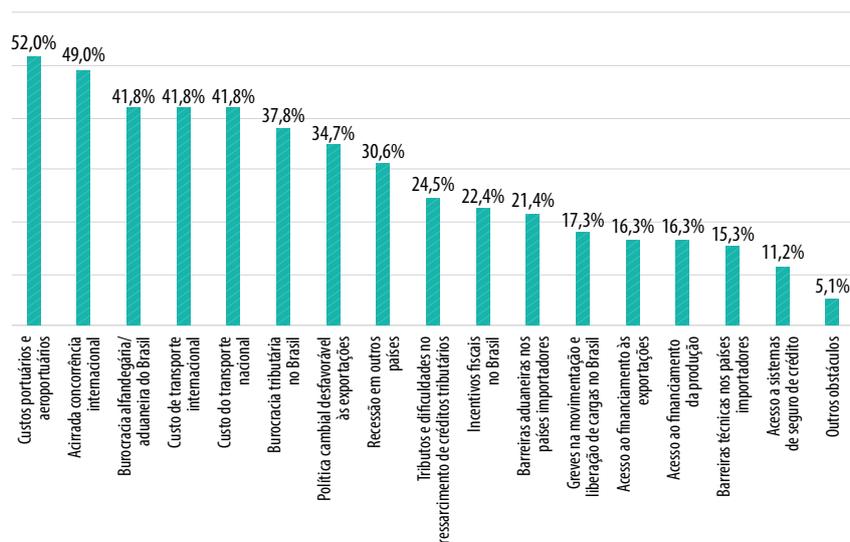
A EMPRESA INVESTE OU JÁ INVESTIU DE FORMA CONTÍNUA EM ATIVIDADES QUE PERMITAM MELHORES OPORTUNIDADES DE ÊXITO NO MERCADO EXTERNO



FONTE: Resultados da pesquisa

Em relação aos principais obstáculos externos às exportações, o próximo gráfico demonstra que a maior barreira, com mais da metade (52%) das citações das empresas pesquisadas, são os custos portuários e aeroportuários. Também são considerados bem relevantes, em ordem de importância, aspectos como a forte concorrência internacional, a burocracia alfandegária/aduaneira no Brasil e os elevados custos do transporte internacional e nacional. Todos estes obstáculos tiveram mais de 40% de citações.

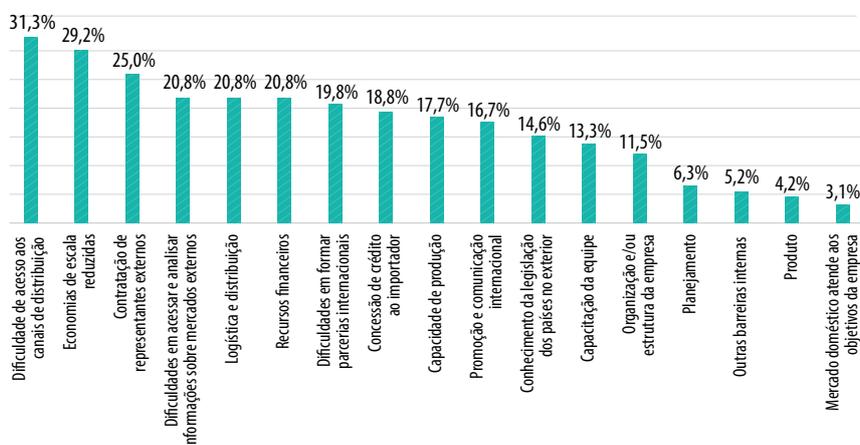
FATORES QUE A EMPRESA CONSIDERA OBSTÁCULOS EXTERNOS A SUAS EXPORTAÇÕES



FONTE: Resultados da pesquisa

Questionadas sobre as barreiras internas consideradas mais relevantes às exportações da empresa, os maiores obstáculos identificados foram a dificuldade de acesso aos canais de distribuição em outros países (31,3%), as economias de escala reduzidas, que tornam os custos de produção elevados em relação aos concorrentes internacionais (29,2%) e a contratação de representantes externos (25,0%).

ATIVIDADES E/OU BARREIRAS INTERNAS E ORGANIZACIONAIS QUE SÃO ENTRAVES À SUA INTERNACIONALIZAÇÃO E ÀS ATIVIDADES DE EXPORTAÇÃO



FONTE: Resultados da pesquisa

A respeito do conhecimento e utilização dos principais programas e incentivos à exportação e regimes aduaneiros especiais existentes no Brasil, a pesquisa concluiu que as empresas respondentes têm maior conhecimento e têm utilizado de forma mais efetiva a desoneração de IPI e ICMS, o programa REINTEGRA (Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras) e a compensação de créditos de PIS e COFINS.

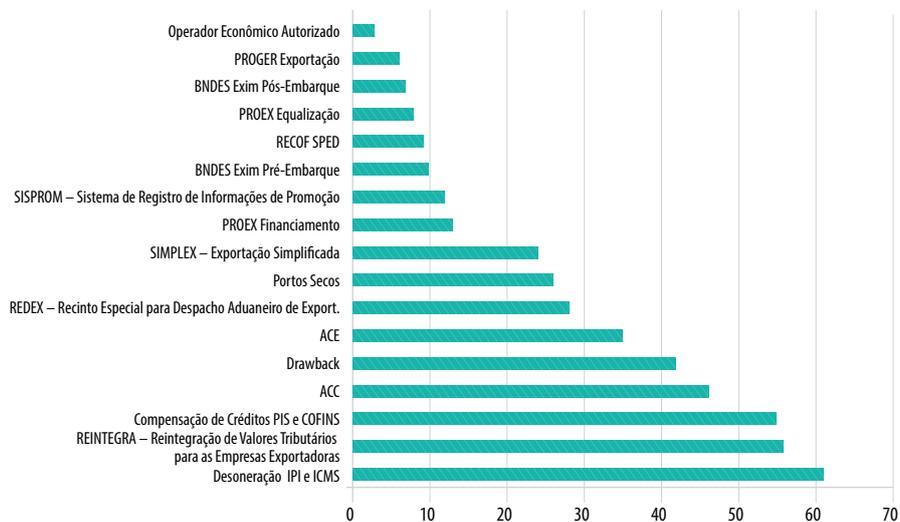
Alguns dos instrumentos oferecidos têm alto grau de desconhecimento pelas empresas, como é o caso do Operador Econômico Autorizado (OEA-Conformidade), o Sistema de Registro de Informações de Promoção (SISPROM) e o Regime Aduaneiro de Entrepósito Industrial sob Controle Informatizado (RECOF).

Para as empresas que têm conhecimento dos programas e instrumentos identificados, aqueles com maior dificuldade em utilizar são o Drawback, o PROEX Financiamento, o PROEX Equalização e o PROGER Exportação.

Nesta mesma questão as empresas também informaram os programas e instrumentos que têm menos interesse em utilizar, sendo destacados principalmente o BNDES Exim Pós-Embarque, os Portos Secos e o BNDES Exim Pré-Embarque.

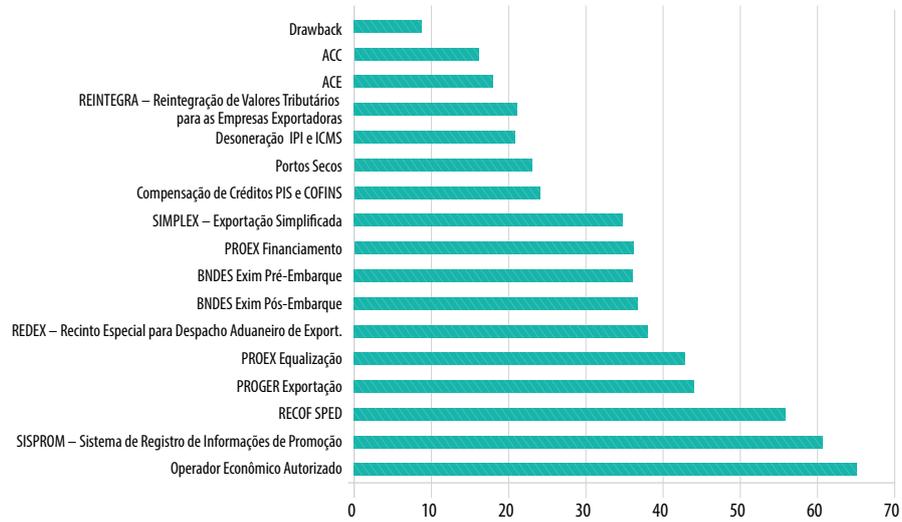
CONHECIMENTO E UTILIZAÇÃO DOS PROGRAMAS E INCENTIVOS À EXPORTAÇÃO E REGIMES ADUANEIROS ESPECIAIS

EMPRESAS CONHECEM E UTILIZAM



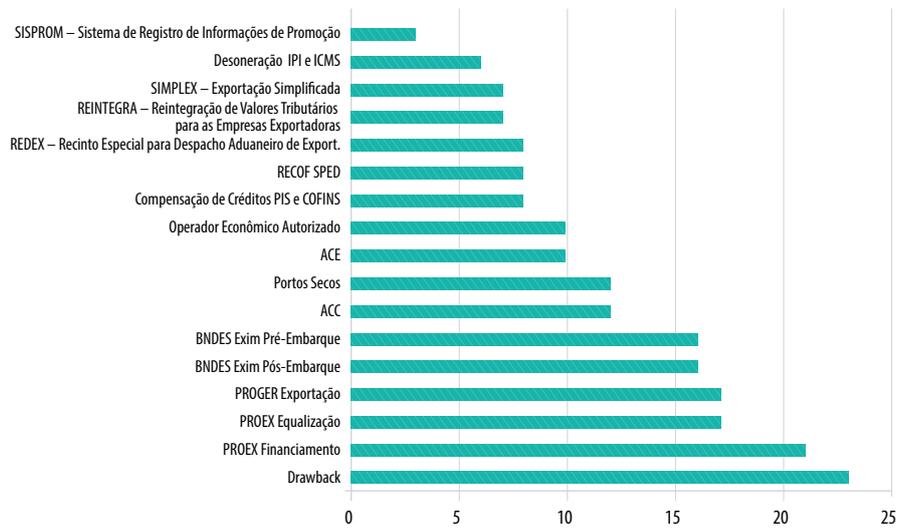
FONTE: Resultados da pesquisa

EMPRESAS DESCONHECEM



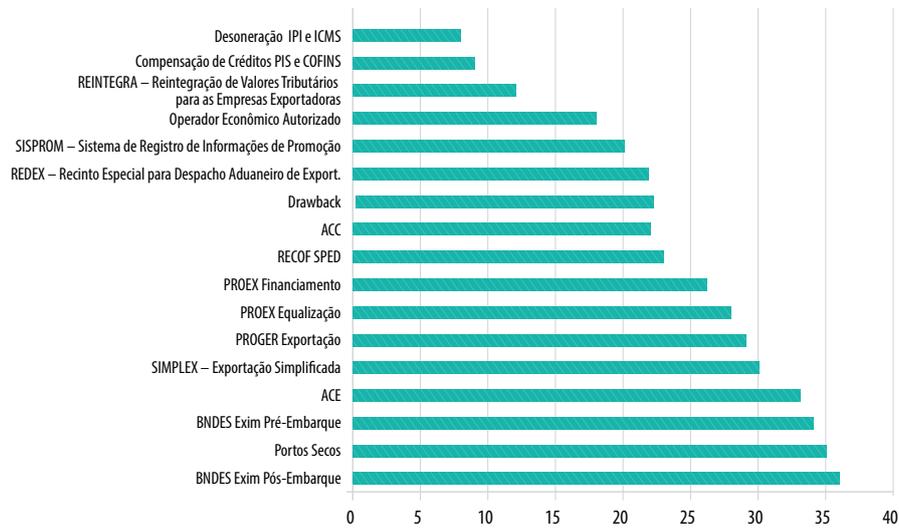
FONTE: Resultados da pesquisa

EMPRESAS NÃO CONSEGUEM UTILIZAR



FONTE: Resultados da pesquisa

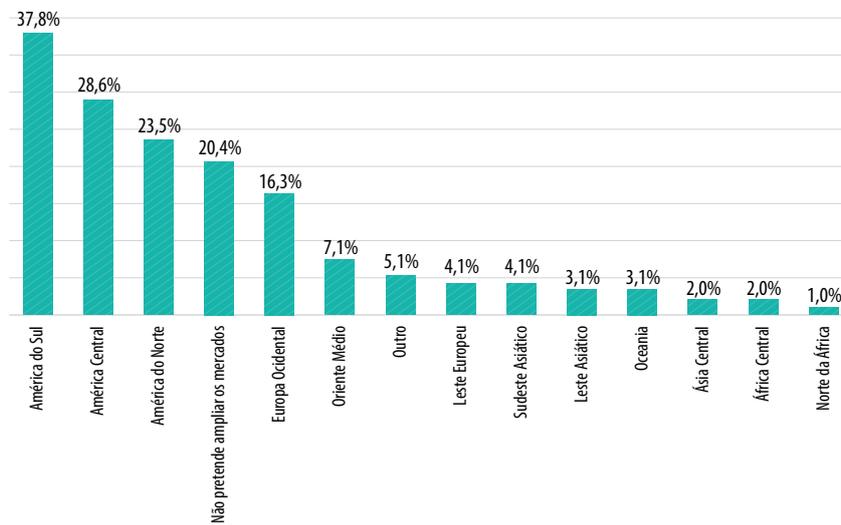
EMPRESAS NÃO TÊM INTERESSE



FONTES: Resultados da pesquisa

Quase 80% das empresas exportadoras pesquisadas informaram que pretendem empreender ações para a abertura de novos mercados importadores, com destaque para mercados na América do Sul (37,8%), América Central (28,6%) e América do Norte (23,5%).

