

SUMÁRIO EXECUTIVO

- ❑ De uma população de 1448 empresas exportadoras catarinenses, a amostra do diagnóstico do setor exportador, edição 2003, foi de 111 empresas, que respondem por 70% do total exportado pelo Estado;
- ❑ 33% das empresas pesquisadas é de grande porte;
- ❑ Para 33% das empresas pesquisadas, as exportações respondem por mais de 50% do faturamento;
- ❑ 45% das empresas exporta menos de US\$ 1 milhão;
- ❑ 22% das empresas exporta mais de US\$ 10 milhões;
- ❑ Em relação à freqüência exportadora, 65% das empresas é exportador contínuo;
- ❑ Os EUA são o principal mercado de destino;
- ❑ Dos incentivos governamentais à exportação, os mais utilizados são as desonerações e restituições de impostos federais e estaduais e os financiamentos à exportação ACC – Adiantamento de Contrato de Câmbio;
- ❑ 75% das empresas pesquisadas não conhece ou não utiliza o Proex – Programa de Financiamento das Exportações;
- ❑ As principais dificuldades para exportar identificadas pelos exportadores foram: a ausência de um preço competitivo no mercado externo e a carência de financiamentos à exportação;
- ❑ 96% considera a concorrência internacional o principal obstáculo externo à exportação;
- ❑ O que deve ser priorizado pelo governo para que ocorra incremento das exportações: desoneração tributária, desburocratização de procedimentos necessários à exportação e linhas de financiamento mais atrativas;

- ❑ 87% das empresas pesquisadas projeta crescimento das suas exportações em 2003;
- ❑ 63% das empresas da amostra que exportam para a Argentina projetam crescimento das suas exportações para este mercado em 2003;
- ❑ China, Índia, Rússia e Oriente Médio são mercados em que as empresas estão desenvolvendo trabalhos de prospecção;
- ❑ 61% das empresas não acompanha as negociações internacionais ou acompanha e não encontra informações de seu interesse.

APRESENTAÇÃO

A Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC, através da Diretoria de Relações Industriais, Unidade de Relações e Negócios Internacionais, apresenta diagnóstico da situação atual das exportações catarinenses, edição 2003.

Esse trabalho, que contou com a participação de empresas de 14 ramos de atividade diferentes, desde micro a grandes unidades industriais, possibilitou o resgate dos principais obstáculos às exportações do Estado, além de identificar quais são as perspectivas das empresas em relação às exportações. Pontos que as empresas exportadoras de Santa Catarina julgam como necessários para o desenvolvimento de ações que estimulem a inserção catarinense no cenário internacional também foram citados.

Com o objetivo de apresentar os principais resultados dessa pesquisa, esse relatório analítico está dividido da seguinte forma:

1. Na primeira parte, as empresas pesquisadas foram caracterizadas de acordo com o porte e os ramos de atividade.
2. Na seqüência, foram relatadas as respostas relativas à prática exportadora: valor total das exportações, participação das exportações no faturamento, programas e incentivos federais destinados ao exportador utilizados pelas empresas participantes da pesquisa, identificação

das dificuldades associadas à exportação e a frequência com que as empresas exportam.

3. Na terceira parte, buscou-se identificar as perspectivas em relação às exportações, de modo a verificar quanto as empresas respondentes acreditam que podem incrementar as suas vendas externas. O perfil do exportador catarinense em relação à sua participação nas negociações internacionais brasileiras também foi identificado.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior – Secex, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Santa Catarina possui atualmente 1.448 empresas exportadoras. Dado que este trabalho teve como objetivo pesquisar o setor exportador catarinense, este número correspondeu à população em estudo.

