

ESPECIAL CHINA

67% das empresas exportadoras que concorrem com produtos chineses perdem clientes

45%

das empresas que competem com empresas da China perdeu participação no mercado doméstico

Em quatro setores mais da metade das empresas brasileiras perdeu participação

52%

das empresas brasileiras exportadoras competem com produtos chineses no mercado externo

A maioria das empresas exportadoras que concorrem com produtos chineses perdeu clientes externos

21%

das empresas consultadas registraram importação de matéria-prima da China

Penetração das importações chinesas aumentou na comparação com 2006

32%

das empresas que importam da China pretendem aumentar as compras de matérias-primas do país

Percentual é ainda maior entre pequenas empresas

10%

das grandes empresas já produzem com fábrica própria na China

Ações ou intenções de produzir na China estão concentradas em poucos setores

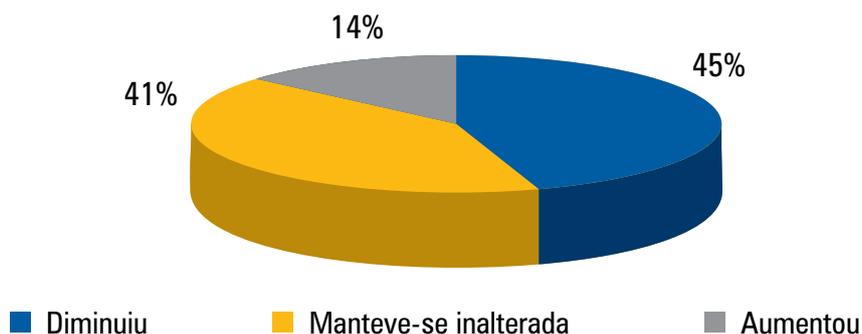
50%

das empresas industriais brasileiras já definiu uma estratégia para enfrentar a competição com produtos chineses

Investimento na qualidade e/ou design de produtos é a estratégia mais adotada

Evolução da participação das vendas no mercado doméstico, em função da concorrência com produtos chineses

Participação (%) das respostas por total de respostas





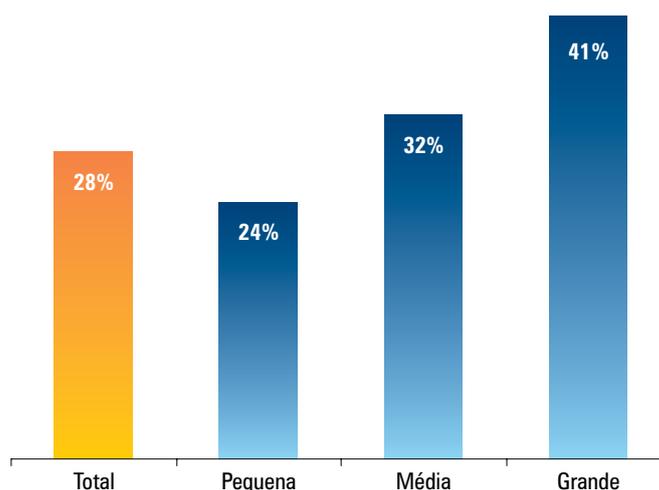
AUMENTA A COMPETIÇÃO COM PRODUTOS CHINESES NO MERCADO DOMÉSTICO

- Mais de um quarto das empresas industriais brasileiras concorrem com produtos chineses no mercado doméstico;
- Quando expostas à concorrência, pequenas empresas perdem mais clientes para a China do que seus pares de maior porte;
- Em seis setores, pelo menos metade das empresas concorre com produtos chineses.

A concorrência com produtos chineses no mercado doméstico afeta uma em cada quatro empresas industriais brasileiras. 28% das empresas brasileiras registraram que competem com produtos chineses no mercado doméstico. Note-se que a exposição à concorrência aumenta de acordo com o porte das empresas. Enquanto 24% das pequenas empresas assinalaram que concorrem com produtos chineses no mercado interno, o percentual sobe a 32% entre as médias empresas e 41% entre as empresas de grande porte.