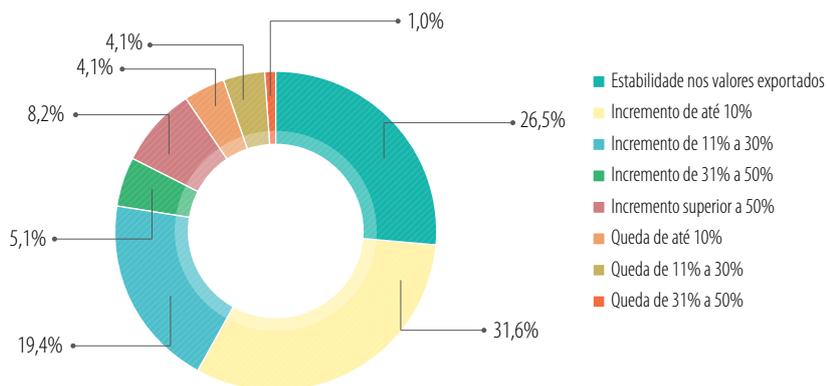
ABERTURA DE NOVOS MERCADOS IMPORTADORES EM 2016



FONTES: Resultados da pesquisa

Quando questionadas sobre a projeção das exportações para 2016 em comparação com 2015, quase um terço das empresas pesquisadas (31,6%) aponta perspectivas de incremento de 10%, enquanto 26,5% das empresas projetam estabilidade nos valores exportados. Aproximadamente 20% das empresas preveem um incremento na ordem de 11% a 30%. Em torno de 10% das empresas estimam que suas exportações reduzirão este ano, comparativamente a 2015.

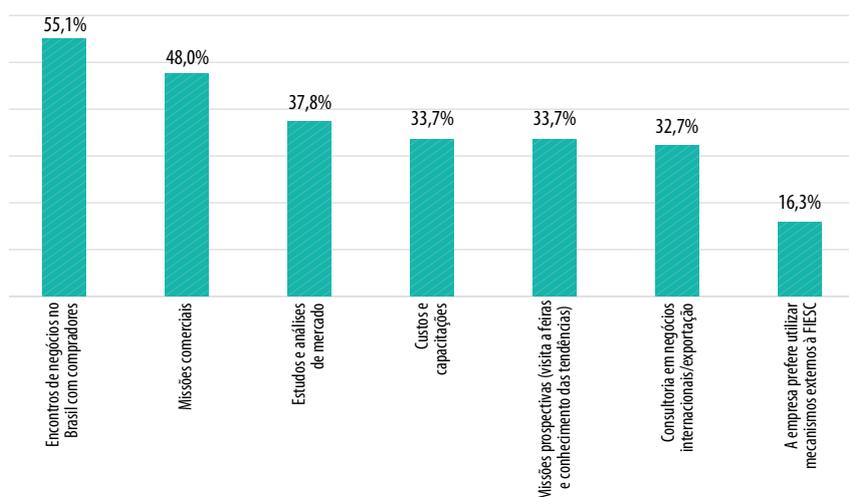
PROJEÇÃO DAS EXPORTAÇÕES EM 2016, COMPARATIVAMENTE AOS VALORES EXPORTADOS EM 2015



FONTE: Resultados da pesquisa

De acordo com as empresas pesquisadas, a FIESC poderia auxiliá-las no incremento das exportações ou na ampliação de novos mercados importadores, principalmente por meio de promoção de encontros de negócios no Brasil com compradores estrangeiros (55,1%), na realização de missões comerciais a mercados-alvo previamente identificados (48%) e na elaboração de estudos e análises de mercado (37,8%).

COMO A FIESC PODERIA AJUDAR A AUMENTAR SUAS EXPORTAÇÕES OU AMPLIAR OS MERCADOS-ALVO INTERNACIONAIS

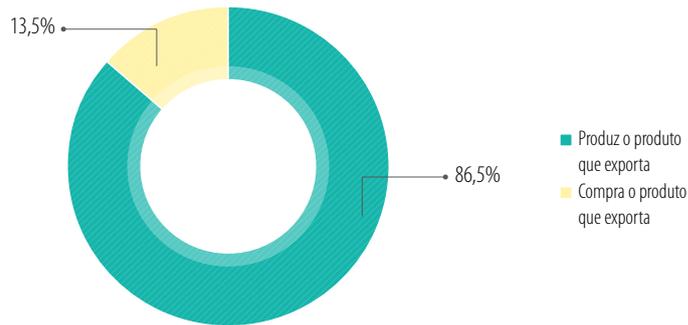


FONTE: Resultados da pesquisa

4.2.1 Produto Exportado

A maioria das empresas exportadoras pesquisadas (86,5%) produz e exporta os produtos que fabrica. Somente uma pequena parcela (13,5%) não fabrica os produtos destinados ao mercado externo.

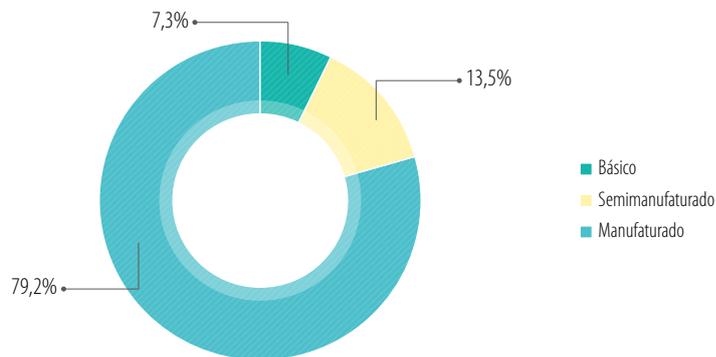
A SUA EMPRESA



FONTE: Resultados da pesquisa

Sob o ponto de vista dos resultados da pesquisa, é favorável o fato de que quase 80% das empresas participantes exportam produtos manufaturados, que normalmente apresentam maior agregação de valor e estão menos propensos a oscilações de preços no mercado internacional, como é o caso dos produtos básicos.

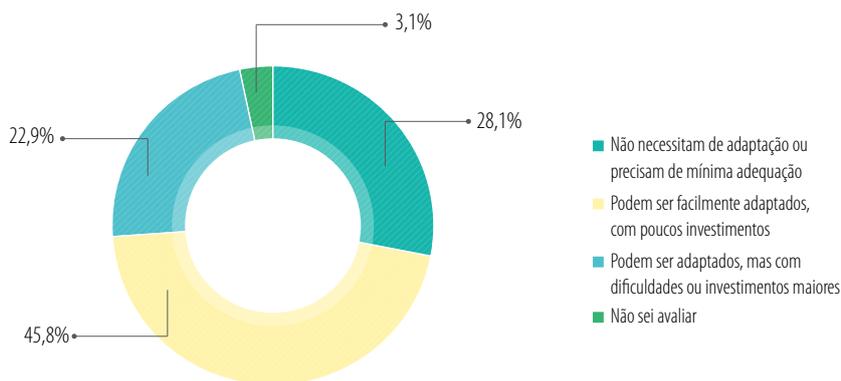
PRINCIPAL PRODUTO DE EXPORTAÇÃO



FONTE: Resultados da pesquisa

A análise do próximo gráfico também é positiva no sentido de demonstrar que, para 45,8% das empresas pesquisadas, os produtos destinados à exportação podem ser facilmente adaptados para atendimento das demandas internacionais, com a necessidade de poucos investimentos. Para 28,1% das empresas, estes produtos não necessitam de adequação ou precisam de poucos ajustes.

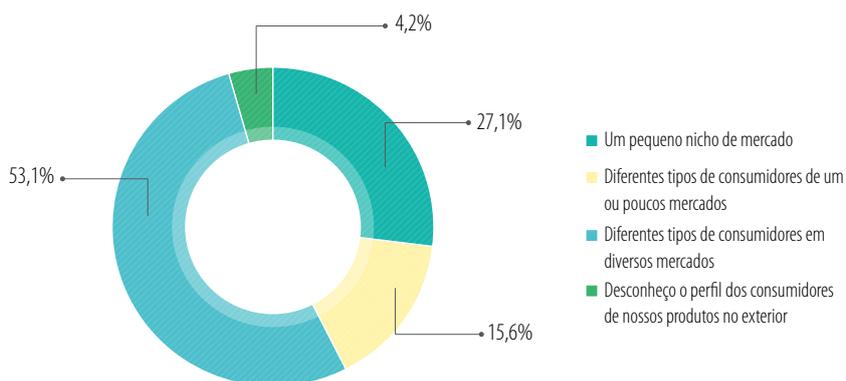
PARA ATENDER ÀS EXIGÊNCIAS DO MERCADO INTERNACIONAL, OS PRODUTOS DESTINADOS À EXPORTAÇÃO



FONTE: Resultados da pesquisa

Para mais da metade das empresas pesquisadas (53,1%), o público-alvo de seus produtos é composto por diferentes tipos de consumidores em diversos mercados, o que lhes permite um maior escopo de atuação internacional. Não obstante, mais de um quarto das empresas (27,1%) informou que seus produtos atendem um pequeno nicho de mercado.

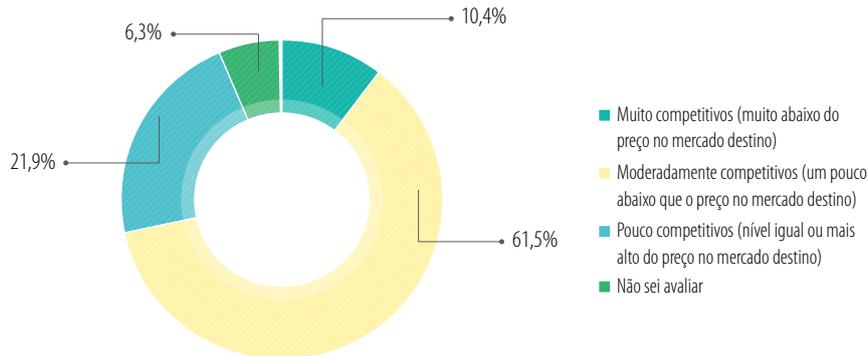
PRODUTOS OFERTADOS PELA EMPRESA NO MERCADO EXTERNO SATISFAZEM AS NECESSIDADES DE



FONTE: Resultados da pesquisa

No tocante à competitividade em preços, é favorável o fato de que, para mais de 60% das respondentes, os preços de seus produtos no mercado internacional são considerados moderadamente competitivos, ou seja, um pouco abaixo do preço da concorrência nos mercados em que atuam. No entanto, quase 22% das empresas informaram que os preços de seus produtos são pouco competitivos, em níveis similares ou mais altos aos de seus concorrentes.

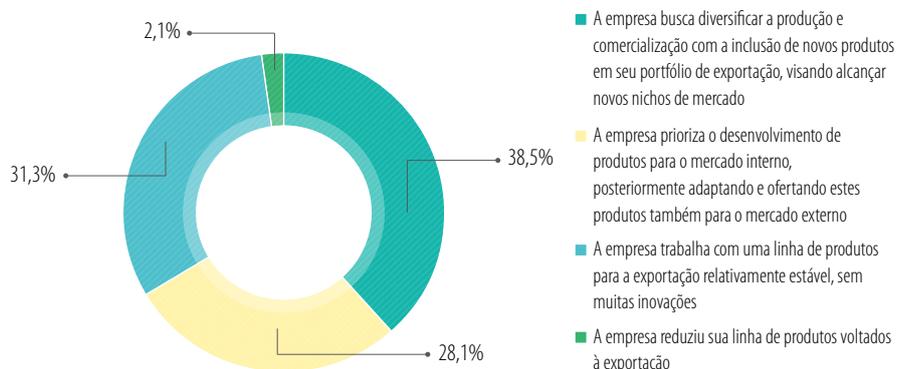
PREÇOS DOS PRODUTOS DA EMPRESA EM OUTROS PAÍSES



FONTE: Resultados da pesquisa

Quando questionadas sobre a política de desenvolvimento de produtos voltados à exportação, as respostas das empresas foram relativamente equilibradas. A maior parte (quase 40%) tem buscado diversificar a produção/comercialização, com a inclusão de novos produtos em seu portfólio de exportação, visando alcançar novos nichos de mercado. Já 31,3% das empresas continuam trabalhando com uma linha de produtos para a exportação relativamente estável, sem muitas inovações. E quase 30% das respondentes têm priorizado o desenvolvimento de produtos para o mercado interno, posteriormente adaptando e ofertando esses produtos também para o mercado externo. Somente uma pequena parcela das empresas (2,1%) informou que reduziu sua linha de produtos voltados à exportação.

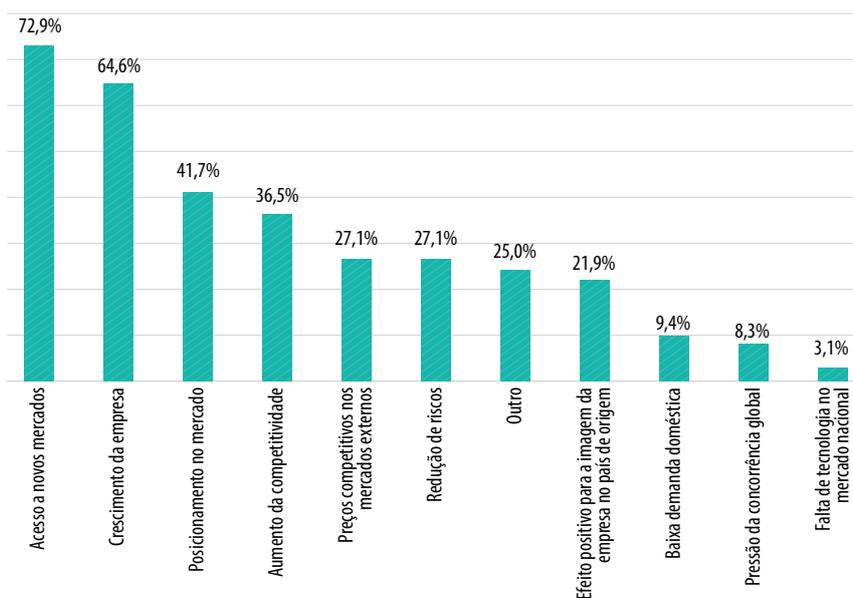
POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS PARA O MERCADO EXTERNO



FONTE: Resultados da pesquisa

A pesquisa também buscou identificar o que motiva as empresas a internacionalizar seus negócios. Os dois motivos mais citados que levaram as empresas à internacionalização foram o acesso a novos mercados (72,9%) e o crescimento da empresa (64,6%). Outros motivos também considerados relevantes pelas empresas foram o posicionamento no mercado (41,7%) e o aumento de competitividade (36,5%).

