

# SONDAGEM ESPECIAL

## RIO GRANDE DO SUL



**73%** *das indústrias gaúchas exportadoras que concorrem com produtos chineses perderam mercado no exterior em 2010.*

**53%** *das indústrias gaúchas de grande porte importam da China*

✓ *Sendo que, esse percentual é de 47% para o total das indústrias brasileiras.*

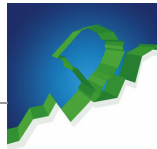
**42%** *das empresas assinalaram não possuir estratégia diante da concorrência com os chineses.*

✓ *Para o total do Brasil esse percentual é de 50%.*

**26%** *das empresas gaúchas já importam matérias-primas da China.*

✓ *Apenas 12% destas projetam diminuição nesse processo.*

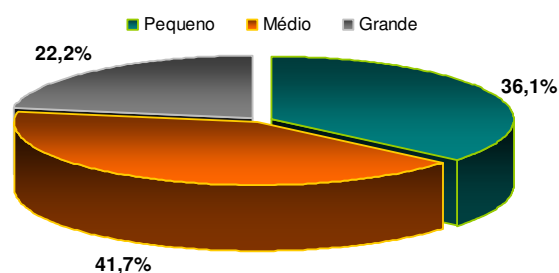
**9%** *das empresas que concorrem com os produtos chineses conseguiram aumentar sua participação no mercado doméstico.*



## ✓ Pequenas e médias empresas que concorrem com produtos chineses têm sua participação reduzida no mercado doméstico.

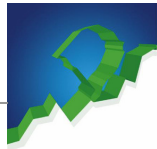
A Sondagem especial sobre a China indicou que 51% das empresas industriais gaúchas concorrem com produtos chineses. Destas, em 31% a concorrência se dá no mercado doméstico. As médias empresas são as que enfrentam os maiores problemas, 41% delas destacaram a competição com os chineses no mercado interno. Sendo que esse percentual foi de 36% e 31% para as pequenas e médias empresas, respectivamente.

**Gráfico 1 : Concorrência no mercado doméstico com os produtos chineses por porte**



Fonte: Sondagem Especial China, FIERGS/UEE

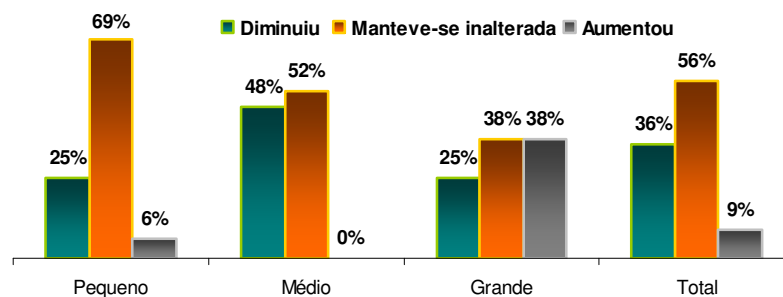
As empresas do Rio Grande do Sul enfrentam uma maior concorrência com os chineses no mercado interno do que a média do Brasil, que foi de 28%. Esse resultado pode ser explicado, em parte, pela menor representação de empresas industriais que produzem *commodities* em comparação aos outros Estados, como as dos setores ligados à extração de petróleo, minério de ferro, açúcar e álcool. Além disso, a indústria gaúcha possui grande participação de setores que concorrem com os asiáticos. No resultado para o agregado do País, mais da metade das empresas dos setores de Têxteis, Produtos de Metal, Couro e Calçados que concorrem com os



chineses indicaram perda significativa de suas vendas no mercado doméstico. Nesse caso, não há resultados setoriais para o Estado.

Destaca-se que dentre as empresas que competem com produtos chineses internamente, apenas 9% conseguiram aumentar participação no mercado. Sendo que para 36% das empresas, a participação diminuiu. O caso mais grave é observado nas empresas de médio porte, em que esse percentual atingiu 48%.

### Gráfico 2: Evolução da participação no mercado doméstico das empresas que concorrem com os Chineses

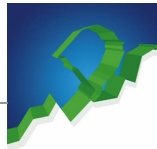


Fonte: Sondagem Especial China, FIERGS/UEE

## ✓ A concorrência com a China tira mercado dos exportadores no exterior

Os resultados da Sondagem Especial indicaram que 73% das indústrias gaúchas exportadoras que concorrem com produtos chineses perderam mercado no exterior. As grandes empresas foram as mais afetadas, 85,7% delas perderam participação no exterior para os produtos chineses, em segundo lugar ficaram as empresas de pequeno porte, 75%, e logo em seguida as de médio porte, com 67%.