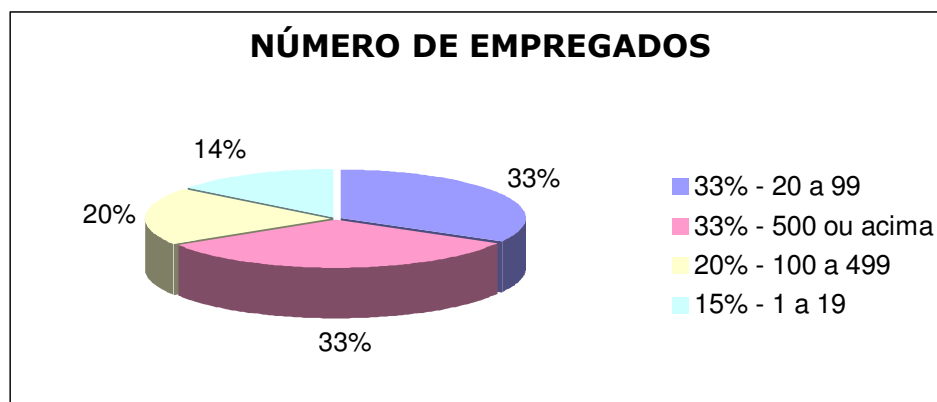
Foram enviados questionários com perguntas fechadas e abertas. Este método de coleta de dados foi utilizado por permitir a realização de uma pesquisa com um número significativo de empresas. Do total de questionários enviados, houve o retorno de 111 questionários. Destes, encontram-se os questionários dos maiores exportadores catarinenses, perfazendo um resultado que confere alto grau de confiabilidade na pesquisa, dado que as empresas participantes são responsáveis por 70% das exportações do Estado em 2003.

Ao final desse trabalho encontra-se a lista de empresas que participaram desse estudo.

Empresas Pesquisadas

Como critério de classificação do porte de empresas pesquisadas, adotou-se a metodologia do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Considerou-se que empresas com um até nove empregados são microempresas; de dez até 99, são pequenas empresas, de 100 a 499 empregados são empresas de porte médio e com mais de 500 empregados foram consideradas empresas de grande porte.

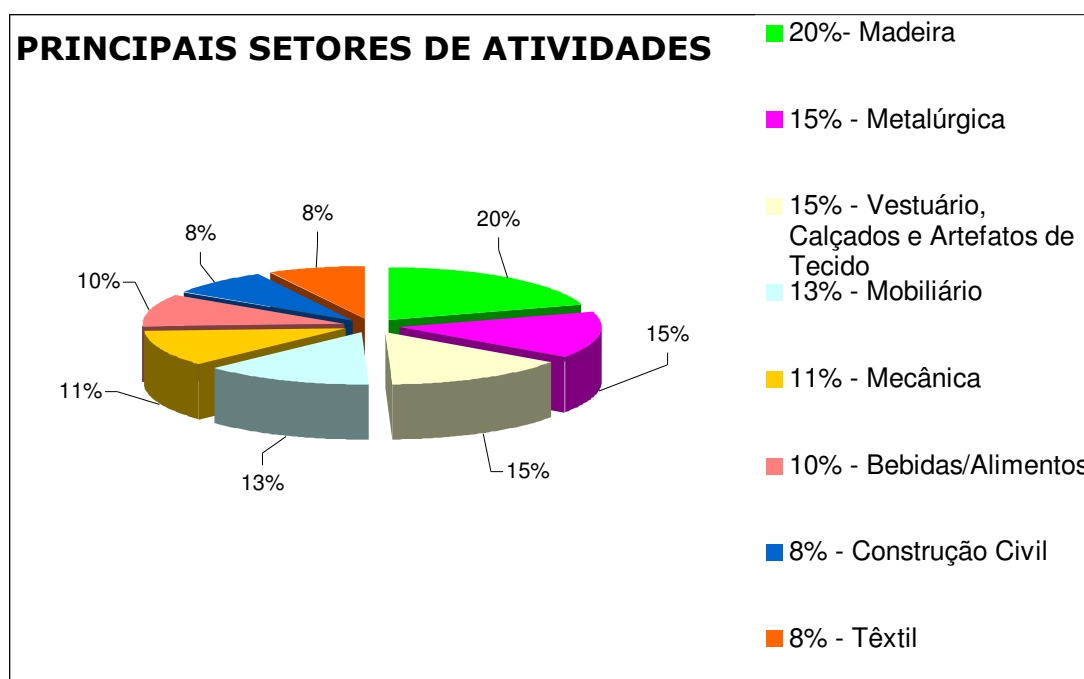
Do total de participantes desta pesquisa, cerca de 33% possuem grande porte. As empresas pequenas também representam 33% da amostra ou 32 empresas. As demais exportadoras são de tamanho médio e micro empresas, e representam aproximadamente 20% e 15% da amostra, respectivamente.