PRINCIPAIS MOTIVOS QUE LEVARAM A EMPRESA A SE INTERNACIONALIZAR

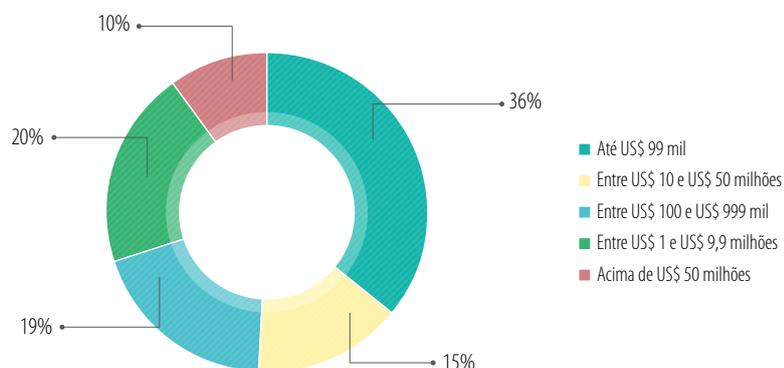


FONTE: Resultados da pesquisa

4.3 Negócios Internacionais – Importações

No início desta seção da pesquisa procurou-se conhecer o porte das empresas pesquisadas em termos de valores importados em 2015. As respostas foram equilibradas dentre as faixas de valores informados. Mais de um terço (36%) das empresas importou somente até US\$ 99 mil em 2015, enquanto 20% importaram entre US\$ 1 milhão e US\$ 9,9 milhões neste ano, e 19% importaram entre US\$ 100 mil e US\$ 999 mil.

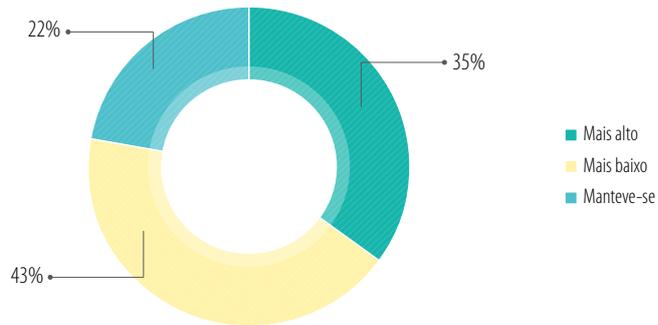
FAIXA DE VALOR DAS IMPORTAÇÕES DA EMPRESA EM 2015 (FOB)



FONTE: Resultados da pesquisa

O gráfico a seguir aponta que, considerando-se o valor importado em 2015, em relação a 2014, para 43% das respondentes as importações foram reduzidas, enquanto que para 35% as importações aumentaram. Cerca de 22% das empresas informaram que as compras externas se mantiveram estáveis.

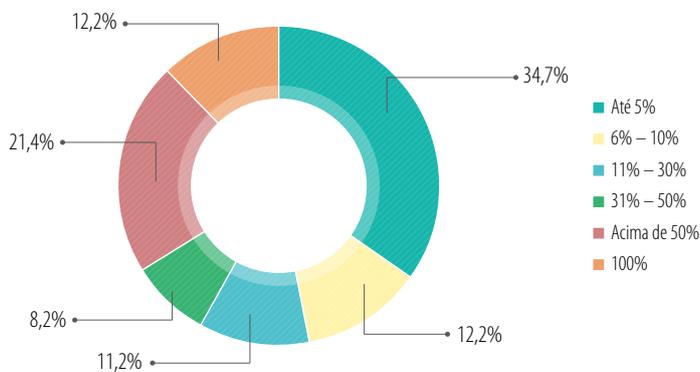
VALOR TOTAL IMPORTADO EM RELAÇÃO ÀS IMPORTAÇÕES DE 2014



FONTE: Resultados da pesquisa

Para grande parte das empresas importadoras (34,7%), em 2015 as importações representaram até 5% do total de suas compras, enquanto que para 21,4% destas empresas os valores importados em 2015 corresponderam a mais da metade das compras efetuadas. Para 12,2% das empresas, esta participação foi de 100%.

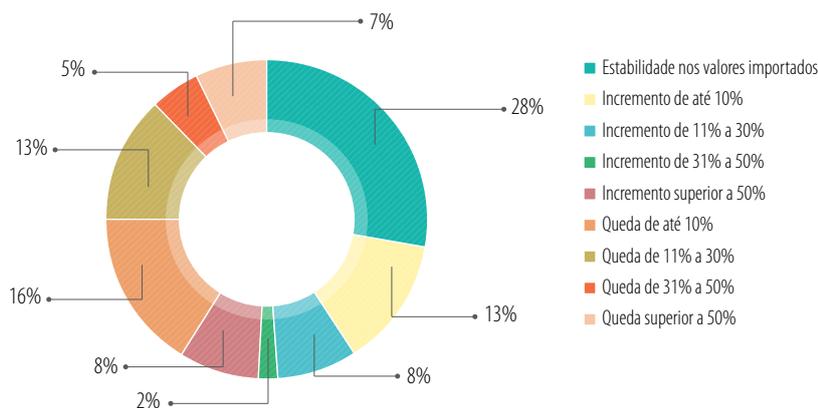
PARTICIPAÇÃO DAS IMPORTAÇÕES NAS COMPRAS DA EMPRESA EM 2015



FONTE: Resultados da pesquisa

As empresas também foram questionadas sobre suas expectativas em relação à evolução das importações para 2016. Os resultados foram similares às projeções para as exportações. Cerca de 28% das respondentes acreditam que as importações permanecerão estáveis neste ano, enquanto 31% projetam incremento e 41% têm expectativa de redução. Para as empresas que estimam crescimento, 13% acreditam que o incremento será de até 10%, número similar ao das empresas que esperam redução de até 10% nas importações em 2016 (16%).

PROJEÇÃO PARA AS IMPORTAÇÕES EM 2016, COMPARATIVAMENTE AOS VALORES IMPORTADOS EM 2015

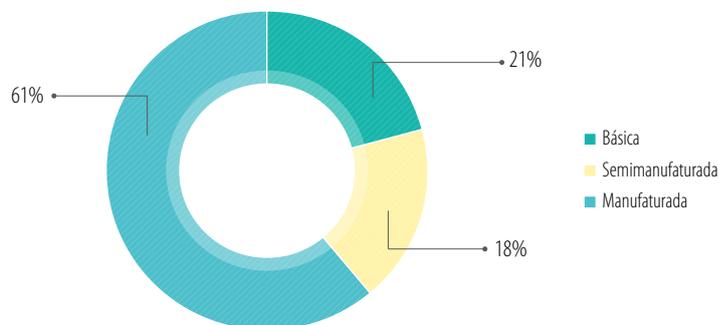


FONTE: Resultados da pesquisa

4.3.1 Produto Importado

Sob o ponto de vista do perfil dos produtos importados, 61% das empresas participantes da pesquisa informaram que importam produtos manufaturados, 21% importam produtos básicos e 18% importam produtos semimanufaturados. Esta maior representatividade de produtos manufaturados reflete o perfil da amostragem, uma vez que quase um terço de todas as respondentes é somente importadora, e possivelmente se dedica a atividades de compra e venda de produtos manufaturados.

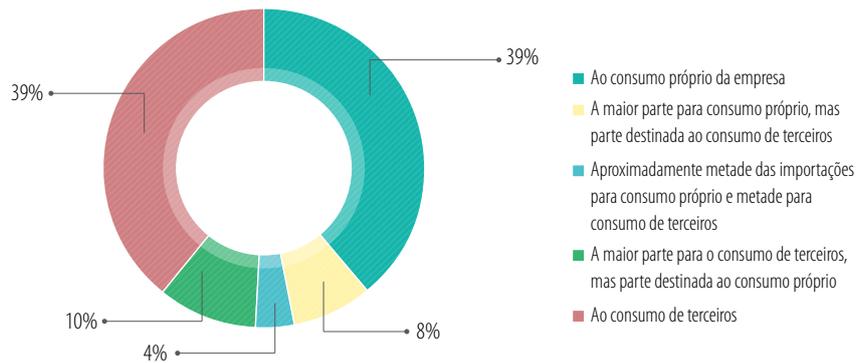
A MAIORIA DOS PRODUTOS IMPORTADOS É



FONTE: Resultados da pesquisa

A respeito do destino final dos bens importados em 2015, há certo equilíbrio em duas respostas obtidas. Para 39% das empresas, como aponta o gráfico a seguir, as mercadorias são destinadas ao consumo próprio, enquanto para outros 39% os produtos são destinados ao consumo de terceiros. Para 10% das respondentes, a maior parte das mercadorias importadas é destinada ao consumo de terceiros, mas parte delas também é para consumo próprio.

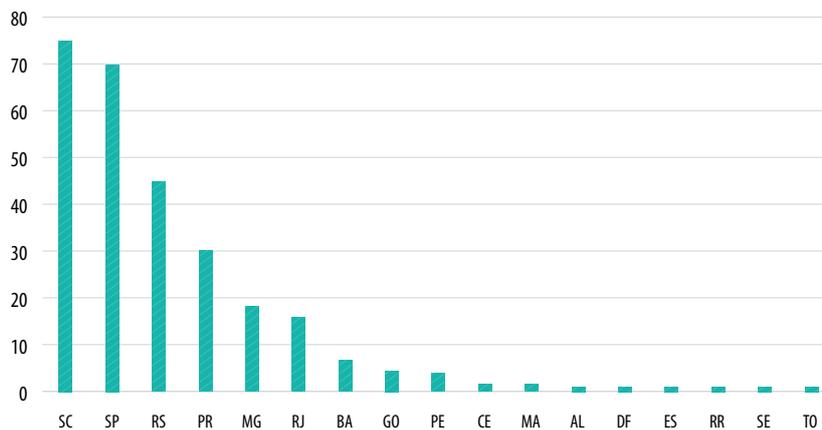
OS PRODUTOS IMPORTADOS PELA EMPRESA SÃO GERALMENTE DESTINADOS



FONTE: Resultados da pesquisa

Para aquelas empresas que importam e revendem produtos, questionou-se o destino final em termos de estados brasileiros. Santa Catarina foi o Estado mais apontado pelas empresas, seguido por São Paulo, Rio Grande do Sul e Paraná.

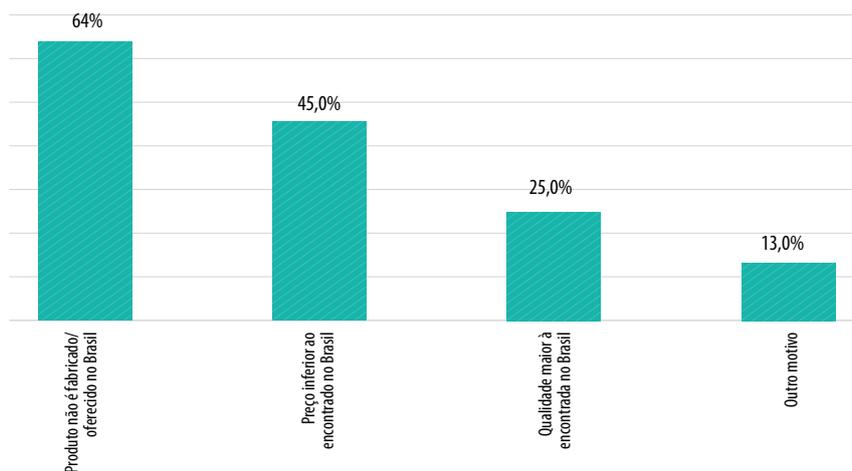
PRINCIPAIS ESTADOS BRASILEIROS AOS QUAIS A EMPRESA VENDE OS PRODUTOS IMPORTADOS



FONTE: Resultados da pesquisa

As empresas destacaram dois motivos pelos quais compram mercadorias de outros países e não do Brasil. O principal deles, com 64% de citações, é que o produto não é fabricado ou ofertado no mercado interno. Um outro importante motivo informado diz respeito ao preço – os preços dos produtos importados são mais baixos do que os preços dos produtos encontrados no Brasil, de acordo com 45% das respondentes.

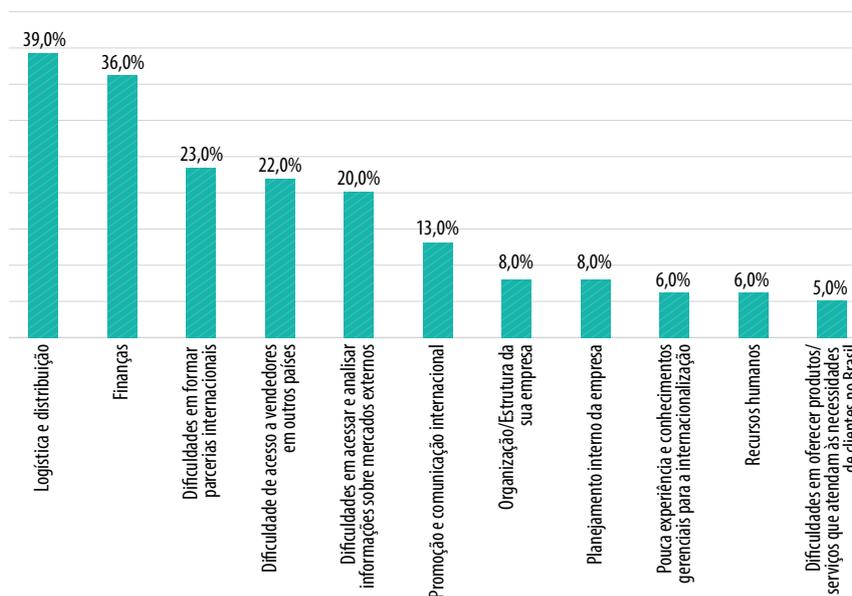
MOTIVOS PELOS QUAIS A EMPRESA COMPRA OS PRODUTOS NO MERCADO EXTERNO



FONTE: Resultados da pesquisa

No tocante às barreiras internas à importação consideradas mais relevantes, merecem destaque em especial duas atividades – primeiramente a logística e distribuição e, em segundo lugar, a limitação de recursos financeiros – que tiveram citações por mais de um terço das pesquisadas.

