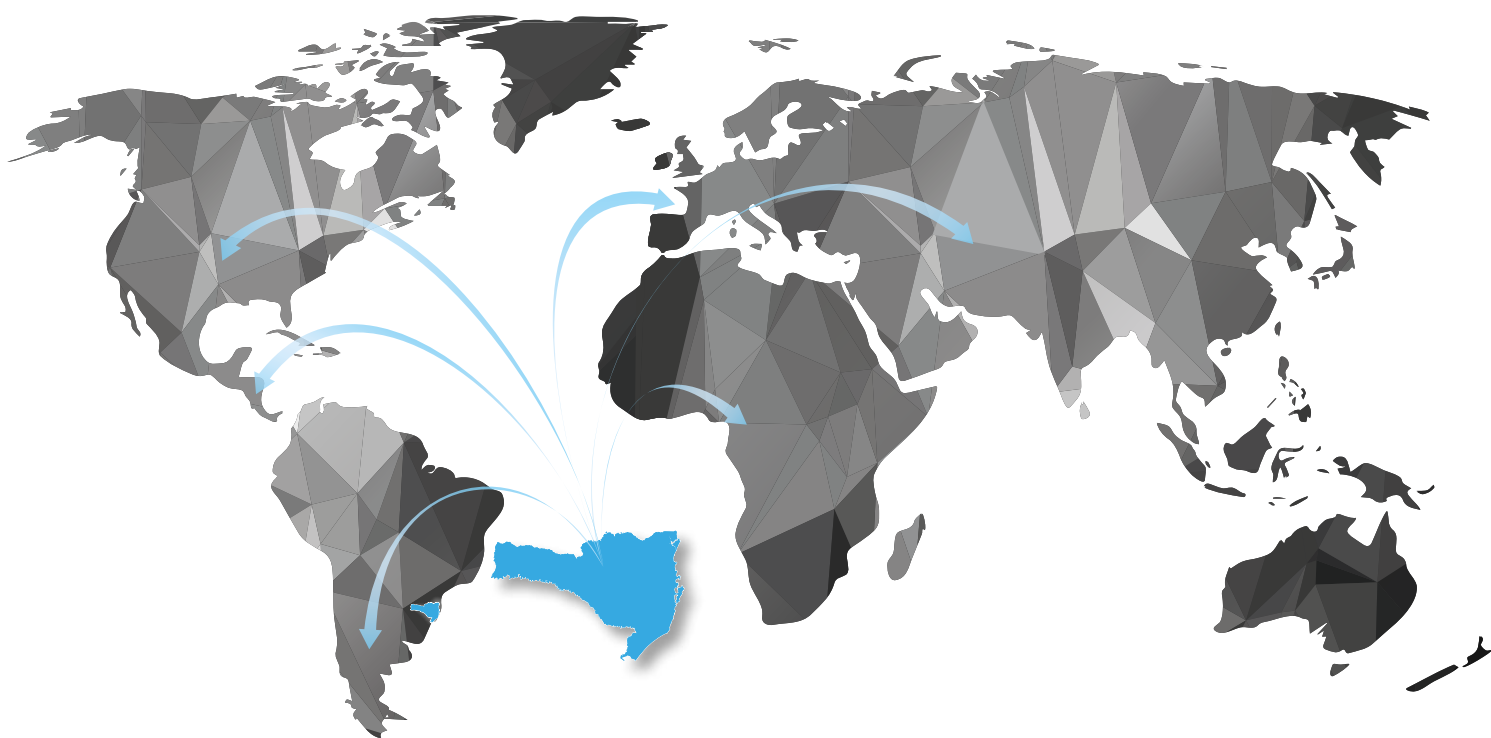


FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA

ANÁLISE DO COMÉRCIO 2018 INTERNACIONAL CATARINENSE



Realização



CIN
Centro Internacional de Negócios
de Santa Catarina

FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

EXPORTE AGORA



CONTE COM O **EXPORTE AGORA**
E FAÇA OS SEUS PRODUTOS
CONQUISTAREM O MUNDO.



O comércio exterior consolida-se como uma importante alternativa para as empresas crescerem de forma sustentável. A internacionalização dos negócios traz novos consumidores, eleva a qualidade dos produtos, reduz a ociosidade da produção e os riscos das variações da economia e ainda oferece benefícios fiscais. Com o objetivo de auxiliar a sua empresa a alcançar novos mercados, o Centro Internacional de Negócios (CIN) da FIESC, disponibiliza o Exporte Agora. Uma ferramenta gratuita que traz informações relevantes sobre o comércio exterior e as etapas mais importantes para facilitar o processo de exportação.

Exporte Agora. Facilita a ampliação de horizontes para sua empresa.

COM O CENTRO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS DA FIESC, O SUCESSO DA SUA EMPRESA GANHA PROJEÇÃO INTERNACIONAL.

	PASSO 1	ESTOU PRONTO PARA EXPORTAR?
	PASSO 2	CREDENCIAMENTO NA RECEITA FEDERAL (RADAR)
	PASSO 3	CLASSIFICAÇÃO FISCAL DO PRODUTO (NCM)
	PASSO 4	PARA ONDE EXPORTAR?
	PASSO 5	BARREIRAS TARIFÁRIAS E NÃO TARIFÁRIAS
	PASSO 6	FORMAÇÃO DE PREÇO
	PASSO 7	ADEQUAÇÃO DO MATERIAL PROMOCIONAL E DO PRODUTO
	PASSO 8	REGISTRO DA MARCA
	PASSO 9	PARA QUEM EXPORTAR?
	PASSO 10	NEGOCIAÇÃO
	PASSO 11	DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

Para mais informações, acesse: portalsetorialfiesc.com.br/exporte-agora

**MAIS SEGURANÇA E
RAPIDEZ PARA EXPORTAR.**

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



www.fiesc.com.br/cin/cod

FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

Centro Internacional de Negócios - CIN

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

Apresentação

O mercado externo desempenha um papel relevante no campo da competitividade econômica. Além de representar a ampliação de mercados para o exportador, o que gera ganhos de escala e melhor utilização da capacidade industrial instalada, possibilita (a) operar com uma maior diversidade de produtos no mercado interno, (b) permite que empresas participem de cadeias globais de valor, (c) explorem suas vantagens competitivas nos mercados internacionais e (d) tirem proveito das vantagens comparativas desenvolvidas nos seus mercados de origem.

Ao longo dos anos, Santa Catarina, que conta com uma estrutura industrial significativamente diversificada, tem ampliado sua participação nos mercados externos. Ao ampliar sua oferta e diversificar mercados, o Estado desenvolveu relevante inserção na economia mundial. Para contribuir com esse processo, a FIESC mantém-se ativa no desenvolvimento de programas e instrumentos de apoio à internacionalização voltados para a consolidação do protagonismo catarinense no cenário global.

Anualmente, a FIESC publica a Análise do Comércio Internacional Catarinense, estudo que revela o desempenho do Estado no comércio exterior catarinense, sob a perspectiva de suas empresas exportadoras e importadoras, por meio de coleta de dados primários, que apontam quais são os aspectos fundamentais para que a indústria catarinense supere as barreiras e os custos para a sua entrada em novos mercados.

Os resultados dessa Análise permitem à FIESC propor iniciativas e soluções que viabilizam o desenvolvimento do potencial das indústrias catarinenses, inclusive de pequeno e médio porte, com vistas à ampliação de suas rentabilidades e à minimização e eliminação das barreiras ao seu processo de internacionalização. O resultado se traduz em uma maior integração da economia catarinense ao mercado global, um desafio que, vencido, propiciará benefícios significativos em médio e longo prazos.



Glauco José Côrte

Presidente da FIESC

ATA Carnet. Seus bens ou produtos viajam o mundo sem complicação e sem imposto.

O ATA Carnet é um passaporte aduaneiro internacional que permite a livre entrada de bens em 75 países, incluindo o Brasil, sem cobrança de impostos.

São três categorias beneficiadas pelo ATA Carnet: **amostras comerciais, equipamentos profissionais e esportivos, artigos para apresentação em feiras, mostras, exposições e eventos similares.**

Para fazer o seu ATA Carnet ou obter mais informações, acesse cni.org.br/atabrasil



Emissão exclusiva pela Confederação Nacional da Indústria – CNI e Federações das Indústrias.



Sumário

Panorama Mundial	9
O comércio exterior brasileiro em 2017	12
O comércio exterior de Santa Catarina em 2017	18
Produtos Exportados	20
Parceiros Comerciais.....	22
Resultados da Pesquisa.....	25
Seção 1 - Caracterização das Empresas	25
Seção 2 – Negócios Internacionais	30
Seção 3 – Exportações	35
Seção 4 – Importações	44
Seção 5 – Apoio aos Negócios Internacionais.....	50
Considerações Finais.....	57
Anexos.....	59

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 da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

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



startexport

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

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



Start Export o mundo ao alcance da sua empresa

48 3231 4665

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



CIN
Centro Internacional de Negócios
de Santa Catarina

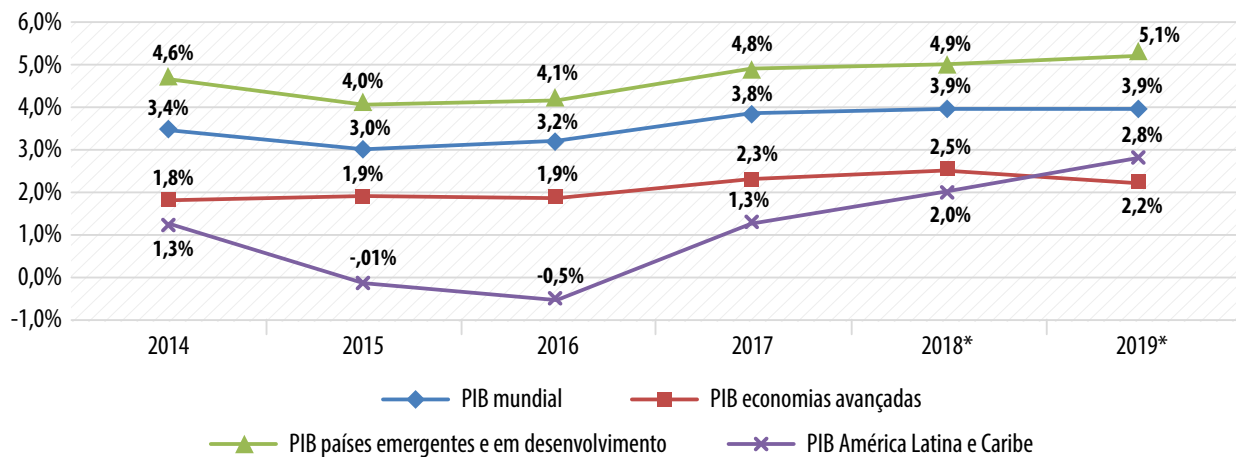
FIESC

Panorama Mundial

A instabilidade nos mercados e as incertezas quanto ao futuro da economia mundial, sobretudo após as medidas do governo norte-americano, dificultam a realização de projeções futuras.

Diante dos acontecimentos do primeiro semestre de 2017, as perspectivas para a economia mundial para os anos de 2018 e 2019 são de elevação das taxas de crescimento da atividade global, tanto nas economias emergentes quanto nos países desenvolvidos. As projeções de crescimento do PIB mundial estão acima das taxas do triênio 2015-17. O relatório "World Economic Outlook", do Fundo Monetário Internacional, projeta um avanço do PIB mundial em 3,9% em 2018 e 2019, como mostra o Gráfico 1.

PRODUTO INTERNO BRUTO 2014-2019. TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL (EM %)



Fonte: Elaboração própria com dados do World Economic Outlook, Fundo Monetário Internacional, abril, 2018.

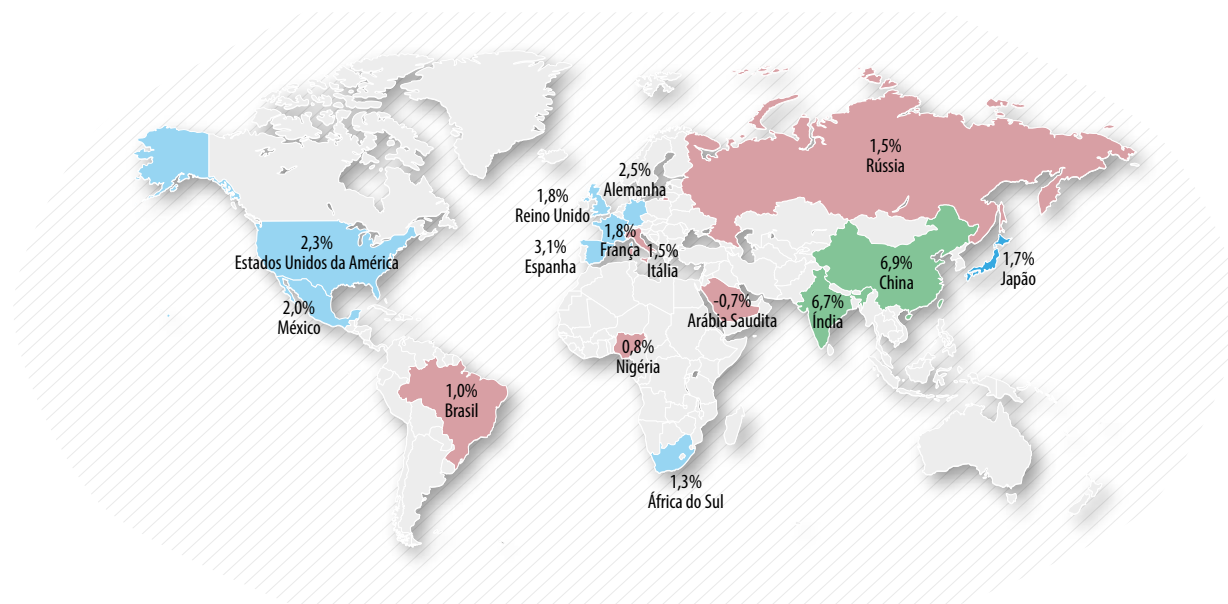
*Projeção.

Em relação aos países desenvolvidos, o FMI projeta um crescimento de 2,5% em 2018, após o crescimento de 2,3% em 2017. Para a economia norte-americana, espera-se um avanço de 2,9% em 2018 e 2,7% em 2019.

Em setembro de 2017, pela primeira vez em nove anos, o *Federal Reserve* anunciou aumentos graduais dos juros, melhora nas expectativas de crescimento da atividade norte-americana e redução das taxas de desemprego. Esse cenário, acompanhado pela política fiscal expansionista do governo Donald Trump (reforma tributária com corte de impostos para empresas) impulsionará o déficit orçamentário e contribuirá para que as taxas de juros norte-americanas mantenham-se elevadas, o que impactará a liquidez nos mercados emergentes. Com a economia dos EUA crescendo ao potencial, os estímulos orçamentários elevarão o nível de atividade.

No Japão, as projeções do FMI indicam que o crescimento será inferior ao registrado em 2017 (1,7%) e será de 1,2% em 2018 e 0,9% em 2019. Em 2018, espera-se crescimento dos investimentos privados, mas no médio prazo as projeções são mais frágeis devido ao baixo dinamismo do mercado de trabalho. Na zona do Euro, o ano de 2018 deverá registrar crescimento de 2,4% do produto, mas declinará em 2019 (2%). O crescimento de 2018 decorrerá da expansão da demanda doméstica e da demanda externa.

CRESCIMENTO EM 2017 E PROJEÇÕES PARA 2018 E 2019 - PAÍSES SELECIONADOS, VARIAÇÃO (%) DO PRODUTO INTERNO BRUTO



PAÍS	PIB 2017	PIB 2018	PIB 2019
	Variação %	Variação %	Variação %
Estados Unidos	2,3	2,9	2,7
Alemanha	2,5	2,5	2,0
França	1,8	2,1	2,0
Itália	1,5	1,5	1,1
Espanha	3,1	2,8	2,2
Japão	1,7	1,2	0,9
Reino Unido	1,8	1,6	1,5
Rússia	1,5	1,7	1,5
China	6,9	6,6	6,4
Índia	6,7	7,4	7,8
Brasil	1,0	2,3	2,5
México	2,0	2,3	3,0
Arábia Saudita	-0,7	1,7	1,9
Nigéria	0,8	2,1	1,9
África do Sul	1,3	1,5	1,7

Fonte: WEO, abril de 2017, FMI.

Apesar do melhor desempenho das economias dos países avançados, as maiores taxas de crescimento continuarão provenientes das economias emergentes e em desenvolvimento. Os mercados emergentes da Ásia continuarão crescendo a taxas elevadas e impulsionando o crescimento global, mas o desempenho dos países exportadores de commodities será favorecido depois de três anos de atividade econômica frágil. O crescimento chinês no médio prazo continuará determinado pela capacidade do país passar a crescer estimulado pelo consumo interno ao invés dos investimentos, pelos serviços em detrimento da indústria.

Na América Latina, após o declínio no preço das commodities no período 2014-2016, as perspectivas são de que a região registrará taxas mais elevadas de crescimento nos próximos dois anos. Entretanto, no Brasil mantêm-se as instabilidades quanto às ações do futuro governo que será eleito neste ano, o que prejudica a projeção de crescimento no curto prazo. No médio prazo, o país enfrenta estagnação da produtividade e o fim do bônus populacional, o que se traduz em dificuldades para o avanço econômico a taxas robustas.

Na Rússia, a elevação dos preços do petróleo, o aumento no nível de confiança e uma política monetária mais expansionista, ajudariam o país a retomar o crescimento em 2017. Com a expectativa de crescimento de 1,7% em 2018, a Rússia deve elevar em 0,2 pontos o nível de atividade.

Entretanto, esse cenário decorre de uma economia livre das consequências de um agravamento da guerra comercial, que poderá levar o mundo para uma recessão. Com o aumento da tensão comercial entre EUA e China, as exportações de vários países podem ser atingidas, piorando a economia dos países emergentes, inclusive. Políticas nacionalistas podem gerar tensões geopolíticas e aversão a risco, com implicações no nível de atividade de curto prazo e no nível de confiança no longo prazo, resultando em menores níveis de investimentos. De acordo com o FMI, o resultado negativo pode ser severo, dado que não há mais espaço para cortes de taxas de juros ou aumento dos gastos públicos como ocorreu no passado.

As incertezas políticas elevam os riscos quanto à implementação de reformas ou à possibilidade de uma reorientação de agendas, sobretudo em países como Brasil, Colômbia, Itália e México, além da Turquia.

O comércio exterior brasileiro em 2017

Em 2017, as exportações brasileiras cresceram em relação ao ano anterior, após a retração de 2016 (-3,1%) e alcançaram US\$ 217,7 bilhões, crescimento de 17,5%. As importações também avançaram 9,6%, para US\$150,7 bilhões, após o declínio de 19,8% em 2016.

BALANÇA COMERCIAL DO BRASIL, 2016 E 2017, EM US\$ MILHÕES

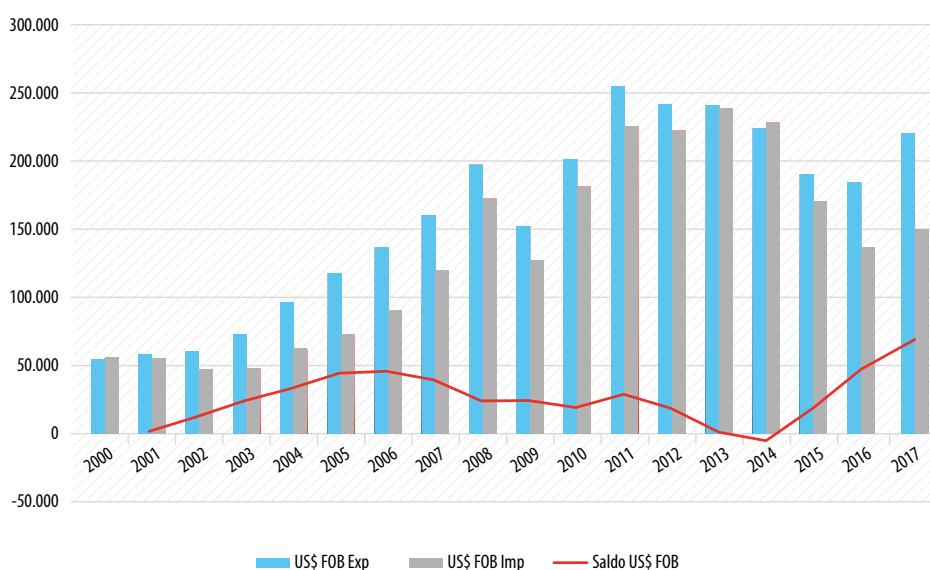
Fluxo Comercial US\$ milhões	Jan-dez 2016	Jan-dez 2017	Varição (%)
Exportações	185.235,4	217.739,2	17,5
Importações	137.552,0	150.749,5	9,6

Fonte: MDIC, 2018

Dentre os principais produtos exportados em 2017, destacou-se a soja, responsável por cerca de 11,8% das exportações brasileiras no ano, assim como os minérios de ferro, com participação de 8,8% na pauta, os óleos brutos de petróleo, com 7,6%, o açúcar com 4,2% e automóveis com 3,1%. Juntos, os cinco principais produtos da pauta exportadora brasileira foram responsáveis por 35,5% das exportações brasileiras em 2017, o que denota a expressiva concentração da pauta exportadora brasileira em produtos de baixa e média intensidade tecnológica.

Como resultado do avanço das exportações em relação às importações em 2017, o saldo comercial anual foi positivo, como pode ser observado no gráfico a seguir.

EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES, IMPORTAÇÕES E SALDO COMERCIAL BRASILEIRO – 2000 A 2017, EM US\$ MILHÕES

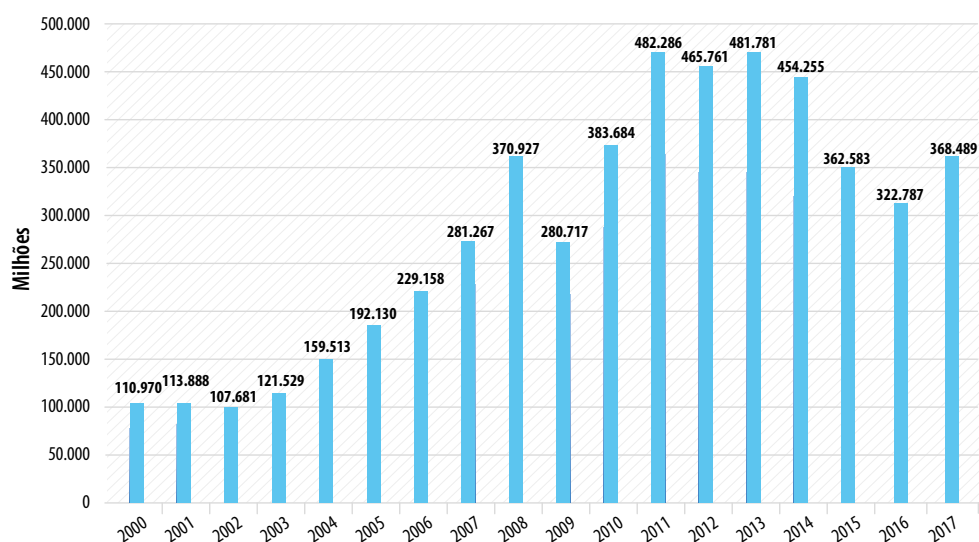


Fonte: Elaboração própria com dados do MDIC, 2018.

O saldo comercial verificado em 2017 mostra a interrupção da queda das exportações que recuaram por cinco anos consecutivos (entre os anos 2012 e 2016). Em 2017, os principais produtos da pauta exportadora registraram crescimento de

vendas, o que permitiu ao Brasil crescer em termos de corrente de comércio e reverter a situação do ano anterior, quando a corrente de comércio estava no menor nível desde 2009, como mostra o gráfico a seguir.

CORRENTE DE COMÉRCIO BRASILEIRA, NO PERÍODO DE 2000 A 2017, EM US\$ MILHÕES



Fonte: Elaboração própria com dados do MDIC, 2018.

O melhor desempenho exportador decorreu do crescimento da exportação de produtos básicos, já que estes tiveram significativa participação na pauta (46%) e sofreram avanço de 27,7% em relação a 2016. Houve influência, sobretudo, do crescimento das exportações de soja (33,0%), minério de ferro (44,5%), óleos brutos de petróleo (65,0%) e carne de frango congelada (8,1%).

O produtos semimanufaturados registraram crescimento de exportações (12,4%), assim como os produtos manufaturados (8,6%).