Concorrência com produtos chineses no mercado doméstico

Participação (%) das respostas por porte das empresas



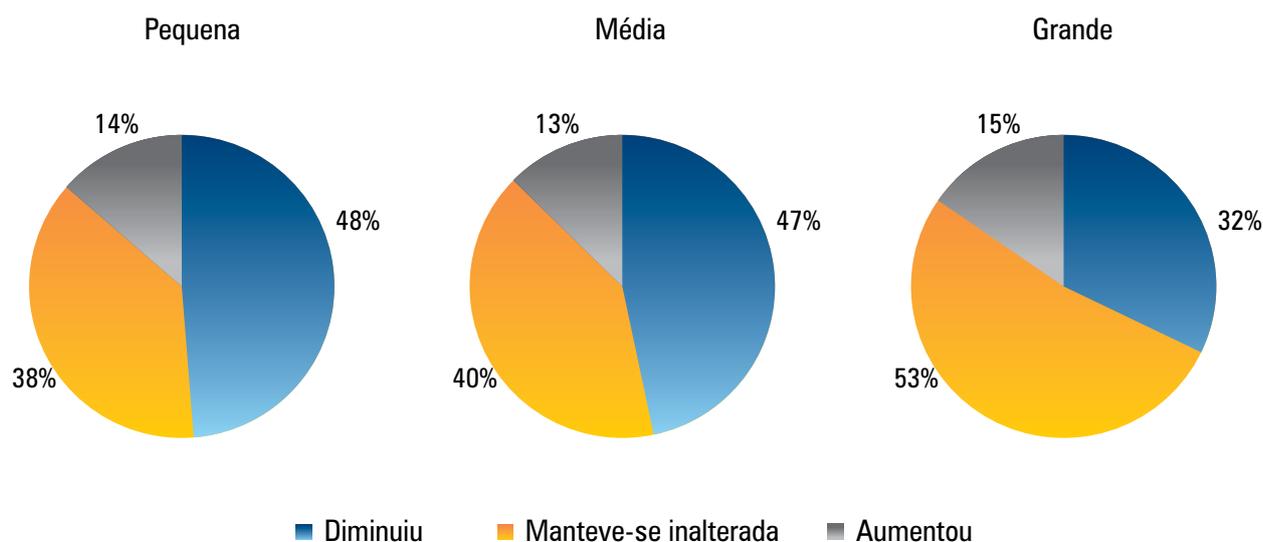
A presença chinesa no mercado doméstico é mais intensa em seis setores industriais. Nesses setores, pelo menos metade das empresas assinalou que concorrem com produtos chineses: Material eletrônico e de comunicação, Têxteis, Equipamentos hospitalares e de precisão, Indústrias diversas, Calçados e Máquinas e equipamentos. No caso das indústrias de Material eletrônico e de comunicação e Têxteis, a competição é especialmente intensa: mais de 70% das empresas dos setores competem com produtos chineses.

O impacto sobre a indústria brasileira é claro: quase metade (45%) das empresas industriais expostas à competição com produtos chineses perdeu participação no mercado doméstico. Para 9% das empresas, a participação diminuiu muito. 41% assinalaram que concorrem com produtos chineses no mercado doméstico, mas mantiveram inalterada a participação de seus produtos no mercado doméstico.

Embora as pequenas empresas estivessem menos expostas à concorrência com produtos chineses, foi esse grupo de empresas que mais sofreram os impactos da concorrência. Entre as pequenas empresas, o percentual de empresas que registrou queda na participação de mercado de seus produtos alcançou quase metade das empresas: 49%. O percentual se reduz para 32% entre as grandes.

Evolução da participação das vendas no mercado doméstico, em função da concorrência com produtos chineses

Participação (%) das respostas por porte das empresas



Em quatro setores – Produtos de metal, Couros, Calçados e Têxteis – mais da metade das empresas brasileiras que concorrem com produtos chineses perderam participação de suas vendas no mercado doméstico. No setor Couros, 31% da indústria registrou que a queda na participação foi significativa.



COMPETIÇÃO COM PRODUTOS CHINESES NO MERCADO INTERNACIONAL É MAIS INTENSA

- Mais da metade das empresas exportadoras concorrem com produtos chineses no mercado internacional;
- 67% das empresas exportadoras que concorrem com produtos chineses perderam clientes externos – em 2006, o percentual era 54%;

A competição com produtos chineses é ainda mais acirrada no mercado internacional do que no doméstico. Das empresas que registram que são exportadoras, 52% delas sofrem concorrência com produtos chineses no mercado internacional. Das empresas que exportam e concorrem com os produtos chineses, 67% registram perda de clientes externos para a China, 4,2% das empresas deixaram de exportar por conta dessa concorrência e 27% mantiveram ou até aumentaram o número de clientes, não obstante a concorrência chinesa.

Evolução das exportações para as empresas exportadoras que competem com produtos chineses no exterior

Participação (%) das respostas por porte das empresas exportadoras que concorrem com produtos chineses no exterior

	Total	Pequena	Média	Grande
Parou de exportar	4,2	9,2	4,3	-
Perdeu clientes externos para a China	66,9	64,6	70,2	64,9
Não perdeu clientes externos	27,1	21,5	25,5	33,8
Conquistou novos clientes, antes atendidos por empresas chinesas	1,7	4,6	-	1,3

Ressalte-se que a Sondagem Especial sobre o tema, realizada em 2006, apontava que percentual semelhante de empresas – 54% – estavam sujeitas a concorrência com produtos chineses. Não obstante, o percentual de empresas cuja concorrência com produtos chineses levou à redução da participação de mercado era menor: 58%. As empresas que deixaram de exportar para a China naquela época (6%) não voltaram a exportar.