ATIVIDADES E/OU BARREIRAS INTERNAS E ORGANIZACIONAIS QUE SÃO CONSIDERADAS ENTRAVES À SUA INTERNACIONALIZAÇÃO E ÀS ATIVIDADES DE IMPORTAÇÃO

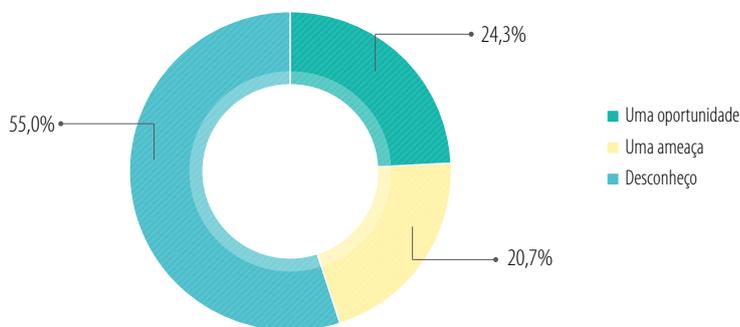


FONTE: Resultados da pesquisa

4.4 Estratégias de Internacionalização

Em sua etapa final, a pesquisa procurou conhecer a opinião das empresas no tocante ao Acordo de Associação Transpacífico, que estabeleceu o livre-comércio entre 12 países da Ásia (Japão, Brunei, Malásia, Cingapura e Vietnã), Oceania (Austrália e Nova Zelândia), América do Norte (Estados Unidos, Canadá e México) e América do Sul (Peru e Chile). É preocupante o fato de que 55% desconhecem se este Acordo será uma oportunidade ou uma ameaça para suas empresas. Das demais empresas, 24,3% acreditam que tal Acordo vai gerar oportunidades, enquanto 20,7% avaliam que serão ameaçadas com a vigência do Acordo.

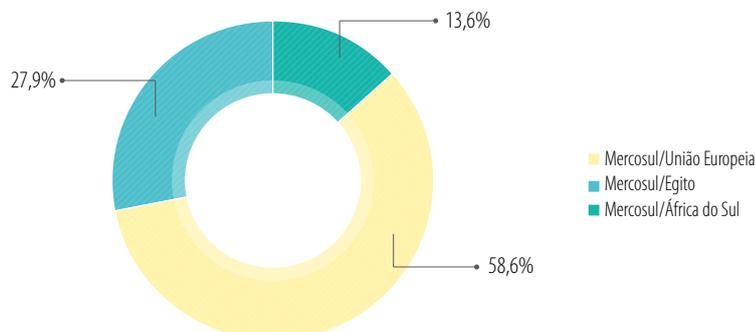
O ACORDO TRANSPACÍFICO, QUE ESTABELECE O LIVRE-COMÉRCIO ENTRE 12 PAÍSES, SERÁ



FONTE: Resultados da pesquisa

A respeito dos acordos internacionais de comércio nos quais o Brasil tem participado das negociações ou aguarda ratificações, mais da metade das empresas (58,6%) tem a expectativa que o Acordo Mercosul/União Europeia resulte em maiores incrementos comerciais, tão logo seja concluído o processo negociador e o acordo passe a vigorar. Para 27,9% destas empresas, o acordo Mercosul/Egito é o que poderá trazer melhores resultados.

ACORDOS INTERNACIONAIS DE COMÉRCIO NOS QAIS O BRASIL TEM PARTICIPADO DAS NEGOCIAÇÕES OU AGUARDA RATIFICAÇÕES

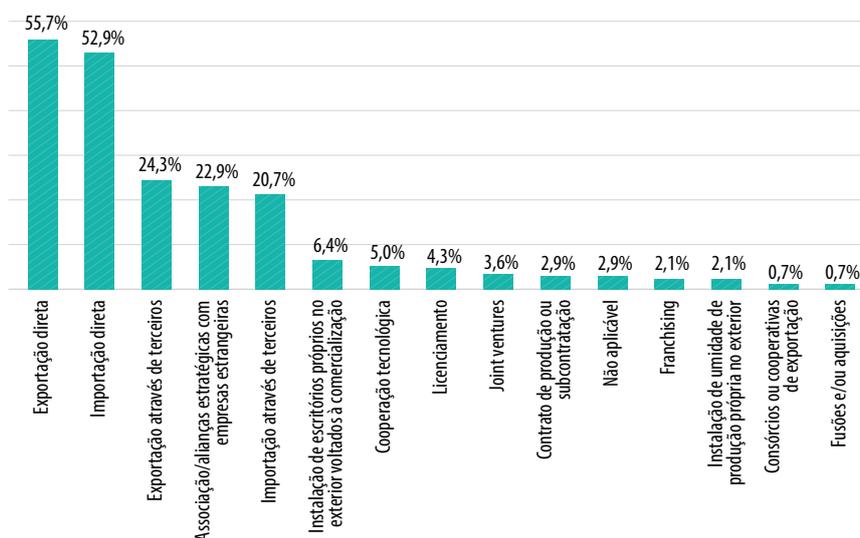


FONTE: Resultados da pesquisa

Sobre as estratégias de internacionalização mais utilizadas pelas empresas pesquisadas, verifica-se a predominância, em

termos de citações, da exportação direta (55,7%), importação direta (52,9%), exportação através de terceiros (24,3%), associações/alianças com empresas estrangeiras (22,9%) e importação através de terceiros (20,71%). Isso reflete em grande parte o perfil das respondentes, que são, em geral, empresas importadoras e exportadoras.

ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO MAIS USUALMENTE ADOTADAS PELA EMPRESA



FONTE: Resultados da pesquisa



SE O OBJETIVO
É A EXPORTAÇÃO
A SOLUÇÃO É O
START EXPORT.

Principais áreas de atuação:

- :: Planejamento em Exportação;
- :: Adequação de Processos Internos;
- :: Capacitação de Pessoal;
- :: Estruturação da Área Internacional;
- :: Prospecção e Diversificação de Mercados;
- :: Contatos Comerciais no Exterior.



Start Export: o mundo ao alcance da sua empresa

48 3231 4665

www.fiesc.com.br • startexport@fiesc.com.br

Buscou-se conhecer das empresas quais das qualificações necessárias, dentre três áreas listadas – comercial, logística e operacional –, são consideradas mais relevantes em seus processos de internacionalização. Merecem destaque em especial qualificações na área comercial, que envolvem atividades como prospecção e promoção comercial, participação em missões internacionais, feiras e rodadas de negócios, dentre outras.

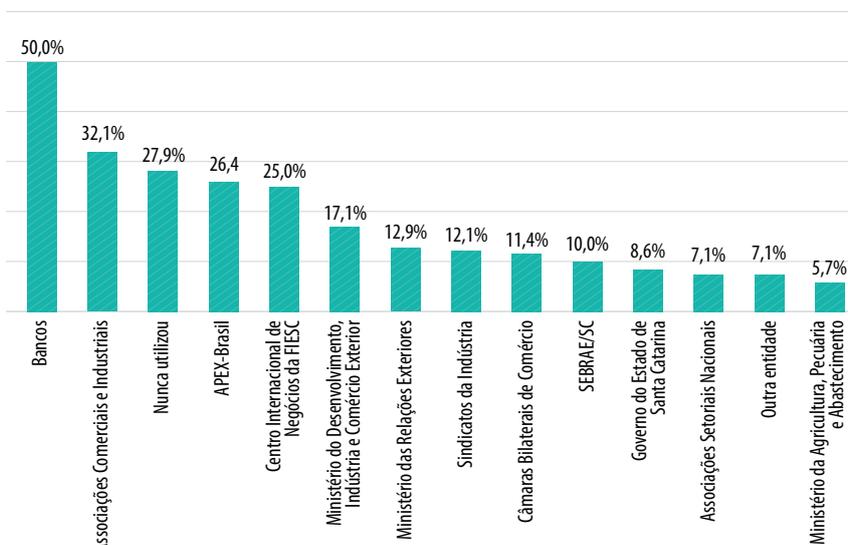
QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS PARA CAPACITAR A EQUIPE



FONTE: Resultados da pesquisa

As empresas foram questionadas a respeito das entidades no Brasil que utilizam ou já utilizaram para buscar serviços de apoio à internacionalização. As respostas nesta questão foram, de certa forma, equilibradas, com destaques em termos de citações para Bancos (50%), Associações Comerciais e Industriais (32,1%), APEX-Brasil (26,4%) e o Centro Internacional de Negócios da FIESC (25,0%). Cerca de 27,9% das empresas pesquisadas informaram nunca ter acessado estas entidades para esta finalidade.

ENTIDADES QUE A EMPRESA UTILIZA OU JÁ UTILIZOU PARA BUSCAR SERVIÇOS DE APOIO À INTERNACIONALIZAÇÃO



FONTE: Resultados da pesquisa

Competitividade

SINDICATOS INDUSTRIAIS

INDÚSTRIA ASSOCIADA, MAIS FORÇA
E REPRESENTATIVIDADE.

ASSOCIE-SE

FAZ BEM PARA
A **INDÚSTRIA**

FAZ BEM PARA
Você

FIESC

5. Conclusões

O desempenho da produção mundial alcançou resultado positivo em 2015, sobretudo devido ao crescimento das economias emergentes que, porém, declinou pelo quinto ano consecutivo, enquanto as economias avançadas apresentaram atividade bastante modesta. As previsões macroeconômicas são dificultadas pela incerteza promovida pela saída do Reino Unido da União Europeia.

O crescimento do volume do comércio mundial foi de 2,8% no ano, sendo o quarto ano consecutivo em que este desempenho é inferior a 3%. Enquanto o avanço das exportações foi similar para os países desenvolvidos e em desenvolvimento, as importações tiveram um crescimento bastante inferior na segunda categoria de países.

Em virtude das fortes flutuações nos preços das *commodities* e nas taxas de câmbio, influenciadas sobretudo pela desaceleração do crescimento chinês, o comércio mundial em termos de valores em dólares foi consideravelmente contraído — cerca de 13%. De fato, combustíveis e minerais foram os produtos que mais contribuíram para a queda nos valores comercializados em 2015. Para os próximos anos, espera-se que o desempenho do comércio mundial seja superior, ainda que as importações dos países em desenvolvimento continuem crescendo pouco.

No Brasil, o crescimento econômico declinou em 3,8% em 2015, o que foi considerado o pior desempenho desde 1990. Para a indústria de transformação, a queda foi ainda maior, de 9,7%, em relação ao ano anterior, influenciada sobretudo pelos segmentos de veículos, máquinas e equipamentos. As perspectivas para os próximos anos são mais favoráveis para o cenário nacional; porém, estima-se que ainda haja retração no ano de 2016 e crescimento próximo de zero em 2017.

O comércio internacional brasileiro também não obteve desempenho favorável. O valor das exportações declinou refletindo, sobretudo, a queda nos preços das *commodities*, ainda que o volume exportado tenha aumentado. Já as importações tiveram retração tanto em valor quanto em volume, ocasionado pelas dificuldades enfrentadas pelo país em termos de crescimento interno. Como resultado de ambos os movimentos, a corrente de comércio brasileira declinou em mais de 20% em 2015.

O desempenho do comércio exterior catarinense foi similar ao brasileiro, com queda significativa no valor das exportações e declínio ainda maior no valor das importações. A balança comercial, diferentemente da brasileira, no entanto, foi negativa. Ainda assim, o saldo observado em 2015 foi o melhor desde o ano de 2011, influenciado, sobretudo, pela queda nas importações.

O aumento do volume exportado pelo Estado em comparação com a redução de seu valor aponta para a diminuição dos preços internacionais dos produtos catarinenses. A magnitude significativa da queda nas importações, por outro lado, reflete tanto na desvalorização do real perante o dólar quanto na desaceleração do nível de atividade interna do país.

A queda nas exportações catarinenses em 2015 pode ser explicada, sobretudo, pelo declínio das exportações de produtos básicos, que foi superior a 18%. As exportações de produtos manufaturados também apresentaram considerável retração, enquanto o modesto aumento das exportações de semimanufaturados não compensou o decréscimo nas outras categorias. Já a redução das importações é explicada pela queda conjunta de todas as classes de produtos, com ênfase na queda dos produtos semimanufaturados, de mais de 35%.

Observa-se que, de uma perspectiva histórica, os produtos básicos e intermediários têm aumentado sua participação na pauta de exportações do Estado, enquanto que os produtos manufaturados e os bens de consumo perderam participação. Concomitantemente, os produtos básicos e os bens de capital têm aumentado sua participação nas importações, em detrimento dos bens de consumo e dos produtos manufaturados.

Quanto às exportações por porte de empresas, em 2015 destacaram-se as micro e pequenas empresas especiais, que tiveram crescimento superior a 150% no valor exportado, enquanto que o valor das exportações das grandes empresas declinou. Em uma análise histórica, verifica-se um movimento similar na participação das exportações do Estado: enquanto aumenta a participação das micro e pequenas empresas especiais, a contribuição das grandes empresas sobre o total exportado decresce.

O setor agroalimentar foi o responsável pela maior parte das exportações industriais catarinenses em 2015, enquanto o de produtos químicos e plástico foi o mais representativo nas importações. Apenas os setores de celulose e papel, cerâmico, economia do mar e móveis e madeira apresentaram aumento no valor exportado em 2015, ao mesmo tempo em que se verifica retração nas importações de todos os setores industriais.