O Estado de Santa Catarina é caracterizado por uma alta concentração das exportações em grandes empresas. Aproximadamente, 70% das exportações catarinenses é realizada por 40 empresas. Mas, o número de pequenas e microempresas exportadoras também é expressivo. As micro e pequenas empresas exportadoras respondem por 19% das exportações catarinenses.

Em relação aos ramos de atividade, este estudo contou com a participação de exportadores das principais atividades industriais do estado. A classificação foi elaborada de acordo com o CNAE – Classificação Nacional de Atividade Empresarial adotada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE.

Foram identificados exportadores em 14 ramos de atividade industrial sendo que os de maior representatividade foram: madeireiro, metalúrgico e vestuário, calçados e artefatos de tecidos.



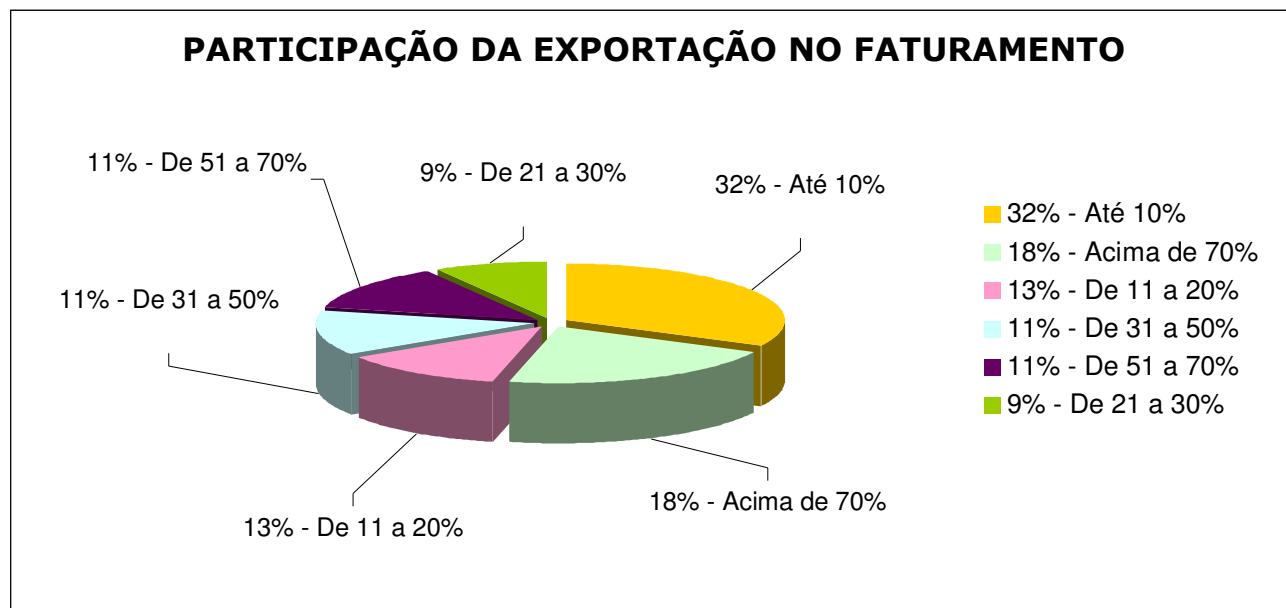
PRÁTICA EXPORTADORA

Participação das exportações no faturamento

Em relação à prática exportadora, as empresas pesquisadas têm um comportamento heterogêneo. Enquanto algumas têm no mercado externo seu principal mercado, e este responde por mais de 70% do faturamento, algumas têm a exportação como responsável por menos de 10% do faturamento.

Para 21% das empresas pesquisadas, a maioria dos seus produtos são destinados ao mercado externo, fazendo com que mais de 70% do seu faturamento seja pago pelo exterior. Mas, este vínculo com o mercado externo não é compartilhado com todos os integrantes da amostra e 33% respondeu que as exportações representam até 10% do faturamento. Há, portanto, o contraste entre empresas altamente dependentes das vendas externas e as empresas com maior grau de autonomia.

Em termos gerais, a amostra dividiu-se em três partes: 1/3 respondeu que as exportações respondem por mais de 51% do faturamento, enquanto outro 1/3 afirmou que as exportações representam mais de 11% e até 50% do faturamento. O restante tem o mercado interno como principal cliente e, menos de 10% do faturamento é proveniente das vendas ao exterior.