Como no mercado doméstico, as grandes empresas exportadoras estão mais expostas à concorrência com produtos chineses do que as médias e pequenas empresas, mas são as últimas as que perderam mercado para produtos chineses. 4% das médias e 9% das pequenas empresas pararam de exportar por conta dessa concorrência.

A queda de participação de mercado é espalhada pela maioria dos setores industriais exportadores. A perda de mercado no exterior para produtos chineses é significativa para os setores Têxteis, Máquinas e equipamentos e Produtos de metal. Nesses setores, 80% ou mais das empresas exportadoras registraram perda de clientes externos para a China. No setor Calçados, 21% das empresas deixaram de exportar.

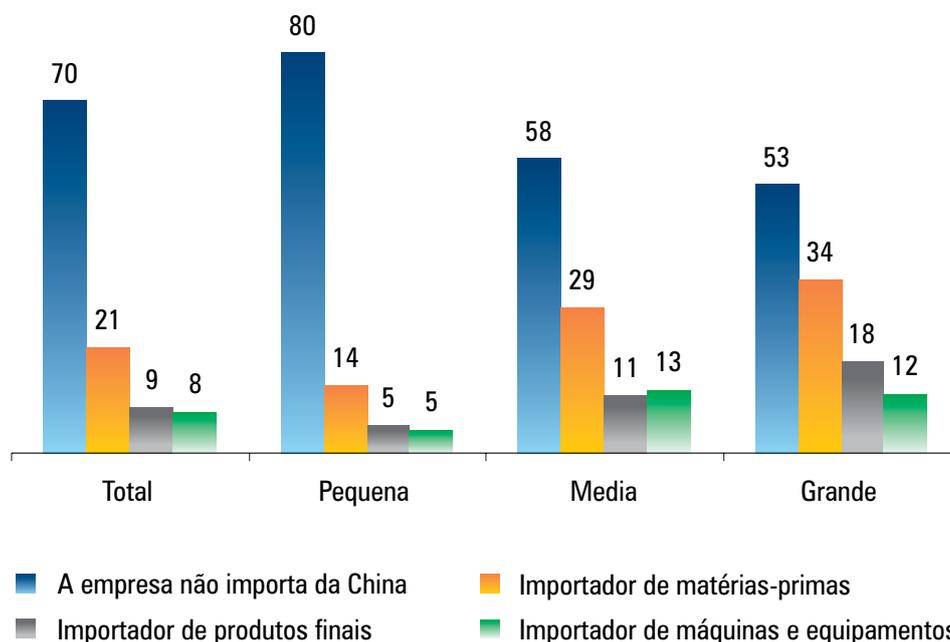
IMPORTAÇÃO DE INSUMOS CHINESES AUMENTA

- Uma em cada cinco empresas importa insumos da China;
- 34% das grandes empresas importam da China – o percentual é quase o dobro de 2006;
- Praticamente um terço das empresas que importam da China pretende intensificar a importação nos próximos meses.

A penetração de produtos chineses, sobretudo matérias-primas, aumentou bastante nos últimos 4 anos. 21% das empresas consultadas registraram importação de matéria-prima da China. Os percentuais de empresas que importam produtos finais e máquinas e equipamentos são, respectivamente, 9% e 8%. Na Sondagem Especial sobre China de 2006 os percentuais de empresas que importavam da China eram menores. Apenas 11% das empresas consultadas importavam matérias-primas e a importação de produtos finais e máquinas e equipamentos eram ainda menores: 6% e 5%, respectivamente.

Importações da China

Participação (%) das respostas por porte das empresas e tipo de produto



Os percentuais de empresas que importam matérias-primas, produtos finais ou máquinas e equipamentos são mais elevados entre as empresas de grande porte. O percentual de grandes empresas que importam matéria-prima mais do que dobrou, passando de 16% para 34% do total de empresas do porte. Os percentuais alcançam 18% no caso de produtos finais e 12% no caso de máquinas e equipamentos.

Entre as pequenas empresas, os percentuais de empresas que importam da China são menores: 14% importam matérias-primas da China, enquanto 5% importam produtos finais e 5% importam máquinas e equipamentos.

A importação de matérias-primas advindas da China deverá crescer ainda mais nos próximos seis meses. Praticamente um terço (32%) das empresas que importam da China pretendem aumentar as compras de matérias-primas do país. Esse percentual se reduz para 23% entre as empresas de grande porte, mas aumenta para 38% das empresas de pequenas empresas.

Metade das empresas que importam produtos finais da China espera aumentar suas compras externas nos próximos seis meses. 38% das empresas que importam máquinas e equipamentos da China pretendem aumentar as compras.