Os Estados Unidos mantiveram a posição de principal destino das exportações do Estado, embora o país esteja perdendo participação para a China. Merece ênfase o aumento das exportações catarinenses para a Argentina e, em menor magnitude, para o México. Por outro lado, houve expressivo declínio nas importações de produtos catarinenses por parte de países como Rússia e Japão.

A China continua figurando como principal origem das importações do Estado. Em 2015, porém, as importações catarinenses deste país apresentaram considerável redução. Merece destaque também a significativa contração das importações catarinenses da Argentina, do Chile e da Índia e, em menor medida, dos Estados Unidos e da Alemanha.

A pesquisa realizada pela FIESC buscou aprofundar o conhecimento do desempenho do comércio exterior de Santa Catarina sob a perspectiva das empresas exportadoras e importadoras catarinenses em 2015.

Contemplando empresas de todos os portes e setores de atividade, e de praticamente todos os segmentos industriais presentes no Estado, os resultados da pesquisa demonstram a realidade no tocante à participação das exportações no faturamento total – para quase metade das empresas, no ano passado as exportações representaram até 10% de todas suas receitas. É uma participação ainda reduzida, tendo em vista principalmente os ganhos que a desvalorização do real trouxe recentemente para as exportações, segundo relatos das próprias empresas, não obstante o cenário global desfavorável e as inúmeras barreiras enfrentadas no Brasil.

Em termos de aspectos de ordem interna visando o fomento de suas exportações, as empresas informaram que existem dificuldades para acessar os canais de distribuição em outros países e a falta de economias de escala, tornando os custos de produção dos produtos catarinenses superiores aos da concorrência internacional. Já para as empresas importadoras, as maiores barreiras internas estão relacionadas à logística e distribuição e a limitações financeiras.

No tocante aos obstáculos externos, as empresas exportadoras participantes da pesquisa indicaram como principais fatores os custos portuários e aeroportuários, a forte concorrência internacional, a burocracia alfandegária e aduaneira no Brasil e os elevados custos do transporte internacional e nacional.

Quanto às barreiras enfrentadas em suas vendas ao exterior, grande parte das empresas pesquisadas acredita que suas exportações serão incrementadas em 2016, ainda que o crescimento previsto, para quase um terço delas, seja de somente até 10% em relação ao exportado em 2015. Por outro lado, mais de um quarto das empresas prevê estabilidade nas vendas externas, comparativamente aos valores exportados no ano anterior.

É positivo o fato de quase 80% das empresas exportadoras indicarem a intenção de buscar novos mercados importadores em 2016, principalmente na América do Sul, América Central e América do Norte. No entanto, a pesquisa demonstra que ainda é relativamente reduzido o número de mercados importadores atendidos – em 2015, aproximadamente 61% das empresas exportaram para até cinco países, e para quase metade das empresas (48%) este número foi mantido, em relação a 2014.

Verifica-se assim a necessidade de ampliar as exportações catarinenses para um maior número de mercados e de incentivar principalmente a produção de bens que vêm demonstrando maior dinamismo nas importações mundiais. Ao mesmo tempo, as exportações das micro e pequenas empresas precisam ser fomentadas de forma que sua participação sobre o total exportado pelo Estado seja mais robusta, possibilitando também o incremento no número de exportadoras em base constante e sólida.

Sob esta ótica, a FIESC vem empreendendo novas iniciativas no âmbito do Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense (PDIC). A partir do segundo semestre de 2016, as empresas do Estado contarão com novos instrumentos para acessar informações estratégicas sobre mercados externos, uma das principais demandas das empresas do Estado identificadas ao longo dos anos.

Anexos

ANEXO 1

CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO DE EMPRESAS SEGUNDO O PORTE – FUNCEX

Porte da empresa	Número de empregados		Faturamento exportador
	Indústria, Construção civil, Agropecuária e outras atividades	Comércio e Serviços	
Micro	0 a 19	0 a 9	Até US\$ 120 mil
Pequena	20 a 99	10 a 49	Até US\$ 1,2 milhão
Micro e pequena especial	0 a 100	0 a 50	Maior que US\$ 1,2 milhão
Média	100 a 499	50 a 99	Não se aplica
Grande	Mais de 500	Mais de 100	Não se aplica

FONTE: FUNCEX



PLANO SUSTENTABILIDADE PARA A COMPETITIVIDADE DA INDÚSTRIA CATARINENSE

Ações Integradas na Área Socioambiental

www.fiesc.com.br/sustentabilidade

FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

ANEXO 2

SETORES DO PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL CATARINENSE

SETOR	DESCRIÇÃO
AGROALIMENTAR	Produtos alimentícios e bebidas
BENS DE CAPITAL	Máquinas e equipamentos
CELULOSE E PAPEL	Celulose, papel e produtos de papel
CERÂMICO	Produtos de minerais não-metálicos
CONSTRUÇÃO CIVIL	Construção de edifícios; Obras de infraestrutura; Serviços especializados para construção
ECONOMIA DO MAR	Embarcações
ENERGIA	Coque, produtos derivados do petróleo, biocombustíveis; Máquinas, aparelhos e materiais elétricos
INDÚSTRIAS EMERGENTES	Veículos automotores, reboques e carrocerias; Veículos ferroviários, aeronaves, equipamentos de transporte
MEIO AMBIENTE	Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação
METALMECÂNICA E METALURGIA	Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos; Metalurgia
MÓVEIS E MADEIRA	Produtos de madeira; Móveis
PRODUTOS QUÍMICOS E PLÁSTICO	Produtos químicos; Produtos de borracha e de material plástico
SAÚDE	Produtos farmoquímicos e farmacêuticos; Aparelhos eletromédicos e eletroterapêuticos e equipamentos de irradiação; Instrumentos e materiais para uso médico e odontológico e artigos ópticos
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos
TÊXTIL E CONFECÇÃO	Produtos têxteis; Artigos do vestuário e acessórios
TURISMO	Transporte terrestre, aquático e aéreo e atividades auxiliares de transporte; Alimentação e alojamento; Atividades imobiliárias; Agências de viagens, operadores turísticos e serviços de reserva; Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental; Atividades esportivas e de recreação e lazer; Atividades de organizações associativas

FIESC



Movimento
Santa Catarina
pela Educação



grupoformula

A TECNOLOGIA PARA A EDUCAÇÃO ESTAR SEMPRE PRESENTE.

A FIESC, no âmbito do Movimento Santa Catarina pela Educação, firmou parceria com o Google. Agora, os estudantes do SENAI, do Sesi e das escolas que fazem parte do projeto do Movimento - Escolas Parceiras: educação que faz sentido, têm possibilidade de acesso às ferramentas do Google for Education, uma plataforma que deixa o ensino como a vida digital: mais engajadora, colaborativa e acessível por qualquer dispositivo.

WWW.SANTACATARINAPELAEDUCACAO.COM.BR

NOSSOS PARCEIROS



ANEXO 3

QUESTIONÁRIO APLICADO NA PESQUISA

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

* 1. Razão Social

* 2. CNPJ (formato 00.000.000/0000-00)

* 3. Porte da Empresa

- até R\$ 60.000,00 (MEI)
- até R\$ 360.000,00 (Micro)
- de R\$ 360.000,01 até R\$ 3.600.000,00 (Pequena)
- de R\$ 3.600.000,01 a R\$ 6.000.000,00 (Média)
- R\$ 6.000.000,01 a R\$ 20.000.000,00 (Média-grande)
- acima de R\$ 20.000.000,00 (Grande)

* 4. Nome da pessoa que preenche o questionário

* 5. Cargo

* 6. Telefone

* 7. E-mail

* 8. A empresa é:

- Nacional (capital 100% nacional)
- Estrangeira (capital 100% estrangeiro)
- Multinacional (capital misto)

* 9. A empresa possui unidades no exterior? Caso positivo, na opção respectiva, favor também indique em que país.

Centro de distribuição Escritório comercial Planta fabril Outro tipo de unidade

Não possui unidades no exterior (favor responder com "não" no campo que segue)

Qual o principal setor de atividade da empresa?

Favor selecionar o principal setor de atividade dentro da atuação da empresa - ou indústria, ou comércio ou serviço.

Por exemplo:

Uma empresa produtora de roupa íntima selecionaria item "10 Indústria" o segmento "têxtil e vestuário". Uma consultora de negócios selecionaria no item "12 Serviços" o segmento "consultoria, administração, serviços complementares".

10. INDÚSTRIA:

- Construção civil
- Alimentos e bebidas
- Calçados
- Celulose e papel
- Energia, gás, petróleo
- Gráfica e editorial
- Indústria naval
- Indústria química
- Madeira
- Máquinas e equipamentos mecânicos
- Máquinas, aparelhos e materiais elétricos
- Metalurgia e produtos de metal
- Móveis
- Têxtil e vestuário
- Veículos automotores / autopeças
- Outra atividade principal (favor especifique)

11. COMÉRCIO

- Atacadista
- Importadora
- Exportadora
- Trading
- Varejista
- Outra atividade principal (favor especifique)

12. SERVIÇOS

- Consultoria, administração, serviços complementares
- Software
- Outra atividade principal (especifique)

* 13. Sua empresa somente importa (em 2015 houve apenas atividade de importação e não de exportação)?

- Sim, apenas importadora
- Não

EXPORTAÇÃO – NEGÓCIOS

* 14. Qual foi a faixa de valor das exportações da empresa em 2015 (FOB)

- até US\$ 99 mil
- entre US\$ 10 e US\$ 50 milhões
- entre US\$ 100 e US\$ 999 mil
- entre US\$ 1 e US\$ 9,9 milhões
- acima de US\$ 50 milhões

* 15. Em relação às exportações de 2014, o valor total exportado é

Mais alto. Favor informe o motivo:

Mais baixo. Favor informe o motivo:

Se manteve. Favor informe o motivo:

* 16. Qual a participação das exportações no faturamento da empresa em 2015?

- Até 5%
- 6% - 10%
- 11% - 30%
- 31% - 50%
- Acima de 50%
- 100%

* 17. Qual o número de mercados importadores atendidos pela empresa em 2015:

* 18. Em relação às exportações de 2014, este número:

Aumentou. Favor informe os motivos:

Diminuiu. Favor informe os motivos:

Se manteve. Favor informe os motivos:

* 19. A empresa investe ou já investiu de forma contínua em:

- Pesquisa de mercado
- Consultoria para exportação / ampliação de mercado
- Adequação técnica de produto
- Adaptação regional / cultural do produto (embalagem, composição)
- Promoção comercial (visita de feiras, compradores, parceiros no exterior)
- Marketing internacional (catálogo, homepage, social mídia, ações de marketing no exterior, envio de amostras)
- Não tem recursos para direcionar à exportação
- Não, porque:

* 20. Favor informe os fatores que a empresa considera obstáculos externos a suas exportações.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Acesso a sistemas de seguros de crédito | <input type="checkbox"/> Custo de transporte internacional |
| <input type="checkbox"/> Acesso ao financiamento às exportações | <input type="checkbox"/> Custo do transporte nacional |
| <input type="checkbox"/> Acesso ao financiamento da produção | <input type="checkbox"/> Custos portuários e aeroportuários |
| <input type="checkbox"/> Acirrada concorrência internacional | <input type="checkbox"/> Greves na movimentação e liberação de cargas no Brasil |
| <input type="checkbox"/> Barreiras aduaneiras nos países importadores | <input type="checkbox"/> Incentivos fiscais no Brasil |
| <input type="checkbox"/> Barreiras técnicas nos países importadores | <input type="checkbox"/> Política cambial desfavorável às exportações |
| <input type="checkbox"/> Burocracia alfandegária/aduaneira no Brasil | <input type="checkbox"/> Recessão em outros países |
| <input type="checkbox"/> Burocracia tributária no Brasil | <input type="checkbox"/> Tributos e dificuldade no ressarcimento de créditos tributários |

Outro obstáculo (favor especifique)

* 21. A empresa pretende realizar ações em 2016 visando à abertura de novos mercados importadores? Em caso afirmativo, favor informar abaixo os dois principais mercados:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> América Central | <input type="checkbox"/> Norte Asiático |
| <input type="checkbox"/> América do Norte | <input type="checkbox"/> Sudeste Asiático |
| <input type="checkbox"/> América do Sul | <input type="checkbox"/> Sul Asiático (Subcontinente Indiano) |
| <input type="checkbox"/> Europa Ocidental | <input type="checkbox"/> Oceania |
| <input type="checkbox"/> Leste Europeu | <input type="checkbox"/> África Central |
| <input type="checkbox"/> Oriente Médio | <input type="checkbox"/> África Oriental |
| <input type="checkbox"/> Ásia Central | <input type="checkbox"/> Norte da África |
| <input type="checkbox"/> Leste Asiático | <input type="checkbox"/> Não pretendo ampliar os mercados |
| <input type="checkbox"/> Outro (favor especifique): | |

* 22. Qual a projeção da empresa para as exportações em 2016, comparativamente aos valores exportados em 2015?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Estabilidade nos valores exportados | <input type="radio"/> Queda de até 10% |
| <input type="radio"/> Incremento de até 10% | <input type="radio"/> Queda de 11% a 30% |
| <input type="radio"/> Incremento de 11% a 30% | <input type="radio"/> Queda de 31% a 50% |
| <input type="radio"/> Incremento de 31% a 50% | <input type="radio"/> Queda superior a 50% |
| <input type="radio"/> Incremento superior a 50% | |

* 23. Como a FIESC poderia ajudar a aumentar suas exportações ou ampliar os mercados-alvos exteriores

- Consultoria em negócios internacionais / exportação
- Cursos e capacitações
- Encontros de negócios no Brasil com compradores de mercados externos
- Estudos e análises de mercado
- Missões comerciais (com exposição e/ou encontros de negócio no mercado-alvo)
- Missões prospectivas (visita a feiras e conhecimento do tendências)
- A empresa prefere utilizar mecanismos externos à FIESC

Outro (favor especifique)

O PRODUTO EXPORTADO

* 24. A sua empresa:

- Produz o produto que exporta
- Compra o produto que exporta

* 25. O seu principal produto de exportação é:

- Básico
- Semimanufaturado
- Manufaturado

* 26. Para atender às exigências do mercado internacional, os produtos destinados à exportação:

- Não necessitam de adaptação ou precisam de mínima adequação
- Podem ser facilmente adaptados, com poucos investimentos
- Podem ser adaptados, mas com dificuldades ou investimentos maiores
- Não sei avaliar

* 27. No mercado externo, os produtos ofertados pela empresa satisfazem as necessidades de:

- Um pequeno nicho de mercado
- Diferentes tipos de consumidores de um ou poucos mercados
- Diferentes tipos de consumidores em diversos mercados
- Desconheço o perfil dos consumidores de nossos produtos no exterior

* 28. Os preços dos produtos da empresa em outros países podem ser considerados:

- Muito competitivos (muito abaixo do preço no mercado destino)
- Moderadamente competitivos (um pouco abaixo que o preço no mercado destino)
- Pouco competitivos (nível igual ou mais alto do preço no mercado destino)
- Não sei avaliar

* 29. Referente à política de desenvolvimento de produtos para o mercado externo:

- A empresa busca diversificar a produção e comercialização com a inclusão de novos produtos em seu portfólio de exportação, visando alcançar novos nichos de mercado.
- A empresa prioriza o desenvolvimento de produtos para o mercado interno, posteriormente adaptando e ofertando estes produtos também para o mercado externo.
- A empresa trabalha com uma linha de produtos para a exportação relativamente estável, sem muitas inovações.
- A empresa reduziu sua linha de produtos voltados à exportação

ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO (EXPO)

* 30. Favor informe as atividades e/ou barreiras internas e organizacionais que a empresa considera como entraves à sua internacionalização e às atividades de exportação.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> As economias de escala são reduzidas, tomando os custos de produção elevados em relação aos concorrentes internacionais | <input type="checkbox"/> Dificuldades em formar parcerias internacionais |
| <input type="checkbox"/> Capacidade de produção | <input type="checkbox"/> Logística e distribuição |
| <input type="checkbox"/> Capacitação da equipe | <input type="checkbox"/> Mercado doméstico atende aos objetivos da empresa |
| <input type="checkbox"/> Concessão de crédito ao importador | <input type="checkbox"/> Organização e/ou estrutura da empresa |
| <input type="checkbox"/> Conhecimento da legislação dos países no exterior | <input type="checkbox"/> Planejamento |
| <input type="checkbox"/> Contratação de representantes externos | <input type="checkbox"/> Produto |
| <input type="checkbox"/> Dificuldade de acesso aos canais de distribuição em outros países | <input type="checkbox"/> Promoção e comunicação internacional (custos associados à promoção comercial internacional, tais como material promocional, traduções, ações de venda, participação em feiras, etc.) |
| <input type="checkbox"/> Dificuldades em acessar e analisar informações sobre mercados externos | <input type="checkbox"/> Recursos financeiros |
| <input type="checkbox"/> Outras barreiras internas (favor especificar) | |

* 31. Em relação aos principais programas e incentivos à exportação e regimes aduaneiros especiais, indique se a empresa os conhece e utiliza:

	Não conheço	Conheço e utilizo	Não tenho interesse	Não consigo utilizar
ACC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BNDES Exim Pós-Embarque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BNDES Exim Pré-Embarque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compensação de Créditos da Contribuição PIS e COFINS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desoneração IPI e ICMS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drawback	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OEA-Conformidade (Operador Econômico Autorizado)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portos Secos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PROEX Equalização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PROEX Financiamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PROGER Exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RECOF SPED	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
REDEX - Recinto Especial para Despacho Aduaneiro de Export.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
REINTEGRA - Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SIMPLEX - Exportação Simplificada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SISPROM - Sistema de Registro de Informações de Promoção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 32. Quais os três principais motivos que levaram a empresa a se internacionalizar?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Acesso a novos mercados | <input type="checkbox"/> Falta de tecnologia no mercado nacional |
| <input type="checkbox"/> Aumento da competitividade | <input type="checkbox"/> Posicionamento no mercado |
| <input type="checkbox"/> Baixa demanda doméstica | <input type="checkbox"/> Preços competitivos nos mercados externos |
| <input type="checkbox"/> Crescimento da empresa | <input type="checkbox"/> Pressão da concorrência global |
| <input type="checkbox"/> Efeito positivo para a imagem da empresa no país de origem | <input type="checkbox"/> Redução de riscos |
| <input type="checkbox"/> Outro (especifique) | |

* 33. Em 2015 a sua empresa também importou?

- Sim, também importou.
 Não, apenas exportou.

IMPORTAÇÃO - NEGÓCIOS

* 34. Qual foi a faixa de valor das importações da empresa em 2015 (FOB)

- até US\$ 99 mil
 entre US\$ 10 e US\$ 50 milhões
 entre US\$100 e US\$ 999 mil
 entre US\$ 1 e US\$ 9,9 milhões
 acima de US\$ 50 milhões

* 35. Em relação às importações de 2014, o valor total importado é

- Mais alto. Favor informe os motivos:
- Mais baixo. Favor informe os motivos:
- Se manteve. Favor informe os motivos:

36. Qual a participação das importações no faturamento da empresa em

- 2015? Até 5%
 6% - 10%
 11% - 30%
 31% - 50%
 Acima de 50%
 100%

* 37. Qual o número de mercados dos quais a empresa importou em 2015?

* 38. Em relação às importações de 2014, este número:

- Aumentou. Favor informe os motivos:
- Diminuiu. Favor informe os motivos:
- Se manteve. Favor informe os motivos:

* 39. Qual a projeção da empresa para as importações em 2016, comparativamente aos valores importados em 2015?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Estabilidade nos valores importados | <input type="radio"/> Queda de até 10% |
| <input type="radio"/> Incremento de até 10% | <input type="radio"/> Queda de 11% a 30% |
| <input type="radio"/> Incremento de 11% a 30% | <input type="radio"/> Queda de 31% a 50% |
| <input type="radio"/> Incremento de 31% a 50% | <input type="radio"/> Queda superior a 50% |
| <input type="radio"/> Incremento superior a 50% | |

O PRODUTO IMPORTADO

* 40. A maioria dos produtos importados é

- Básica
 Semimanufaturada
 Manufaturada

* 41. Os produtos importados são:

- Insumos industriais
 Para consumidor final
 Outro (favor especificar)

* 42. Favor comente no campo abaixo para quais segmentos os produtos são direcionados (por exemplo: alimentos e bebidas, autopeças, máquinas, saúde, vestuário, etc.)

* 43. Os produtos importados pela empresa são geralmente destinados:

- Ao consumo próprio da empresa
 A maior parte para consumo próprio, mas parte destinada ao consumo de terceiros
 Aproximadamente metade das importações para consumo próprio e metade para consumo de terceiros
 A maior parte para o consumo de terceiros, mas parte destinada ao consumo próprio
 Ao consumo de terceiros

* 44. Favor seleccione os três principais estados brasileiros aos quais a empresa vende os produtos importados:

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> AC | <input type="checkbox"/> MA | <input type="checkbox"/> RJ |
| <input type="checkbox"/> AL | <input type="checkbox"/> MG | <input type="checkbox"/> RN |
| <input type="checkbox"/> AM | <input type="checkbox"/> MS | <input type="checkbox"/> RO |
| <input type="checkbox"/> AP | <input type="checkbox"/> MT | <input type="checkbox"/> RR |
| <input type="checkbox"/> BA | <input type="checkbox"/> PA | <input type="checkbox"/> RS |
| <input type="checkbox"/> CE | <input type="checkbox"/> PB | <input type="checkbox"/> SC |
| <input type="checkbox"/> DF | <input type="checkbox"/> PE | <input type="checkbox"/> SE |
| <input type="checkbox"/> ES | <input type="checkbox"/> PI | <input type="checkbox"/> SP |
| <input type="checkbox"/> GO | <input type="checkbox"/> PR | <input type="checkbox"/> TO |

ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO (IMPO)

45. Favor indique os motivos pelos quais a empresa compra os produtos no mercado externo:

- Preço inferior ao encontrado no Brasil
- Produto não é fabricado/oferecido no Brasil
- Qualidade maior à encontrada no Brasil
- Outro motivo (favor especificar)

* 46. Favor informe as atividades e/ou barreiras internas e organizacionais que a empresa considera como entraves à sua internacionalização e às atividades de importação:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Dificuldade de acesso a vendedores em outros países | <input type="checkbox"/> Organização/Estrutura da sua empresa |
| <input type="checkbox"/> Dificuldades em acessar e analisar informações sobre mercados externos | <input type="checkbox"/> Planejamento interno da empresa |
| <input type="checkbox"/> Dificuldades em formar parcerias internacionais | <input type="checkbox"/> Pouca experiência e conhecimentos gerenciais para a internacionalização |
| <input type="checkbox"/> Dificuldades em oferecer produtos/serviços que atendam às necessidades de clientes no Brasil | <input type="checkbox"/> Promoção e comunicação internacional |
| <input type="checkbox"/> Finanças | <input type="checkbox"/> Recursos humanos |
| <input type="checkbox"/> Logística e distribuição | |

ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO (IMPO/EXPO)

47. Para sua empresa, a atual taxa cambial tem sido

Favorável. Favor informe os motivos:

Prejudicial. Favor informe os motivos:

* 48. Para sua empresa, o Acordo Transpacífico, que estabelece o livre comércio entre 12 países, será

Uma oportunidade. Favor informe os motivos:

Uma ameaça. Favor informe os motivos:

Desconheço. Favor responda "Desconheço" no campo que segue:

* 49. Dos acordos internacionais de comércio listados a seguir, nos quais o Brasil tem participado das negociações ou aguarda ratificações, favor indicar aquele que resultaria em maior incremento comercial para sua empresa, tão logo entre em vigor:

- Mercosul/África do Sul
- Mercosul/Egito
- Mercosul/Palestina
- Mercosul/União Europeia
- Não sei avaliar

* 50. Das estratégias de internacionalização listadas a seguir, favor informar aquela(s) mais usualmente adotada(s) pela empresa:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Associação/allianças estratégicas com empresas estrangeiras que não implicam em investimentos | <input type="checkbox"/> Importação através de terceiros (tradings, distribuidores, agentes, etc.) |
| <input type="checkbox"/> Consórcios ou cooperativas de exportação | <input type="checkbox"/> Importação direta |
| <input type="checkbox"/> Contrato de produção ou subcontratação | <input type="checkbox"/> Instalação de escritórios próprios no exterior voltados à comercialização |
| <input type="checkbox"/> Cooperação tecnológica | <input type="checkbox"/> Instalação de unidade de produção própria no exterior |
| <input type="checkbox"/> Exportação através de terceiros (tradings, distribuidores, agentes, etc.) | <input type="checkbox"/> Joint ventures |
| <input type="checkbox"/> Exportação direta | <input type="checkbox"/> Licenciamento |
| <input type="checkbox"/> Franchising | <input type="checkbox"/> Não aplicável |
| <input type="checkbox"/> Fusões e/ou aquisições | |
| <input type="checkbox"/> Outro (especifique) | |

* 51. Quais as qualificações necessárias para capacitar sua equipe nas áreas

- comercial (prospecção e promoção comercial, participação em missões, feiras e rodadas de negócios, etc.),
- logística (expedição, contratação de fretes e seguros, etc.) e
- operacional (despacho aduaneiro, pagamentos e câmbio, etc.)

Favor deixe um comentário sobre o tipo de qualificação necessária para cada área indicada abaixo.

Comercial

Logística

Operacional

* 52. Das entidades listadas a seguir, favor assinalar aquela(s) que sua empresa utiliza ou já utilizou para buscar serviços de apoio à internacionalização:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> APEX-Brasil | <input type="checkbox"/> Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento |
| <input type="checkbox"/> Associações Comerciais e Industriais (ACIs) | <input type="checkbox"/> Ministério das Relações Exteriores / Embaixadas e Consulados Brasileiros |
| <input type="checkbox"/> Associações Setoriais Nacionais | <input type="checkbox"/> Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior |
| <input type="checkbox"/> Bancos | <input type="checkbox"/> SEBRAE/SC |
| <input type="checkbox"/> Câmaras Bilaterais de Comércio | <input type="checkbox"/> Sindicatos da Indústria |
| <input type="checkbox"/> Centro Internacional de Negócios da FIESC | <input type="checkbox"/> Nunca utilizou |
| <input type="checkbox"/> Governo do Estado | |
| <input type="checkbox"/> Outra entidade (favor especificar) | |

53. Deixe aqui seus comentários que você gostaria de informar ou que sejam tratados pela FIESC e que não foram tratados anteriormente.