A concorrência levou inclusive com que algumas empresas encerrassem suas exportações em função da China. Destaca-se que 9% das empresas pararam de exportar em função da concorrência, o caso mais grave é registrado nas pequenas empresas, em que 12,5% delas deixaram a atividade exportadora.



Ressalta-se que nenhuma das empresas exportadoras pesquisadas conseguiu conquistar novos clientes antes atendidos por empresas chinesas. E, apenas 18% não perderam clientes em função da concorrência. Esse dado revela a gravidade da situação concorrencial e a tendência de perda de mercado das indústrias gaúchas frente às asiáticas.

**Gráfico 3: Participação (%) das respostas por porte das empresas que concorrem com produtos Chineses no Exterior**

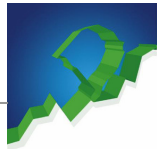
	Pequeno	Médio	Grande	Total
Parou de exportar	12,5	11,1	0,0	9,1
Perdeu clientes externos para a China	75,0	66,7	85,7	72,7
Não perdeu clientes externos	12,5	22,2	14,3	18,2

Fonte: Sondagem Especial China, FIERGS/UEE

## ✓ Importação de matérias-primas aumentará

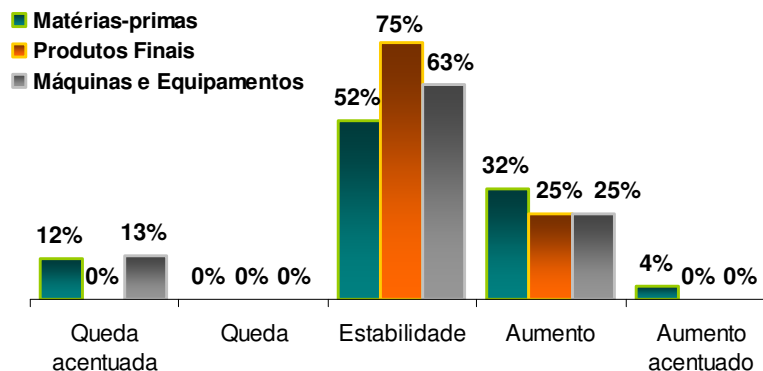
Além da venda de produtos finais, outro meio pelo qual a China impacta na matriz industrial brasileira é por via das suas vendas de matérias-primas e máquinas e equipamentos. A pesquisa também buscou identificar o comportamento das importações das indústrias gaúchas em relação a esses grupos de produtos. Observou-se que 39% das indústrias importam da China, sendo que esse percentual cresce para 54% no grupo das grandes empresas e é menor dentre as empresas de pequeno porte, 27%.

Um total de 27% das indústrias assinalou que importa Matérias-primas da China, essa participação é mais significativa dentre as empresas de grande porte, 47%. Dessas, 52% apontaram para a estabilidade no volume de compras e 38% apontaram que o nível de compras de matérias-primas chinesas será maior em 2011 do que foi em 2010. Esse resultado pode estar indicando, tanto um aumento da



atividade dessas empresas, quanto o movimento de substituição das matérias-primas nacionais por importadas, consequência da taxa de câmbio valorizada.

#### Gráfico 4: Perspectiva para as importações da China nos próximos 6 meses

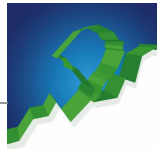


Fonte: Sondagem Especial China, FIERGS/UEE

As indústrias do Rio Grande do Sul que importam produtos finais da China totalizaram 15,3%. A distribuição desse resultado por porte revelou que as médias empresas são as que mais importam produtos finais, 60%, seguido das empresas de grande e pequeno porte, com participações de 27% e 13%, respectivamente.

Quanto à perspectiva de evolução das importações de produtos finais, 75% das empresas que operam nesse ramo indicaram a manutenção dos volumes importados e 25% sinalizou pelo aumento das importações. Esse resultado é interessante pois pode ser um sinal de que essa é uma prática que acaba por ser incorporada na atuação da empresa, inclusive com um viés de alta.

Dentre o grupo de produtos pesquisados, as importações de Máquinas e Equipamentos foi a menos apontada pelas indústrias do Estado, apenas 7,1% afirmaram importar esses bens de capital da China. 63% dessas empresas indicou que a perspectiva para os próximos 6 meses de será de estabilidade nas importações.



