



SONDAGEM ESPECIAL

China



Confederação Nacional da Indústria
CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

Perda de mercado doméstico em razão da concorrência com importados da China atinge 16% da indústria

A concorrência com a China no mercado doméstico é sentida por 28% das empresas industriais brasileiras. Dessas, 57% perderam participação no mercado doméstico, ou seja, 16% do total de empresas. Em 2010, a concorrência com a China era percebida por 30% das empresas industriais, enquanto um percentual menor de empresas registrava perda de participação no mercado doméstico (45%, isto é, 14% do total da indústria).

Das empresas industriais exportadoras, 54% percebem a concorrência com a China no mercado internacional. Esse percentual se manteve estável, apesar da queda na proporção de empresas que declaram exportar (de 35%, em 2006, para 24%, em 2014). Das exportadoras que competem com empresas chinesas, 59% perderam clientes externos para a China e 11% pararam de exportar. Em suma, 38% das empresas

exportadoras perderam participação no mercado externo para produtos chineses.

O percentual das empresas industriais que declaram importar da China aumentou na comparação com 2006, mas praticamente não muda entre 2010 e 2014. A proporção das empresas que importam matéria-prima (18%) é maior que a proporção das que importam produtos finais ou máquinas e equipamentos.

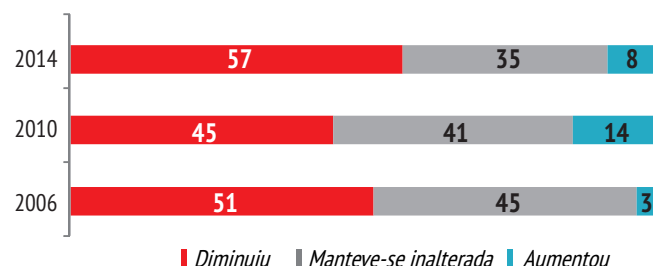
As empresas que produzem na China representam 5% do total da indústria. Entre as grandes, 10% produzem na China por meio de fábrica própria ou terceirização para empresas chinesas. De uma maneira geral, as que pretendem produzir na China preferem a terceirização à implantação de unidade no mercado chinês.

Entre as empresas industriais, 30% adotam estratégias diante da competição com produtos chineses. As principais estratégias adotadas se relacionam aos investimentos para a melhoria da qualidade dos produtos e para a redução de custos ou aumento da produtividade.



Participação no mercado doméstico diante da concorrência com a China* Empresas que concorrem com produtos chineses

Participação das respostas (%)



* Os resultados das pesquisas de 2006 e 2010 foram retabulados para se tornarem comparáveis com os resultados da pesquisa atual. A retabulação se fez necessária em razão da mudança na classificação por porte de empresa e por atividades.

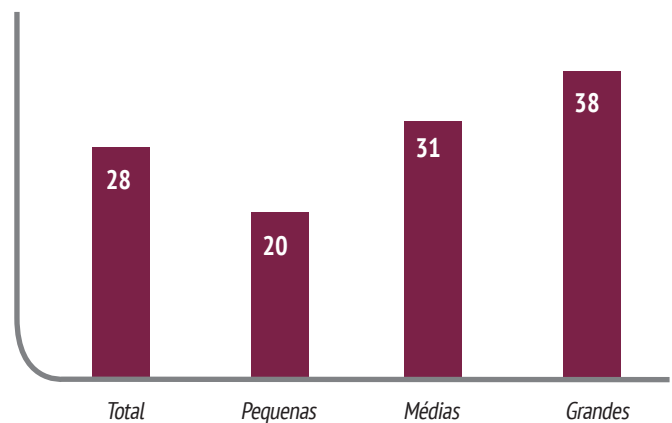
Concorrência com produtos chineses no mercado doméstico é sentida por 28% das empresas industriais

O percentual de empresas industriais que percebem a concorrência com produtos chineses no mercado doméstico aumentou de 26%, em 2006, para 30%, em 2010, e recua para 28% em 2014.

A concorrência com a China pelo mercado brasileiro é mais sentida quanto maior o porte da empresa. Entre as grandes empresas, 38% concorrem com produtos importados da China. Entre as pequenas, o percentual é de 20%.