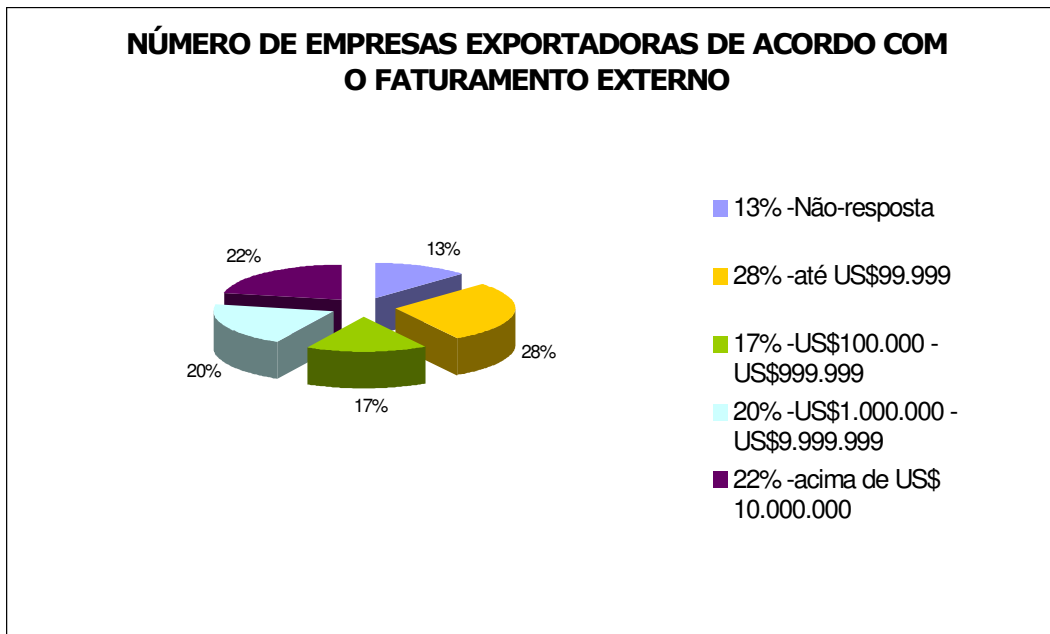
Valor das exportações em 2002

Quanto ao valor exportado, observa-se também alto grau de heterogeneidade nas empresas exportadoras. Existem exportadores pequenos, que exportaram menos de US\$100.000,00 em 2002, e representaram 28% dos pesquisados. Estes, somados aos exportadores que não ultrapassam um milhão de dólares em exportações, totalizam 45% das empresas pesquisadas.

20% do total da amostra afirmou que exporta mais de US\$ 1 milhão, enquanto 22% exportou mais de US\$ 10 milhões em 2002.

Estes dados permitem verificar que o desenvolvimento de uma política de promoção comercial que objetive incrementar as exportações tem como público alvo empresas de diversos portes e diferentes níveis de inserção no mercado externo. Junto a exportadores experientes, que possuem estratégias de desenvolvimento de mercado focadas no cliente externo, tem-se o exportador pequeno, em que as exportações

representam uma pequena parte do seu faturamento, e como consequência, não possui um plano de desenvolvimento de mercado bem definido.

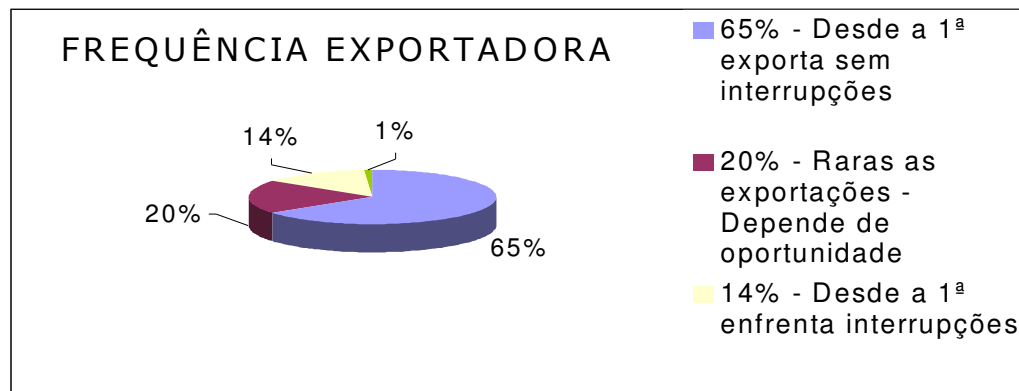


Frequência Exportadora

De forma a complementar os dados obtidos acima, as empresas pesquisadas foram questionadas a respeito da frequência com que exportam. A maioria dos respondentes (65%) é exportador contínuo e 20% afirma que a exportação só ocorre devido à uma boa oportunidade. Do restante, 14% exporta com períodos de interrupção. Somente uma empresa afirmou que parou de exportar.