Em termos setoriais, a penetração de produtos chineses se destaca nos setores Material eletrônico e de comunicação e Farmacêuticos: nesses setores, mais de 60% das empresas importam matérias-primas da China. Nesses setores, pelo menos 30% das empresas pretendem aumentar suas importações nos próximos seis meses.



PARTE DAS GRANDES EMPRESAS PRODUZ NA CHINA

- 10% das grandes empresas já produzem com fábrica própria na China;
- Produção ou intenção de produção na China está concentrada em poucos setores industriais.

Algumas empresas – sobretudo as grandes – mostram disposição em transferir ao menos parte de sua produção para a China, possivelmente como resposta à concorrência com empresas chinesas pelos mercados doméstico e internacional. 10% das grandes empresas produzem com fábrica própria na China e outros 5% terceirizam parte de sua produção com empresas daquele país. 80% das grandes empresas afirmaram que não produzem tampouco pretendem produzir na China.

Investimento na China

Participação (%) de respostas por porte de empresas

	Total	Pequena	Media	Grande
Já produz através de terceirização de sua produção com empresas chinesas	1,6	0,5	2,3	4,8
Já produz com fábrica própria na China	2,8	0,7	3,8	9,6
Não produz, mas pretende instalar fábrica na China	0,4	-	1,3	-
Não produz, mas pretende terceirizar parte de sua produção com empresas chinesas	3,1	3,4	3,8	0,5
Não produz e não pretende produzir	90,4	94,0	88,0	79,7

Entre as pequenas e médias empresas a intenção de transferir a produção para a China é menor. 88% das médias e 94% das pequenas empresas não pretendem instalar fábricas na China ou terceirizar parte de sua produção. 3,8% das médias empresas já transferiram parte de sua produção para a China, enquanto 2,3% das médias terceirizaram parte da produção. Entre as pequenas, os percentuais não chegam a 1%.

As empresas brasileiras que instalaram fábricas na China estão concentradas em poucos setores industriais. Metade das empresas que produzem na China pertence a quatro setores: Veículos automotores, Máquinas e equipamentos, Máquinas e materiais elétricos e Material eletrônico e de comunicação.

PRINCIPAL ESTRATÉGIA PARA ENFRENTAR CONCORRÊNCIA COM PRODUTOS CHINESES É A MELHORIA DA QUALIDADE DOS PRODUTOS

- Metade das empresas industriais definiu estratégia de competição com os produtos chineses;
- Investimento em qualidade e design de produtos é a estratégia de competição mais difundida na indústria.

Mesmo empresas que não concorrem atualmente com os produtos chineses já possuem estratégias de competição. Metade das empresas industriais brasileiras já definiu uma estratégia para enfrentar a competição com produtos chineses. Esse percentual é crescente de acordo com o porte: 70% das grandes empresas adotaram alguma medida diante da concorrência com a China, ante 42% das pequenas.

A questão vem ganhando bastante importância para a indústria brasileira: o percentual é bem superior ao registrado na pesquisa de 2006, de apenas 29%.

Entre as medidas que visam enfrentar a concorrência das empresas chinesas nos mercado doméstico e internacional, destacam-se o investimento na qualidade e/ou design de produtos (assinalado por 48% das empresas) e redução de custos e/ou ganhos de produtividade (assinalado por 45%).

O investimento na qualidade e design dos produtos foi uma das medidas adotadas por 64% das grandes empresas, enquanto entre as pequenas o percentual é 45%. O investimento em redução de custos, por sua vez, foi realizado por 57% das grandes empresas e 37% das pequenas.

A preocupação com design e qualidade ganhou importância entre as estratégias da indústria. Em 2006, a redução de custos era a medida mais adotada (48% de respostas), seguido por investimento em qualidade e/ou design (40% das respostas).



Estratégias para enfrentar a concorrência com produtos chineses

Participação (%) de respostas por porte de empresas

	Total	Pequena	Media	Grande
Ainda não definiu estratégia	50,0	58,1	42,9	29,9
Participação (%) de respostas por porte de empresas que definiram estratégia				
Diferenciação de marca / imagem / marketing	34,9	28,6	37,0	47,2
Investimento na qualidade / design dos produtos	48,4	45,1	44,2	63,9
Redução de custos / ganhos de produtividade	45,4	37,0	50,8	57,4
Lançar novos produtos	27,0	22,0	26,0	41,7
Redução drástica de preços (e/ou lucratividade)	13,2	11,7	17,1	10,2
Buscar parcerias com empresas chinesas	13,2	12,1	17,1	9,3
Antecipar-se às importações chinesas (oferecer pronta-entrega)	10,3	11,0	10,5	8,3
Outros – Descreva:	21,2	26,0	18,8	13,0