A proporção de empresas que competem com produtos chineses varia também entre os setores industriais. Essa proporção é maior no caso de Produtos diversos, setor em que 65% das empresas percebem a concorrência com a China no mercado doméstico, seguido por: Têxteis (61%), Informática, eletrônicos e ópticos (61%), Metalurgia (56%) e Vestuário (51%).

Empresas que concorrem com a China no mercado doméstico
Participação das respostas por porte da empresa (%)



Indústria brasileira perde mercado para os produtos chineses

As perdas diante da concorrência chinesa se intensificaram. Para 41% das empresas que concorrem com produtos chineses, a participação no mercado doméstico diminuiu, e para 16%, essa participação diminuiu muito. Portanto, 57% das empresas industriais brasileiras que concorrem com a China perderam participação no mercado doméstico, o que corresponde a 16% do total da indústria. Em 2010, o percentual da indústria que perdeu mercado para produtos chineses foi de 14% (45% das empresas que competem com produtos chineses no mercado doméstico).

Entre as pequenas empresas que competem com a China, é maior o percentual das empresas cuja participação no mercado doméstico diminuiu muito: 22% contra 16%, entre as médias empresas, e 12%, entre as grandes.

De maneira geral, todos os 15 setores com número significativo de empresas concorrentes dos produtos chineses enfrentam dificuldades. Em seis desses setores a perda de participação no mercado doméstico atingiu mais de 30% das empresas: Produtos diversos (40%), Têxteis (39%), Metalurgia (39%), Vestuário (36%), Informática, eletrônicos e ópticos (35%) e Máquinas e materiais elétricos (32%).

Mais da metade das empresas exportadoras concorre com a China no mercado internacional

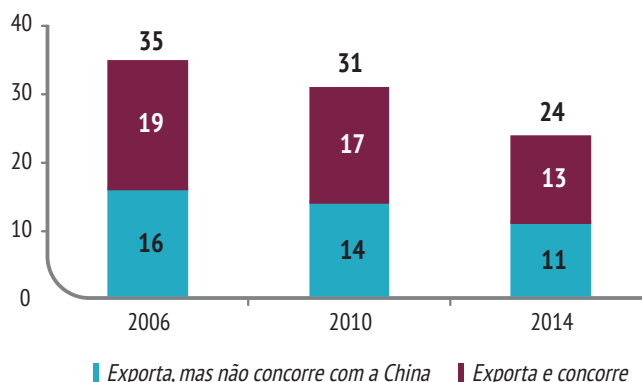
Em 2006, primeiro ano da pesquisa, 35% das empresas industriais brasileiras se declararam exportadoras. Esse percentual caiu nas duas pesquisas seguintes: para 31%, em 2010, e para 24%, em 2014.

Das exportadoras, a proporção das empresas que concorrem com a China em terceiros mercados, no entanto, manteve-se estável (54%).

Do total das empresas do setor de Produtos diversos, 41% concorrem com a China no mercado internacional. Esse é o setor que apresenta o maior percentual de empresas concorrentes da China em terceiros mercados, sendo seguido por: Calçados (30%), Outros equipamentos de transporte (28%), Veículos automotores (27%), Metalurgia (25%) e Máquinas e equipamentos (25%).

Empresas exportadoras e concorrentes da China no mercado internacional

Participação das respostas (%)



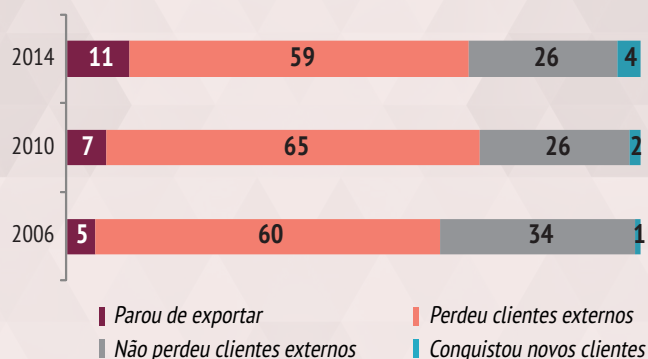
Mais empresas pararam de exportar diante da concorrência chinesa

Entre as empresas industriais concorrentes dos produtos chineses no mercado internacional, a proporção das empresas que pararam de exportar é de 11%, enquanto 59% das empresas registraram perda de clientes externos para a China. Desse modo, 70% das empresas que competem com a China perderam mercados externos para os produtos chineses.