Estes resultados contradizem a afirmação, geralmente associada às exportações brasileiras, de que as empresas exportadoras são oportunistas e exportam de acordo com o desempenho do mercado interno. Este estudo, pelo segundo ano consecutivo demonstrou que isto não acontece para a maioria das exportadoras de Santa Catarina.

Tem-se que, mesmo pequenos exportadores tendem a ter alta frequência nas exportações, o que configura uma oportunidade de crescimento das vendas externas. O pequeno exportador que possui alta frequência exportadora já tem desenvolvido a cultura exportadora. Resta, portanto, que sejam retirados os obstáculos que impedem o crescimento das vendas externas. Estes obstáculos são descritos neste relatório.



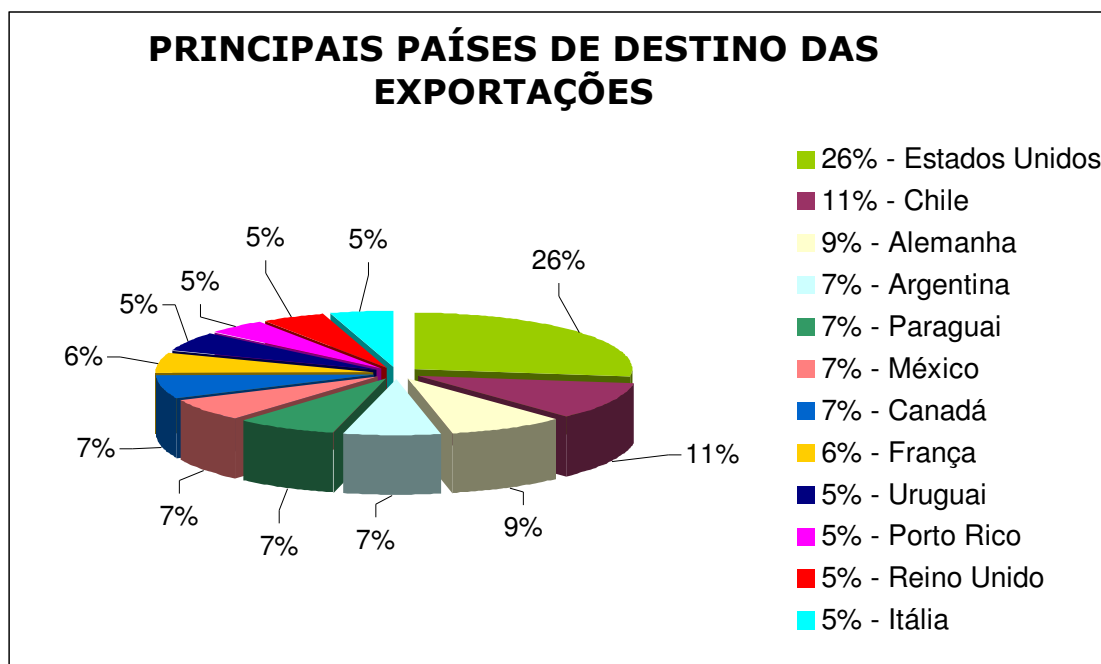
Mercados de Destino

Quanto aos mercados de destino, as empresas que participaram desta pesquisa afirmaram que exportam para 35 países diferentes, mas identificou-se alta concentração das exportações em poucos países.

Considerou-se, para definição do maior mercado importador, o número de empresas pesquisadas que citaram exportar para determinado país. Realizando um comparativo com o diagnóstico do setor exportador dos outros anos, tem-se que os EUA manteve a liderança como o país mais citado. Do total, 26% afirma exportar para os EUA. Mas, confirmando as expectativas, a Argentina, que antes liderava o ranking dos maiores importadores de Santa Catarina, sofreu com a alteração do cenário econômico. Somente 7% das empresas pesquisadas afirmou que exporta para a Argentina.