A aumento nas exportações de produtos semimanufaturados decorreu sobretudo, do incremento das exportações de açúcar de cana (9,2%) e celulose (13,9%), e os manufaturados “automóveis de passageiros” (42,8%), e de demais produtos manufaturados (6,2%).

Em relação às categorias de uso, destaca-se a queda nas exportações de combustíveis, de 57,6%, e, em menor medida, as dos bens intermediários e de bens de consumo, com avanço de 18,0% e 13,7%, respectivamente. As exportações de bens de capital recuaram -7,1%.

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS, SEGUNDO AS CLASSES DE PRODUTOS E CATEGORIAS DE USO – US\$ BILHÕES, 2016 E 2017

Ano	Total	Classe de Produtos				Categorias de Uso			
		Básicos	Semimanufaturados	Manufaturados	OP	Bens de Capital	Bens Intermediários	Bens de Consumo	Combustíveis
2016	185,2	79,2	28,0	73,9	4,2	18,3	123,4	30,0	13,3
2017	217,7	101,1	31,4	80,6	5,0	17,0	145,6	34,0	20,9
Variação (%) 2017/2016	17,5	27,7	12,4	8,6	19,0	-7,1%	18,0%	13,7%	57,6%
Part. (%) 2017	100	46%	14%	37%	6%	7,8%	66,9%	15,6%	9,6%

Fonte: MDIC

Em 2017, todas as grandes categorias econômicas registraram avanço nas importações, com exceção dos bens de capital, conforme tabela a seguir. O crescimento nas importações de combustíveis (41,7%), bens intermediários (10,3%) e bens de consumo (7,1%) revelaram a melhor atividade que o país teve no ano, além do crescimento nos preços, sobretudo do petróleo. O recuo na importação de bens de capital revela o frágil desempenho dos investimentos no Brasil.

IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS, SEGUNDO AS CLASSES DE PRODUTOS E CATEGORIAS DE USO – US\$ BILHÕES, 2016 E 2017

Ano	Total	Classe de Produtos			Categorias Econômicas			
		Básicos	Semimanufaturados	Manufaturados	Bens de Capital	Bens Intermediários	Bens de Consumo	Combustíveis
2016	137,5	14,3	5,6	117,6	18,4	84,9	21,7	12,4
2017	150,7	16,1	6,6	128,0	16,1	93,7	23,3	17,5
Varição (%) 2017/2016	9,59	12,96	17,7	8,8	-12,1	10,3	7,1	41,7
Part. (%) 2017	100	1,1	4,4	84,9	10,7	62,1	15,4	11,7

Fonte: MDIC

O índice de rentabilidade das exportações totais, calculado pela FUNCEX, em 2017, registrou queda de 1,2% em comparação ao ano anterior. A recuperação observada para o preço das exportações não foi suficiente para compensar a combinação de alta dos custos de produção e de valorização do câmbio nominal. Em relação ao ano anterior, os preços e os custos aumentaram em 10,1% e em 2,3%, respectivamente, enquanto que a valorização cambial foi de 8,5%.

ÍNDICE DE RENTABILIDADE DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS, 2016-2017.

BASE: MÉDIA 2003.

Ano	Índice de Rentabilidade
2016	82,9
2017	81,9

Fonte: FUNCEX

Entre 2010 e 2017, o índice dos custos de produção seguiu trajetória sempre crescente, com expansão mais acelerada entre 2014 e 2016, enquanto que o preço das exportações recuou a partir de 2011 dado o fim do *boom* dos preços das commodities.

O índice de rentabilidade das exportações brasileiras pode ser decomposto em três grupos - Setores não industriais, Indústria extrativa e Indústria de transformação. O indicador de rentabilidade apresentou desempenho positivo apenas para a Indústria extrativa, com crescimento de 18,8% em comparação ao ano anterior. O índice de rentabilidade dos Bens não industriais (Agricultura e Pecuária; Produção Florestal; e Pesca e Aquicultura) tiveram desempenho desfavorável, com queda de 9,7% em razão da variação quase nula do índice de preço das exportações (0,1%) e da combinação de alta dos custos de produção (1,8%) e da valorização cambial (-8,5%).

ÍNDICE DE RENTABILIDADE E SEUS COMPONENTES, POR SEÇÕES CNAE, 2017, VARIAÇÃO ANUAL (%)

Seções do CNAE	Preço de exportação	Custos de Produção	Câmbio nominal	Rentabilidades das Exportações
Agricultura e Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura	0,1	1,8	-8,5	-9,7
Indústria Extrativa	34,1	4,4	-8,5	18,8
Indústria de Transformação	7,1	2,1	-8,5	-3,8

Fonte: Funcex

Em 2017, o índice de preços das exportações brasileiras registrou alta de 10,1% em relação ao ano anterior. Na segmentação por Classe de produtos, a expansão foi de 12,8% para os Básicos, 11,7% para os Semimanufaturados e de 5,7% para os Manufaturados. Se consideradas as Grandes categorias econômicas, o comportamento do índice de preços também mostrou crescimento generalizado; Bens de capital (1,5%), Bens intermediários (10%), Bens de consumo duráveis (2,7%), Bens de consumo não duráveis (5,6%) e Combustíveis (32,4%), sempre na comparação com 2016, conforme tabela a seguir.

Em relação ao índice de *quantum* das exportações brasileiras, em 2017 registrou-se alta de 6,8% em relação ao ano anterior. O *quantum* exportado de produtos Básicos registrou acréscimo de 13,2%, enquanto que os Semimanufaturados e os Manufaturados registraram crescimento de 0,6% e 2,7%, respectivamente, na comparação com o ano de 2016.

Considerado o *quantum* das Grandes categorias econômicas, houve decréscimo expressivo em Bens de capital (-8,5%), mas crescimento do *quantum* exportado de Bens Intermediários (7,3%), Bens de consumo duráveis (37,8%), Bens de consumo não-duráveis (2,2%) e Combustíveis (19%).

ÍNDICE DE PREÇO E ÍNDICE DE QUANTUM DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS – CLASSES DE PRODUTOS E CATEGORIAS DE USO, 2016 E 2017, BASE: MÉDIA 2006 = 100

Ano	Total Exportado	Índice de Preços das Exportações							
		Classe de Produtos			Grandes Categorias Econômicas				
		Básicos	Semimanufaturados	Manufaturados	Bens de Capital	Bens Intermediários	Bens de Consum Duráveis	Bens de Consumo Não-Duráveis	Combustíveis
2016	115,2	123,6	112,0	117,5	123,4	121,1	121,1	132,3	66,9
2017	126,8	139,4	125,1	124,2	125,2	133,2	124,3	139,7	88,6
Varição (%)	10,1	12,8	11,7	5,7	1,5	10,0	2,7	5,6	32,4

Fonte: FUNCEX

Ano	Total Exportado	Índice de Quantum das Exportações							
		Classe de Produtos			Grandes Categorias Econômicas				
		Básicos	Semimanufaturados	Manufaturados	Bens de Capital	Bens Intermediários	Bens de Consumo-Duráveis	Bens de Consumo Não-Duráveis	Combustíveis
2016	116,7	158,9	127,9	83,9	115,8	123,6	67,6	86,0	138,3
2017	124,7	180	128,7	86,1	106,0	132,6	93,1	88,0	164,6
Varição (%)	6,8	13,2	0,6	2,7	-8,5	7,3	37,8	2,2	19,0

Fonte: FUNCEX

De acordo com a FUNCEX, o índice de preço das importações registrou trajetória de alta e 4,1% na comparação com o ano anterior. Foi importante para o desempenho do índice a retomada do preço das commodities energéticas e dos produtos derivados desses bens, como por exemplo, nafta, óleo diesel e gasolina.

Desagregando o índice por Grandes Categorias Econômicas, observa-se que houve crescimento do indicador para os Bens intermediários (3,0%), para os Bens de consumo duráveis (2,0%) e para os Combustíveis (29,5%), enquanto que para os Bens de capital e os Bens de consumo não-duráveis houve queda de 3,2% e de 1,8%, respectivamente.

Em relação ao índice de *quantum* das importações brasileiras, após três anos consecutivos de queda, o indicador voltou a apresentar crescimento. Em 2017, o *quantum* das importações cresceu 5,3% em relação ao ano anterior. Consideradas as Grandes categorias econômicas, apenas os Bens de capital registraram decréscimo. No acumulado de 2017, os Bens de capital registraram queda de 9,1%, quando comparados ao ano anterior. As demais categorias apresentaram alta de 7,0% para os Bens intermediários, de 8,5% para os Bens de consumo duráveis, de 8,2% para os Bens de consumo não- duráveis e de 9,4% para os Combustíveis

ÍNDICE DE PREÇO E ÍNDICE DE *QUANTUM* DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS, CATEGORIAS DE USO, 2016 E 2017 – BASE: MÉDIA 2006 = 100

Índice de Preço das Importações						
Ano	Total Importado	Grandes Categorias Econômicas				
		Bens de Capital	Bens Intermediários	Bens de Consumo Duráveis	Bens de Consumo Não-Duráveis	Combustíveis
2016	109,2	107,3	115,0	113,3	127,9	74,1
2017	113,6	103,6	118,5	115,5	125,5	95,9
Varição (%)	4,1	-3,2	3,0	2,0	-1,8	29,5

Fonte: FUNCEX

Índice de Quantum das Importações						
Ano	Total Importado	Grandes Categorias Econômicas				
		Bens de Capital	Bens Intermediários	Bens de Consumo Duráveis	Bens de Consumo Não-Duráveis	Combustíveis
2016	137,9	162,7	132,7	121,6	199,2	110,7
2017	145,3	147,8	142,0	132,0	215,4	121,1
Varição (%)	5,3	-9,1	7,0	8,5	8,2	9,4

Fonte: FUNCEX

Dos 29 setores do CNAE 2.0 pesquisados pela FUNCEX, 22 setores pesquisados aumentaram o índice de quantum das exportações em relação ao ano anterior. Destacam-se os setores de: Agricultura e pecuária (24,2%), Extração de petróleo e gás natural (24,2%), Máquinas e equipamentos (16,1%) e Veículos automotores, reboques e carrocerias (28,2%)

No tocante às importações, 12 dos 30 setores pesquisados aumentaram o índice de preço das importações, em relação a 2016. Destacam-se os setores de: Extração de petróleo e gás natural (19,5%), Derivados do petróleo, biocombustíveis e nafta (20,0%), Metalurgia (11,6%) e Equipamentos de informática, eletrônicos e ópticos (5,1%) .

Quanto aos destinos das exportações brasileiras em 2017, destaque para a China que aumentou a sua participação em relação ao ano anterior e passou a responder por 21,8% do total. Os Estados Unidos e a Argentina responderam por 12,3% e 7,2, respectivamente; seguidos por Países Baixos (4,2%) e Japão (2,4%).

As exportações brasileiras para a China estão bastante concentradas na soja (triturada) que respondeu por 42,8% do total exportado para este destino e avançaram em 41,2% em 2017.

Também houve crescimento das exportações para os EUA em 2017 (16,0%), segundo maior mercado para os produtos brasileiros. Houve expressivo avanço das exportações de óleos brutos de petróleo (136,3%), reexportação (6,6%), produtos semimanufaturados de ferro e aço (45,1%), e celulose (12,4%), o que compensou a queda das vendas de aviões (-24,7%), segundo item da pauta exportadora brasileira para os EUA.

Em 2017, as exportações para a Argentina avançaram (31,3%), impulsionadas, sobretudo, pelas vendas de automóveis de passageiros (42,1%), veículos de carga (54,0%) e partes e peças para veículos automóveis e tratores (22,9%).

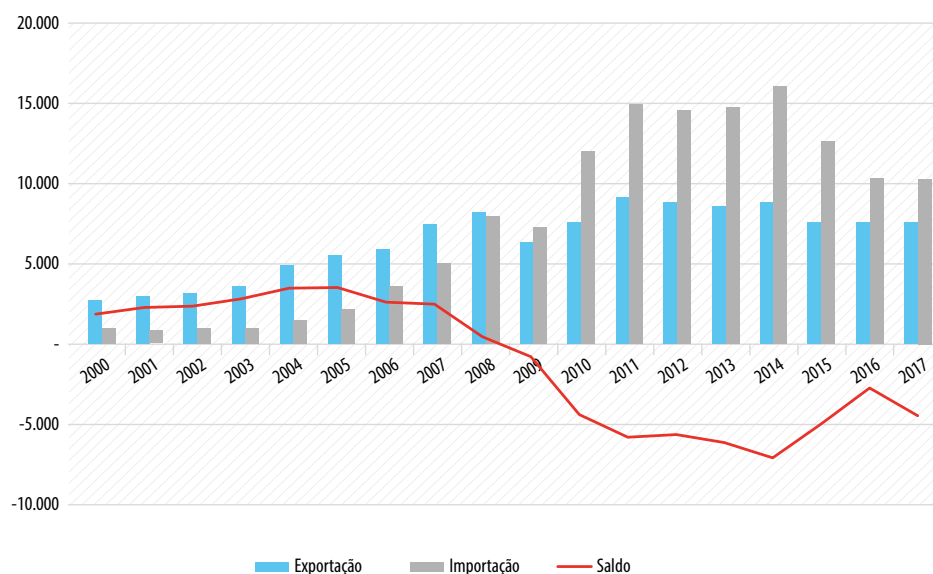
Em relação às importações, a China passou a ser o principal parceiro comercial. Após o crescimento de 19,9% das compras brasileiras, a China passou a responder por 18,1% das compras brasileiras, seguida pelos Estados Unidos (16,5%), Argentina (6,3%), Alemanha (6,1%) e Coreia do Sul (3,5%).

O comércio exterior de Santa Catarina em 2017

Em 2017, as exportações catarinenses foram de US\$ 8,5 bilhões e registraram crescimento de 12% em relação ao ano de 2016, ano que haviam recuado -0,7%.

As importações, por sua vez, totalizaram US\$ 12,6 bilhões, um avanço de 21,4% em relação ao total importado no ano anterior, após dois anos consecutivos de redução das importações em Santa Catarina. Com o crescimento das importações, o Estado ampliou o déficit comercial para US\$ 4,07 bilhões, um valor menor do que a média registrada no período 2010-2015, quando houve expressivo crescimento das importações do Estado de Santa Catarina.

EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES, IMPORTAÇÕES E SALDO COMERCIAL CATARINENSE – DE 2000 A 2017



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES CATARINENSES, EM US\$ MILHÕES, 2016 E 2017

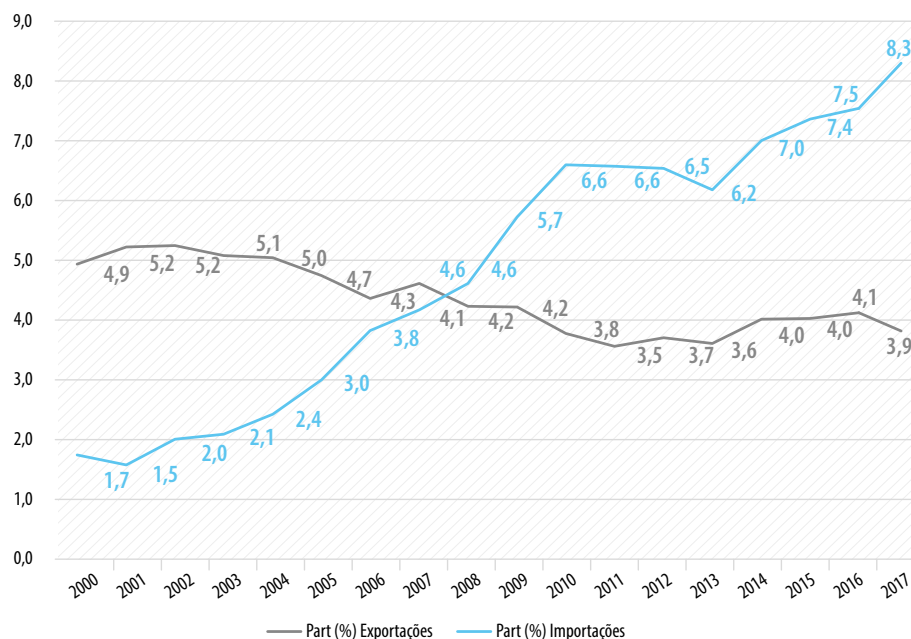
Exportações (US\$)	Jan-Dez/2016 US\$ FOB (A)	Jan-Dez/2017 US\$ FOB (B)	Varição % (B/A)
Brasil	185.235,4	217.739,2	17,5
Santa Catarina	7.593,4	8.510,9	12,1

Importações (US\$)	Jan-Dez/2016 US\$ FOB (A)	Jan-Dez/2017 US\$ FOB (B)	Varição % (B/A)
Brasil	137.552,0	150.749,5	9,6
Santa Catarina	10.367,8	12.584,9	21,4

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Em termos de participação nos fluxos comerciais nacionais, em 2017 Santa Catarina obteve 3,9% de participação nas exportações brasileiras. Em relação às importações, o Estado foi responsável por 8,3% do total importado pelo país. Historicamente, a participação catarinense nas exportações brasileiras diminuiu, enquanto que a sua participação nas importações aumentou.

EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO CATARINENSE NAS EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS, 2000 A 2017, VARIAÇÃO PERCENTUAL



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Quanto às classes de produtos, as exportações catarinenses são majoritariamente constituídas de produtos industrializados. Esses produtos representam mais da metade das exportações do Estado (57,8% em 2017). Em relação ao ano anterior, esta classe de produtos apresentou crescimento (13,7%), conforme pode ser visto na tabela a seguir.

Historicamente, a participação dos produtos industrializados nas exportações do Estado declinaram, e em 2017 ainda não recuperaram a participação que tinham antes de 2008. Isto deve-se ao maior dinamismo das exportações de produtos básicos.

EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES CATARINENSES, SEGUNDO AS CLASSES DE PRODUTOS, US\$ MILHÕES, 2016 E 2017

Exportações				
Classes de Produtos	Jan-Dez 2016 US\$ milhões (A)	Jan-Dez 2017 US\$ milhões (B)	Part. (%) 2017	Variação % (B/A)
Produtos Industrializados	4.327,6	4.922,5	57,8	13,7%
Produtos Básicos	3.262,5	3.583,9	42,1	9,8%
Importações				
Classes de Produtos	Jan-Dez 2016 US\$ milhões (A)	Jan-Dez 2017 US\$ milhões (B)	Part. (%) 2017	Variação % (B/A)
Produtos Industrializados	9.636,6	11.853,3	94,2	23,0%
Produtos Básicos	731,3	731,7	5,8	0,05%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Em relação às categorias de uso, 43,6% das exportações catarinenses constituíram-se de bens intermediários, 40,4% de bens de consumo e 15,6% de bens de capital. Houve crescimento nas exportações em todas as categorias de uso, em relação ao ano anterior, sobretudo de combustíveis e bens intermediários, conforme pode ser visto na tabela a seguir. A elevação dos preços do petróleo contribuíram para o resultado das exportações de combustíveis, enquanto o crescimento nas exportações de bens intermediários decorreu do aumento nas exportações de peças e acessórios de equipamentos de transporte (24,5%), alimentos e bebidas destinadas à indústria (20,2%) e de exportações de insumos industriais (14,6%).

Quanto às importações, em 2017, 58,3% constituíram-se de bens intermediários, 23,5% de bens de consumo e 18,0% de bens de capital. Houve crescimento nas importações em todas as categorias de uso, em relação ao ano anterior, com destaque para o crescimento nas importações de bens de capital e bens intermediários que recuaram dois anos consecutivos. Os dados revelaram a recessão de 2015 e 2016 e a melhora das condições econômicas em 2017.

EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES CATARINENSES, SEGUNDO CATEGORIAS DE USO, US\$ MILHÕES, 2016 E 2017

Exportações				
Categorias de Uso	Jan-Dez 2016 US\$ milhões (A)	Jan-Dez 2017 US\$ milhões (B)	Part. (%) 2017	Varição % (B/A)
Bens de Capital	1.242,13	1.327,7	15,6	6,9
Bens de Consumo	3.167,5	3.437,6	40,4	8,5
Bens Intermediários	3.174,2	3.713,1	43,6	17,0
Combustíveis e Lubrificantes	6,24	27,9	0,3	346,6

Importações				
Categorias de Uso	Jan-Dez 2016 US\$ milhões (A)	Jan-Dez 2017 US\$ milhões (B)	Part. (%) 2017	Varição % (B/A)
Bens de Capital	1.937,6	2.267,4	18,0	17,0
Bens de Consumo	2.446,8	2.952,6	23,5	20,7
Bens Intermediários	5.968,3	7.342,7	58,3	23,0
Combustíveis e Lubrificantes	15,1	22,1	0,2	46,4

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Produtos Exportados

Em relação aos produtos exportados em 2017, de acordo com a classificação SH 04, os dez principais produtos representaram mais que 59,4% do total exportado, expressando o alto grau de concentração da pauta catarinense de exportações.

O principal produto exportado em 2017, "carnes e miudezas comestíveis de frango", foi responsável por 17,9% das exportações catarinenses. Historicamente, este é o principal produto comercializado pelo Estado. Após o recuo de 5% nas vendas em 2016, em relação ao ano anterior, este produto registrou 12,6% de crescimento de vendas.

Em 2017, merecem destaque o crescimento das exportações de soja com avanço de 19%; o incremento das exportações de carnes de suínos (14%) e de partes de motores (23,2%).

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS POR SANTA CATARINA, DE ACORDO COM A CLASSIFICAÇÃO SH 04, EM US\$ MILHÕES, 2016 E 2017

Exportação SH4	Jan-Dez 2016 US\$ milhões (A)	Jan-Dez 2017 US\$ milhões (B)	Part. (%) 2017	Varição % (B/A)
Carnes e miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas, das aves da posição 0105	1.355,0	1.525,5	17,9	12,6
Soja, mesmo triturada	593,8	708,0	8,3	19,2
Carnes de animais da espécie suína, frescas, refrigeradas ou congeladas	519,8	592,7	7,0	14,0
Partes reconhecíveis como exclusiva ou principalmente destinadas aos motores das posições 8407 ou 8408	332,3	409,1	4,8	23,2
Tabaco não manufacturado; desperdícios de tabaco	434,4	405,6	4,8	-6,6
Motores e geradores, eléctricos, exceto os grupos electrogêneos	322,1	391,1	4,6	21,5
Bombas de ar ou de vácuo, compressores de ar ou de outros gases e ventiladores; exaustores	331,1	311,1	3,7	-6,0
Outras preparações e conservas de carne, miudezas ou sangue	269,5	268,7	3,2	-0,3
Madeira serrada ou endireitada longitudinalmente, cortada ou desenrolada, mesmo aplainada, polida ou unida pelas extremidades, de espessura superior a 6 mm	165,9	225,6	2,7	36,1
Outros móveis e suas partes	195,1	219,4	2,6	12,5
Subtotal	4.518,6	5.057,1	59,4	11,9

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

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 2017 foram responsáveis por pouco mais de 21,8% do total.

O principal produto importado em 2017, foi o “cobre e ligas de cobre”, que respondeu por 5,0% do total importado pelo Estado. Houve crescimento de 26,1% deste produto em 2017. O segundo produto da pauta foi “polímeros de etileno”, responsável por 3,4% do total importado, uma maior participação em relação ao ano passado devido ao avanço de 7,3% nas importações, o que compensou parte da queda de, aproximadamente, 32% da importação em 2016.

Ao contrário do que ocorreu em 2016, a maioria dos principais produtos teve crescimento no valor importado, com destaque para fios, pneumáticos, partes e acessórios de automóveis, laminados de ferro e aço e seus produtos ou derivados.

PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS POR SANTA CATARINA, DE ACORDO COM A CLASSIFICAÇÃO SH 04, US\$ MILHÕES, 2016 E 2017

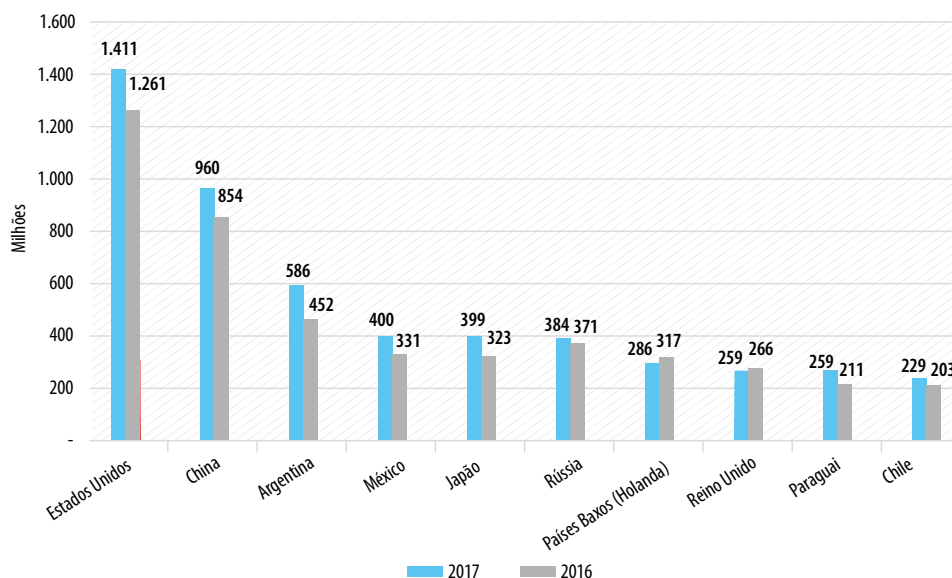
	Jan-Dez 2016 US\$ milhões (A)	Jan-Dez 2017 US\$ milhões (B)	Part. (%) 2017	Varição % (B/A)
Cobre afinado e ligas de cobre, em formas brutas	500,1	630,8	5,0	26,1
Polímeros de etileno, em formas primárias	396,9	425,8	3,4	7,3
Fios de filamentos sintéticos (exceto linhas para costurar)	259,9	358,4	2,8	37,9
Pneumáticos novos, de borracha	171,5	295,0	2,3	72,0
Fios de fibras artificiais descontínuas (exceto linhas para costurar), não acondicionados para venda a retalho	126,6	190,1	1,5	50,1
Partes e acessórios dos veículos automóveis das posições 8701 a 8705	151,7	187,6	1,5	23,7
Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	89,4	181,0	1,4	102,5
Fios de fibras sintéticas descontínuas (exceto linhas para costurar), não acondicionados para venda a retalho	184,4	166,0	1,3	-10,0
Máquinas e aparelhos para impressão	114,7	156,8	1,2	36,7
Instrumentos e aparelhos para medicina, cirurgia, odontologia e veterinária	115,9	155,4	1,2	34,0
Subtotal	2.111,3	2.747,1	21,8	30,1

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Parceiros Comerciais

Quanto aos destinos das exportações em 2017, 16,6% das exportações destinaram-se aos Estados Unidos, principal importador de produtos catarinenses, seguido pela China e pela Argentina (11,3% e 6,9%, respectivamente). Os dez principais países importadores foram responsáveis pela compra de 61% das exportações catarinenses.

EXPORTAÇÕES CATARINENSES, POR PAÍSES DE DESTINO, EM 2016 E 2017, EM US\$ MILHÕES

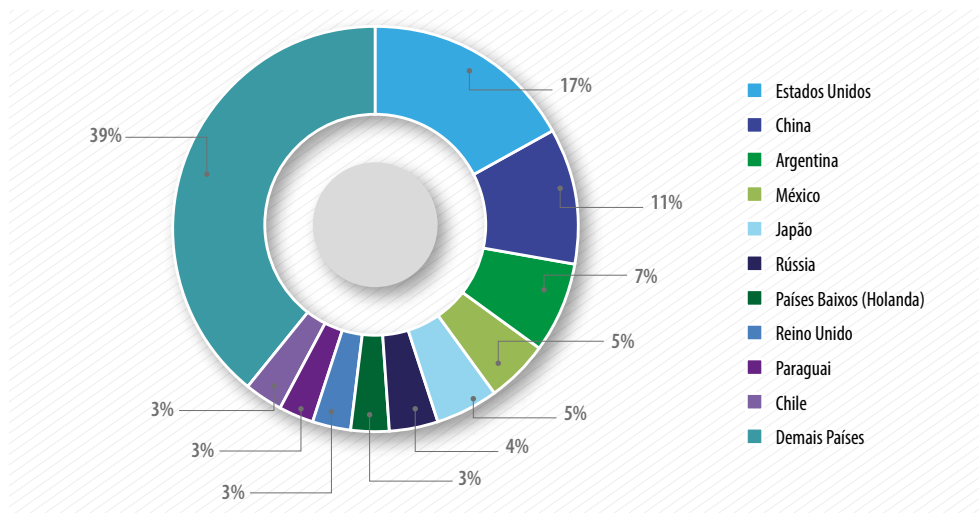


Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Permanece o processo de 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. A partir de 2015 apareceu como o segundo destino das exportações do Estado. Em 2017, as exportações catarinenses para a China foram de US\$ 960,4 milhões, o que representou uma expansão de 12,4% em relação ao ano anterior.

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). Entretanto, por dois anos consecutivos, as exportações de Santa Catarina para os Estados Unidos têm avançado e o país continua como o principal parceiro comercial do Estado.

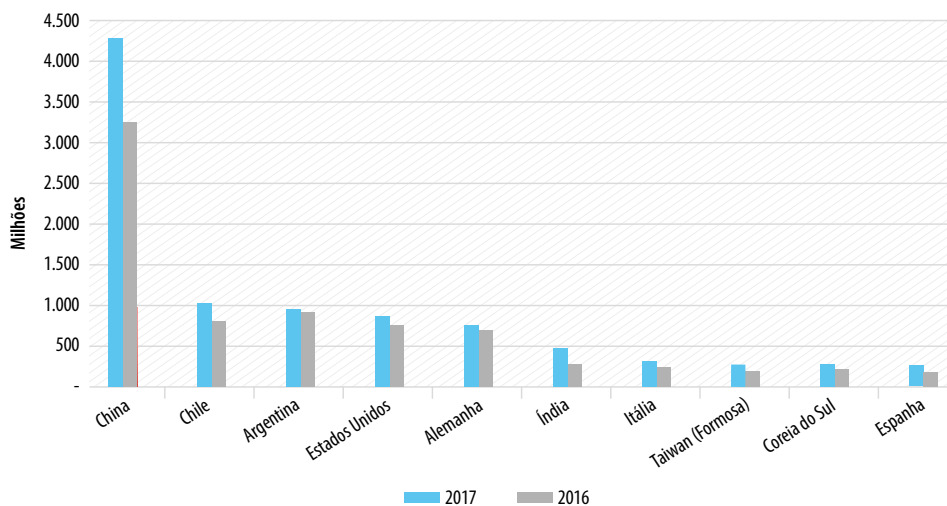
PARTICIPAÇÃO (%) DOS PAÍSES DE DESTINO NAS EXPORTAÇÕES CATARINENSES EM 2017



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Em 2017, os dez principais países de origem das importações catarinenses foram responsáveis por 72% das importações do Estado neste ano, como mostra o gráfico a seguir.

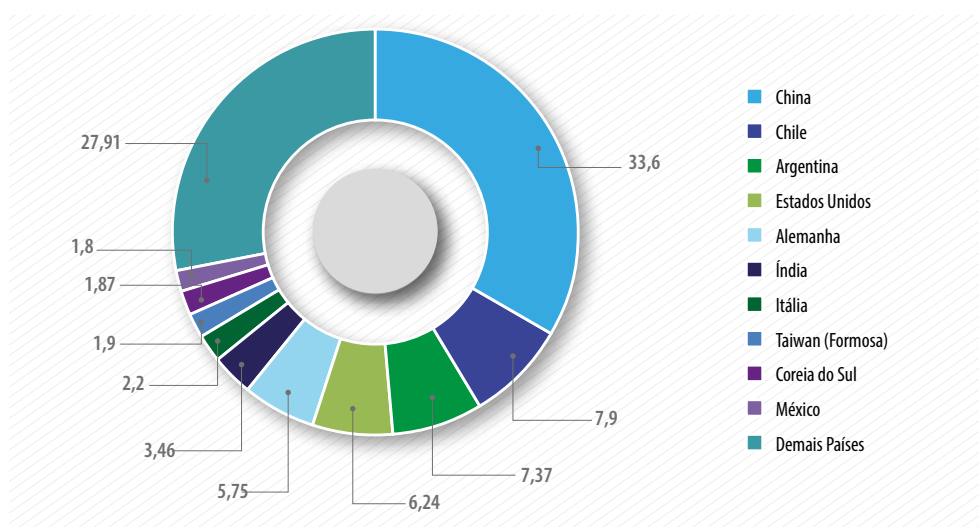
IMPORTAÇÕES CATARINENSES, POR PAÍSES DE ORIGEM, EM 2016 E 2017, EM US\$ MILHÕES



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

A China manteve-se como principal importador dos produtos catarinenses, o que ocorre desde o ano de 2007. Em 2017, houve um crescimento de 30,9% das compras catarinenses da China, o que gerou um aumento da participação chinesa no total, para 33,6%, ante 31,2% em 2016. Com o crescimento de compras de cobre em 2017, as importações do Chile também cresceram 25,2% e passaram a representar 7,9% do total importado. O avanço das importações em 2017 repercutiu em todos os dez principais mercados, que registraram expansão de vendas. Destacaram-se incrementos das compras da Índia (61,3%) e México (48,2%).

PARTICIPAÇÃO (%) DOS PAÍSES DE ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES CATARINENSES EM 2017



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da SECEX/MDIC, 2018.

Na seção seguinte serão apresentados os resultados de pesquisa primária realizada com empresas catarinenses e que revelam aspectos do comércio internacional do Estado de Santa Catarina não elencados em publicações oficiais.

Resultados da Pesquisa

A Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC realiza anualmente a análise do comércio internacional catarinense. Nesta seção, o objetivo é apresentar as expectativas das empresas catarinenses em suas transações comerciais futuras, assim como, seus desempenhos passados, no que concerne às operações internacionais.

A coleta de dados foi conduzida por meio da aplicação de formulário eletrônico às empresas catarinenses exportadoras e/ou importadoras no ano de 2017, ou prestadores de serviços na área de comércio exterior. A aplicação do questionário, cujo modelo encontra-se no ANEXO 1, foi conduzida pela internet em junho de 2018.

Ao total, foram 182 empresas respondentes, cujo número garante a representatividade dos resultados apresentados. Complementarmente, para garantir a representatividade, empresas dos três setores - da indústria, do comércio e de serviços, de todos os portes, e de capital nacional, misto ou estrangeiro participaram da pesquisa. Deste grupo de respondentes, 47% das empresas exportaram e importaram em 2017, 17% somente exportaram ou importaram, as demais empresas não realizaram as atividades diretamente. A lista nominal das empresas participantes da pesquisa encontra-se no ANEXO 2.

A pesquisa encontra-se organizada em cinco seções, a primeira refere-se à caracterização das empresas, enquanto porte, faturamento, origem do capital, e tipo de atividade. A segunda aborda aspectos da internacionalização das empresas. A terceira apresenta a prática exportadora e o perfil dos produtos exportados pelas empresas. A quarta seção analisa o desempenho e as perspectivas das importações. A quinta e última seção abordam as questões relacionadas ao apoio às operações internacionais, como os programas e as entidades, os acordos comerciais e o Portal Único do Comércio Exterior.

Seção 1 - Caracterização das Empresas

Para caracterizar as empresas participantes desta pesquisa, investigou-se qual era o porte destas, pautado no valor do faturamento anual de 2017, o setor e a atividade principal, o número de funcionários e a estrutura do capital.

A classificação do porte segue o seguinte enquadramento adotado pelo SEBRAE:

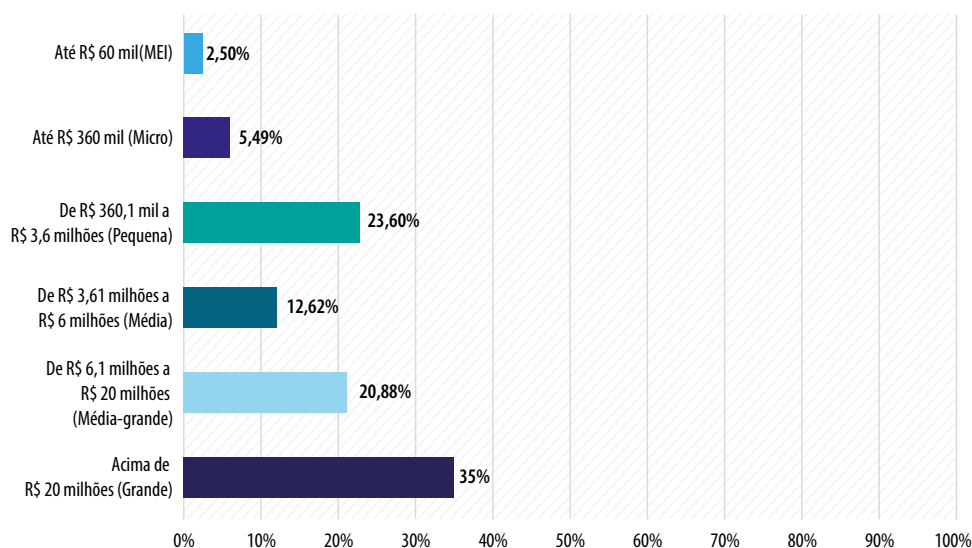
MEI	Até R\$ 60 mil Micro Empreendedor Individual
MC	Até R\$ 360 mil Micro
PQ	De R\$ 360,1 mil a R\$ 3,6 milhões Pequena
ME	De R\$ 3,61 milhões a R\$ 6 milhões Média
MG	De R\$ 6,1 milhões a R\$ 20 milhões Média-grande
GR	Acima de R\$ 20 milhões Grande

1.1 Porte das Empresas

Com relação ao porte das empresas, evidencia-se a distribuição em todos os enquadramentos, mas com a predominância de grandes empresas, aproximadamente 35% dos respondentes; seguido pelas pequenas (23%), médias-grandes (21%) e médias (12%). A menor incidência é de microempreendedores individuais - MEI, com apenas 2%, e das microempresas com 5%.

De forma agregada, percebeu-se que a maioria dos respondentes se enquadram em um faturamento acima de R\$ 360 mil anuais. Este resultado é coerente com o perfil do comércio exterior brasileiro, onde há predominância de médias e grandes empresas nas operações internacionais, e reflete a incipiente atuação internacional dos MEI e das empresas de micro porte.

PORTE DAS EMPRESAS PESQUISADAS, POR FATURAMENTO, EM R\$



Fonte: Resultados da pesquisa

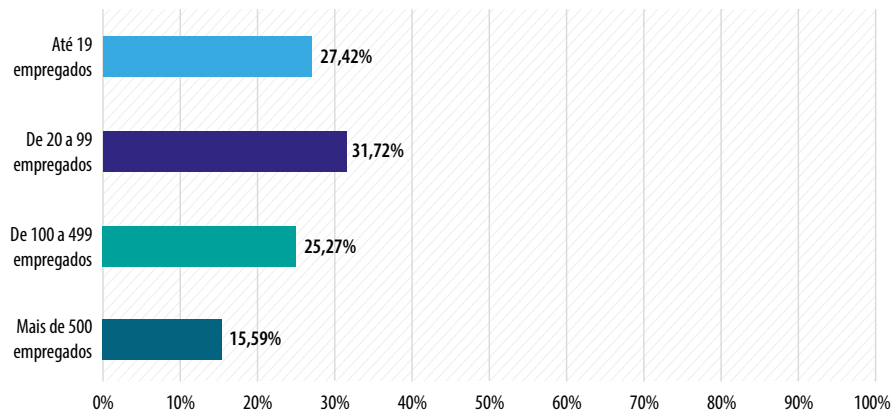
Ressalta-se também, que são distintos os desafios enfrentados no comércio exterior por empresas de diferentes portes, decorrentes de suas limitações de recursos, de suas experiências internacionais e do contexto externo. As atividades internacionais que são influenciadas por fatores endógenos e exógenos impactam de forma distinta as empresas conforme o porte, o setor, o país de destino, entre outros aspectos.

1.2 Número de funcionários

Outro importante indicador de porte de empresa é o número de funcionários, que varia conforme o setor de atuação, se indústria, comércio ou serviço. Para fins desta análise, o número de funcionários será abordado de forma independente do porte.

Os resultados apontam uma distribuição mais homogênea do número total de funcionários das empresas pesquisadas, sendo que cerca de 32% dos respondentes tem entre 20 e 99 empregados, 27% até 19 empregados, seguidas de 25% entre 100 e 500 empregados, e 16% que contam com mais de 500 colaboradores diretos.

PORTE DAS EMPRESAS PESQUISADAS, POR NÚMERO DE EMPREGADOS



Fonte: Resultados da pesquisa

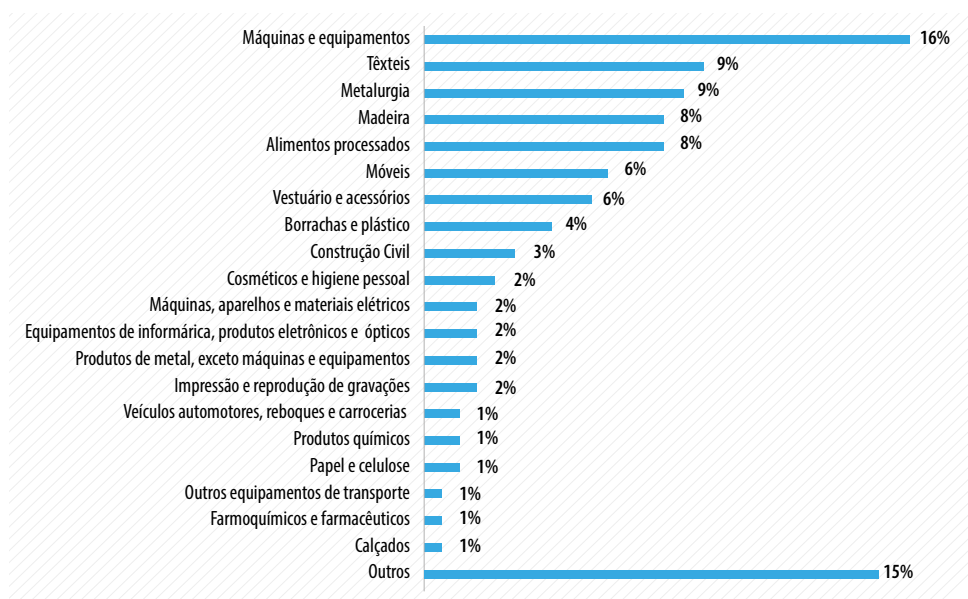
No que concerne aos setores das empresas pesquisadas, averiguou-se quais seriam as principais atividades desempenhadas pelas mesmas.

1.3 Indústria

No setor industrial houve a participação de empresas atuantes em mais de vinte segmentos industriais de todas as regiões do estado. As maiores incidências de respostas foram advindas de empresas do segmento de máquinas e equipamentos (16%), têxteis e vestuário (15%), madeira e móveis (14%), metalurgia (9%), alimentos processados (8%), e outros com menos de 4%, como borracha e plástico, construção civil, cosméticos e produtos químicos.

Essa diversidade de segmentos é importante por representar os diferentes desempenhos e anseios das empresas, que são influenciadas pelas questões do próprio setor e segmento, evitando o viés deste, e garantindo a heterogeneidade dos resultados.

ATIVIDADES INDUSTRIAIS DAS EMPRESAS PESQUISADAS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DO SETOR

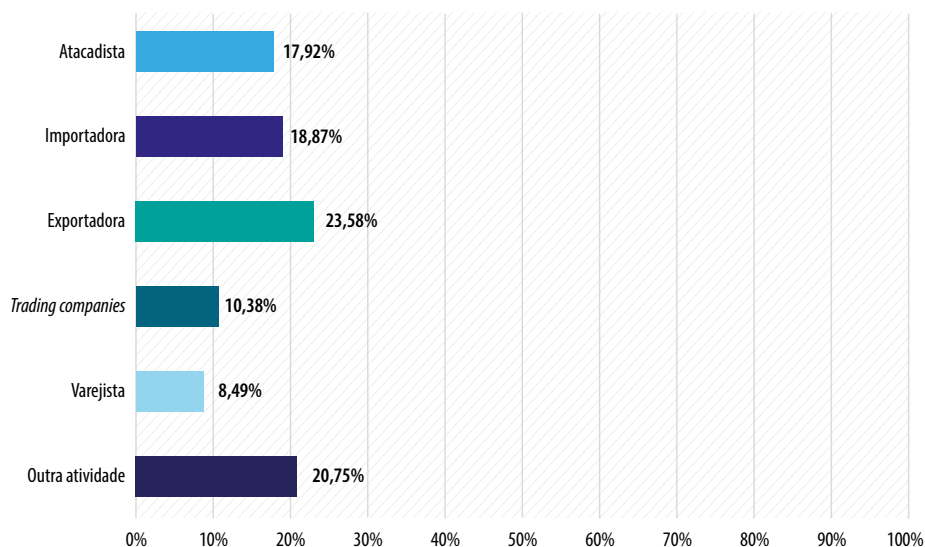


Fonte: Resultados da pesquisa

1.4 Comércio

No setor comercial, em ordem de importância as empresas estão representadas por exportadoras (23,58%), importadoras (18,87%), atacadistas (17,92%), *trading companies* (10,38%), varejistas (8,49%), e outras atividades (20,75%).

ATIVIDADES COMERCIAIS DAS EMPRESAS PESQUISADAS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DO SETOR

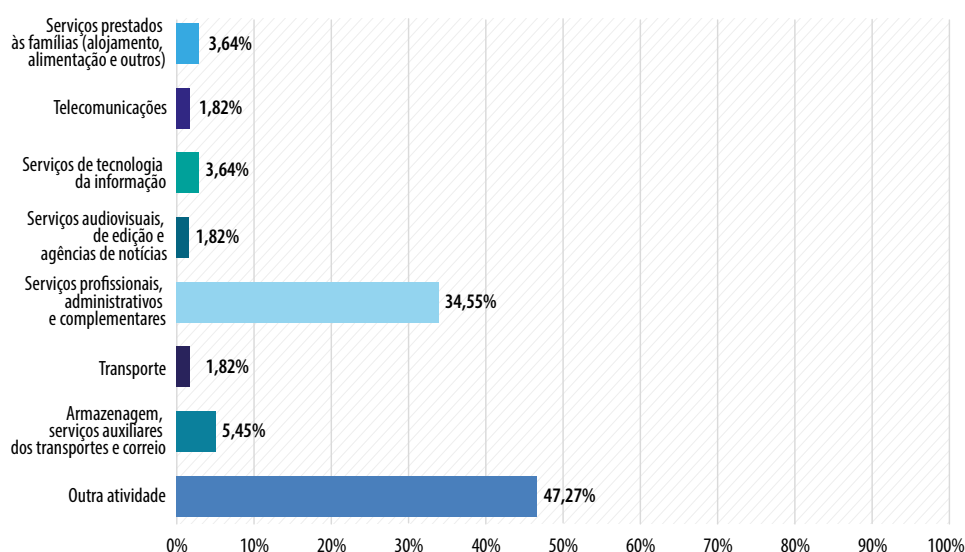


Fonte: Resultados da pesquisa

1.5 Serviço

No setor de serviço, assim como em resultados de edições anteriores teve nos serviços profissionais, administrativos e complementares, a maior representação, com 34,55% dos respondentes deste setor terciário, seguido dos serviços de armazenagem, serviços auxiliares dos transportes e de correio (5,45%).

SERVIÇOS DAS EMPRESAS PESQUISADAS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DO SETOR

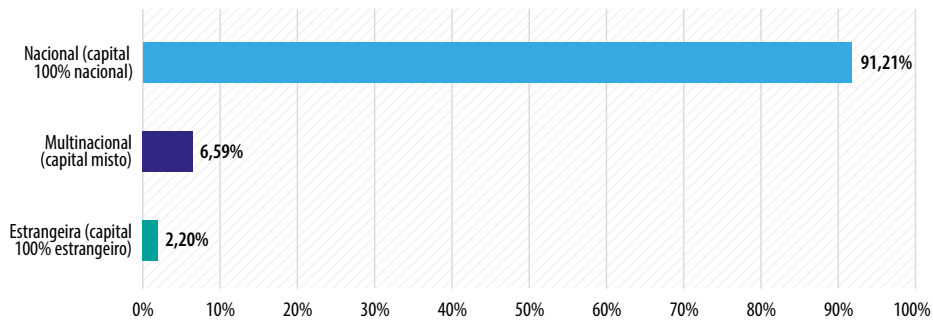


Fonte: Resultados da pesquisa

1.6 Composição do capital das empresas

As empresas também foram caracterizadas quanto à origem da composição de seu capital, e revelou-se que 91% são empresas de capital nacional, 7% de capital misto (multinacionais) e 2% de capital estrangeiro, advindos da Alemanha, Austrália, Argentina e Áustria.