Resultados por porte da empresa

Assinale de que forma sua empresa concorre com empresa e/ou produtos chineses:				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas*</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
A empresa não concorre com empresas/produtos chineses	66,4	74,4	58,6	47,4
Exportador para a China	2,8	1,1	4,0	8,2
Concorrente dos produtos chineses no mercado doméstico	28,2	23,7	31,8	40,7
Concorrente dos produtos chineses no exterior	9,4	4,5	12,9	23,7
Assinale a evolução da participação de seus produtos no mercado doméstico em função da concorrência de produtos chineses:				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que concorrem com produtos chineses</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
Diminuiu muito	9,2	11,3	9,1	3,6
Diminuiu	35,9	37,6	37,7	28,6
Manteve-se inalterada	41,2	37,6	40,3	52,4
Aumentou	12,0	11,3	11,7	14,3
Aumentou muito	1,7	2,3	1,3	1,2
Assinale a situação de sua empresa no exterior em função da concorrência de produtos chineses:				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas exportadoras</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
A empresa exporta, mas não sofre concorrência de produtos chineses no mercado internacional	47,8	50,0	50,0	42,5
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas exportadoras que concorrem com produtos chineses</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
A empresa parou de exportar	4,2	9,2	4,3	-
A empresa perdeu clientes externos para a China	66,9	64,6	70,2	64,9
A empresa não perdeu clientes externos	27,1	21,5	25,5	33,8
A empresa conquistou novos clientes antes atendidos por empresas chinesas	1,7	4,6	-	1,3
Assinale se sua empresa importa da China:				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
A empresa não importa da China	69,7	79,5	58,3	53,1
Importador de matérias-primas	20,9	13,5	28,7	34,4
Importador de produtos finais	8,9	5,4	11,5	18,1
Importador de máquinas e equipamentos	8,2	4,9	12,7	11,9
Indique quais as perspectivas para os próximos seis meses das importações de sua empresa provenientes da China: Matérias-primas				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas*</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
Não importa da China	80,6	87,4	73,5	65,9
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que importam matérias-primas da China</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
Queda acentuada	3,7	2,1	2,1	8,8
Queda	7,3	4,3	10,5	7,0
Estabilidade	56,9	55,3	55,8	61,4
Aumento	30,1	34,0	30,5	22,8
Aumento acentuado	2,0	4,3	1,1	-

Indique quais as perspectivas para os próximos seis meses das importações de sua empresa provenientes da China: Produtos finais				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
Não importa da China	88,2	93,2	82,8	77,2
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que importam produtos finais da China</i>				
Queda acentuada	1,6	4,8	-	-
Queda	5,6	4,8	4,0	9,1
Estabilidade	43,2	40,5	46,0	42,4
Aumento	43,2	42,9	42,0	45,5
Aumento acentuado	6,4	7,1	8,0	3,0
Indique quais as perspectivas para os próximos seis meses das importações de sua empresa provenientes da China: Máquinas e equipamentos				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas*</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
A empresa não importa da China	89,5	93,4	85,3	80,2
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que importam máquinas e equipamentos da China</i>				
Queda acentuada	9,3	12,5	7,3	7,7
Queda	5,6	5,0	4,9	7,7
Estabilidade	46,7	40,0	46,3	57,7
Aumento	34,6	32,5	41,5	26,9
Aumento acentuado	3,7	10,0	-	-
Indique se sua empresa produz ou pretende produzir na China:				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas*</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
Não produz e não pretende produzir	90,4	94,0	88,0	79,7
Não produz, mas pretende terceirizar parte de sua produção com empresas chinesas	3,1	3,4	3,8	0,5
Não produz, mas pretende instalar fábrica na China	0,4	-	1,3	-
Já produz através de terceirização de sua produção com empresas chinesas	1,6	0,5	2,3	4,8
Já produz com fábrica própria na China	2,8	0,7	3,8	9,6
Outros	1,8	1,4	0,8	5,3
Assinale as medidas tomadas pela empresa diante da concorrência de produtos chineses:				
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>	Total	Pequenas	Médias	Grandes
Ainda não definiu estratégia	50,0	58,1	42,9	29,9
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas e definiram estratégia</i>				
Diferenciação de marca / imagem / marketing	34,9	28,6	37,0	47,2
Investimento na qualidade / design dos produtos	48,4	45,1	44,2	63,9
Redução de custos / ganhos de produtividade	45,4	37,0	50,8	57,4
Lançar novos produtos	27,0	22,0	26,0	41,7
Redução drástica de preços (e/ou lucratividade)	13,2	11,7	17,1	10,2
Buscar parcerias com empresas chinesas	13,2	12,1	17,1	9,3
Antecipar-se às importações chinesas (oferecer pronta-entrega)	10,3	11,0	10,5	8,3
Outros	21,2	26,0	18,8	13,0