O Chile e a Alemanha aparecem como principais importadores, após os EUA, e foram citados por 11% e 9% das empresas, respectivamente.

Os dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio corroboram o resultado desta pesquisa quanto ao fato dos EUA ter grande relevância como parceiro comercial de Santa Catarina. No acumulado do ano (janeiro-maio/2003) os EUA importaram aproximadamente US\$ 400 milhões, representando 30% das exportações do estado no período.

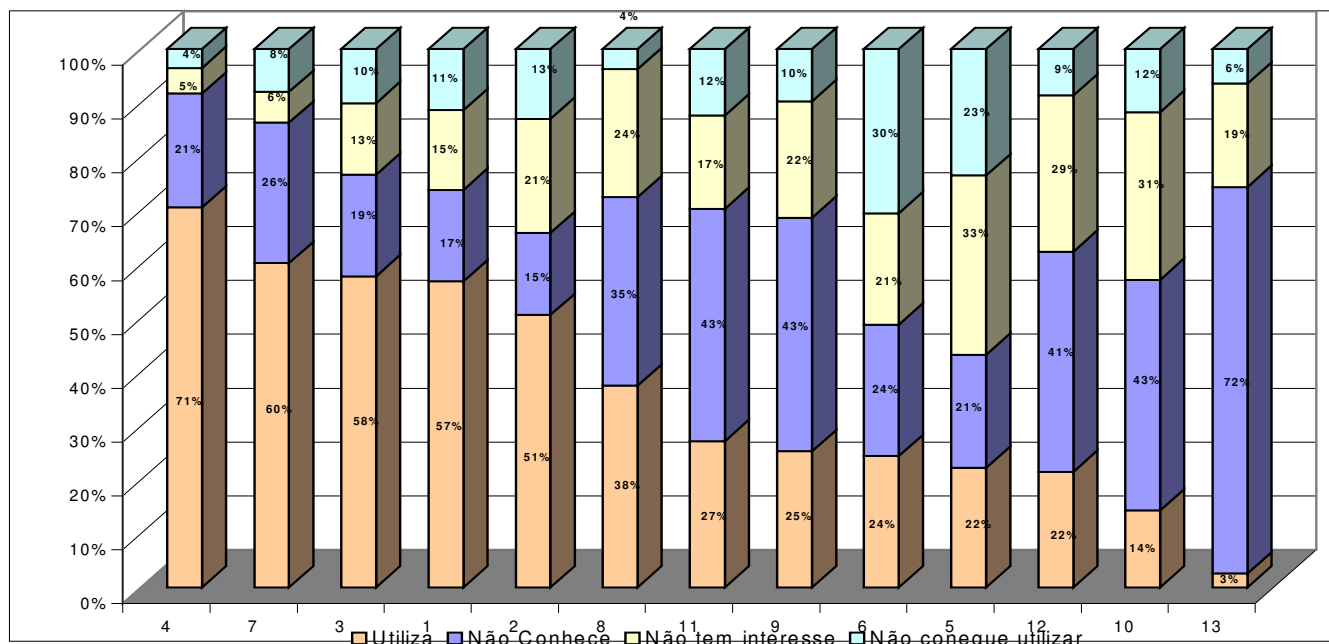


Programas e Incentivos à exportação

Caracterizado o perfil do exportador catarinense, esta pesquisa questionou os seus participantes quanto à utilização e o conhecimento de incentivos e programas voltados ao incremento das exportações brasileiras. Os incentivos/programas foram listados para que o exportador indicasse quais conhece e quais utiliza.

Os incentivos mais utilizados são a desoneração do IPI e do ICMS e a restituição do PIS e do COFINS, seguidos dos financiamentos às exportações como o ACC – Adiantamento de Contrato de Câmbio e o ACE – Adiantamento das Cambiais Entregues. Os mesmos resultados foram obtidos nos diagnósticos anteriores. O incentivo à exportação no Brasil continua restrito à área fiscal e a financiamentos de curto prazo, o que comprova que não há uma política clara de desenvolvimento da inserção brasileira no mercado internacional. As exportações continuam sendo relegadas à capacidade competitiva individual, não havendo forças sistêmicas propulsoras capazes de tornar o Brasil um país de significativa participação no comércio internacional.