Em 2010, 72% das empresas que concorrem com os chineses em terceiros mercados perderam participação para os produtos chineses, sendo que 7% pararam de exportar. Portanto, entre 2010 e 2014, há um aumento do percentual de empresas que deixaram de exportar.

Participação no mercado internacional diante da concorrência com a China Empresas exportadoras que concorrem com produtos chineses

Participação das respostas (%)



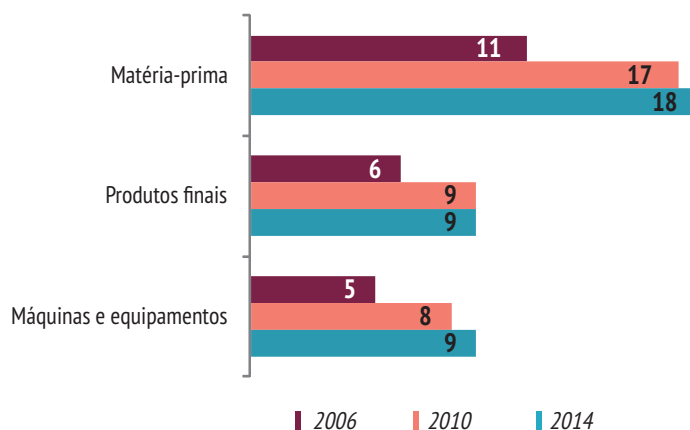
Entre as pequenas empresas concorrentes dos produtos chineses, é maior a proporção das que pararam de exportar: 26% comparado a 12%, entre as médias empresas, e 7%, entre as grandes.

Considerando apenas as empresas que concorrem com a China em terceiros mercados, há oito setores de atividades com número significativo de empresas. No setor de Têxteis, todas as empresas concorrentes dos produtos chineses em terceiros mercados perderam participação, o que corresponde a 63% do total das exportadoras, sendo que, dessas, 8% deixaram de exportar. Outros setores com alto percentual de empresas concorrentes da China que perderam mercado são: Produtos de metal (83%) e Máquinas e equipamentos (79%), o que equivale a 54% e 53%, respectivamente, do total das exportadoras.

Importações da China pela indústria brasileira mantêm-se estável entre 2010 e 2014

Independente da categoria de produto importada, o percentual de empresas que declaram importar da China aumentou na comparação com 2006, mas praticamente não muda entre 2010 e 2014. Entre as empresas industriais brasileiras, 18% importam matéria-prima; 9% importam produtos finais e 9% importam máquinas e equipamentos. Na pesquisa de 2006, esses percentuais eram menores: 11%, 6% e 5%, respectivamente.

Empresas importadoras da China
Participação das respostas por categoria de produto (%)



As empresas importadoras da China ainda representam uma baixa parcela das indústrias brasileiras, quase 60% das empresas declaram não importar produtos, independente da categoria, da China.

A proporção das empresas industriais que importam matéria-prima é mais alta que a proporção das que importam produtos finais ou máquinas e equipamentos. Essa diferença é maior entre as grandes empresas, grupo no qual 28% importam matéria-prima; 16% importam produtos finais e 15% importam máquinas e equipamentos.

Considerando apenas as empresas que importam matérias-primas, os setores de atividades com maior proporção de importadoras são Informática, eletrônicos e ópticos, setor em que 65% das empresas importam matéria-prima, seguido por Farmacêuticos (56% das empresas) e Máquinas e materiais elétricos (44%).

Perspectiva de queda das importações com origem na China

Tanto entre as empresas importadoras de matéria-prima como entre as importadoras de máquinas e equipamentos, é maior o percentual de empresas que esperam queda das importações frente ao percentual de empresas que esperam um aumento nos próximos seis meses. A diferença é, respectivamente, de 8 e 25 pontos percentuais.