ANEXO 4

MUNICÍPIOS QUE COMPÕEM CADA UMA DAS VICE-PRESIDÊNCIAS REGIONAIS DA FIESC

ALTO URUGUAI CATARINENSE

ALTO BELA VISTA
ARABUTÃ
ARVOREDO
CONCÓRDIA
IPIRA
IPUMIRIM
IRANI
ITÁ
JABORÁ
LINDÓIA DO SUL
PAIAL
PERITIBA
PIRATUBA
PRESIDENTE CASTELLO BRANCO
SEARA
XAVANTINA

ALTO VALE DO ITAJAÍ

AGROLÂNDIA
AGRONÔMICA
ATALANTA
AURORA
BRAÇO DO TROMBUDO
CHAPADÃO DO LAGEADO
DONA EMMA
IBIRAMA
ITUPORANGA
JOSÉ BOITEUX
LAURENTINO
LONTRAS
MIRIM DOCE
PETROLÂNDIA
POUSO REDONDO
PRESIDENTE GETÚLIO

RIO DO CAMPO
RIO DO OESTE
RIO DO SUL
SALETE
SANTA TEREZINHA
TAIÓ
TROMBUDO CENTRAL
VITOR MEIRELES
WITMARSUM

CENTRO-NORTE

ARROIO TRINTA
BELA VISTA DO TOLDO
CAÇADOR
CALMON
CANOINHAS
CURITIBANOS
FRAIBURGO
FREI ROGÉRIO
IOMERÊ
IRINEÓPOLIS
LEBON RÉGIS
MACIEIRA
MAJOR VIEIRA
MATOS COSTA
PINHEIRO PRETO
PONTE ALTA DO NORTE
PORTO UNIÃO
RIO DAS ANTAS
SALTO VELOSO
SANTA CECÍLIA
SÃO CRISTOVÃO DO SUL
TIMBÓ GRANDE
TRÊS BARRAS
VIDEIRA

CENTRO-OESTE

ABDON BATISTA
ÁGUA DOCE
BRUNÓPOLIS
CAMPOS NOVOS
CAPINZAL
CATANDUVAS
ERVAL VELHO
HERVAL D'OESTE
IBIAM
IBICARÉ
JOAÇABA
LACERDÓPOLIS
LUZERNA
MONTE CARLO
OURO
TANGARÁ
TREZE TÍLIAS
VARGEM
VARGEM BONITA
ZORTÉA

EXTREMO OESTE

ANCHIETA
BANDEIRANTE
BARRA BONITA
BELMONTE
DESCANSO
DIONÍSIO CERQUEIRA
GUARACIABA
GUARUJÁ DO SUL
IPORÃ DO OESTE
ITAPIRANGA
MONDAÍ
PALMA SOLA

PARAÍSO
 PRINCESA
 SANTA HELENA
 SÃO JOÃO DO OESTE
 SÃO JOSÉ DO CEDRO
 SÃO MIGUEL DO OESTE
 TUNÁPOLIS

FOZ DO RIO ITAJAÍ

BALNEÁRIO CAMBORIÚ
 BALNEÁRIO PIÇARRAS
 BOMBINHAS
 CAMBORIÚ
 ILHOTA
 ITAJAÍ
 ITAPEMA
 LUIZ ALVES
 NAVEGANTES
 PENHA
 PORTO BELO

LITORAL SUL

ARMAZÉM
 BRAÇO DO NORTE
 CAPIVARI DE BAIXO
 GRÃO PARÁ
 GRAVATAL
 IMARUÍ
 IMBITUBA
 JAGUARUNA
 LAGUNA
 PEDRAS GRANDES
 PESCARIA BRAVA
 RIO FORTUNA
 SANGÃO
 SANTA ROSA DE LIMA
 SÃO LUDGERO
 SÃO MARTINHO
 TREZE DE MAIO
 TUBARÃO

NORTE-NORDESTE

ARAQUARI
 BALNEÁRIO BARRA DO SUL

GARUVA
 ITAPOÁ
 JOINVILLE
 SÃO FRANCISCO DO SUL

OESTE

ABELARDO LUZ
 ÁGUAS DE CHAPECÓ
 ÁGUAS FRIAS
 BOM JESUS
 BOM JESUS DO OESTE
 CAIBI
 CAMPO ERÊ
 CAXAMBU DO SUL
 CHAPECÓ
 CORDILHEIRA ALTA
 CORONEL FREITAS
 CORONEL MARTINS
 CUNHA PORÃ
 CUNHATAÍ
 ENTRE RIOS
 FAXINAL DOS GUEDES
 FLOR DO SERTÃO
 FORMOSA DO SUL
 GALVÃO
 GUATAMBU
 IPUAÇU
 IRACEMINHA
 IRATI
 JARDINÓPOLIS
 JUPIÁ
 LAJEADO GRANDE
 MARAVILHA
 MAREMA
 MODELO
 NOVA ERECHIM
 NOVA ITABERABA
 NOVO HORIZONTE
 OURO VERDE
 PALMITOS
 PASSOS MAIA
 PINHALZINHO
 PLANALTO ALEGRE
 PONTE SERRADA

QUILOMBO
 RIQUEZA
 ROMELÂNDIA
 SALTINHO
 SANTA TEREZINHA DO PROGRESSO
 SANTIAGO DO SUL
 SÃO BERNARDINO
 SÃO CARLOS
 SÃO DOMINGOS
 SÃO LOURENÇO DO OESTE
 SÃO MIGUEL DA BOA VISTA
 SAUDADES
 SERRA ALTA
 SUL BRASIL
 TIGRINHOS
 UNIÃO DO OESTE
 VARGEÃO
 XANXERÊ
 XAXIM

PLANALTO NORTE

CAMPO ALEGRE
 ITAIÓPOLIS
 MAFRA
 MONTE CASTELO
 PAPANDUVA
 RIO NEGRINHO
 SÃO BENTO DO SUL

SERRA CATARINENSE

ANITA GARIBALDI
 BOCAINA DO SUL
 BOM JARDIM DA SERRA
 BOM RETIRO
 CAMPO BELO DO SUL
 CAPÃO ALTO
 CELSO RAMOS
 CERRO NEGRO
 CORREIA PINTO
 LAGES
 OTACÍLIO COSTA
 PAINEL
 PALMEIRA
 PONTE ALTA

RIO RUFINO
SÃO JOAQUIM
SÃO JOSÉ DO CERRITO
URUBICI
URUPEMA

SUDESTE

ÁGUAS MORNAS
ALFREDO WAGNER
ANGELINA
ANITÁPOLIS
ANTÔNIO CARLOS
BIGUAÇU
CANELINHA
FLORIANÓPOLIS
GAROPABA
GOVERNADOR CELSO RAMOS
PALHOÇA
PAULO LOPES
RANCHO QUEIMADO
SANTO AMARO DA IMPERATRIZ
SÃO BONIFÁCIO
SÃO JOÃO BATISTA
SÃO JOSÉ
SÃO PEDRO DE ALCÂNTARA
TIJUCAS

SUL

ARARANGUÁ
BALNEÁRIO ARROIO DO SILVA
BALNEÁRIO GAIVOTA
BALNEÁRIO RINCÃO
COCAL DO SUL
CRICIÚMA
ERMO
FORQUILHINHA
IÇARA
JACINTO MACHADO
LAURO MÜLLER
MARACAJÁ
MELEIRO
MORRO DA FUMAÇA
MORRO GRANDE
NOVA VENEZA
ORLEANS

PASSO DE TORRES
PRAIA GRANDE
SANTA ROSA DO SUL
SÃO JOÃO DO SUL
SIDERÓPOLIS
SOMBRIO
TIMBÉ DO SUL
TREVISO
TURVO
URUSSANGA

VALE DO ITAJAÍ

APIÚNA
ASCURRA
BENEDITO NOVO
BLUMENAU
DOUTOR PEDRINHO
GASPAR
INDAIAL
POMERODE
RIO DOS CEDROS
RODEIO
TIMBÓ

VALE DO ITAJAÍ MIRIM

BOTUVERÁ
BRUSQUE
GUABIRUBA
IMBUIA
LEOBERTO LEAL
MAJOR GERCINO
NOVA TRENTO
PRESIDENTE NEREU
VIDAL RAMOS

VALE DO ITAPOCU

BARRA VELHA
CORUPÁ
GUARAMIRIM
JARAGUÁ DO SUL
MASSARANDUBA
SÃO JOÃO DO ITAPERIÚ
SCHROEDER

PROGRAMA INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO EXECUTIVA

LIDERANÇA TRANSFORMADORA

ESTRATÉGIA, COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO

FLORIANÓPOLIS/SC - BRASIL
20 E 21 DE SETEMBRO DE 2016

ANEXO 5

LISTAGEM DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

1. ADAMI S/A MADEIRAS
2. AGRO MGS IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA
3. ALCA COMÉRCIO DE MÁQUINAS LTDA
4. ALTENBURG TÊXTIL LTDA
5. AMERICANA GRANITOS DO BRASIL LTDA
6. ANDIRA DE LOURDES SOARES EPP
7. ARTEFATOS DE MADEIRAS STOLF LTDA
8. ASTROTEC LTDA EPP
9. ATLAS COMPENSADOS INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
10. AXIOS COMÉRCIO EXTERIOR LTDA
11. BAHER INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÁQUINAS LTDA
12. BELA VISTA PRODUTOS ENZIMÁTICOS IND. E COM. LTDA
13. BLUE FOREST INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
14. BOA ESPERANÇA IND. COM. E EXPORTAÇÃO DE MADEIRAS LTDA
15. BOUTON IND. E COM. DE ARTIGOS DE CAMA E BANHO LTDA
16. BRIDGE CONSULTORIA & NEGÓCIOS EIRELE ME
17. BRP BRASIL MOTORSPORTS LTDA
18. BUDDEMEYER S/A
19. C-PACK CREATIVE PACKAGING
20. CARVOCÁCIA COMÉRCIO E TRANSPORTE DE CARVÃO EIRELI
21. CEBRA CONVERSORES ESTÁTICOS BRASILEIROS LTDA
22. CENSI INDÚSTRIA DE PRODUTOS HIDROSSANITÁRIOS LTDA
23. CERÂMICA ARTÍSTICA GISELI LTDA
24. CFN COMÉRCIO INTERNACIONAL LTDA EPP
25. CIA HERING
26. CICLO GESTÃO DE PRODUTOS LTDA - ME
27. COFICAL RENK MANCAIS DO BRASIL LTDA
28. COLORMINAS COLORIFÍCIO E MINERAÇÃO S/A
29. CONTROLLER
30. CRBSTECH COM. DE MÁQUINAS E EQUIP. DE ELETRO ELETRÔNICOS LTDA
31. CRISTAL MASTER INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
32. DALLO MADEIRAS LTDA
33. DOMAZZI IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA
34. DUAL SYSTEM PRODUTOS E SERVIÇOS LTDA
35. EBOCAM SUPER FLUTUADORES LTDA
36. EL FARO IND. E COM. LTDA
37. ELETROCAL IND. E COM. DE MATERIAIS ELÉTRICOS
38. ESCALA IMPORTADORA E EXPORTADORA LTDA
39. ESQUADRIAS SCHWEGLER LTDA
40. FLATS OVER EQUIPAMENTOS DE SEGURANÇA LTDA
41. FRILUX INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE REFRIGERAÇÃO EIRELI
42. FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE CRICIÚMA - FUCRI
43. FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA - UDESC
44. FUNDIPRESS FUNDIÇÃO SOB PRESSÃO
45. GEVAS BARSIL LTDA
46. GLASSMART BRASIL PARABRISAS NÁUTICOS LTDA
47. GLOBAL POLYMERS IMP. EXP. LTDA
48. GOEDE, LANG & CIA. LTDA
49. GTB EMPREENDIMENTOS S/A
50. GUABIFIOS PRODUTOS TÊXTEIS LTDA
51. GUARARAPES PAINÉIS S/A
52. GUSTARE IMPORTADORA LIMITADA
53. HBEX COM. EXPORTADORA IMPORTADORA LTDA
54. HENNINGS VEDAÇÕES HIDRÁULICAS
55. ICON ESTAMPAS E MOLDES S/A
56. IDB DO BRASIL TRADING LTDA
57. IMPÉRIO BRAZIL BUSINESS IMP. E EXP. EIRELI
58. INCASA S/A
59. INCOBIO - IND. E COM. BIOMASSA LTDA
60. IND. DE MÁQUINAS KREIS LTDA
61. INDÚSTRIA DE MOVEIS 3 IRMAOS S/A
62. INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS DO VALE DO ITAJAÍ LTDA
63. INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE CALÇADOS S. SANTOS LTDA
64. INDÚSTRIAL MADEIREIRA S/A - VIMASA
65. INDÚSTRIAS DE MÓVEIS ROTTA LTDA
66. INPLAC INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS S/A
67. INTERBRASIL COMERCIAL EXPORTADORA S/A
68. INTERPLAQUEL EXP. IMP. LTDA
69. IRMÃOS FISCHER S/A IND. E COM.
70. J.A. INDÚSTRIA DE MÁQUINAS LTDA

- 71.** JAIR PHILIPPI MADEIRAS E FRUTICULTURA LTDA
72. JARTEC AUTOMAÇÃO INDUSTRIAL LTDA
73. JJ INSTALAÇÕES COMERCIAIS EIRELI
74. JOFUND S/A
75. KAMYLUS MALHAS LTDA
76. KHOMP INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
77. LABORATÓRIO FARMACÊUTICO ELOFAR LTDA
78. LAMINADORA SÃO CAETANO LTDA
79. LAMINADOS AB LTDA
80. LEONORA COMÉRCIO INTERNACIONAL LTDA
81. LIBRELATO S/A IMPLEMENTOS RODOVIÁRIOS
82. LINK COMERCIAL IMPORTADORA E EXPORTADORA LTDA
83. LM MADEIRAS LTDA
84. LUBRIMPORT COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO DE LUBRIFICANTES EIRELI ME
85. LULI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE CONFECÇÕES LTDA
86. MADEIREIRA SELEME LTDA
87. MADEMAFRA MADEIRAS LTDA
88. MANCHESTER QUÍMICA DO BRASIL S/A
89. MARBELLO IND. COM. GEN ALIM LTDA
90. MARES DO SUL COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO LTDA - ME
91. MESSTECHNIK - COM. E INSTR. LTDA
92. METAL TÉCNICA BOVENAU LTDA
93. METALÚRGICA FEY LTDA
94. METALÚRGICA IMAM LTDA
95. METALÚRGICA SARAIVA IND. E COM. LTDA
96. METALÚRGICA TANTEC LTDA
97. METALÚRGICA TRAPP LTDA
98. METISA-METALÚRGICA TIMBOENSE S/A
99. MILANO ESTRUTURAS METÁLICAS LTDA
100. MÓVEIS RUDNICK S/A
101. MÓVEIS WEIHERMANN S/A
102. MUELLER ELETRODOMÉSTICOS LTDA
103. NANOVETORES TECNOLOGIA S/A
104. NICAWÉ INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LÂMPADAS LTDA
105. NOBREGA INDÚSTRIA DE ARTIGOS ESPORTIVOS LTDA
106. NUTRISUL S/A PRODUTOS ALIMENTÍCIOS
107. OPTUS COMERCIAL EXPORTADORA E IMPORTADORA LTDA
108. PAMPLONA ALIMENTOS S/A
109. PHOTONITA LTDA
110. PINHEIRINHO MADEIRAS LTDA
111. PINTARELLI INDÚSTRIAL LTDA
112. PLASBOHN INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS LTDA
113. PORTODESIGN IMPORTADORA LTDA
114. POTENZA FABRICAÇÃO E COMÉRCIO DE EQUIPAMENTOS HIDRÁULICOS LTDA
115. PROCOPIAK COMPENSADOS E EMBALAGENS S/A
116. PROIMPORT BRASIL LTDA
117. PROTMOLE PROTOTÍPOS E MOLDES LTDA
118. REIVAX S/A AUTOMAÇÃO E CONTROLE
119. RESERPLASTIC INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE AUTO PEÇAS LTDA
120. RETA IMPORTADORA LTDA
121. ROSINA PORTAS LTDA
122. SCHMITZ AGROINDÚSTRIAL LTDA
123. SERVITECH SERV. TECN. E REPRES. LTDA
124. SOL SPORTS IND. E COM. LTDA
125. SOUTECH INDÚSTRIA E COMÉRCIO DO BRASIL LTDA
126. STOLTENBERG MADEIRAS LTDA
127. SULTHERM SOLUÇÕES EM ENERGIAS RENOVÁVEIS LTDA
128. SUN SPECIAL COMÉRCIO E REPRESENTAÇÃO EIRELI
129. TECNOFIL PLÁSTICOS LTDA
130. TRACTEBEL ENERGIA S/A
131. VANTEC INDÚSTRIA DE MÁQUINAS LTDA
132. VMG AIRES IND. E COM. DE CLIMATIZAÇÃO LTDA
133. W SUL DISTRIBUIÇÃO E IMPORTAÇÃO DE MOTOPEÇAS E BICICLETAS LTDA
134. WACKY IMPORTAÇÃO LTDA
135. WEEE.DG GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS DE ELETROELETRÔNICOS LTDA - ME
136. WEG TINTAS S/A
137. WEKO AMÉRICA LATINA EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS LTDA
138. WELFARE IMP. DE PROD. MÉDICO ODONT. LTDA
139. WINTERSTEIGER SOUTH AMERICA COMÉRCIO DE MÁQUINAS LTDA
140. ZEN S/A