ORIGEM DO CAPITAL DAS EMPRESAS PESQUISADAS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

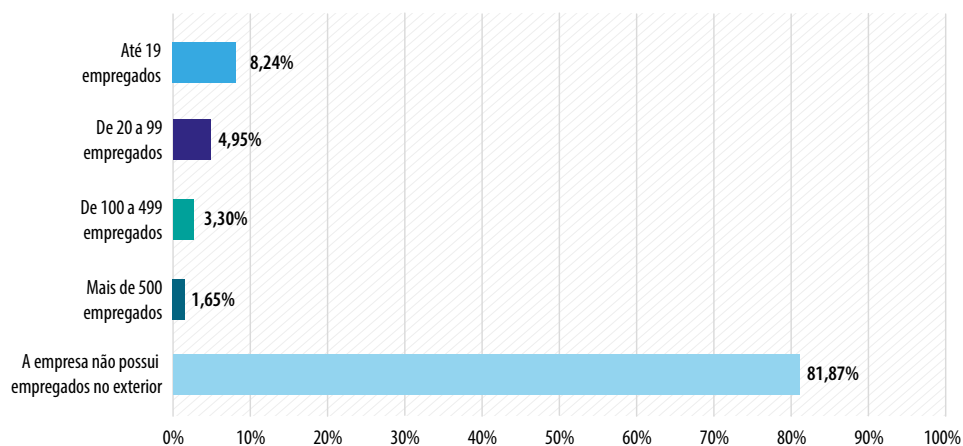
Seção 2 – Negócios Internacionais

Para compreender o grau de internacionalização no qual se encontram as empresas catarinenses, estas foram questionadas quanto ao tipo de investimento que possuem no exterior, contemplando as unidades de negócios e o número de funcionários. Posteriormente, foram indagadas sobre suas motivações para internacionalizar, que tipo de ações investem para promover seus negócios no exterior e as estratégias de internacionalização empregadas.

2.1 Unidades e número de funcionários no exterior

No que se refere às estruturas que as empresas possuem internacionalmente, apenas 14% investem em unidades de negócios no exterior e 18% possuem empregados no exterior. Destas, a pesquisa identificou que a maior parcela tem até 19 empregados no exterior, seguida por aquelas que tem entre 20 a 99 colaboradores. Consta-se por estes dois indicadores, unidades e funcionários no exterior, um nível de internacionalização pautado majoritariamente em operações comerciais de exportação e de importação, com baixo índice de investimentos no exterior.

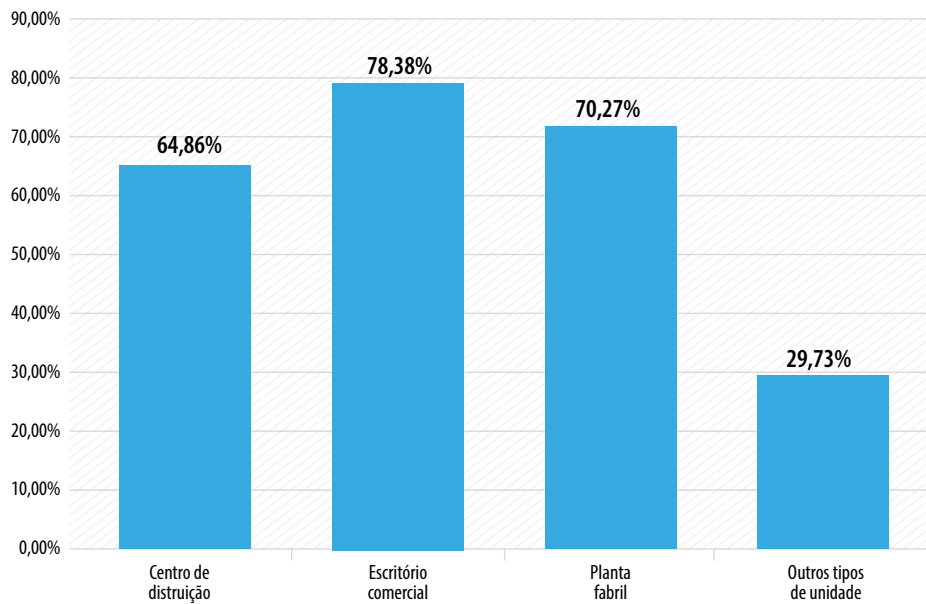
EMPRESAS COM ATIVIDADES NO EXTERIOR, POR TIPO DE ATUAÇÃO E NÚMERO DE EMPREGADOS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

Apesar das empresas entrevistadas serem potencialmente exportadoras ou importadoras, algumas avançam em suas operações realizando investimentos no exterior, sendo por meio de escritórios comerciais, centros de distribuição, plantas fabris, joint-ventures, e outros. Dentre os tipos de unidades de negócio que as empresas respondentes mantêm no exterior, o mais representativo é o escritório comercial (78% dos respondentes investem neste tipo de unidade), seguido das plantas fabris (70%), e dos centros de distribuição (65%).

TIPOS DE UNIDADES PRODUTIVAS NO EXTERIOR. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS



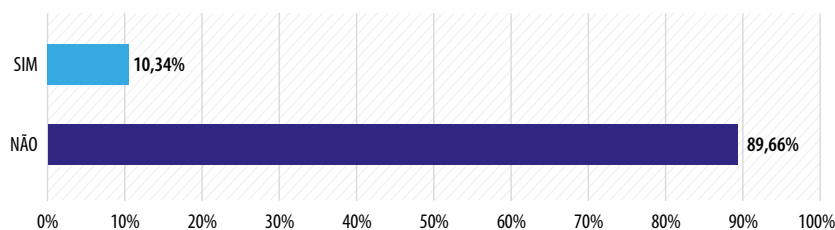
Fonte: Resultados da pesquisa

Os escritórios comerciais no exterior se localizam principalmente nos Estados Unidos, alguns em distintos países da Europa e da América do Sul, especialmente Uruguai, Paraguai e Argentina. Porém, nas plantas fabris, a maior incidência de respostas indica que estão estabelecidas na Argentina, na Alemanha e na China.

2.2 Abertura de unidades no exterior

A respeito da intenção em investir em novas unidades de negócios no exterior no ano de 2019, vinte empresas responderam que planejam investir nos seguintes países: Estados Unidos (6 empresas), Paraguai (2), Peru (2), Argentina (2), Uruguai (1), China (1), Espanha (1) e uma empresa expandirá com escritórios comerciais para Turquia, Indonésia, Argélia e Coréia do Sul, e algumas não indicaram os países nos quais pretendem investir.

INTENÇÃO DE INVESTIMENTOS NO EXTERIOR EM 2019. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE RESPONDENTES

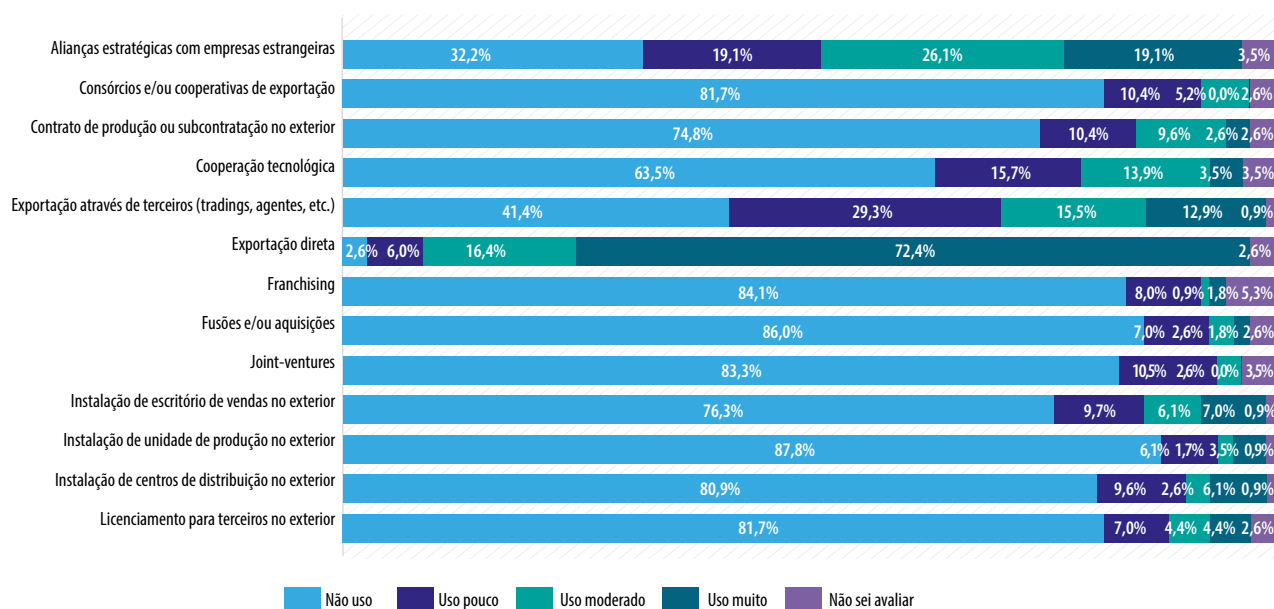


Fonte: Resultados da pesquisa

2.3 Estratégias de internacionalização

Como a internacionalização pode ocorrer sob distintas estratégias, as empresas foram investigadas sobre quais as estratégias de internacionalização que mais utilizam. Conforme as respostas recebidas, percebe-se a predominância da exportação direta como estratégia mais aplicada por 72% das empresas pesquisadas, seguida da exportação por meio de alianças estratégicas com empresas estrangeiras. Dentre aquelas menos empregadas encontram-se os consórcios, as joint-ventures, as fusões e aquisições e as franquias, apontadas por mais de 80% das empresas como não utilizadas. Como nas edições anteriores, observa-se que a estratégia mais utilizada continua sendo a exportação, seguida por estratégias contratuais e, por último, as de investimento direto.

ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



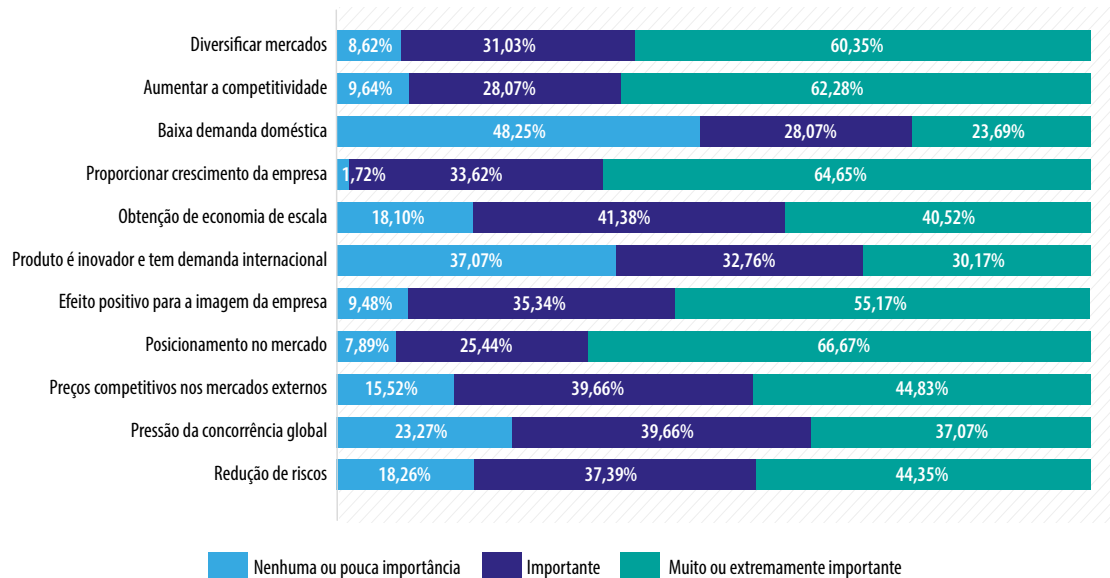
Fonte: Resultados da pesquisa

2.4 Motivações para internacionalizar

As empresas quando buscam a internacionalização, seja por meio de investimento ou de exportação, são motivadas por distintas razões. Neste sentido, foram investigadas as principais motivações para as empresas catarinenses operarem em mercados externos. Dentre os principais motivos que levam as empresas ao exterior estão: o posicionamento de mercado, o crescimento da empresa, o aumento da competitividade e a diversificação de mercados, os quais foram apontados por mais de 60% dos respondentes como muito ou extremamente importante.

Com relação aos motivos pouco importantes, encontram-se a baixa demanda do mercado doméstico e a inovação do produto com demanda internacional, com mais de 30% das respostas. Pelo conteúdo das respostas, percebe-se que as empresas buscam o mercado externo com uma perspectiva mais estratégica (posicionamento, crescimento e competitividade) e menos reativa (baixa demanda doméstica).

MOTIVOS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



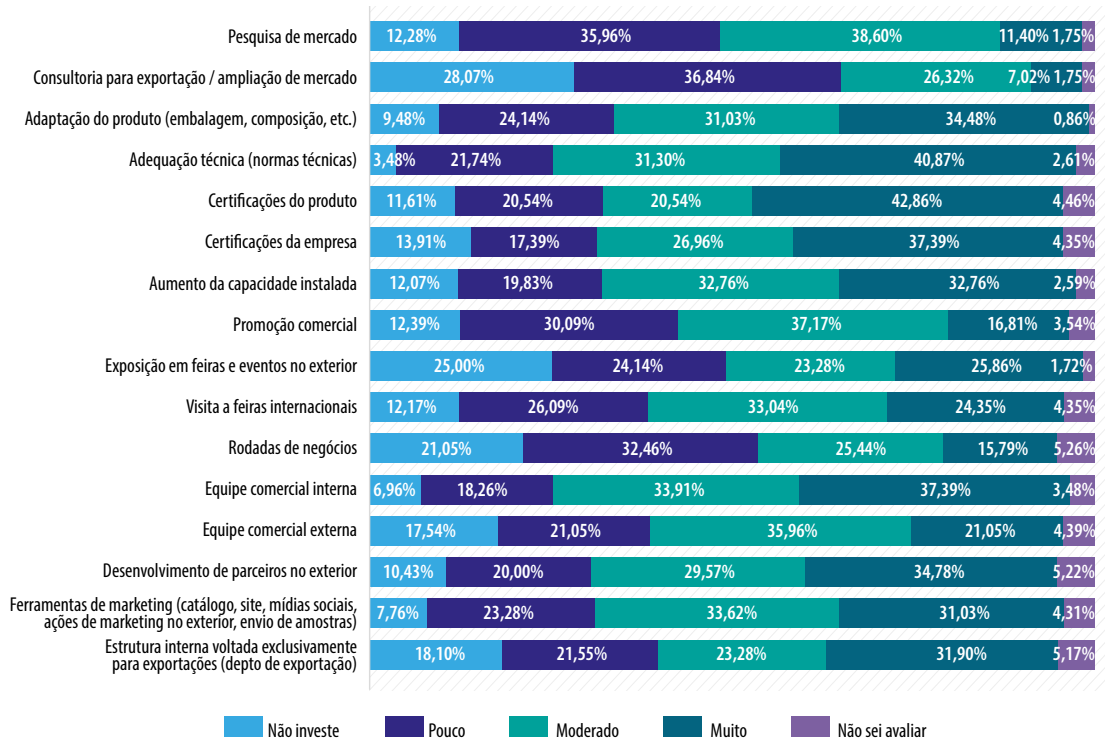
Fonte: Resultados da pesquisa

2.5 Investimentos para internacionalização – Exportação

No tocante aos investimentos em ações que as empresas realizam para promover e concretizar suas exportações, as empresas indicaram que o item que mais investem são as certificações de produtos e adequações técnicas, que foram indicadas por mais de 40% dos respondentes. Este resultado pode ser decorrente do elevado custo que representam as certificações, ou pelo elevado número de adequações que são exigidas.

No escopo comercial, as ações que os investimentos são direcionados estão para a equipe comercial interna, para as certificações da empresa e para o desenvolvimento de parceiros no exterior. De forma oposta, os menores fluxos de investimentos se direcionam para consultoria, e em ações de promoção comercial como rodadas de negócios e exposição em feiras e eventos no exterior. Infere-se que as empresas direcionam seus recursos para aspectos relacionados ao cumprimento de requisitos normativos em detrimento de ações de promoção comercial que as possibilite ampliar seus negócios internacionais.

INVESTIMENTOS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

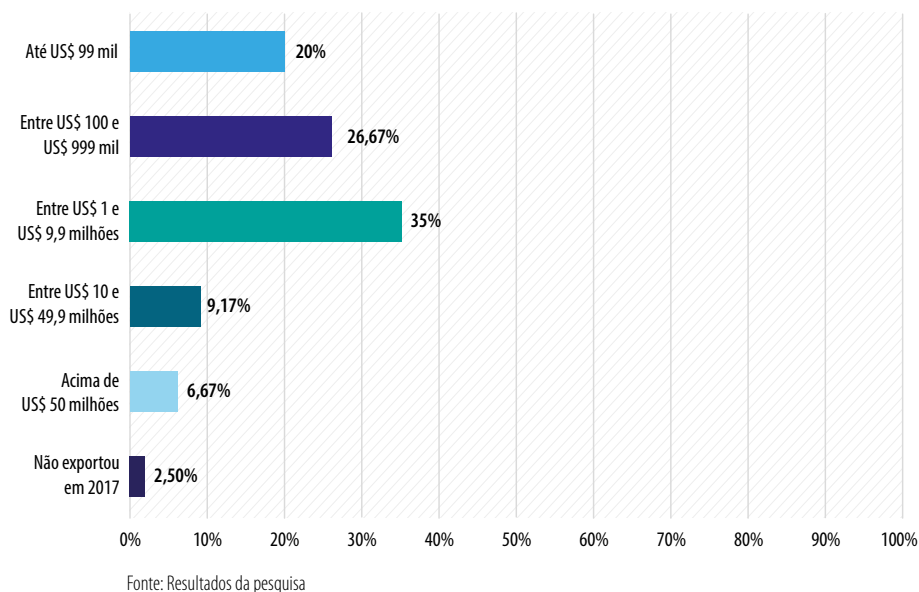
Seção 3 – Exportações

Para compreender o perfil e o desempenho exportador, as empresas foram questionadas sobre os resultados das exportações e suas projeções para os próximos anos, e a despeito dos aspectos relacionados aos mercados de destinos, aos produtos e ao preço de exportação. Do total das empresas participantes da pesquisa, a atividade da exportação é realizada por 64% das empresas pesquisadas, sendo que 17% realiza exclusivamente a exportação.

3.1 Valores exportados em 2017

Assim como em resultados das pesquisas dos anos anteriores, a maioria das empresas exportou até US\$ 10 milhões (total de 82%) FOB, em 2017, distribuídos em 35% na faixa de US\$ 1 a 9,9 milhões, 26% entre US\$ 100 e 999 mil e 20% até US\$ 99 mil. Os valores acima de US\$ 10 milhões foram alcançados por 18% das empresas. Esta distribuição por faixas de valores é coerente com o perfil das empresas exportadoras, no qual há muitas empresas que exportam valores relativamente baixos e poucas empresas que concentram altos volumes de exportação.

EXPORTAÇÕES EM 2017, EM US\$ FOB. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



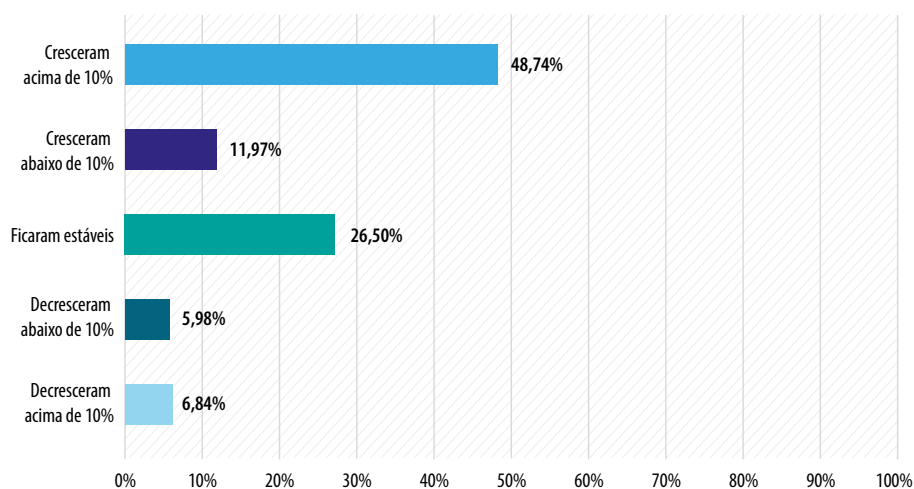
3.2 Valores exportados 2016/2017

Um aspecto favorável observado na pesquisa, é que na comparação dos valores exportados no ano de 2017 com o ano anterior, a maioria das empresas teve um crescimento significativo nas suas operações. Do total, 49% aumentaram as exportações acima de 10%, e 12% das respondentes afirmam que cresceram as exportações em até 10%. Portanto, 61% das empresas tiveram crescimento nos valores exportados de 2016 para 2017.

Um fator que possivelmente tenha influenciado este incremento substancial, é o câmbio favorável às exportações. Porém, apesar da forte sensibilidade das operações ao câmbio, há que se considerar a continuidade das vendas internacionais como estratégia de permanência dos negócios das empresas. O câmbio, por si só, não deve ser o único motivador das exportações. Mais adiante serão discutidos estes aspectos, de motivação e de frequência exportadora.

Esses resultados de crescimento refletem as projeções estabelecidas pelas empresas exportadoras na pesquisa do ano anterior, no qual a maioria havia indicado a intenção de ampliar suas operações.

EXPORTAÇÕES EM 2017, VARIAÇÃO EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

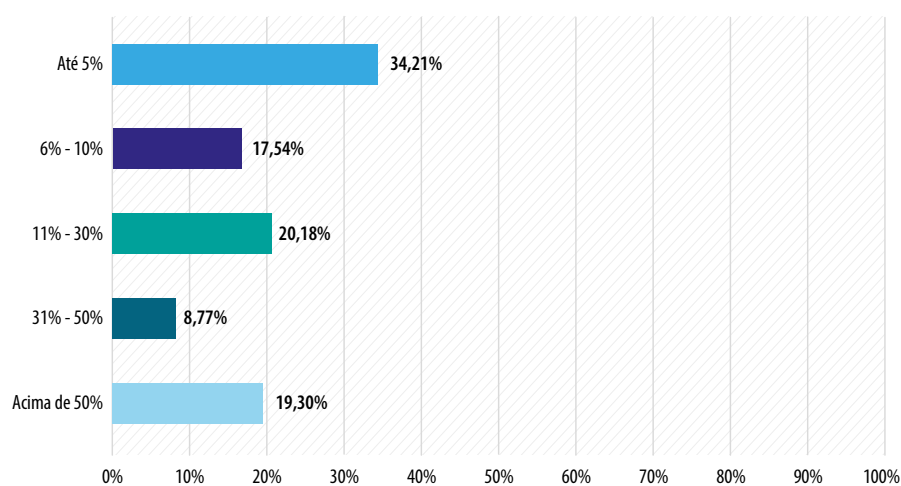


Fonte: Resultados da pesquisa

3.3 Participação das exportações no faturamento das empresas em 2017

Para avaliar a relevância da exportação, questionou-se sobre o percentual de participação dos valores das exportações no faturamento das empresas em 2017. Como resultado obteve-se que para 34% das empresas, as exportações representaram apenas 5% do faturamento; mas para 20% das respondentes, as exportações geraram entre 11 e 30% do faturamento; assim como outras 19% responderam que as vendas externas estão acima de 50% do total de vendas. Estes resultados também indicam o grau de internacionalização das empresas, que é elevado para 28% delas, que tem mais de 31% dos valores das exportações compondo seus faturamentos. Cumpre destacar que quanto mais elevado o grau de internacionalização, maior o comprometimento da empresa com as exportações e, conseqüentemente, melhora a continuidade da frequência exportadora.