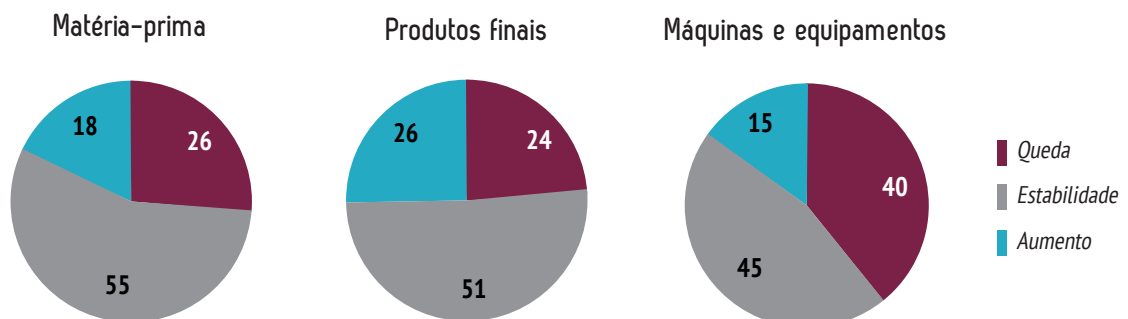
A categoria de produtos finais é exceção, pois, entre as empresas importadoras de produtos finais, 24% esperam queda das importações, enquanto 26% esperam um aumento nos próximos seis meses.



Entre as empresas de médio porte, é mais clara a perspectiva de aumento das importações de produtos finais, pois 33% das empresas esperam aumento frente a 20% que esperam queda.

Empresas importadoras da China: perspectivas para os próximos seis meses

Participação das respostas por categoria de produto (%)



Perspectiva dos setores sobre as importações de matéria-prima

A diferença entre o percentual das empresas que esperam aumento das importações de matéria-prima da China e o percentual das que esperam queda permite avaliar como as importações devem evoluir nos próximos seis meses: o saldo positivo significa probabilidade de aumento e, quanto maior o saldo, maior é essa probabilidade.

A análise é feita para os setores industriais cujo percentual das empresas importadoras é significativo. No setor Farmacêutico, é muito provável que as empresas importadoras de matéria-prima da China elevem suas compras externas – único setor com saldo positivo, de 33 pontos percentuais. Quanto à possibilidade de queda das importações de matéria-prima originada na China nos próximos seis meses, ela é maior no setor de Metalurgia, Minerais não metálicos, Móveis e Máquinas e equipamentos – o saldo é de pelo menos 20 pontos percentuais negativos nesses setores.

Setores	% de empresas importadoras de matéria-prima	Saldo
Farmacêuticos	56%	33 p.p.
Material plástico	23%	0 p.p.
Produtos de metal	15%	0 p.p.
Informática, eletrônicos e ópticos	65%	-4 p.p.
Veículos automotores	27%	-6 p.p.
Têxteis	25%	-7 p.p.
Máquinas e materiais elétricos	44%	-8 p.p.
Químicos, exc. limpeza e perfumaria	33%	-10 p.p.
Vestuário	27%	-15 p.p.
Máquinas e equipamentos	26%	-20 p.p.
Móveis	24%	-24 p.p.
Minerais não metálicos	9%	-25 p.p.
Metalurgia	23%	-26 p.p.

Terceirizar ou implantar fábrica no mercado chinês: é baixo o percentual de empresas que produzem na China