Resultados por setor de atividade

	Total	Indústrias Extrativas	Alimentos	Bebidas	Têxteis	Vestuário	Couros	Calçados	Madeira	Papel e Celulose	Edição e Impressão	Refino de Petróleo	Química	Farmacêuticos
Assinale de que forma sua empresa concorre com empresa e/ou produtos chineses:														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>														
A empresa não concorre com empresas/produtos chineses	66,4	82,4	92,5	100,0	25,4	50,7	41,2	39,4	76,9	70,3	93,0	89,5	77,6	65,4
Exportador para a China	2,8	5,9	3,5	-	1,4	-	26,5	-	3,8	8,1	-	5,3	2,0	3,8
Concorrente dos produtos chineses no mercado doméstico	28,2	3,9	2,9	-	71,8	49,3	29,4	54,5	7,7	16,2	4,7	-	20,4	30,8
Concorrente dos produtos chineses no exterior	9,4	9,8	2,3	-	9,9	2,7	11,8	21,2	13,5	5,4	4,7	5,3	8,2	11,5
Assinale a evolução da participação de seus produtos no mercado doméstico em função da concorrência de produtos chineses:														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que concorrem com produtos chineses</i>														
Diminuiu muito	9,3	N/D	N/D	N/D	11,8	5,0	30,8	5,0	N/D	N/D	N/D	N/D	6,3	11,1
Diminuiu	35,7	N/D	N/D	N/D	43,1	35,0	30,8	50,0	N/D	N/D	N/D	N/D	37,5	33,3
Manteve-se inalterada	41,2	N/D	N/D	N/D	33,3	42,5	7,7	35,0	N/D	N/D	N/D	N/D	56,3	44,4
Aumentou	12,1	N/D	N/D	N/D	11,8	17,5	15,4	10,0	N/D	N/D	N/D	N/D	-	11,1
Aumentou muito	1,8	N/D	N/D	N/D	-	-	15,4	-	N/D	N/D	N/D	N/D	-	-
Assinale a situação de sua empresa no exterior em função da concorrência de produtos chineses:														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas exportadoras</i>														
A empresa exporta, mas não sofre concorrência de produtos chineses no mercado internacional	47,8	64,3	85,4	100,0	18,5	25,0	21,4	17,6	38,9	69,2	60,0	55,6	61,1	37,5
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas exportadoras que concorrem com produtos chineses</i>														
A empresa parou de exportar	4,2	N/D	N/D	N/D	4,5	N/D	9,1	21,4	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
A empresa perdeu clientes externos para a China	66,9	N/D	N/D	N/D	81,8	N/D	36,4	71,4	63,6	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
A empresa não perdeu clientes externos	27,1	N/D	N/D	N/D	13,6	N/D	54,5	7,1	27,3	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
A empresa conquistou novos clientes antes atendidos por empresas chinesas	1,7	N/D	N/D	N/D	-	N/D	-	-	9,1	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Assinale se sua empresa importa da China:														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>														
A empresa não importa da China	69,7	82,5	90,3	96,7	60,3	71,2	75,0	64,0	93,2	81,8	75,0	100,0	63,6	29,2
Importador de matérias-primas	20,9	2,5	7,3	-	31,0	17,3	17,9	28,0	2,3	6,1	14,3	-	34,1	66,7
Importador de produtos finais	8,9	7,5	0,8	3,3	8,6	7,7	3,6	8,0	4,5	3,0	10,7	-	2,3	8,3
Importador de máquinas e equipamentos	8,2	7,5	3,2	-	5,2	11,5	3,6	20,0	-	9,1	3,6	-	2,3	12,5
Indique quais as perspectivas para os próximos seis meses das importações de sua empresa provenientes da China: Matérias-primas														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>														
Não importa da China	80,6	97,7	94,3	100,0	71,0	79,7	84,4	77,4	98,0	93,9	88,6	94,1	70,2	36,0
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que importam matérias-primas da China</i>														
Queda acentuada	3,7	N/D	N/D	N/D	5,6	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	-	-
Queda	7,3	N/D	N/D	N/D	5,6	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	-	-
Estabilidade	56,9	N/D	N/D	N/D	61,1	84,6	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	92,9	68,8
Aumento	30,1	N/D	N/D	N/D	27,8	15,4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	7,1	31,3
Aumento acentuado	2,0	N/D	N/D	N/D	-	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	-	-