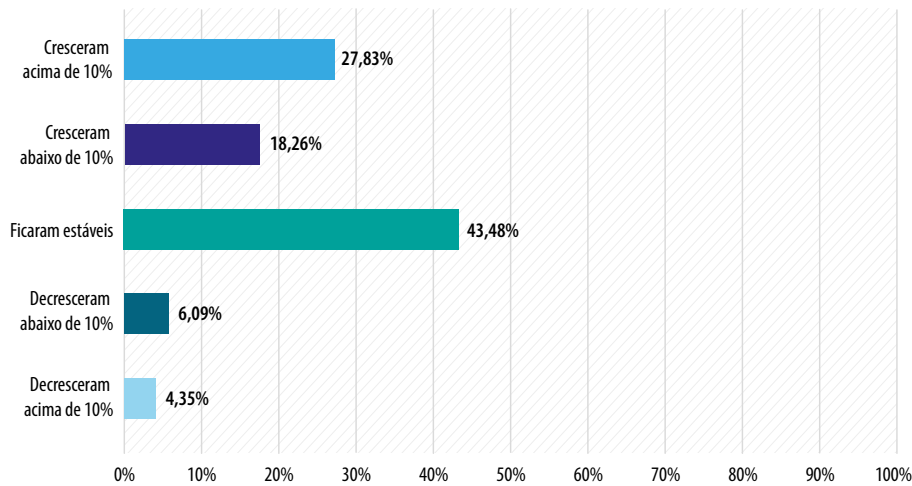
GRAU DE INTERNACIONALIZAÇÃO. PARTICIPAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES NO FATURAMENTO TOTAL. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

Comparativamente ao ano de 2016, 43,5% das empresas informou que a participação dos valores das exportações no faturamento de 2017 se manteve estável; 46% teve um crescimento nesta participação; sendo que 28% obteve crescimento acima de 10%, o que representa um bom desempenho, haja visto o ínfimo crescimento econômico do Brasil. Infere-se que as empresas buscaram na exportação uma boa alternativa de crescimento de suas vendas. Mas, há que se observar que para 10% das respondentes houve decréscimo em suas exportações, fato que pode ser decorrente do desempenho internacional do segmento em que atuam, ou ainda da perda de competitividade internacional destas empresas.

EXPORTAÇÕES NO FATURAMENTO TOTAL EM 2017. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



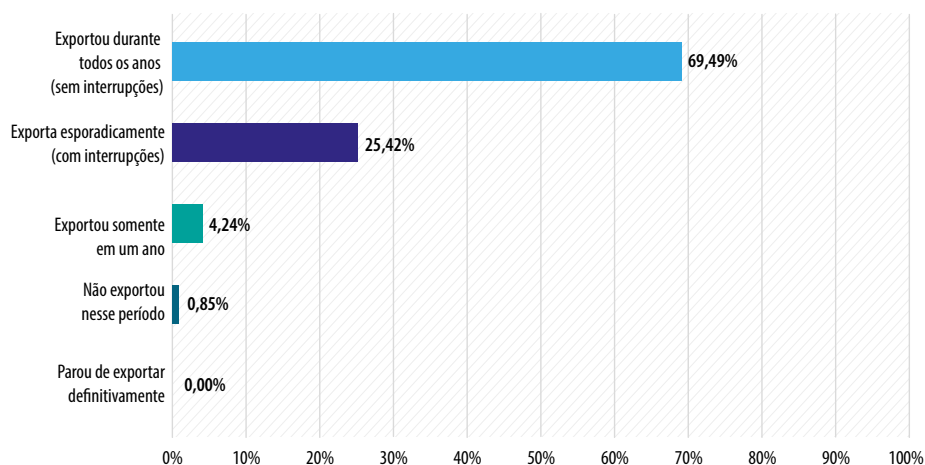
Fonte: Resultados da pesquisa

3.4 Frequência exportadora

No cenário brasileiro ainda há uma forte oscilação nas operações de exportações. Algumas empresas exportam um ano e, no outro, interrompem. Essa descontinuidade é ocasionada tanto por fatores internos, da própria empresa, como capacidade, competitividade e interesse, como por fatores externos, decorrentes de mudanças no segmento, no comprador, na conjuntura econômica brasileira, entre outros. A continuidade ou descontinuidade nas exportações indica a frequência exportadora.

No caso das empresas pesquisadas, constatou-se que a maioria delas (70%) manteve uma regularidade de suas exportações nos últimos 5 anos. Para 25% dos respondentes, ocorreu descontinuidade em seus processos, ou seja, exportaram esporadicamente com interrupções, neste período de 5 anos. Estes dados apontam uma ótima frequência exportadora das empresas catarinenses, significando uma forte cultura exportadora dada a relevância das operações de vendas ao exterior para as empresas.

FREQUÊNCIA EXPORTADORA NOS ÚLTIMOS 5 ANOS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

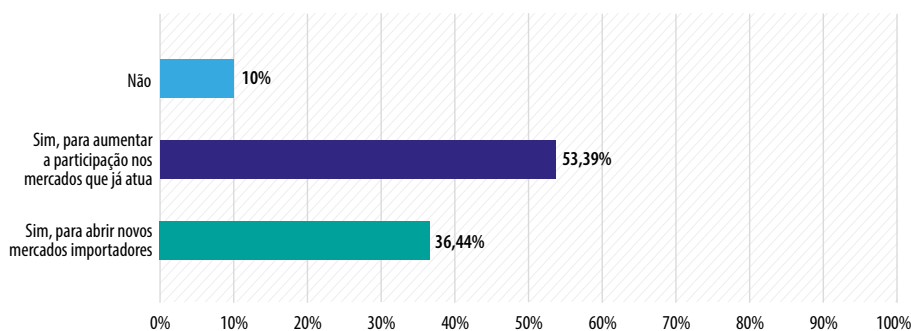


Fonte: Resultados da pesquisa

3.5 Projeção das exportações para 2018/2019

No tocante a projeções para os anos seguintes, as empresas intencionam, em sua maioria, expandir suas exportações. A expectativa é que o incremento das exportações ocorra pelo aumento na participação dos mercados em que as empresas já atuam, ou seja, pela ampliação do *market-share*, para 53% das respondentes. Para 36% das empresas, o aumento advém da ampliação das vendas para novos mercados. Somente 10% das empresas não estimam um incremento de suas exportações.

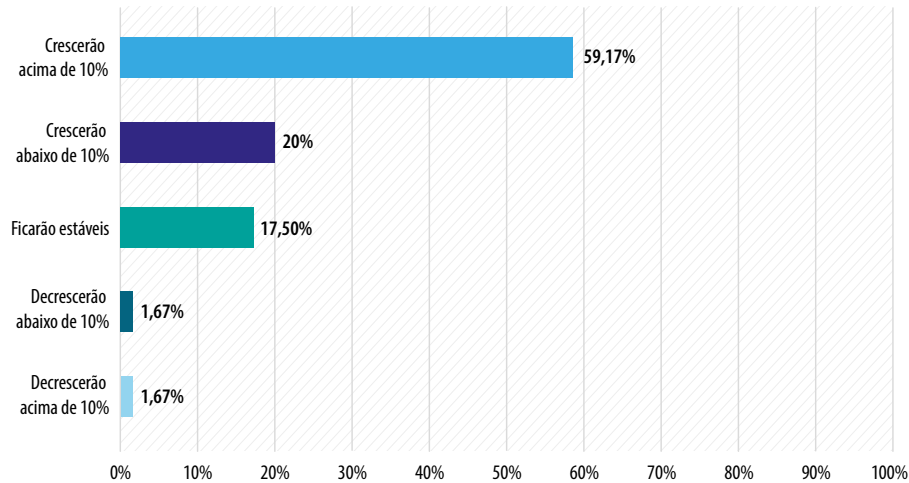
EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO ÀS EXPORTAÇÕES DE 2018 E 2019. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

Esta projeção indica um cenário otimista e de crescimento das atividades das empresas, no qual devem intensificar suas ações nos mercados em que já atuam. Cerca de 59% das respondentes planejam crescer suas exportações acima de 10%, e para 20% o crescimento será de até 10%.

PROJEÇÃO DE DESEMPENHO EXPORTADOR EM 2018 E 2019. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

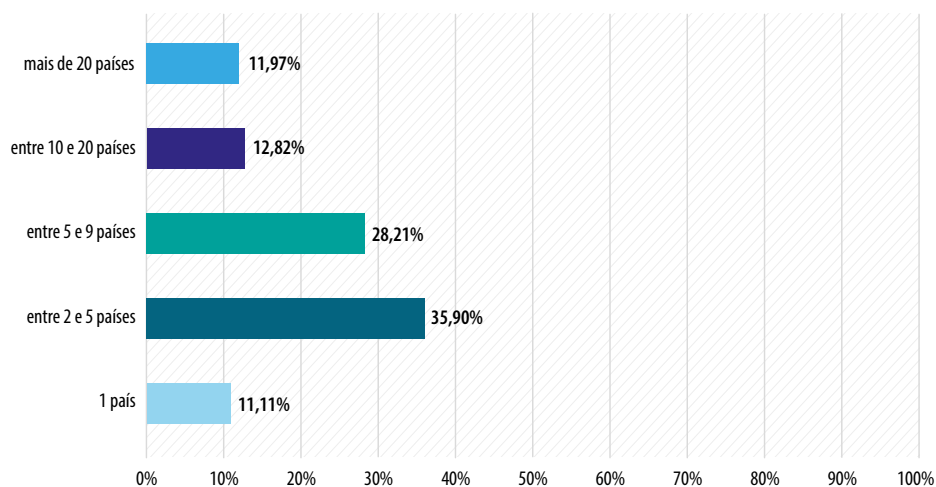


Fonte: Resultados da pesquisa

3.6 Mercados compradores

No tocante ao número de mercados compradores em 2017, 36% das empresas pesquisadas diversificaram moderadamente suas vendas e indicaram que possuem atuação em 2 e até 5 países. Porém, se observados os dados de forma agregada, mais de 50% das empresas tiveram uma ampla abrangência dos mercados compradores, estando presentes em mais de 5 países, o que representa um ótimo indicativo de diversidade e amplitude geográfica de mercados. Apenas 11% dos respondentes concentraram-se em um único país, o que indica, como resultado geral, que as empresas participantes da pesquisa possuem um baixo risco de dependência em um único mercado comprador.

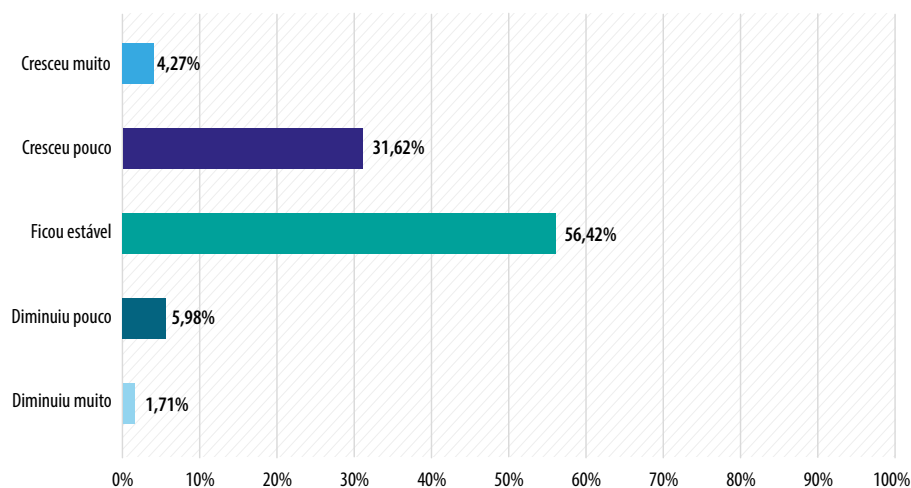
NÚMERO DE MERCADOS COMPRADORES. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

Ainda sobre o número de países compradores, a maioria (56%) das empresas pesquisadas indicou que manteve estável o número de mercados externos de atuação entre os anos 2016 e 2017, mas um número significativo de empresas (36%) ampliou seus mercados de destino, e somente 7% retrariam sua abrangência geográfica.

VARIAÇÃO NO NÚMERO DE MERCADOS COMPRADORES ENTRE OS ANOS DE 2016 E 2017. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



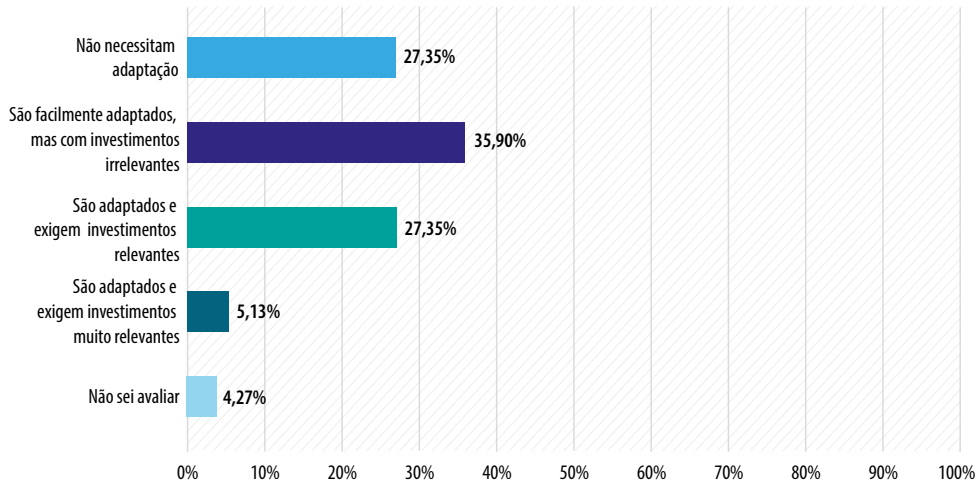
Fonte: Resultados da pesquisa

3.7 Adequabilidade dos produtos exportados

Nas vendas para o mercado externo, as empresas deparam-se com a necessidade de adaptar seus produtos, seja por aspectos normativos do mercado-alvo, ou por preferências do mercado consumidor. Cada país e cada comprador pode exigir o cumprimento de regras, normas e certificações, e demandar assim, algum tipo de mudança ou comprovação de conformidade da empresa e/ou do produto.

Neste sentido, as empresas foram questionadas quanto ao nível de adaptação que os seus produtos exportáveis são submetidos. Como resultado geral, para 68% das empresas são requeridas adaptações para seus produtos. Deste montante, para 36% os produtos são facilmente adaptados com baixos investimentos, para 27% a adaptação requer investimentos relevantes, e para 5% os investimentos são muito relevantes. Em contrapartida, para 27% seus produtos não necessitam de adaptações, ou pelo fato da empresa já dispor de registros e certificações anteriormente realizados, ou dos produtos serem internacionalmente “estandardizados”, ainda que tenham um baixo nível de exigência externa.

ADEQUABILIDADE DOS PRODUTOS NO MERCADO INTERNACIONAL. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



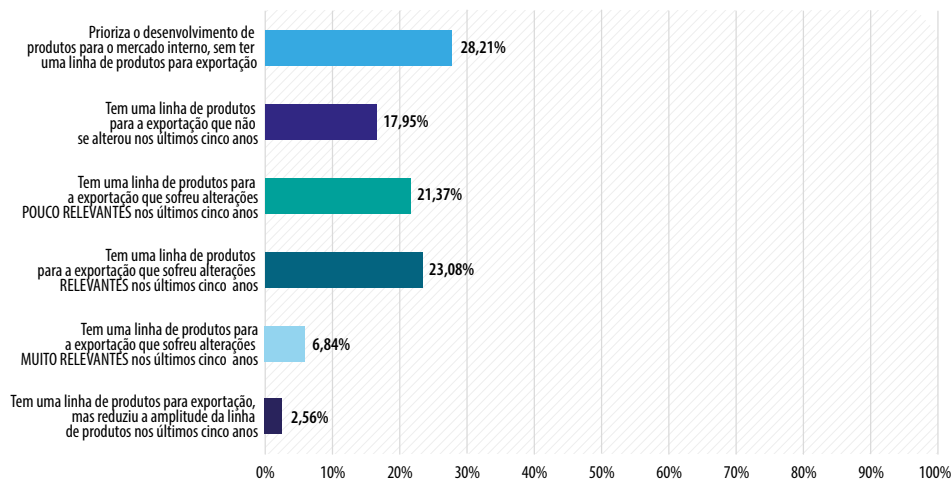
Fonte: Resultados da pesquisa

3.8 Política de desenvolvimento dos produtos exportados

Em consonância com a questão da adequabilidade dos produtos exportáveis, as empresas foram questionadas sobre a política de desenvolvimento de produtos para o mercado externo; se investem no desenvolvimento de linhas exclusivas para a exportação ou se apenas adaptam.

Constatou-se que apenas 28% das respondentes não possuem uma linha de exportação, por priorizar o desenvolvimento para o mercado interno. Do grupo de 72% das empresas que tem linha de exportação, 30% informou que nos últimos cinco anos tiveram alterações relevantes ou muito relevantes nas suas linhas, enquanto que 21% das empresas respondeu que as alterações foram pouco relevantes e para 18% não ocorreram alterações, e somente 3% das empresas reduziu sua linha de produtos exportáveis. O que se constata é uma política de desenvolvimento que requer adaptações nas linhas, mas com baixa dinamicidade nas mudanças.

POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS EXPORTADOS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



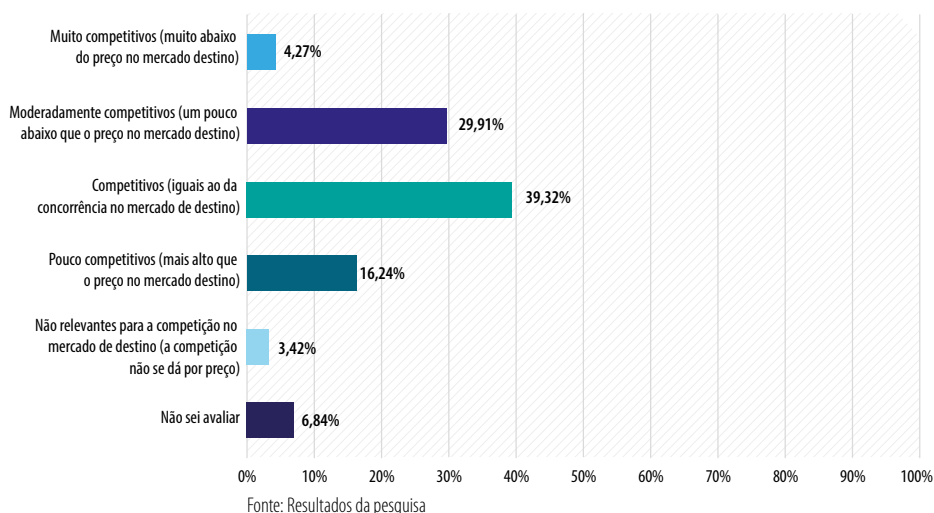
Fonte: Resultados da pesquisa

3.9 Competitividade dos preços de exportação

Na avaliação da competitividade dos preços dos produtos comercializados no exterior, as empresas foram indagadas sobre os preços que praticam no exterior comparativamente aos preços praticados por seus concorrentes no mercado internacional. Verificou-se que os preços de exportação das empresas encontram-se como competitivos (39%), que são aqueles preços que regulam com os da concorrência, ou são moderadamente competitivos (30%), que são aqueles que conseguem atuar no exterior mas com preços um pouco abaixo da concorrência. Uma pequena parcela de 4% de empresas apontou que os preços são muito competitivos.

Estes resultados indicam uma boa percepção das empresas sobre a competitividade de seus preços. Mas, há que se considerar que a parcela de 16% que sinaliza a baixa competitividade de seus preços, mesmo com o câmbio favorecido, e o 7% das empresas não soube avaliar, o que pode significar um desconhecimento do mercado alvo.

COMPETITIVIDADE DOS PREÇOS PRATICADOS NO MERCADO INTERNACIONAL. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



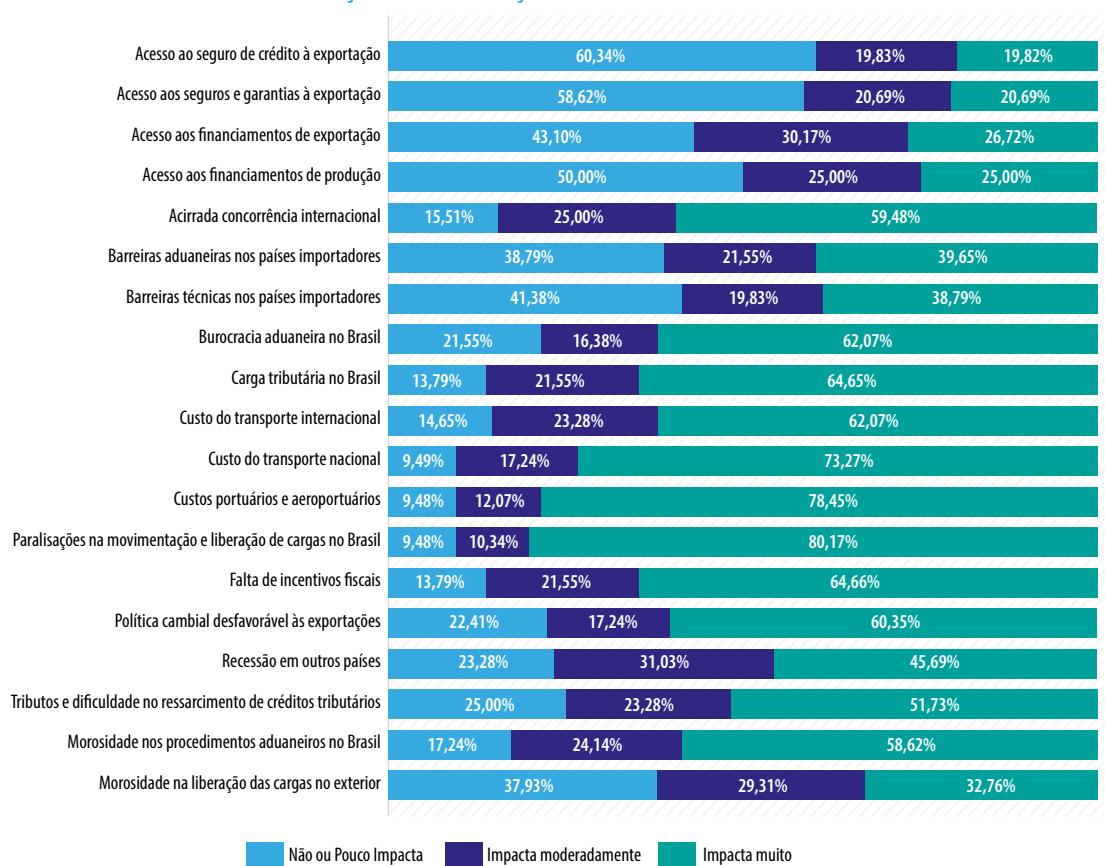
3.10 Barreiras externas à exportação

No contexto da competitividade das exportações, as empresas dependem tanto de capacidades internas quanto de facilidades no ambiente brasileiro de negócio para que obtenham um bom desempenho. Questões de ordem tributária, logística, estrutural, podem ser facilitadores ou dificultadores das exportações. Assim sendo, as empresas foram questionadas sobre diversos aspectos que podem impactar suas operações de exportação.

De acordo com as respostas, o que mais as impacta são aquelas relacionadas a infraestrutura de logística. As paralisações no movimento das cargas, os custos portuários e aeroportuários e o custo do transporte nacional, são os fatores que mais impactam as exportações, representando um possível obstáculo na ampliação da competitividade de mais de 70% das empresas. Os aspectos tributários, burocráticos e cambiais como a carga tributária, as burocracias aduaneiras, a falta de

incentivos, a política cambial, foram apontadas por mais de 60% das respondentes como questões que impactam muito os seus negócios internacionais. E, no lado oposto, o acesso a seguros, garantias e financiamentos às exportações pouco impactam as operações e esse resultado pode ser atribuído ou à facilidade no acesso aos serviços financeiros, ou à baixa importância destes aspectos na exportação.

RELEVÂNCIA DAS BARREIRAS ÀS EXPORTAÇÕES. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

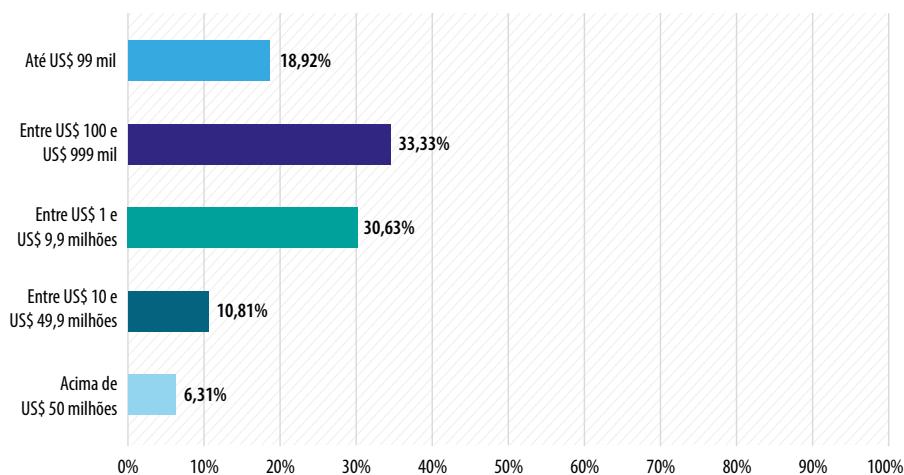
Seção 4 – Importações

Para compreender o perfil e o desempenho importador, as empresas foram questionadas sobre os valores importados, a importância da atividade nas compras e as expectativas para os próximos anos, bem como, o tipo e destinação dos produtos importados. Do total das empresas participantes da pesquisa, a atividade da importação é realizada por 64% destas, sendo que 17% realiza exclusivamente a importação.