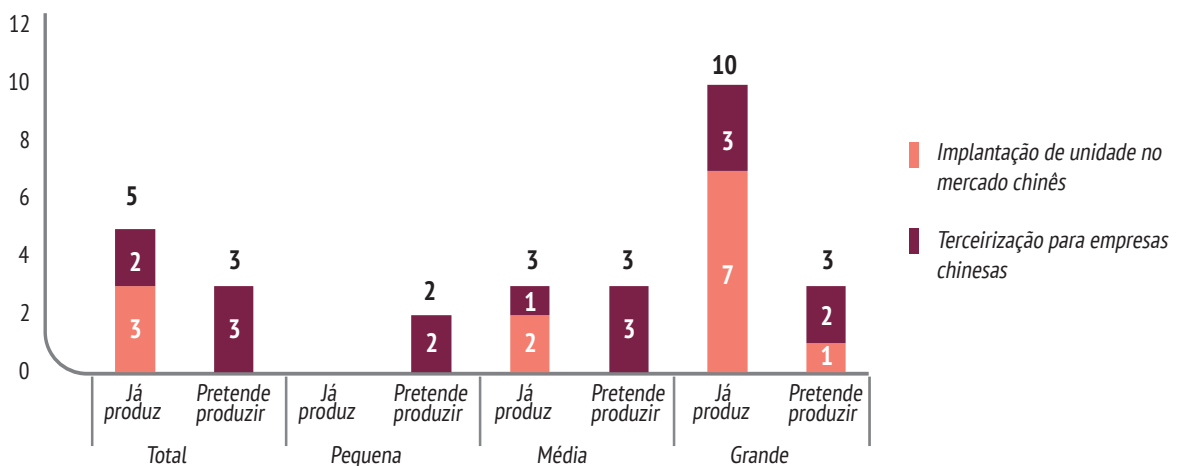
As empresas que produzem na China com fábrica própria representam 3% das empresas industriais brasileiras e as que terceirizam parte da produção para empresas chinesas representam 2%. Portanto, 5% das empresas produzem na China. O percentual é igual ao apurado em 2010, e 2 pontos percentuais superior ao apurado em 2006.

As empresas industriais que produzem na China são, principalmente, grandes empresas. Nesse grupo, chega a 7% o percentual de empresas que produzem com fábrica própria e a 3% o percentual de empresas que terceirizam a produção para empresas chinesas. Entre as empresas de médio porte, esses percentuais são, respectivamente, 2% e 1%.

A terceirização é preferida pelas empresas que ainda não produzem na China e pretendem fazê-lo. Entre as empresas de pequeno porte, 2% das empresas ainda não produzem na China, mas pretendem terceirizar. O percentual é igual ao das grandes empresas e, entre as médias, é de 3%.

Empresas que produzem ou pretendem produzir na China

Participação das respostas por porte da empresa (%)



A produção na China por setor de atividade

No setor de Informática, eletrônicos e ópticos e no de Calçados, chega a 9% o percentual das empresas que terceirizam parte da produção para empresas chinesas, seguido pelo setor de Máquinas e materiais elétricos (6% das empresas).

Já as empresas que produzem na China por meio da implantação de unidade no mercado chinês representam 16% das empresas do setor Outros equipamentos de transporte, 10% das empresas do setor de Máquinas e materiais elétricos, 9% das empresas do setor Farmacêutico e 9% das empresas do setor de Veículos automotores.

De uma maneira geral, independente do setor de atividade, as empresas que ainda não produzem na China e que pretendem produzir preferem a terceirização da produção à implantação de unidade no mercado chinês.



No caso de Vestuário, do total das empresas do setor, a proporção de empresas que pretendem terceirizar chega a 9%.



Quase um terço das empresas adota estratégias diante da competição com a China

Entre as empresas industriais brasileiras, 30% adotam estratégias diante da concorrência com produtos chineses. O percentual não apresenta mudança significativa em relação ao apurado nas pesquisas de 2006 e 2010 (29% e 32%, respectivamente).

Entre as grandes empresas, o percentual de empresas que adotam estratégias é maior: 43%. Esse percentual varia também entre os setores industriais, sendo mais alto no caso de Produtos diversos, setor em que 68% das empresas tomam alguma medida para enfrentar a concorrência com a China, seguido por Têxteis e Informática, eletrônicos e ópticos, setores em que 59% das empresas adotam estratégias.

Os setores com os maiores percentuais de empresas que adotam estratégias são também os setores com os maiores percentuais de empresas que percebem a concorrência com a China no mercado doméstico.

Empresas que adotam estratégias diante da concorrência com produtos chineses*

Participação das respostas por tipo de estratégia (%)



Essa estratégia é assinalada por quase 20% das pequenas e médias empresas que adotam alguma estratégia diante da competição com a China, e por apenas 8% das grandes empresas.

*A soma dos percentuais supera 100% devido a possibilidade de múltiplas respostas.



Especificações técnicas

Perfil da amostra: 2.146 empresas, sendo 846 pequenas, 778 médias e 522 grandes.
Período de coleta: 5 a 15 de janeiro de 2015.



Veja mais

Para mais informações visite:
<http://www.cni.org.br/sondespecial>