Em relação ao Proex – Programa de Financiamento às Exportações, 75% dos entrevistados ou não conhece, ou se conhece, não o utiliza porque não consegue ou não tem interesse. O percentual dos que não consegue utilizar é de 30%, maior que os 24% dos pesquisados que afirma utilizar o Proex. O item seguinte na lista dos que as empresas obtêm mais dificuldades em utilizar está seguro de crédito. Do total dos pesquisados, 21% não conhece, 22% utiliza, 23% não consegue utilizar e 33% afirma não ter interesse.



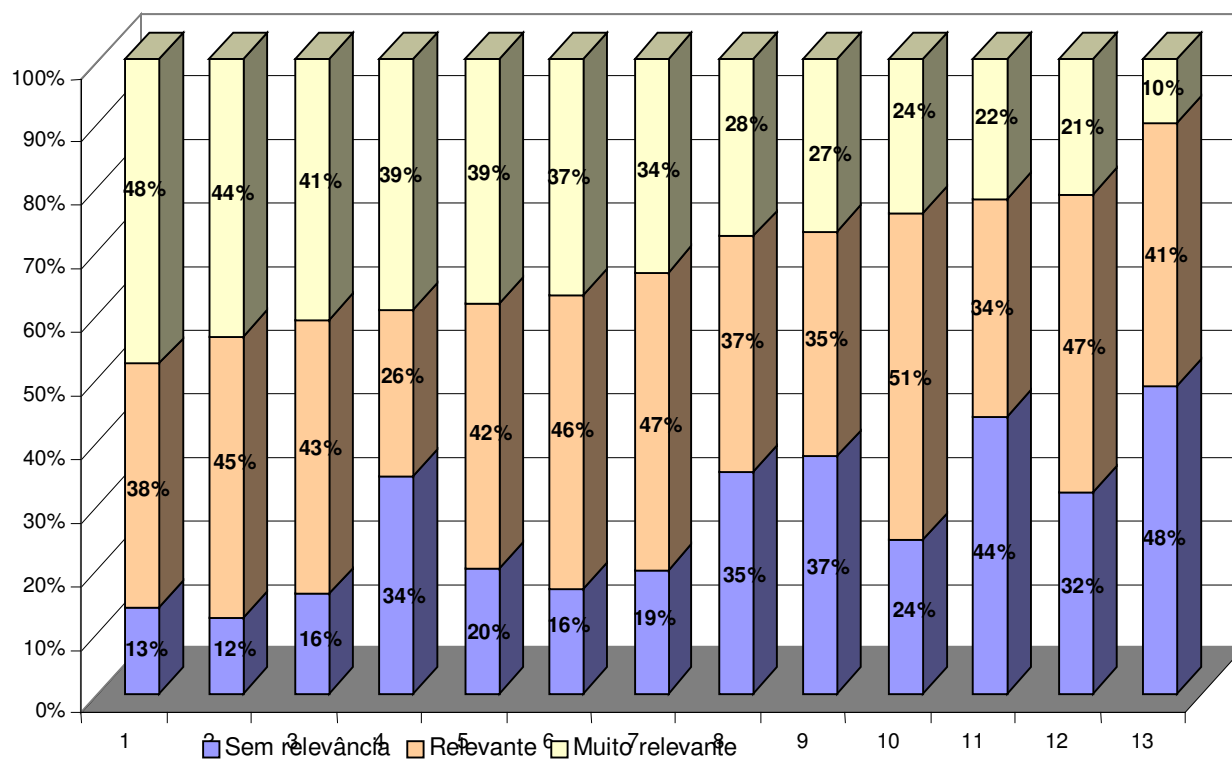
- | | |
|---------------------------|---|
| 1- ACC | 8- Áreas Alfandegadas, como EADIs |
| 2- Drawback | 9- Simplex |
| 3- ACE | 10- Exporte Fácil |
| 4- Desoneração IPI e ICMS | 11- BNDES-Exim |
| 5- Seguro de Crédito | 12- Crédito do BNDES para filiais no exterior |
| 6- Proex | 13- FGPC |
| 7- Restituição PIS/Cofins | |

Dificuldades associadas à exportação

As empresas pesquisadas classificaram, por graus de relevância, os quesitos que julgavam como dificuldades associadas à exportação.