ALIANÇA SAÚDE COMPETITIVIDADE

TRABALHADOR SAUDÁVEL. INDÚSTRIA FORTE.

A FIESC, por meio do SESI, coloca a saúde na agenda estratégica da indústria. Com a instituição da Aliança Saúde Competitividade, engajamos lideranças empresariais e de toda a sociedade para promover a segurança e a saúde através do conhecimento, sensibilização e mobilização. São parceiros da Aliança o Ministério Público do Trabalho em SC, Superintendência do Trabalho e Emprego em SC, Tribunal Regional do Trabalho e as Federações de Trabalhadores FETIAESC, FETICOM, FETIMMESC, FITIEC E FETIGESC.

FIESC SESI

FIESC

Presidente – Glauco José Côrte
 1º Vice-Presidente – Mario Cezar de Aguiar
 Diretor 1º Secretário – Edvaldo Ângelo
 Diretor 2º Secretário – Cid Erwin Lang
 Diretor 1º Tesoureiro – Alfredo Piotrovski
 Diretor 2º Tesoureiro – Egon Werner

Vice-Presidentes para Assuntos Regionais

Álvaro Luis de Mendonça – Alto Uruguai Catarinense
 Lino Rohden – Alto Vale do Itajaí
 Gilberto Seleme – Centro-Norte
 Márcio Luís Dalla Lana – Centro-Oeste
 Astor Kist – Extremo Oeste
 Maurício Cesar Pereira – Foz do Rio Itajaí
 Michel Miguel – Litoral Sul
 Evair Oenning – Norte-Nordeste
 Waldemar Antonio Schmitz – Oeste
 Arnaldo Huebl – Planalto Norte
 Israel José Marcon – Serra Catarinense
 Tito Alfredo Schmitt – Sudeste
 Diomício Vidal – Sul
 Ronaldo Baumgarten Júnior – Vale do Itajaí
 Célio Bayer – Vale do Itapocu
 Ingo Fischer – Vale do Itajaí Mirim

Vice-Presidentes para Assuntos Estratégicos

Mário Lanznaster
 Ney Osvaldo Silva Filho
 Rui Altenburg

Diretores

Adalberto Roeder
 Albano Schmidt
 Aldo Apolinário João
 Alexandre D'Ávila da Cunha
 André Armin Odebrecht
 Bárbara Paludo
 Carlos Júlio Haacke Júnior
 César Murilo Barbi
 Charles Alfredo Bretzke
 Charles José Postali
 Conrado Coelho Costa Filho
 Giordan Heidrich
 Henrique de Bastos Malta
 Ida Áurea da Costa
 José Sylvio Ghisi
 Olvacir José Bez Fontana
 Osni Carlos Verona
 Osório Dal Bello
 Otmar Josef Müller
 Pedro Leal da Silva Neto
 Roberto Marcondes de Mattos
 Rogério Pedro Mendes
 Vianeí Amilcare Zappellini
 Volmir Antônio Meotti
 Walgenor Teixeira
 Wanderley Zunino

Conselho Fiscal**Efetivos**

Celso Panceri
 Fred Rubens Karsten
 Leonir João Pinheiro

Suplentes

Amauri Eduardo Kollross
 Flávio Henrique Fett
 Rita Cássia Conti

Conselheiros Eméritos

José Fernando Xavier Faraco
 Osvaldo Moreira Douat

Conselho junto à CNI

Jair Philippi
 João Stramosk

Conselho Estratégico

Adolfo Fey
 Alfredo Piotrovski
 Alvaro Toubes Prata
 Carlos Rodolfo Schneider
 Carlos Vítor Ohf
 César Bastos Gomes
 Décio da Silva
 Felipe Hansen
 Fernando Marcondes de Matos
 Glauco José Côrte
 João Karsten Neto
 Jorge Konder Bornhausen
 José Fernando Xavier Faraco
 Manoel Arlindo Zaroni Torres
 Mario Cezar de Aguiar
 Mario Petrelli
 Neuto De Conto
 Ney Osvaldo Silva Filho
 Osvaldo Moreira Douat
 Renato de Mello Vianna
 Rui Altenburg
 Ulrich Kuhn
 Vicente Donini

CIESC

Presidente – Glauco José Côrte
 Vice-Presidente – Mario Cezar de Aguiar
 Diretora 1ª Secretária – Sílvia Hoepcke da Silva
 Diretor 2º Secretário – Marcelo Rodrigues
 Diretor 1º Tesoureiro – Luciano Flávio Andriani
 Diretor 2º Tesoureiro – José Fernando da Silva Rocha

Conselho Consultivo

Adolfo Fey
 Claudio Ávila da Silva
 Cláudio Roberto Grandó
 Evandro Müller de Castro
 Hilton Siqueira Leonetti
 José Adami Neto
 José Antônio Philippi
 Joachim Gerech
 Luiz Gonzaga Coelho
 Nivaldo Pinheiro
 Noiodá José Damiani
 Odelir Battistella

Conselho Fiscal**Efetivos**

Juarez de Magalhães Rigon
 Newton João Fabris
 Valcir José Zanette

Suplentes

Amilcar Nicolau Pelaez
 Edson Osvaldo Amaral
 Fernandes Luiz Andretta

SESI**Conselho Regional de Santa Catarina**

Presidente – Glauco José Côrte

Vice-Presidente – Mario Cezar de Aguiar

Representantes da Indústria**Titulares**

Ademir José Pereira

Hilton José da Veiga Faria

Sergio Luis Pires

Rafael Lando Menute

Suplentes

Alexsandro da Cruz Barbosa

Ernani Ricardo Fezer

Fenando Fey

Fernando Mayer

Representantes Institucionais**Titulares**

Ari Oliveira Alano – Trabalhadores na Indústria

Paulo César da Costa – Governo do Estado de Santa Catarina

Vanio dos Santos – Ministério do Trabalho e Emprego

Suplentes

Carlos Alberto Baldissera – Trabalhadores na Indústria

Sergio Luiz Gargioni – Governo do Estado de Santa Catarina

Daniela Bonato Oliveira – Ministério do Trabalho e Emprego

SENAI**Conselho Regional de Santa Catarina**

Presidente – Glauco José Côrte

1º Vice-Presidente – Mario Cezar de Aguiar

Representantes da Indústria**Titulares**

Cesar Augusto Olsen

Guilherme Marco de Lima

Osvaldo Luciani

Luís Carlos Guedes

Suplentes

Cláudio Luis Kurth

Eliezer da Silva Matos

Orlindio da Silva

Ramiro Cardoso

Representantes Institucionais**Titulares**

Miguel Padilha – Trabalhadores da Indústria

Maria Clara Kaschny Schneider – Ministério da Educação

Vanio dos Santos – Ministério do Trabalho e Emprego

Suplentes

Carlos Artur Barbosa – Trabalhadores da Indústria

Francisco José Montório Sobral – Ministério da Educação

Daniela Bonato Oliveira – Ministério do Trabalho e Emprego

IEL**Conselho Regional de Santa Catarina**

Presidente – Glauco José Côrte

1º Vice-Presidente – Mario Cezar de Aguiar

Diretor Tesoureiro – Luciano Flávio Andriani

Representante da FIESC – Carlos Frederico da Cunha Teixeira

Conselho Consultivo**Efetivos**

Angela Teresa Zorzo Dal Piva

Hans Heinrich Bethe

Liandra Nazário Nobrega

Marco Antônio Corsini

Mircon Roberto Becker

Paulo Rubens Obenaus

Valério Gomes Neto

Suplentes

Álvaro Schwegler

Celso Marcolin

Eduardo Seleme

Flávio José Martins

Heleny Mendonça Meister

Márcio Vaccaro

Sérgio Luiz Moretto

Conselho Fiscal**Efetivos**

Ilton Paschoal Rotta

Marcus Schlösser

Norberto Viana

Suplentes

Alexsandro da Cruz Barbosa

Harry Perusin

Joacir Antônio Dalvit

Representantes Institucionais

BRDE - Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul

FAPESC - Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica do Estado de Santa Catarina

Fundação CERTI - Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras

SEBRAE/SC - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Sistema ACAFE - Associação Catarinense das Fundações Educacionais

UDESC - Universidade do Estado de Santa Catarina

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

Diretoria Executiva**FIESC / SC**

Carlos Henrique Ramos Fonseca – Diretor de Desenvolvimento Institucional e Industrial

Rodrigo Carioni – Chefe de Gabinete da Presidência

Carlos José Kurtz – Diretor Jurídico

Silvestre José Pavoni – Superintendente de Serviços Compartilhados

Carlos Roberto de Farias – Diretor Marketing e Comunicação,

Relacionamento com o Mercado

Fernando Pisani de Linhares – Gerente Executivo de Auditoria

SENAI / SC

Jefferson de Oliveira Gomes – Diretor Regional

Maurício Capra Pauletti – Diretor Técnico

Antônio José Carradore – Assessor

SESI / SC

Fabrício Machado Pereira – Superintendente do Sesi/SC

Marco Aurélio Prass Goetten – Diretor Técnico do Sesi/SC

IEL / SC

Natalino Uggioni – Superintendente do IEL/SC

Presidentes/Coordenadores de Câmaras e Comitês Temáticos e Setoriais

Agroindústria – Mário Lanznaster

Assuntos Tributários e Legislativos – Sérgio Rodrigues Alves

Automotiva – Hugo Eurico Ferreira

Comércio Exterior – Maria Teresa Bustamante

Construção – João Formento

Energia – Otmar Josef Müller

Florestal – Odelir Battistella

Mobiliário – Arnaldo Huebl

Moda – Sérgio Luis Pires

Micro e Pequena Empresa – Célio Bayer

Pesca – Agostinho Peruzzo

Qualidade Ambiental – José Lourival Magri

Relações Trabalhistas – Durval Marcatto Jr.

Tecnologia e Inovação – Alexandre D'Ávila da Cunha

Transporte e Logística – Mario Cezar de Aguiar

Comitê do Petróleo e Gás – Edgar Cardoso da Silva

Comitê para a Logística Reversa – Albano Schmidt

Comitê para o Carvão Mineral – Fernando Luiz Zancan

Comitê da Indústria de Defesa da FIESC – COMDEFESA – Cesar

Augusto Olsen

**Divulgar sua
indústria
nunca foi
tão fácil!**

Se você **quer divulgar e vender os produtos da sua indústria**,
o **Portal Indústria SC** é o lugar certo.

Desenvolvido pela FIESC, o Portal Indústria SC é o
ambiente virtual para estimular os negócios
das indústrias catarinenses.

Já são **mais de 700 indústrias**
e **2000 produtos** em exposição
na **maior vitrine da indústria catarinense!**

MONTE A VITRINE DA SUA INDÚSTRIA.

Saiba mais em

WWW.INDUSTRIASC.COM.BR

ou ligue (48) 3231-4120.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA - FIESC

Presidente: Glauco José Côrte
1º Vice-Presidente: Mario Cezar de Aguiar

Diretoria de Desenvolvimento Institucional e Industrial

Diretor: Carlos Henrique Ramos Fonseca

Equipe Técnica

Tatiani Leal

Arturo Muttoni Deambrosis
Daniele Neuberger
Konstanze Halentz
Mauro Victor Silveira de Souza

Direção de arte | produção gráfica: Luiz Acácio - desouza.acacio@gmail.com

© 2016. Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida desde que citada a fonte.

FIESC

Rodovia Admar Gonzaga, 2.765 - Itacorubi - Florianópolis/SC - CEP 88034-001
Fone: (48) 3231-4651 - Fax: (48) 3231-4669
e-mail: cin@fiesc.com.br
www.fiesc.com.br

PORTAL SETORIAL FIESC

NAVEGUE.
ENTENDA.
DECIDA.



portalsetorialfiesc.com.br

CONTE
COM A
GENTE



Baixe o app ou acesse o site e tenha conteúdos exclusivos e estratégicos para a sua decisão. Utilize o QR code ou busque por FIESC na loja de apps.



FIESC

FIESC

www.fiesc.com.br