N/D - Não disponível



Limpeza e Perfumaria	Borracha	Plástico	Minerais Não-metálicos	Metalurgia Básica	Produtos de Metal	Máquinas e Equip.	Máq. e Materiais Elétricos	Material Elet. e de Comunic.	Equip. Hosp. e de Precisão	Veículos Automot.	Outros Equip. de Transporte	Móveis	Indústrias Diversas
87,5	63,0	65,5	89,4	49,1	58,2	46,2	47,6	24,0	29,2	54,9	66,7	79,6	37,0
-	-	-	0,8	1,8	-	3,2	-	-	4,2	7,8	-	-	-
12,5	33,3	34,5	7,6	45,5	39,6	50,5	47,6	76,0	66,7	37,3	33,3	10,2	59,3
-	3,7	5,5	5,3	16,4	11,0	19,4	19,0	16,0	25,0	17,6	5,6	12,2	18,5
N/D	9,1	20,0	-	4,0	18,9	8,0	4,2	5,3	-	9,1	N/D	-	11,8
N/D	27,3	25,0	30,8	44,0	45,9	40,0	25,0	36,8	47,1	36,4	N/D	20,0	29,4
N/D	63,6	40,0	53,8	32,0	24,3	40,0	45,8	42,1	47,1	36,4	N/D	60,0	52,9
N/D	-	15,0	15,4	20,0	10,8	8,0	20,8	15,8	5,9	18,2	N/D	20,0	5,9
N/D	-	-	-	-	-	4,0	4,2	-	-	-	N/D	-	-
100,0	66,7	40,0	43,8	42,9	31,8	48,0	52,9	27,3	40,0	37,5	66,7	42,9	18,2
N/D	N/D	N/D	N/D	8,3	-	7,7	N/D	N/D	N/D	-	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	66,7	80,0	80,8	N/D	N/D	N/D	40,0	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	25,0	20,0	11,5	N/D	N/D	N/D	60,0	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	-	-	-	N/D	N/D	N/D	-	N/D	N/D	N/D
55,6	88,2	42,9	82,0	73,5	58,7	61,5	50,0	16,0	42,1	65,8	62,5	63,9	68,2
33,3	11,8	35,7	9,0	10,2	26,7	21,8	42,1	76,0	42,1	21,1	18,8	30,6	22,7
5,6	5,9	11,9	8,0	14,3	16,0	16,7	13,2	16,0	26,3	10,5	12,5	-	27,3
5,6	5,9	31,0	3,0	10,2	14,7	6,4	15,8	12,0	10,5	7,9	18,8	8,3	13,6
65,0	90,9	67,4	90,4	91,3	74,4	77,6	58,5	20,0	60,0	80,0	80,0	76,1	79,2
N/D	N/D	-	-	N/D	5,0	-	-	-	N/D	N/D	N/D	9,1	N/D
N/D	N/D	13,3	27,3	N/D	5,0	-	17,6	10,0	N/D	N/D	N/D	-	N/D
N/D	N/D	40,0	36,4	N/D	50,0	52,9	52,9	55,0	N/D	N/D	N/D	54,5	N/D
N/D	N/D	46,7	18,2	N/D	40,0	47,1	23,5	30,0	N/D	N/D	N/D	36,4	N/D
N/D	N/D	-	18,2	N/D	-	-	5,9	5,0	N/D	N/D	N/D	-	N/D

	Total	Indústrias Extrativas	Alimentos	Bebidas	Têxteis	Vestuário	Couros	Calçados	Madeira	Papel e Celulose	Edição e Impressão	Refino de Petróleo	Química	Farmacêuticos
Indique quais as perspectivas para os próximos seis meses das importações de sua empresa provenientes da China: Produtos finais														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>														
Não importa da China	88,2	92,3	99,2	96,7	82,4	87,2	96,0	91,3	95,5	96,6	89,7	100,0	90,0	76,9
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que importam produtos finais da China</i>														
Queda acentuada	1,6	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Queda	5,6	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Estabilidade	43,2	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Aumento	43,2	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Aumento acentuado	6,4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Indique quais as perspectivas para os próximos seis meses das importações de sua empresa provenientes da China: Máquinas e equipamentos														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>														
Não importa da China	89,5	92,3	96,7	100,0	86,3	84,0	95,8	81,8	97,7	93,1	92,9	93,8	94,4	66,7
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas que importam máquinas e equipamentos da China</i>														
Queda acentuada	9,3	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Queda	5,6	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Estabilidade	46,7	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Aumento	34,6	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Aumento acentuado	3,7	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
Indique se sua empresa produz ou pretende produzir na China:														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>														
Não produz e não pretende produzir	90,4	98,0	97,6	97,1	91,2	81,7	77,1	88,2	96,2	89,7	92,7	94,4	92,0	92,6
Não produz, mas pretende terceirizar parte de sua produção com empresas chinesas	3,1	-	1,2	-	7,4	14,1	5,7	-	1,9	-	-	-	-	-
Não produz, mas pretende instalar fábrica na China	0,4	-	-	-	-	-	2,9	-	-	2,6	-	-	2,0	-
Já produz através de terceirização de sua produção com empresas chinesas	1,6	-	0,6	-	-	2,8	5,7	8,8	-	2,6	4,9	-	2,0	-
Já produz com fábrica própria na China	2,8	-	0,6	2,9	1,5	-	2,9	-	-	2,6	2,4	5,6	4,0	3,7
Outros	1,8	2,0	-	-	-	1,4	5,7	2,9	1,9	2,6	-	-	-	3,7
Assinale as medidas tomadas pela empresa diante da ocorrência de produtos chineses:														
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas</i>														
Ainda não definiu estratégia	50,0	69,2	71,3	65,2	23,9	42,9	45,2	30,3	58,5	53,3	60,0	78,6	47,2	52,6
<i>Participação (%) das respostas por porte das empresas e definiram estratégia</i>														
Diferenciação de marca/ imagem / marketing	34,9	16,7	12,9	25,0	37,3	55,6	23,5	69,6	17,6	14,3	40,0	N/D	31,6	11,1
Investimento na qualidade / design dos produtos	48,4	16,7	25,8	12,5	66,7	63,9	52,9	78,3	29,4	21,4	30,0	N/D	21,1	22,2
Redução de custos / ganhos de produtividade	45,4	25,0	19,4	12,5	54,9	44,4	47,1	47,8	41,2	28,6	30,0	N/D	21,1	44,4
Lançar novos produtos	27,0	8,3	9,7	-	45,1	36,1	29,4	47,8	-	28,6	50,0	N/D	10,5	44,4
Redução drástica de preços (e/ou lucratividade)	13,2	8,3	3,2	-	11,8	8,3	-	8,7	23,5	7,1	10,0	N/D	10,5	11,1
Buscar parcerias com empresas chinesas	13,2	8,3	9,7	-	3,9	13,9	17,6	-	5,9	7,1	-	N/D	5,3	-
Antecipar-se às importações chinesas (oferecer pronta-entrega)	10,3	-	3,2	-	11,8	13,9	5,9	4,3	-	14,3	-	N/D	5,3	-
Outros	21,2	58,3	64,5	75,0	9,8	-	23,5	8,7	35,3	50,0	30,0	N/D	42,1	33,3