4.1 Valores importados em 2017

Semelhante a resultados de anos anteriores, há um equilíbrio nas respostas quanto a faixa de valores (US\$ FOB) importados em 2017. Observa-se que em ordem de importância, 33% das empresas importaram na faixa de US\$ 100 e 999 mil e 30% na faixa de US\$ 1 a 10 milhões, e nos extremos 18% dos respondentes importaram até US\$ 99 mil e 17% acima de US\$ 10 milhões.

IMPORTAÇÕES EM 2017, US\$ FOB. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

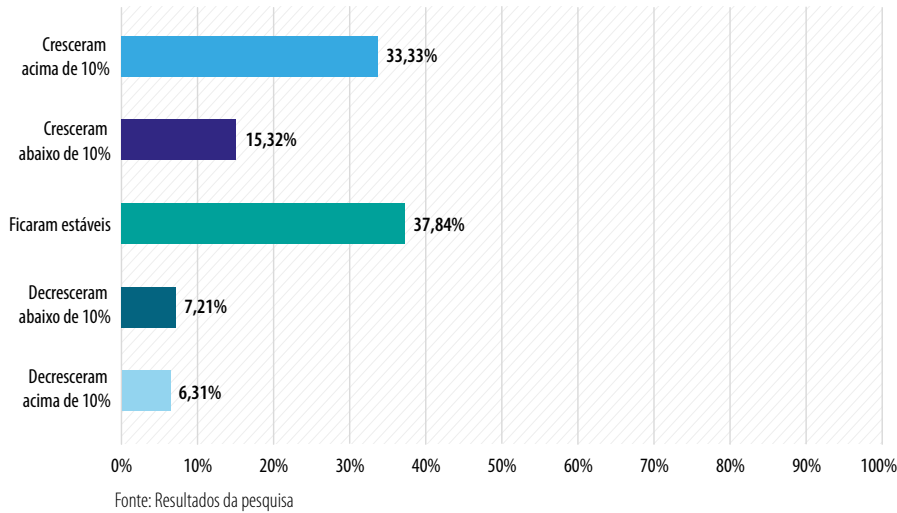


Fonte: Resultados da pesquisa

4.2 Valores importados de 2016 para 2017

Na comparação dos valores importados no ano de 2017, em relação ao ano anterior, quase metade das empresas teve um crescimento nas suas operações, 33% aumentaram acima de 10%, e 15% até 10%, e portanto, 49% das empresas tiveram crescimento nos valores importados de 2016 para 2017. Em contrapartida, apenas 13% decresceram seus valores importados, apesar do câmbio desfavorável para as compras internacionais, o que pode ter refletido no resultado das 38% que se mantiveram estáveis. Estes resultados são coerentes com a pesquisa do ano anterior, na qual as empresas afirmaram que intencionavam um crescimento nas suas importações para o ano seguinte.

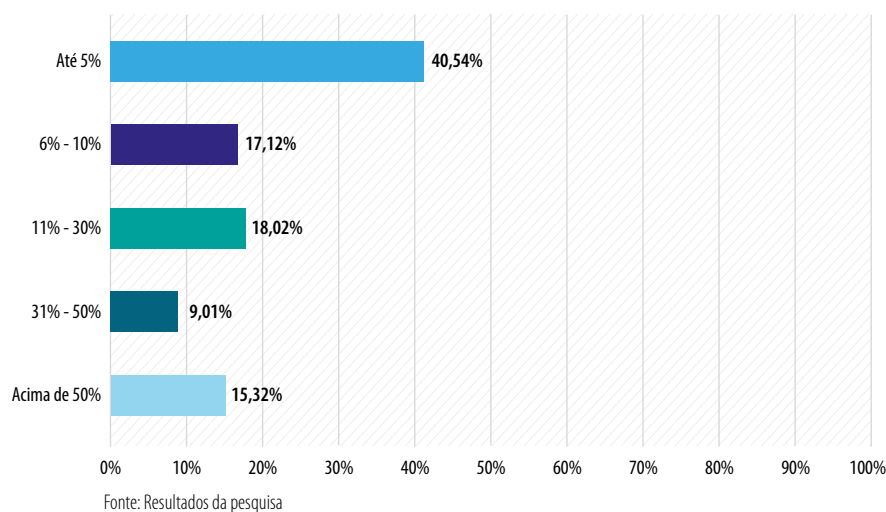
IMPORTAÇÕES EM 2017, VARIAÇÃO PERCENTUAL SOBRE O ANO ANTERIOR. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



4.3 Participação das importações no faturamento das empresas em 2017

Para avaliar a relevância da importação, questionou-se sobre o percentual de participação dos valores das importações no faturamento das empresas em 2017. Como resultado, obteve-se que para 40% das empresas, as importações representaram 5% do faturamento, para 17% esteve entre 6 e 10%, e para 18% do total, entre 11 e 30% do faturamento. Estas faixas normalmente indicam as compras internacionais para fins de produção. Diferentemente das faixas acima de 31% do faturamento, que possivelmente representem a importação para fins de revenda. Neste grupo, 24% das empresas afirmaram que as importações representaram em 2017 acima de 50% de seus faturamentos.

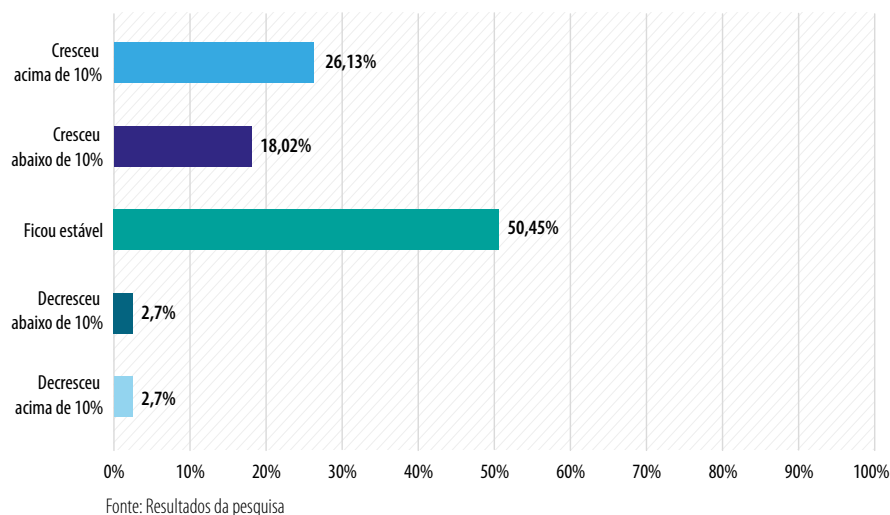
PARTICIPAÇÃO DAS IMPORTAÇÕES NO FATURAMENTO TOTAL, EM 2017. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Comparativamente ao ano de 2016, a maioria das empresas informou que a participação dos valores das importações no faturamento de 2017 se manteve estável (50% dos respondentes), ou seja, nas mesmas faixas, e 43% teve um crescimento

nesta participação. Apesar das variações cambiais desfavorecendo as importações as empresas seguem com suas atividades de compra internacional, o que é um bom indicativo de expansão da produção. Se as empresas estão comprando mais, significa, em regra, que estão ampliando o nível de atividades.

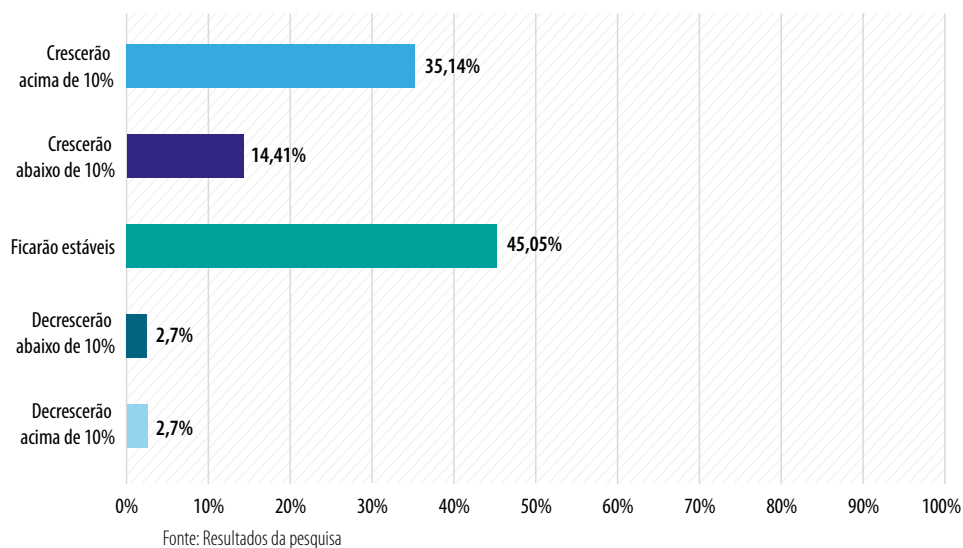
IMPORTAÇÕES NO FATURAMENTO TOTAL EM 2017. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



4.4 Projeção das importações para 2018/2019

Na expectativa para o ano seguinte, aproximadamente 50% das empresas projetam crescer os valores importados e 45% espera uma estabilidade dos valores a serem importados nos dois anos seguintes. Somente 5% vislumbra um decréscimo. Esta projeção indica um cenário otimista da atividade das empresas.

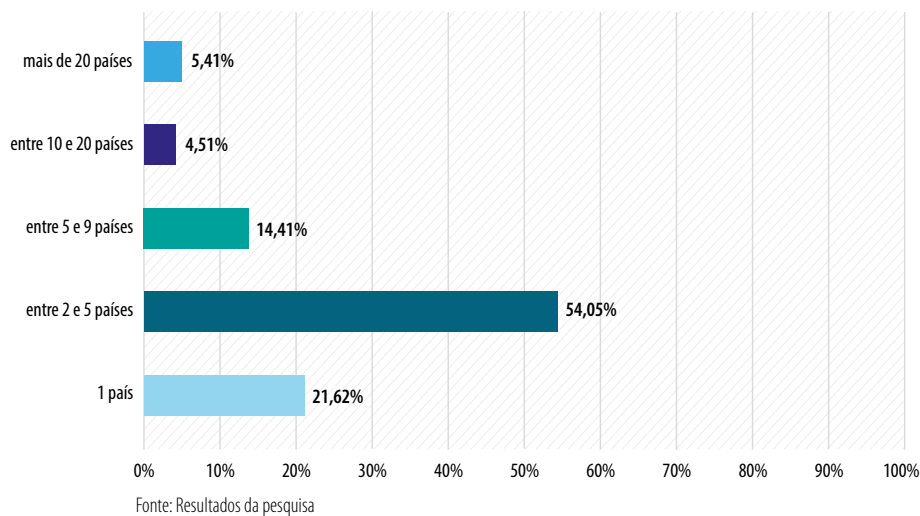
EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO ÀS IMPORTAÇÕES DE 2018 E 2019. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



4.5 Mercados fornecedores

No que concerne ao número de mercados fornecedores em 2017, a maioria das empresas pesquisadas (54%) diversificou moderadamente suas compras entre 2 e 5 países, mas 22% concentraram em apenas 1 país, o que pode significar um risco de dependência a um único mercado fornecedor. Por outro lado, 24% das empresas tiveram uma ampla diversificação de países fornecedores, compraram de mais de 5 países.

POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO DE MERCADOS FORNECEDORES. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

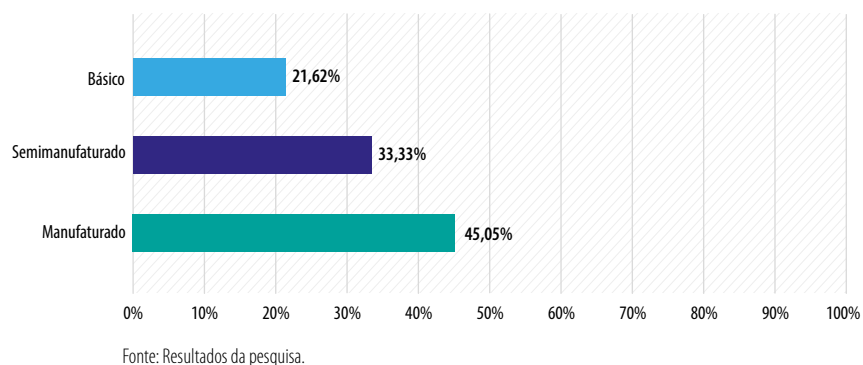


Em termos comparativos, entre 2017 e 2016, sobre o número de países fornecedores, as empresas indicaram que se mantiveram estáveis (75%); apenas 6% das empresas indicaram que tiveram redução; sendo que 15% cresceu pouco; e somente 4% cresceu muito.

4.6 Categoria dos produtos importados

No tocante a categoria dos produtos importados, 45% das empresas compraram bens manufaturados, 33% semimanufaturados e 22% produtos básicos. Os produtos básicos e semimanufaturados normalmente englobam os insumos para a produção, enquanto que os manufaturados estão os produtos acabados para revenda, mas também as máquinas e equipamentos que indicam investimentos produtivos. Aparentemente, as empresas estão utilizando a importação para ampliação das atividades.

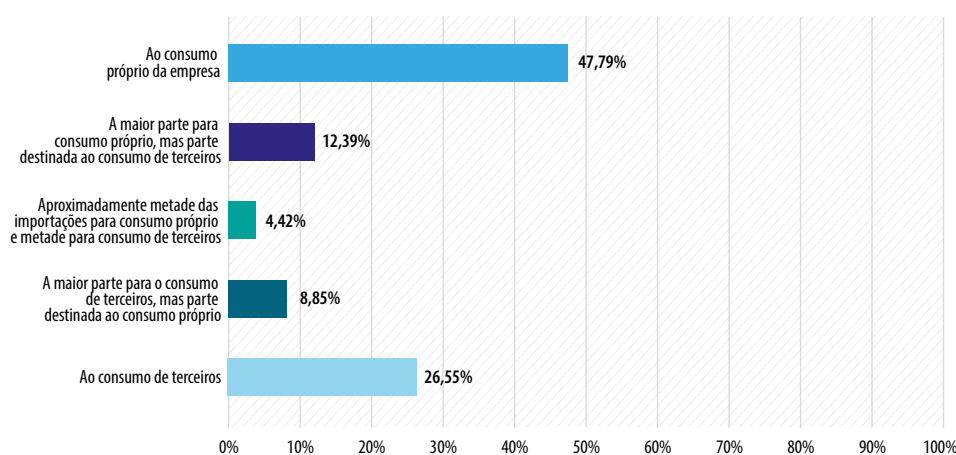
CATEGORIA DE PRODUTOS IMPORTADOS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



4.7 Destino dos produtos importados

Em complementação à categoria dos produtos importados, as empresas foram questionadas sobre o uso ou sobre o destino das importações. A maioria das empresas indicou que as compras internacionais foram para o consumo próprio da empresa (48%) e para consumo de terceiros (27%). Estes dados corroboram com as categorias dos produtos importados que demonstram um equilíbrio entre básico, semimanufaturado e manufaturado, indicando que as empresas pesquisadas estão investindo na importação para compor suas bases de produção, e não exclusivamente para revenda, a qual, por si só, agrega pouco valor para a economia.

DESTINAÇÃO DOS PRODUTOS IMPORTADOS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

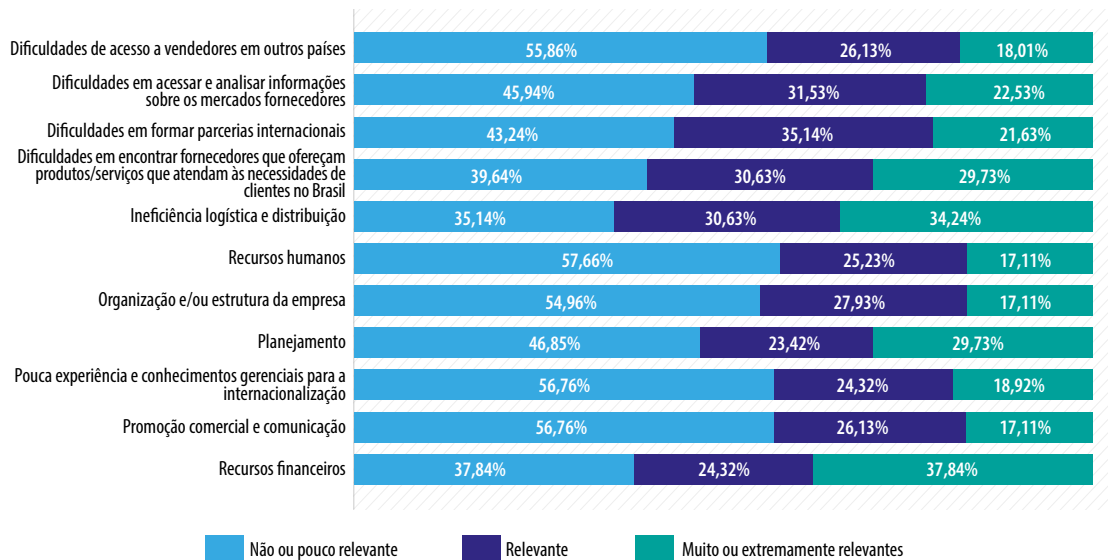
4.8 Entraves à importação

No que se refere às dificuldades relacionadas à atividade de importação, as empresas foram questionadas sobre o grau de relevância de um conjunto de onze situações. As respostas variaram entre as dimensões “não relevante” até “extremamente relevante”.

Como resultado geral, constatou-se que nenhuma situação foi dada como “muito ou extremamente relevante”, nem como “não relevante”. A maior incidência de respostas concentrou-se em “relevante” ou “pouco relevante”. Assim, considerando as respostas com maior incidência dentre os aspectos “relevantes”, tem-se como aquelas que representam os maiores entraves na perspectiva das empresas importadoras: 1º Dificuldades em formar parcerias internacionais (35%); 2º Dificuldades em acessar e analisar informações sobre os mercados fornecedores (32%); 3º Ineficiência logística e distribuição (31%); 4º Dificuldades em encontrar fornecedores que ofereçam produtos/serviços que atendam às necessidades de clientes no Brasil (31%); 5º Organização e/ou estrutura da empresa (28%); 6º Promoção comercial e comunicação (26%).

As respostas com maior incidência dadas como pouco relevantes, ou seja, que não representam para a maioria dos respondentes um entrave à importação, são: 1º Recursos humanos (58%); 2º Pouca experiência e conhecimentos gerenciais para a internacionalização (57%); 3º Promoção comercial e comunicação (57%); 4º Dificuldade de acesso a vendedores em outros países (56%); 5º Organização e/ou estrutura da empresa (55%); 6º Planejamento (47%).

RELEVÂNCIA DAS BARREIRAS ÀS IMPORTAÇÕES. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

Seção 5 – Apoio aos Negócios Internacionais

Assim como as empresas se deparam com obstáculos à exportação, há em contrapartida um conjunto de programas e incentivos para melhoria dos negócios externos, entidades que apoiam as empresas em suas operações e iniciativas governamentais que visam facilitar o comércio exterior em termos de tempo, custo e burocracia. Porém, ainda há uma lacuna entre os programas ofertados e o conhecimento e interesse por parte das empresas. Neste contexto, esta seção apresenta os resultados destas questões de apoio aos negócios internacionais.

5.1 Programas e incentivos à exportação

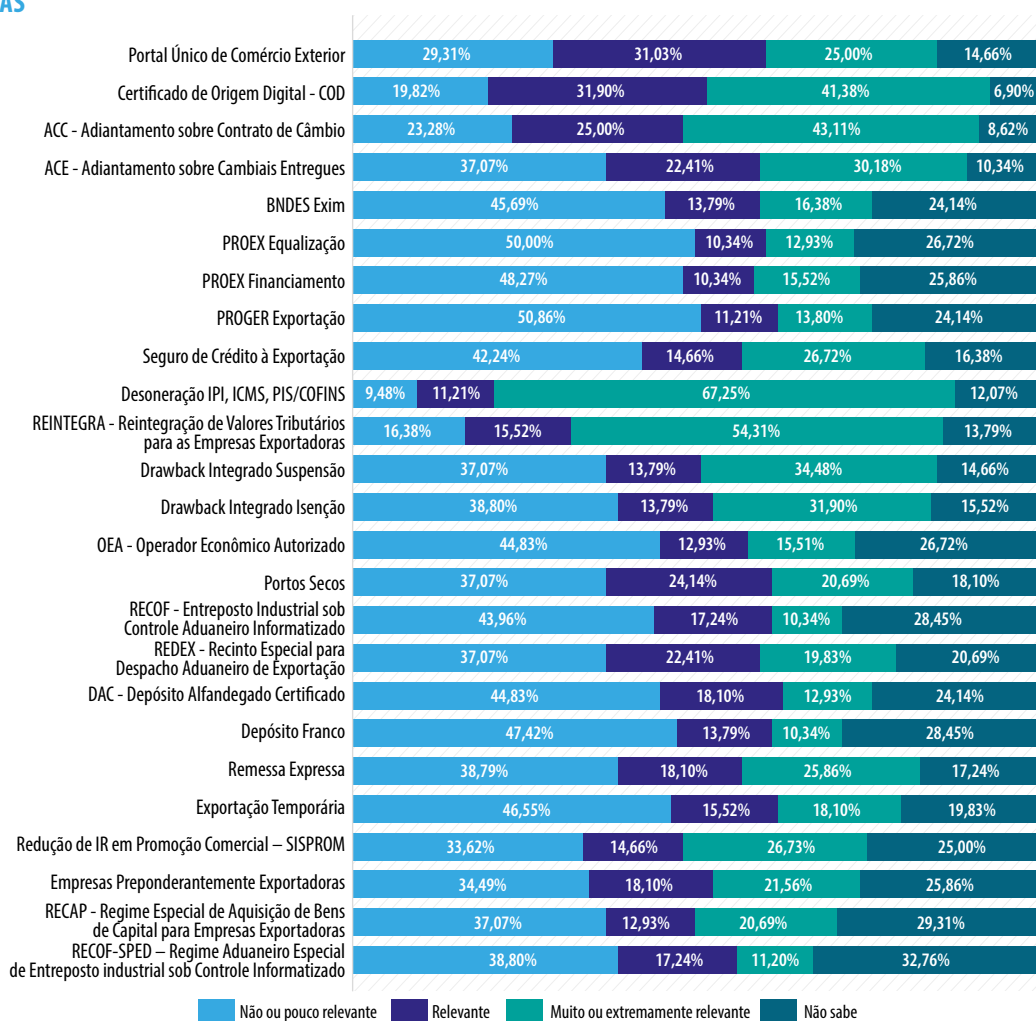
Em relação aos programas e instrumentos de estímulo às exportações, bem como regimes aduaneiros especiais, as empresas indicaram o grau de relevância de cada um deles, classificando-os entre “nada ou pouco relevantes”, “relevante ou muito relevante” e “extremamente relevante”.

A pesquisa evidencia que para mais de 60% das empresas, os incentivos tributários foram considerados como muito relevantes. Os itens indicados com maior relevância para as empresas por ordem de importância foram a desoneração de IPI, PIS/COFINS e ICMS, indicada por 67% dos respondentes como uma medida que consideram “extremamente relevante” e 11% a consideram como relevante; o REINTEGRA, 54% das respostas considera extremamente relevante e 15% como relevante; e o ACC, 43% e 25% consideram extremamente relevante e relevante, respectivamente; assim como o COD (42% e 31%) e o Portal Único do Comércio Exterior (25% e 31%).

Entre os itens apontados como pouco ou nada relevantes destacam-se aqueles que tiveram a indicação de mais de 45% das empresas, sendo estes os financiamentos PROGER (50% dos respondentes) e PROEX (48%), os depósitos francos (47%) e a exportação temporária (47%).