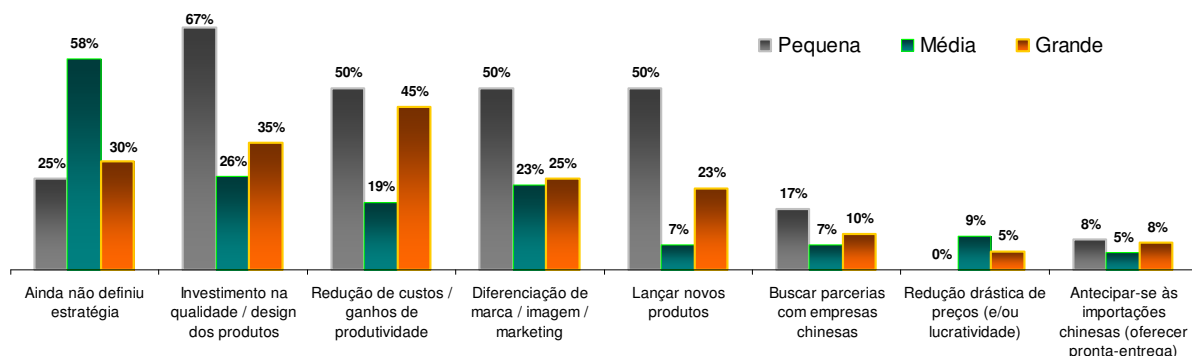
## ✓ Empresas mostram intenção de transferir parte da produção para a China

Ainda que em número pequeno, 1,8% das indústrias gaúchas já produzem através de terceirização de sua produção com empresas chinesas. Outros 1,8% das indústrias não produzem, mas pretendem terceirizar parte de sua produção com empresas chinesas.

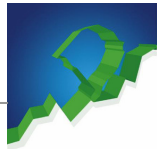
Os dados da pesquisa ainda revelam que 2,7% das indústrias já produzem com fábrica própria na China. Para o total do País observou-se que mais da metade das empresas brasileiras que instalaram fábricas na China estão concentradas em quatro setores industriais, são eles: veículos automotores, máquinas e equipamentos, máquinas e materiais elétricos e Material eletrônico e de comunicação.

## ✓ Diferenciação na qualidade e design dos produtos é a principal estratégia para enfrentar a concorrência chinesa

**Gráfico 5: Medidas tomadas pela empresa diante da concorrência de produtos chineses**



Fonte: Sondagem Especial China, FIERGS/UEE



A pesquisa revelou que 58% das empresas já definiram estratégia diante da concorrência de produtos chineses. Esse percentual é bem mais expressivo no grupo das pequenas empresas, em que 75% declararam já possuir estratégia definida em relação à concorrência. A indefinição quanto à estratégia de concorrência é maior dentre as empresas de médio porte, onde 58% responderam não possuir um plano definido.

Os investimentos na qualidade e *design* dos produtos foi o mais citado, 35% das indústrias. No caso das indústrias de pequeno porte, esse item foi apontado por 67% delas, seguido pelas de grande porte e médio porte, 35% e 26%, respectivamente. Apesar de menor participação, esse foi o principal item destacado pelas indústrias de porte médio.

A redução de custos e ganhos de produtividade recebeu destaque por 34% das indústrias e foi o item mais citado pelas grandes empresas, 45%. Esse resultado já era esperado, uma vez que quanto maior o porte das empresas maiores são as margens para negociar com fornecedores, recursos para investir na melhora dos processos produtivos e maiores são as economias de escala.

Por fim, apenas 6,3% das empresas citaram que antecipar-se às importações chinesas oferecendo a pronta-entrega é uma estratégia adotada para vencer a disputa por mercado. Entre os portes de empresas não houve diferenças significativas para esse ponto.

Perfil da amostra: 116 empresas sendo 52 pequenas, 48 médias e 16 grandes. Período de coleta: De 04 a 19 de outubro de 2010.

---

## NOTA

A Sondagem industrial é elaborada pela unidade de Política Econômica da CNI em conjunto com as Federações de Indústria de 23 estados do Brasil (no caso do RS – Unidade de Estudos Econômicos - FIERGS), embora sejam consultadas empresas de todo o território nacional. As informações solicitadas são de natureza qualitativa e resultam do levantamento direto com base em questionário próprio.