N/D - Não disponível



Limpeza e Perfumaria	Borracha	Plástico	Minerais Não-metálicos	Metalurgia Básica	Produtos de Metal	Máquinas e Equip.	Máq. e Materiais Elétricos	Material Elet. e de Comunic.	Equip. Hosp. e de Precisão	Veículos Automot.	Outros Equip. de Transporte	Móveis	Indústrias Diversas
94,4	94,7	84,8	91,0	86,4	80,9	80,0	66,7	71,4	70,6	87,5	76,9	96,4	69,6
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	-	-	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	15,4	6,7	9,1	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	15,4	33,3	36,4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	53,8	60,0	54,5	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	15,4	-	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
93,3	94,1	70,0	95,8	87,8	81,0	92,4	72,2	66,7	87,5	88,6	73,3	92,6	85,0
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	16,7	N/D	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	8,3	N/D	10,0	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	33,3	N/D	40,0	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	41,7	N/D	50,0	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	-	N/D	-	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
91,7	88,9	90,4	96,2	95,9	86,0	85,7	80,5	76,0	86,4	75,0	78,9	98,0	96,0
-	-	1,9	1,5	-	3,2	5,5	7,3	8,0	-	2,1	15,8	2,0	4,0
-	-	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	3,7	1,9	0,8	-	3,2	1,1	2,4	-	4,5	-	5,3	-	-
-	7,4	-	0,8	2,0	4,3	4,4	9,8	12,0	4,5	16,7	-	-	-
8,3	-	1,9	0,8	2,0	3,2	3,3	-	4,0	4,5	6,3	-	-	-
61,1	52,6	52,4	71,0	42,2	48,7	37,0	28,9	18,2	22,7	39,5	46,7	70,0	23,8
14,3	33,3	20,0	25,9	30,8	30,8	41,2	18,5	50,0	52,9	46,2	50,0	50,0	56,3
42,9	44,4	45,0	33,3	46,2	53,8	47,1	48,1	66,7	64,7	50,0	37,5	83,3	75,0
-	55,6	40,0	22,2	46,2	53,8	64,7	63,0	66,7	41,2	73,1	50,0	58,3	31,3
14,3	33,3	25,0	18,5	30,8	17,9	23,5	33,3	33,3	58,8	23,1	25,0	8,3	31,3
-	22,2	20,0	-	30,8	10,3	19,6	25,9	27,8	11,8	19,2	12,5	8,3	6,3
14,3	11,1	20,0	22,2	7,7	20,5	23,5	29,6	11,1	5,9	15,4	25,0	-	18,8
-	-	15,0	7,4	26,9	20,5	13,7	22,2	11,1	5,9	11,5	-	8,3	6,3
57,1	11,1	5,0	40,7	15,4	12,8	13,7	3,7	5,6	17,6	3,8	25,0	-	6,3



Perfil da amostra: 1.529 empresas, sendo 904 pequenas, 424 médias e 201 grandes.
Período de coleta: De 4 a 19 de outubro de 2010.