Todavia, constata-se que um número expressivo de respostas que indicaram não saber avaliar estes benefícios, demonstrando ou desconhecimento ou desinteresse nos referidos itens, sendo os mais apontados, o RECAP (30%); o depósito franco (29%) o RECOF (28%); e o PROEX Equalização (27%).

RELEVÂNCIA DOS PROGRAMAS E INCENTIVOS À EXPORTAÇÃO. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

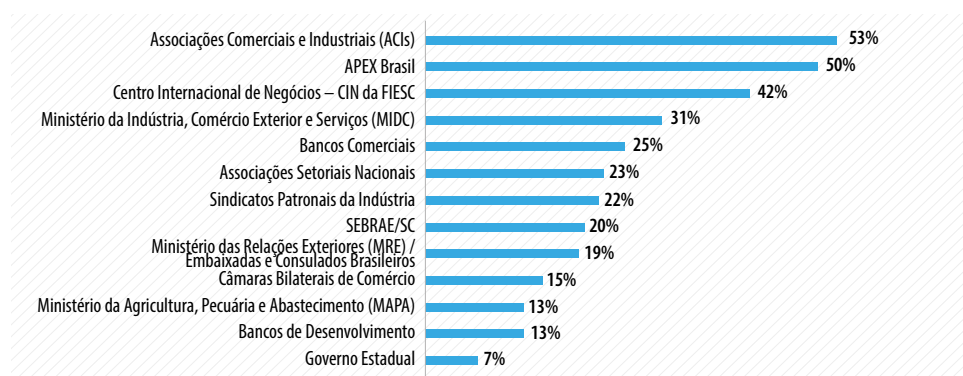


Fonte: Resultados da pesquisa

5.2 Entidades de apoio à internacionalização

Também buscou-se conhecer quais as entidades brasileiras que as empresas buscam para o apoio e serviços à internacionalização. As associações comerciais e industriais foram as mais citadas (53%), seguida da APEX-Brasil (50%) e do Centro Internacional de Negócios da FIESC (42%).

ENTIDADES DE APOIO À INTERNACIONALIZAÇÃO UTILIZADAS. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

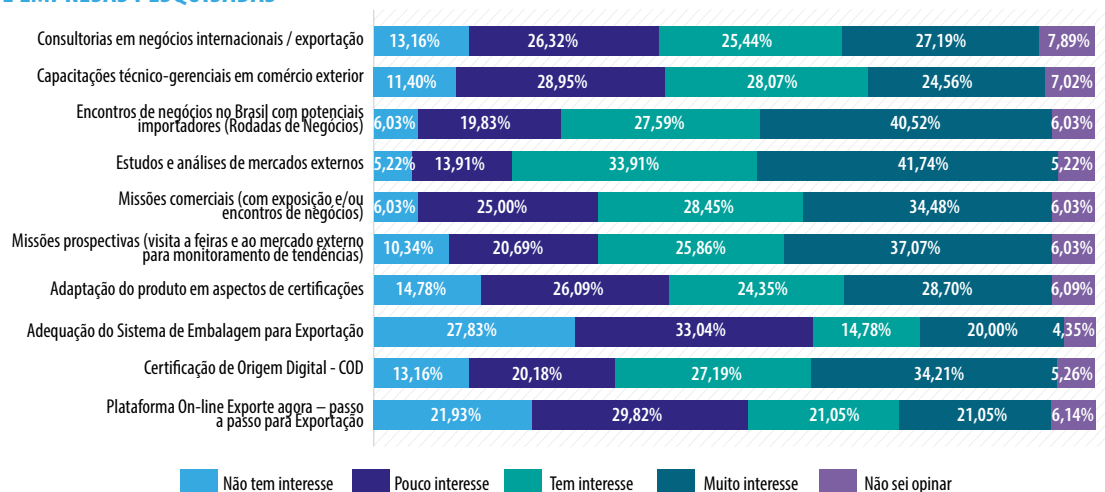


Fonte: Resultados da pesquisa

5.3 Apoio da FIESC à internacionalização

A FIESC atua continuamente no apoio à internacionalização dos negócios catarinenses. Neste sentido, questionou-se quais eram as expectativas das empresas com os serviços ofertados pela FIESC. As respostas evidenciam o maior interesse por estudos e análises de mercados externos, encontros de negócios com potenciais importadores, missões prospectivas e comerciais e a Certificação de Origem Digital (COD). O interesse pauta-se em serviços que visam entre outros aspectos o conhecimento de mercados.

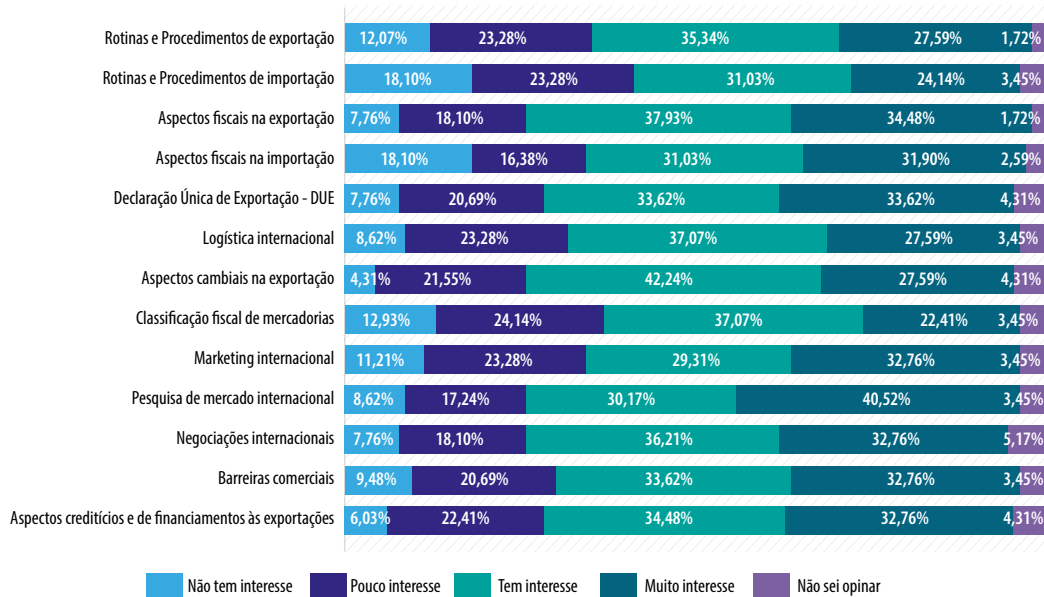
INTERESSE DAS EMPRESAS NAS AÇÕES DA FIESC PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa

Uma das linhas de atuação da FIESC no apoio à internacionalização, centra-se nas capacitações. Neste contexto, questionou-se quais são os temas mais relevantes para a capacitação das equipes nas áreas comercial, logística, financeira/tributária e operacional. Os temas tiveram resultados equilibrados e as empresas demonstraram em sua maioria, mais de 50%, interessados ou muito interessados em todos eles.

TEMAS RELEVANTES PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO E AS LINHAS DE ATUAÇÃO DA FIESC. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS

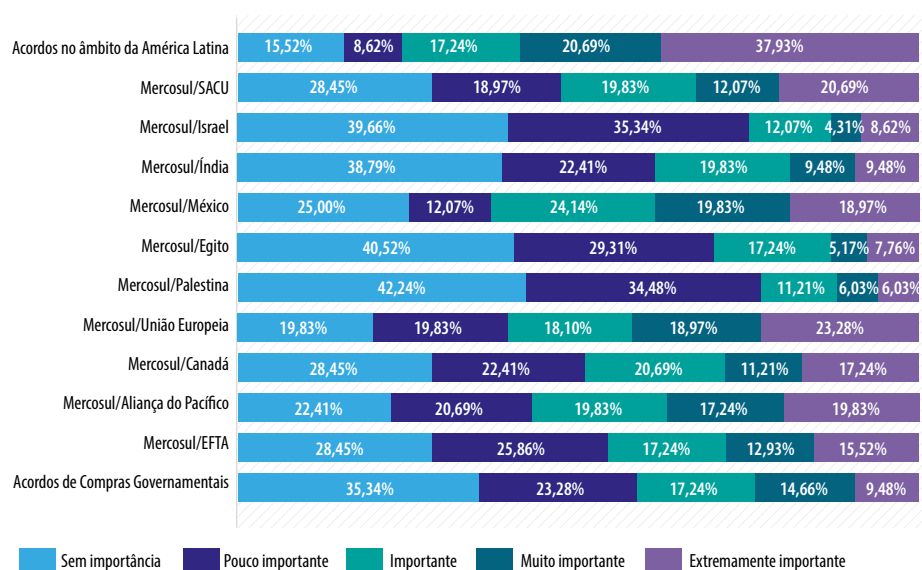


Fonte: Resultados da pesquisa

5.4 Acordos internacionais de facilitação do comércio

Questionadas sobre os acordos internacionais que visam a facilitação do comércio, no quais o Brasil é signatário, ou está em fase de negociações, os que são apontados com maior importância para as empresas são os estabelecidos no âmbito da América Latina, que são os do Mercosul-União Europeia e entre Mercosul e México. De maneira oposta, as empresas apontam que os acordos com Israel, Índia, Egito e Palestina, e os acordos de compras governamentais são os menos relevantes para suas operações.

GRAU DE RELEVÂNCIA DOS ACORDOS INTERNACIONAIS DE FACILITAÇÃO DO COMÉRCIO. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



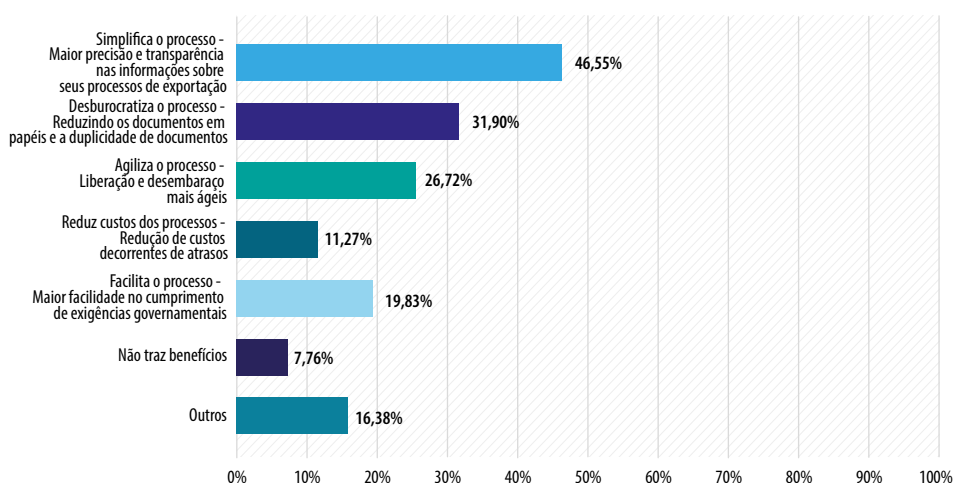
Fonte: Resultados da pesquisa

5.5 Portal Único do Comércio Exterior

Decorrente do acordo de facilitação do comércio, a operacionalidade dos sistemas de exportação e de importação vem sofrendo grandes transformações, como a implantação do DUE – Documento Único de Exportação, vinculada à iniciativa do Portal Único de Comércio Exterior.

Tais mudanças visam reduzir o tempo e o custo das operações de exportação e importação brasileiras. Neste sentido, as empresas foram questionadas sobre as possíveis melhorias que ocorrerão com o Portal Único de Comércio Exterior. Para 47% das empresas, o portal simplifica o processo, para 32% desburocratiza, para 27% agiliza, para 20% facilita e para 11% reduz os custos. Somente 8% indicam não trazer benefícios. Todavia, 16% das empresas indicaram no item “outros” que desconhecem o Portal Único de Comércio Exterior.

VANTAGENS DO PORTAL ÚNICO COMÉRCIO EXTERIOR. PARTICIPAÇÃO (%) DE RESPOSTAS SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Resultados da pesquisa



O apoio às empresas junto de si



CIN
Centro Internacional de Negócios
de Santa Catarina

FIESC



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

O que é

- ✓ Plataforma online criada pela Comissão Europeia em 2008
- ✓ 600 instituições de 54 países - cada uma destas instituições possui uma base de empresas dos segmentos econômicos mais variados
- ✓ Visa a facilitação de contatos internacionais para realização de missões empresariais, rodadas de negócios, transferência de know-how

Vantagens

- ✓ Proporciona acesso a diversos mercados internacionais
- ✓ Ofertas e demandas de negócios, tecnologia e de pesquisa e desenvolvimento
- ✓ Acesso a informações sobre mercados estratégicos
- ✓ Identificação de parceiros e potenciais clientes internacionais

Como participar

Divulgue sua oferta ou demanda na plataforma EEN

Você busca um distribuidor em mercados externos, uma nova solução para seu processo produtivo ou um parceiro tecnológico que ajude na inovação do seu produto? Após de preencher a ficha de cadastro, seu perfil será analisado pela CNI e posteriormente pela própria EEN. Uma vez validada, sua demanda ou oferta de negócios, de tecnologia ou de pesquisa e desenvolvimento será publicada para o período de um ano. Outros parceiros da rede podem acessar seu perfil e cruzar com as demandas das suas empresas.

#aquitem indústria

AQUI TEM COMPETITIVIDADE. AQUI TEM A FORÇA DA FIESC.

A FIESC promove a competitividade do setor industrial catarinense investindo em educação, saúde, segurança, inovação e no ambiente institucional, impulsionando o desenvolvimento de Santa Catarina.



735 MIL TRABALHADORES



51 MIL INDÚSTRIAS



1/3 DO PIB DO ESTADO

CONTE COM A **GENTE**

FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

Considerações Finais

O comércio internacional de Santa Catarina é destaque no Brasil, sobretudo pela participação de produtos manufaturados na sua pauta. O Estado de Santa Catarina tem uma economia que, historicamente, possui inserção no mercado internacional, o que se expressa nos resultados desta pesquisa que mostrou que a maioria das empresas pesquisadas mantém regularidade na sua frequência exportadora e expandiu o faturamento no mercado externo em 2017, o que se constitui como resultado de uma cultura exportadora.

Constatou-se que, apesar de mais da metade das empresas estar atuando em mais de cinco países e que um terço tem elevado grau de internacionalização, ainda há espaço para crescer internacionalmente e as empresas revelaram que é exatamente isso que esperam para o futuro. Buscarão aumentar participação dos mercados em que já atuam ou entrarão em novos mercados. Mas, para isso, encontrarão muitos desafios e a pesquisa identificou que a obtenção de certificações de produto, a adequação às normas técnicas e o desenvolvimento de equipe comercial interna são, geralmente, ações que demandam os maiores investimentos para a internacionalização, sobretudo porque geralmente este processo envolve adaptações para os produtos.

Neste sentido, a atuação no mercado internacional requer que políticas nacionais e regionais sejam desenvolvidas para que as empresas possam focar no desenvolvimento de vantagens internas. De acordo com as respostas obtidas na pesquisa, o que mais as empresas necessitam são investimentos em infraestrutura e logística. Neste ano, destacou-se as paralisações no movimento das cargas, os altos custos portuários e aeroportuários, além do elevado custo do transporte dentro do território nacional, como os fatores que mais impactam as exportações.

Os aspectos tributários, burocráticos e cambiais, a falta de incentivos e a política cambial, foram apontadas como questões que impactam muito os negócios internacionais e considera-se que os incentivos tributários são muito relevantes para a inserção internacional, sobretudo, a desoneração de IPI, PIS/COFINS e ICMS.

Por fim, as empresas expressaram interesse em estudos e análises de mercados externos, encontros de negócios com potenciais importadores, missões prospectivas e comerciais e em certificação de origem digital, o que demonstra a demanda por serviços que visam proporcionar maior conhecimento dos mercados internacionais.

O apoio ao industrial que acredita na internacionalização continuará sendo uma constante nas políticas e ações da FIESC porque os dados comprovam que a maioria das empresas que entram no mercado internacional tende a ter vantagens e geralmente permanece lá fora, o que corrobora as teorias de comércio internacional, que comprovam que o comércio externo é fonte de maior competitividade, o que se expressa em maior produtividade, dada não somente pelo aumento de escala, mas também pelo acesso a maior conhecimento que tende a gerar mais inovação. A abertura ao mercado externo é que gera maiores vantagens competitivas e não ao contrário como pressupõe alguns e, portanto, os acordos bilaterais e multilaterais de comércio devem avançar e o Brasil deve continuar qualificando as suas políticas externas para que proporcione resultados efetivos à indústria catarinense e Brasileira.

INVESTE

PARA INVESTIR ONDE O BRASIL CRESCE



INVISTA EM SANTA CATARINA

VENCEDOR DO PRÊMIO EXCELÊNCIA EM
COMPETITIVIDADE 2017 NA CATEGORIA
DESTAQUE INTERNACIONAL

**MELHOR TAXA DE SOBREVIVÊNCIA
DE EMPRESAS DO PAÍS**

IBGE (2015)

**MENOR
DESIGUALDADE SOCIAL**

PNAD 2016

**MAIOR EXPECTATIVA
DE VIDA**

IBGE 2016

**MAIOR GERADOR DE
VAGAS DE EMPREGO**

CAGED 2017



www.investesc.com.br
investesc@investesc.com.br

UMA PARCERIA:

FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE


**GOVERNO
DE SANTA
CATARINA**

Anexos

Anexo 1

QUESTIONÁRIO APLICADO NA PESQUISA



Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

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

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

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

Por exemplo: Uma empresa produtora de cerveja selecionaria no item "Indústria" o segmento "Bebidas". Uma empresa de frete marítimo selecionaria no item "Serviços" o segmento "Transporte"

8. INDÚSTRIA

- Canvã
- Petróleo e gás
- Minerais
- Alimentos processados
- Bebidas
- Fumo
- Têxteis
- Vestuário e acessórios
- Couros - artefatos e artigos para viagem
- Calçados

- Madeira
- Móveis
- Papel e celulose
- Impressão e reprodução de gravações
- Cosméticos e higiene pessoal
- Produtos de limpeza
- Produtos químicos
- Farmoquímicos e farmacêuticos
- Borrachas e plástico
- Minerais não-metálicos
- Metalurgia
- Produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos
- Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos
- Máquinas, aparelhos e materiais elétricos
- Máquinas e equipamentos
- Veículos automotores, reboques e carrocerias
- Outros equipamentos de transporte
- Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos
- Construção Civil
- Produção e distribuição de eletricidade e gás, água e esgoto
- Outra atividade principal (favor especifique)

9. COMÉRCIO

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

10. SERVIÇOS

- Serviços prestados às famílias (alojamento, alimentação e outros)
- Telecomunicações
- Serviços de tecnologia da informação
- Serviços audiovisuais, de edição e agências de notícias
- Serviços profissionais, administrativos e complementares
- Transporte
- Armazenagem, serviços auxiliares dos transporte e correio
- Outra atividade principal (favor especifique)

* 11. Número de empregados:

- Até 19 empregados
- De 20 a 99 empregados
- De 100 a 499 empregados
- Mais de 500 empregados

* 12. A empresa é:

- Nacional (capital 100% nacional)
- Multinacional (capital misto)
- Estrangeira (capital 100% estrangeiro). Favor indicar o país de origem

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

* 13. A empresa possui unidades no exterior?

- Sim
 Não

14. Qual o tipo de unidade e o país em que está localizada?

Centro de distribuição. País:

Escritório comercial. País:

Planta fabril. País:

Outro tipo de unidade. Qual?

* 15. Número de empregados no exterior:

- Até 19 empregados
 De 20 a 99 empregados
 De 100 a 499 empregados
 Mais de 500 empregados
 A empresa não possui empregados no exterior

16. Sua empresa planeja abrir unidades no exterior em 2019?

- Não
 Sim. Por favor, indique a quantidade, o tipo, e o país, da(s) nova(s) unidade(s).

* 17. Quanto aos negócios internacionais, sua empresa:

- Somente exporta
 Somente importa
 Importa e exporta
 Não importa nem exporta

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

EXPORTAÇÃO

* 18. Em termos de valores, em 2017, a sua empresa exportou (US\$ FOB):

- até US\$ 99 mil
 entre US\$100 e US\$ 999 mil
 entre US\$ 1 e US\$ 9,9 milhões
 entre US\$ 10 e US\$ 49,9 milhões
 acima de US\$ 50 milhões
 não exportou em 2017

19. Em relação ao ano anterior, os valores das exportações de 2017 da sua empresa:

- Cresceram acima de 10%
 Cresceram abaixo de 10%
 Ficaram estáveis
 Decresceram abaixo de 10%
 Decresceram acima de 10%

20. Em termos de participação das exportações no faturamento da empresa em 2017 foi de:

- até 5%
 entre 6% e 10%
 entre 11% e 30%
 entre 31% e 50%
 acima de 50%

21. Em relação ao ano anterior, a participação das exportações no faturamento da sua empresa:

- Cresceu acima de 10%
 Cresceu abaixo de 10%
 Ficou estável
 Decresceu abaixo de 10%
 Decresceu acima de 10%

22. Em 2017, sua empresa exportou para quantos países?

- mais de 20 países
 entre 10 e 20 países
 entre 5 e 9 países
 entre 2 e 5 países
 1 país

Para quais países?

23. Em relação às exportações do ano anterior, o número de países de destino dos produtos da empresa:

- Cresceu muito
 Cresceu pouco
 Ficou estável
 Diminuiu pouco
 Diminuiu muito

* 24. Considerado o período dos últimos 5 anos, indique o que melhor representa a sua empresa:

- Exportou durante todos os anos (sem interrupções)
 Exporta esporadicamente (com interrupções)
 Exportou somente em um ano
 Não exportou nesse período
 Parou de exportar definitivamente

* 25. A empresa pretende realizar ações para expandir as exportações em 2018 e 2019?

- Não
 Sim, para aumentar a participação nos mercados que já atua
 Sim, para abrir novos mercados importadores. Para quais?

* 26. Qual a projeção da empresa para o faturamento das exportações em 2018/2019?

- Crescerão acima de 10%
 Crescerão abaixo de 10%
 Ficarão estáveis
 Decrescerão abaixo de 10%
 Decrescerão acima de 10%

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

O PRODUTO EXPORTADO

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

- Não necessitam adaptação
 São facilmente adaptados, mas com investimentos irrelevantes
 São adaptados e exigem investimentos relevantes
 São adaptados e exigem investimentos muito relevantes
 Não sei avaliar

28. Indique as principais adaptações ou adequações necessárias ao seu produto destinado à exportação:

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

- Prioriza o desenvolvimento de produtos para o mercado interno, sem ter uma linha de produtos para exportação
 Tem uma linha de produtos para a exportação que não se alterou nos últimos cinco anos
 Tem uma linha de produtos para a exportação que sofreu alterações POUCO RELEVANTES nos últimos cinco anos
 Tem uma linha de produtos para a exportação que sofreu alterações RELEVANTES nos últimos cinco anos
 Tem uma linha de produtos para a exportação que sofreu alterações MUITO RELEVANTES nos últimos cinco anos
 Tem uma linha de produtos para a exportação mas reduziu a amplitude da linha de produtos nos últimos cinco anos

* 30. 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)
 Competitivos (iguais a da concorrência no mercado de destino)
 Pouco competitivos (mais alto que o preço no mercado destino)
 Não relevantes para a competição no mercado de destino (a competição não se dá por preço)
 Não sei avaliar

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO

* 31. Dentre as motivações para internacionalização da sua empresa, indique o grau de relevância:

	Sem importância	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente importante
Diversificar mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar a competitividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baixa demanda doméstica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proporcionar crescimento da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obtenção de economia de escala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produto é inovador e tem demanda internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efeito positivo para a imagem da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posicionamento no mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preços competitivos nos mercados externos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pressão da concorrência global	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redução de riscos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outros (favor especificar):

* 32. Para a realização dos negócios internacionais sua empresa investe em:

	Não investe	Pouco	Moderado	Muito	Não sei avaliar
Pesquisa de mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultoria para exportação / ampliação de mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adaptação do produto (embalagem, composição, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adequação técnica (normas técnicas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Certificações do produto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Certificações da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumento da capacidade instalada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promoção comercial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposição em feiras e eventos no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visita a feiras internacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rodadas de negócios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipe comercial interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipe comercial externa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolvimento de parceiros no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferramentas de marketing (catálogo, site, mídias sociais, ações de marketing no exterior, envio de amostras)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrutura interna voltada exclusivamente para exportações (depto de exportação)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outros (favor especificar):

* 33. Das estratégias de internacionalização, informe as adotadas pela sua empresa:

	Não uso	Uso Pouco	Uso Moderado	Uso Muito	Não sei avaliar
Alianças estratégicas com empresas estrangeiras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consórcios e/ou cooperativas de exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contrato de produção ou subcontratação no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cooperação tecnológica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exportação através de terceiros (tradings, agentes, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Exportação direta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fusões e/ou aquisições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joint-ventures	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instalação de escritório de vendas no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instalação de unidade de produção no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instalação de centros de distribuição no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Licenciamento para terceiros no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outras, favor informar:

* 34. Classifique o grau de impacto dos possíveis obstáculos externos às exportações de sua empresa:

	Não impacta	Pouco impacta	Impacta moderadamente	Impacta muito	Impacta demasiadamente
Acesso ao seguro de crédito à exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso aos seguros e garantias à exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso aos financiamentos de exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso aos financiamentos de produção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acirrada concorrência internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barreiras aduaneiras nos países importadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barreiras técnicas nos países importadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Burocracia aduaneira no Brasil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carga tributária no Brasil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custo do transporte internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custo do transporte nacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custos portuários e aeroportuários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paralisações na movimentação e liberação de cargas no Brasil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de incentivos fiscais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Política cambial desfavorável às exportações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recessão em outros países	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tributos e dificuldade no ressarcimento de créditos tributários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Morosidade nos procedimentos aduaneiros no Brasil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Morosidade na liberação das cargas no exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro (favor especificar):

* 35. Em relação aos programas e instrumentos de estímulo às exportações, indique o grau de relevância para sua empresa:

	Não relevante	Pouco Relevante	Relevante	Muito Relevante	Extremamente Relevante	Não sei avaliar
Portal único do Comércio Exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Certificado de Origem Digital - COD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACC - Adiantamento sobre Contrato de Câmbio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACE - Adiantamento sobre Cambiais Entregues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BNDES Exim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PROEX Financiamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguro de Crédito à Exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desoneração IPI, ICMS, PIS/COFINS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drawback Integrado Suspensão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drawback Integrado Isenção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OEA - Operador Econômico Autorizado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RECOF - Entrepósito Industrial sob Controle Aduaneiro Informatizado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
REDEX - Recinto Especial para Despacho Aduaneiro de Exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DAC - Depósito Alfandegado Certificado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Depósito Franco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Remessa Expressa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exportação Temporária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redução de IR em Promoção Comercial - SISPROM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empresas Preponderantemente Exportadoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RECAP - Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RECOF-SPED - Regime Aduaneiro Especial de Entrepósito Industrial sob Controle Informatizado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outros (favor especificar):

*** 36. Na sua opinião, o Portal Único do Comércio Exterior:**

- Simplifica o processo - Maior precisão e transparência nas informações sobre seus processos de exportação
- Desburocratiza o processo - Reduzindo os documentos em papéis e a duplicidade de documentos
- Agiliza o processo - Liberação e desembaraço mais ágeis
- Reduz custos dos processos - Redução de custos decorrentes de atrasos
- Facilita o processo - Maior facilidade no cumprimento de exigências governamentais
- Não traz benefícios
- Outros? Favor especificar.

*** 37. Pra sua empresa, dos Acordos Internacionais de Comércio em Negociação, indique o grau de importância:**

	Sem importância	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente importante
Acordos no âmbito da América Latina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/SACU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/Israel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/Índia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/México	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/Egito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/Palestina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/União Europeia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/Canadá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/Aliança do Pacífico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercosul/EFTA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acordos de Compras Governamentais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outros? Favor especificar.

*** 38. Das entidades listadas a seguir, assinale aquela(s) que a sua empresa utiliza para buscar serviços de apoio à internacionalização:**

- APEX Brasil
- Associações Comerciais e Industriais (ACIs)
- Associações Setoriais Nacionais
- Bancos Comerciais
- Bancos de Desenvolvimento
- Câmaras Bilaterais de Comércio

- Centro Internacional de Negócios - CIN da FIESC
- Governo Estadual
- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)
- Ministério das Relações Exteriores (MRE) / Embaixadas e Consulados Brasileiros
- Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MIDC)
- SEBRAE/SC
- Sindicatos Patronais da Indústria
- Não se aplica
- Outros? Favor especificar.

*** 39. Como a FIESC poderia ajudar sua empresa a expandir suas exportações?**

	Não tem interesse	Pouco interesse	Tem interesse	Muito Interesse	Não sei opinar
Consultorias em negócios internacionais / exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacitações técnico-generais em comércio exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontros de negócios no Brasil com potenciais importadores (Rodadas de Negócios)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudos e análises de mercados externos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Missões comerciais (com exposição e/ou encontros de negócios)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Missões prospectivas (visita a feiras e ao mercado externo para monitoramento de tendências)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adaptação do produto em aspectos de certificações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adequação do Sistema de Embalagem para Exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Certificação de Origem Digital - COD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plataforma On-line Exporte agora - passo a passo para Exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outros? Favor especificar.

*** 40. Indique os temas que considera mais relevantes para a capacitação da sua equipe nas áreas comercial, logística, financeira/tributária e operacional:**

	Não tem interesse	Pouco interesse	Tem interesse	Muito Interesse	Não sei opinar
Rotinas e Procedimentos de exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotinas e Procedimentos de importação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aspectos fiscais na exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aspectos fiscais na importação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Declaração Única de Exportação - DUE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Logística internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aspectos cambiais na exportação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Classificação fiscal de mercadorias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marketing internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pesquisa de mercado internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociações internacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barreiras comerciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aspectos creditícios e de financiamentos às exportações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outros? Favor especificar.

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

IMPORTAÇÃO

* 41. Em 2017, sua empresa importou?

- Sim
- Não

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

IMPORTAÇÃO

* 42. Informe o valor total das importações da empresa em 2017 (US\$ FOB):

- até US\$ 99 mil
- entre US\$100 mil e US\$ 999 mil
- entre US\$ 1 milhão e US\$ 9,9 milhões
- entre US\$ 10 e US\$ 49,9 milhões
- acima de US\$ 50 milhões

* 43. Em relação ao ano anterior, os valores das importações de 2017 da sua empresa:

- Cresceram acima de 10%
- Cresceram abaixo de 10%
- Ficaram estáveis
- Decresceram abaixo de 10%
- Decresceram acima de 10%

* 44. Em termos de participação das importações no faturamento da empresa em 2017 foi de:

- até 5%
- entre 6% e 10%
- entre 11% e 30%
- entre 31% e 50%
- acima de 50%

* 45. Em relação ao ano anterior, a participação das importações no faturamento da sua empresa:

- Cresceu acima de 10%
- Cresceu abaixo de 10%
- Ficou estável
- Decresceu abaixo de 10%
- Decresceu acima de 10%

* 46. Em 2017, sua empresa importou de quantos países?

- mais de 20 países
- entre 10 e 20 países
- entre 5 e 9 países
- entre 2 e 5 países
- 1 país

Para quais países?

* 47. Em relação ao ano anterior, o número de países de origem das importações:

- Cresceu muito
- Cresceu pouco
- Ficou estável
- Diminuiu pouco
- Diminuiu muito

* 48. Qual a projeção da empresa para as importações em 2018/2019?

- Crescerão acima de 10%
- Crescerão abaixo de 10%
- Ficarão estáveis
- Decrescerão abaixo de 10%
- Decrescerão acima de 10%

Análise do Comércio Internacional Catarinense 2018

O PRODUTO IMPORTADO

* 49. O seu principal produto importado é:

- Básico
- Semimanufaturado
- Manufaturado

* 50. 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

* 51. Por grau de relevância, indique as atividades que a empresa considera como entraves às importações.

	Não relevante	Pouco Relevante	Relevante	Muito Relevante	Extremamente Relevante
Dificuldade de acesso a vendedores em outros países	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificuldades em acessar e analisar informações sobre os mercados fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificuldades em formar parcerias internacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificuldades em encontrar fornecedores que ofereçam produtos/serviços que atendam às necessidades de clientes no Brasil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ineficiência logística e distribuição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organização e/ou estrutura da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planejamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pouca experiência e conhecimentos gerenciais para a internacionalização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promoção comercial e comunicação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos financeiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Guia

Industrial FIESC

A MAIOR
BASE DE DADOS DA
INDÚSTRIA CATARINENSE

CADASTRE-SE GRATUITAMENTE
www.guiafiesc.com.br



Anexo 2

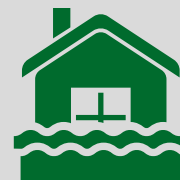
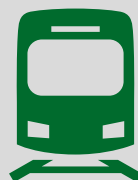
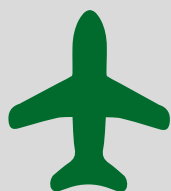
LISTAGEM DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

- | | |
|--|---|
| 01. ACAPULCO CONFECÇÕES LTDA | 23. CARIMBOS NYKON INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA - EPP |
| 02. ADMINISTRADORA DE BENS BADEN LTDA | 24. CASSULI GESTÃO CORPORATIVA LTDA |
| 03. AGE DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA | 25. CELSO VITI DA COSTA |
| 04. AGRO SANDRI LTDA | 26. CERÂMICA URUSSANGA S/A - CEUSA |
| 05. AHT COOLING SYSTEMS BRASIL LTDA | 27. CHOCOLATES FRANZ IND E COM LDTA |
| 06. AMK COMÉRCIO DE ALIMENTOS CONGELADOS | 28. CIA HEMMER IND. E COM |
| 07. ANGELI INDUSTRIA E COMÉRCIO DE CALÇADOS LTDA | 29. CIA INDL. H. CARLOS SCHNEIDER |
| 08. ANTARES COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA | 30. CIA.HERING |
| 09. APIS NATIVA AGROINDUSTRIAL EXPORTADORA LTDA | 31. CLARICE ELETRODOMÉSTICOS LTDA |
| 10. ARTEFATOS DE MADEIRAS STOLF LTDA | 32. COAMO AGROINDUSTRIAL COOPERATIVA |
| 11. BAUMGARTEN GRÁFICA LTDA | 33. COLTEX INDÚSTRIA TÊXTIL LTDA |
| 12. BERMO VÁLVULAS E EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS LTDA | 34. COMPANHIA FABRIL LEPPER |
| 13. BEST COMERCIAL IMPORTADORA LTDA | 35. COMPENSADOS NN LTDA |
| 14. BLUE TRADE COMERCIAL EXPORTADORA E IMPORTADORA LTDA | 36. CONAK CONSTRUÇÕES E EMPREENDIMENTOS LTDA |
| 15. BOA ESPERANÇA INDUSTRIA COMÉRCIO E EXPORTAÇÃO DE MADEIRAS LTDA | 37. CONFECÇÕES DOIS RIOS LTDA |
| 16. BORGWARNER PDT PRODUTOS AUTOMOTIVOS | 38. COOPERATIVA CENTRAL AURORA ALIMENTOS |
| 17. BORRACHAS WO LTDA EPP | 39. COOPERATIVA REGIONAL AGROPECUÁRIA DE CAMPOS NOVOS - COPERCAMPOS |
| 18. BRASIL MUNDI IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA | 40. COPOBRAS S.A. INDUSTRIA E COMÉRCIO DE EMBALAGENS |
| 19. BRAVVATECH IND E COM DE COMP ELET LTDA | 41. CORINGA INDÚSTRIA TÊXIL LTDA |
| 20. BUDNY INDÚSTRIA E COMÉRCIO EIRELI | 42. CUTLITE DO BRASIL ALTA TECNOLOGIA A LASER LTDA |
| 21. BUHLER SANMAK INDÚSTRIA DE MÁQUINAS LTDA | 43. DALLO MADEIRAS LTDA |
| 22. BZM INDÚSTRIA E COMÉRCIO | 44. DAM DO BRASIL LTDA |

45. DE PIERI SPILERE COMÉRCIO E TRATAMENTO DE MADEIRAS
46. DEISS INDÚSTRIA DE MÓVEIS LTDA
47. DIPÃES INDÚSTRIA DE PÃES LTDA
48. DISPACE DISTRIBUIDORA DE PEÇAS LTDA
49. DOMAZZI IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA
50. DUAS RODAS INDL LTDA
51. EL FARO IND. E COM. LTDA
52. ELIANE S/A REVESTIMENTOS CERAMICOS
53. ENGEFLORA MADEIRAS LTDA
54. ERZINGER INDÚSTRIA MECÂNICA LTDA
55. ESQUADRIBRAS INDÚSTRIA DE ESQUADRIAS LTDA
56. EXPORTADORA SÃO FRANCISCO LTDA
57. FÁBRICA DE RENDAS E BORDADOS HOEPCKE S.A
58. FARBEN S.A
59. FARENZENA SERRALHERIA E FERRAGENS LTDA
60. FIAÇÃO ÁGUAS NEGRAS LTDA
61. FIMACO DO BRASIL
62. FINESTRA IND E COM DE MADEIRAS LTDA
63. FLIEGL IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS EIRELI
64. FLORESTAL SANTA LUZIA LTDA
65. FORNOS JUNG LTDA
66. FORTLEV INDÚSTRIA E COM DE PLÁSTICO LTDA
67. FOUR TRADE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS LTDA
68. FT2R BRASIL IMPORTAÇÃO LTDA
69. FUNDAÇÃO DE APOIO AO HEMOSC/CEPON - FAHECE
70. FUTURIZE AUTOMAÇÃO INDUSTRIAL LTDA
71. FW INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS DE HIGIENE LTDA
72. GABRIELLA REVESTIMENTOS CERÂMICOS LTDA
73. GADAN COMERCIAL EXPORTADORA E IMPORTADORA EIRELI
74. GALDINO E GALDINO COM DE PROD DE INF E ELET LTDA
75. GELUGO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MADEIRAS LTDA
76. GF PNEUS COMERCIAL E DISTRIBUIDORA LTDA
77. GREEN DISTRIBUIÇÃO IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA
78. GUARARAPES PAINÉIS S.A
79. HACO ETIQUETAS LTDA
80. HEDRONS TÊXTIL LTDA
81. HERLI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÓVEIS LTDA
82. HORIZONTES COMÉRCIO DE MÁQUINAS LTDA
83. HP SERVIÇOS MARÍTIMOS LTDA
84. HTR COMÉRCIO ATACADISTA DE ALIMENTOS LTDA
85. ICON S/A-EQUIPAMENTOS E MOLDES
86. IDB DO BRASIL TRADING LTDA
87. ILHAS RIO CONFECÇÃO LTDA EPP
88. IMPERIAL ELETROMETALÚRGICA LTDA
89. IMPRESSORA MAYER LTDA
90. INCOBIO LTDA
91. INDAIAL PAPEL EMBALAGENS LTDA
92. INDÚSTRIA DE MÁQUINAS KREIS - INDUMAK
93. INDÚSTRIA METALÚRGICA TUPÃ LTDA
94. INDUSTRIAL MADEIREIRA S/A

95. INDUSTRIAS ARTEFAMA S.A
96. INDUSTRIAS DE MOVEIS ROTTA LTDA
97. INPLAC INDUSTRIA DE PLASTICOS S.A
98. INTER LINK DO BRASIL IND. E COM. DE MÓVEIS LTDA
99. INTRADEBOOK LTDA
100. IRMÃOS FISCHER SA INDÚSTRIA E COMÉRCIO
101. IWYERSEN INDÚSTRIA E COMÉRCIO
102. J DE SOUZA INDÚSTRIA METALÚRGICA LTDA
103. J. A SOUZA DIAS
104. JAMO EQUIPAMENTOS LTDA
105. JARAGUÁ EQUIPAMENTOS LTDA
106. KAFFA BRASIL INDUSTRIA DE CONFECÇÕES LTDA
107. KLABIN S.A.
108. KRIEGER METALÚRGICA IND COM LTDA
109. LABORATÓRIO FARMACÊUTICO ELOFAR LTDA
110. LATINASUR IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA
111. LEVEL IMPORTAÇÃO, EXPORTAÇÃO E COMERCIO S.A
112. LINK COMERCIAL IMPORTADORA E EXPORTADORA LTDA
113. MACÇÃ DESIDRATADOS LTDA
114. MADEREIRA CARAÇA
115. MALHARIA CRISTINA LTDA
116. MALHARIA INDAIAL LTDA
117. MANATEX TEXTIL LTDA.
118. MARCIO EDUARDO CIRILLO EPP
119. MASIMPEX IMPORTAÇÃO EXPORTAÇÃO E ASSESSORIA DE COMÉRCIO EXTERIOR
120. MCI IND COM DE MÁQUINAS LTDA
121. MENDES E CIA LTDA
122. METAL TECNICA BOVENAU LTDA
123. METALNOX INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
124. METALÚRGICA ASSIS
125. METALÚRGICA IMAM LTDA
126. METISA METALÚRGICA TIMBOENSE SA
127. MOINHO MARTELLI
128. MÓVEIS KATZER LTDA
129. MÓVEIS RIPKE LTDA
130. MÓVEIS WEIHERMANN S.A
131. MUELLER FOGÕES LTDA
132. MUNDI COML. EXP. E IMP. EIRELI ME
133. NDC MATERIAL DE CONSTRUÇÃO LTDA
134. NEREU RODRIGUES E CIA LTDA
135. NJF INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÓVEIS LTDA
136. NUGALI CHOCOLATES IND E COM LTDA
137. PADARIA PINHERUS LTDA EPP
138. PAMPLONA ALIMENTOS S.A
139. PARATI IND. E COM. DE ALIMENTOS LTDA
140. PAULO FELIPE ARRUDA
141. PEROZIN INDÚSTRIA METALÚRGICA LTDA
142. PLASVALE
143. PLAYMOVE IND. E COMÉRCIO S.A

144. POLAR INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS S.A
145. PORTONAVE S.A - TERMINAIS PORTUÁRIOS DE NAVEGANTES
146. POTENZA COMÉRCIO E FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS HIDRÁULICOS LTDA
147. PRANDI CONSTRUÇÃO CIVIL LTDA
148. PRECISÃO IND. E COM. DE PEÇAS E EQUIP. IND. LTDA.
149. PRO ENDO IMPORTAÇÃO E COMÉRCIO DE PRODUTOS MÉDICOS LTDA
150. PROCOPIAK COMPENSADOS E EMBALAGENS S.A
151. R M INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
152. RADIO DIFUSORA UNIÃO LTDA
153. RAFAEL ANTONIO DOS SANTOS
154. RETA IMPORTADORA LTDA.
155. REVELUX REVESTIMENTOS DE LUXO LTDA
156. RM INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
157. ROHDEN INDÚSTRIA LÍGNEA LTDA
158. ROHDEN PORTAS E ARTEFATOS DE MADEIRA LTDA
159. S.A FOSFOROS GABOARDI
160. SATAKE AMERICA LATINA
161. SCHWEERS METALÚRGICA LTDA
162. SCM GROUP TECMATIC MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA
163. SILCOR TRADING
164. SILMAQ COMERCIO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA
165. SOLAFT TECIDOS TÉCNICOS LTDA
166. SS GRÁFICA LTDA
167. SUPPLIER INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ELETROELETRÔNICOS LTDA
168. TERMOTÉCNICA LTDA
169. TÊXTIL RIO DOS CEDROS LTDA
170. TRITON MÁQUINAS AGRÍCOLAS LTDA.
171. UNIQUE CONSULTORIA ADUANEIRA
172. USICAST INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
173. USINOX CENTRO DE USINAGEM INDUSTRIAL
174. V8 BRASIL COMÉRCIO DE MÁQUINAS E FERRAMENTAS LTDA
175. VEMATE VERDINHA IND. DO MATE LTDA
176. VERA CRUZ AGROMATE LTDA
177. VERITATIS IND E COMÉRCIO
178. VIPOSA S.A
179. VLP COMERCIAL EXPORTADORA LTDA
180. WEG EQUIPAMENTOS ELÉTRICOS S.A.
181. WEKO AMÉRICA LATINA EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS LTDA.
182. XBRAMAR SOLUÇÕES E TECNOLOGIA LTDA



MONITORA **FIESC**

www.portalsetorialfiesc.com.br

Acompanhe a situação das obras de Infraestrutura em Santa Catarina

A **INFRAESTRUTURA** é um componente importante para a manutenção da **COMPETITIVIDADE**.

OBJETIVO

Posicionar o setor industrial e a sociedade catarinense sobre o andamento do cronograma e cumprimento dos prazos das obras de infraestrutura estratégicas para o Estado de Santa Catarina.

FIESC

A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

FIESC

Presidente – Glauco José Côrte
 1º Vice-Presidente – Mario Cezar de Aguiar
 Diretor 1º Secretário – Edvaldo Ângelo
 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 Itapocú
 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
 Viane 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

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 Gerecht
 Luiz Gonzaga Coelho
 Nivaldo Pinheiro
 Noiodá José Damiani
 Odelir Battistella

Conselho Fiscal**Efetivos**

Juarez de Magalhães Rigon
 Newton João Fabris
 Valcir José Zanette

Suplentes

Amílcar 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**

Giuliano Donini
 Luis Carlos Guedes
 Luiz Gonzaga Coelho
 Sergio Luis Pires

Suplentes

Ademir José Pereira
 Fernando Mayer
 Giordan Heidrich
 Jorge Luiz Correia de Sá

Representantes Institucionais**Titulares**

Ewaldo Gramkow – Trabalhadores na Indústria
 Paulo César da Costa – Governo do Estado de Santa Catarina
 Cley Capistrano Maia de Lima – Ministério do Trabalho e Emprego

Suplentes

Miguel Padilha – Trabalhadores na Indústria
 Sergio Luiz Gargioni – Governo do Estado de Santa Catarina
 Djanes Ricardi Maciel – 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

Hilton José da Veiga de Lima

Osvaldo Luciani

Suplentes

Hans Heinrich Bethe

Luís Antônio Stramosk

Reginaldo José Chechinel

Orlindio da Silva

Representantes Institucionais**Titulares**

Carlos Alberto Baldissera – Trabalhadores da Indústria

Maria Clara Kaschny Schneider – Ministério da Educação

Cley Capistrano Maia de Lima – Ministério do Trabalho e Emprego

Suplentes

Ari Oliveira Alano – Trabalhadores da Indústria

Francisco José Montório Sobral – Ministério da Educação

Djanes Ricardi Maciel – 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 Cappra 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

Câmara de Assuntos de Energia - Otmar Josef Muller

Câmara de Assuntos de Transporte e Logística - Mario Cezar de Aguiar

Câmara de Assuntos Tributários e Legislativos - Evair Oenning

Câmara de Comércio Exterior - Maria Teresa Bustamante

Câmara de Qualidade Ambiental - José Lourival Magri

Câmara de Relações Trabalhistas - Durval Marcatto Junior

Câmara de Tecnologia e Inovação - Alexandre D'Ávila da Cunha

Câmara de Desenv. da Agroindústria - Mário Lanznaster

Câmara de Desenv. da Ind. Automotiva - Hugo Eurico Irigoyen Ferreira

Câmara de Desenv. da Ind. da Construção - João Formento

Câmara de Desenv. da Ind. da Panificação e Confeitaria - Norberto Viana

Câmara de Desenv. da Ind. da Pesca - André Luiz Dutra Mattos

Câmara de Desenv. da Ind. do Mobiliário - Arnaldo Huebl

Câmara de Desenv. da Ind. Florestal - Odelir Battistella

Câmara de Desenv. da Ind. da Moda - Cláudio Grandó

Câmara de Desenv. da Micro e Pequena Empresa - Célio Bayer

Comitê de Des. da Ind de Defesa / COMDEFESA - Glauco José Côrte

Câmara de Des. da Ind. da Saúde - Luiz Gonzaga Coelho

Comitê da FIESC para Logística Reversa - Albano Schmidt

Comitê da FIESC para o Carvão Mineral - Fernando Luiz Zancan

Conselho de Economia – Alfredo Piotrovski

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA - FIESC

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

Diretor 1º Secretário – Edvaldo Ângelo
Diretor 1º Tesoureiro – Alfredo Piotrovski
Diretor 2º Tesoureiro – Egon Werner

Diretoria de Desenvolvimento Institucional e Industrial

Diretor: Carlos Henrique Ramos Fonseca

**CIN – Centro Internacional de Negócios
Equipe Técnica**

Tatiani Leal
Poliana Pieckarski de Almeida
Graciella Martignago
Beatrice Maria Zanellato Fonseca Mayer
Gabriel Cisne Martins

Apoio Técnico

Alexia Bacca
Bruna Peter Rosa
Pedro Bolzan Mazzuco

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

© 2017. Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida desde que citada a fonte.

FIESC
A FORÇA DA INDÚSTRIA CATARINENSE

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