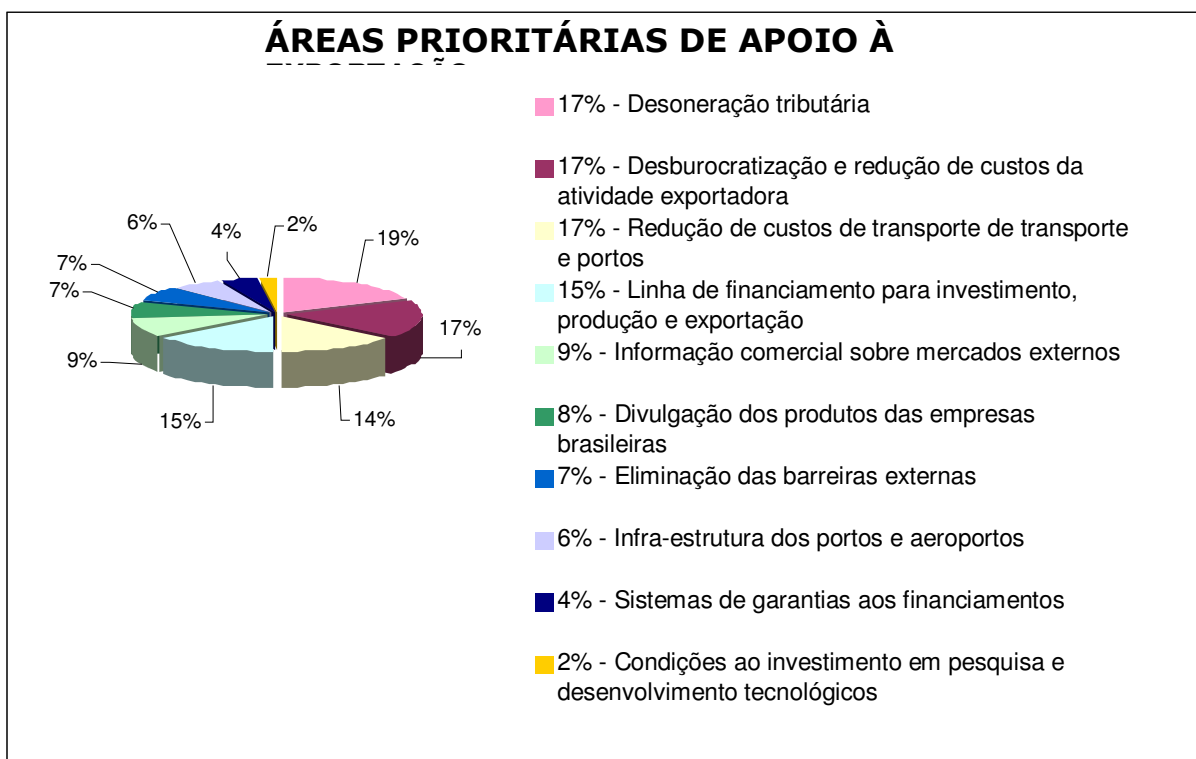
Pelo segundo ano consecutivo, os itens considerados mais relevantes foram: a necessidade de um preço mais competitivo no mercado externo e financiamento à exportação. O processo de exportação também é dificultado pela escassez de garantia e seguro de crédito, indicados com itens mais relevantes do que a necessidade de informações sobre o mercado importador e a promoção comercial no exterior.

As dificuldades encontradas para exportar estão diretamente relacionadas à ineficácia dos incentivos/programas oferecidos ao exportador brasileiro.



- 1- Ter preço mais competitivo
- 2- Obter garantia de crédito à exportação
- 3- Acessar um sistema de financiamento à exportação mais eficaz
- 4- Melhorar a capacidade de investimento
- 5- Obter informações sobre mercados importadores
- 6- Acessar um sistema de seguro de crédito mais eficaz
- 7- Realizar promoção comercial no exterior
- 8- Visitar clientes e distribuidores
- 9- Negociar com clientes
- 10- Aumentar a capacidade de produção
- 11- Adaptar os produtos
- 12- Adaptar os processos produtivos
- 13- Coordenar as rotinas e os procedimentos de exportação

Questionadas sobre o que o governo deve priorizar para que ocorra incremento das vendas externas, as empresas exportadoras apontaram como as maiores prioridades: a desoneração tributária, a desburocratização, a criação de novas linhas de financiamento para investimento, produção e exportação.



PERSPECTIVAS

Projeção para as exportações em 2003

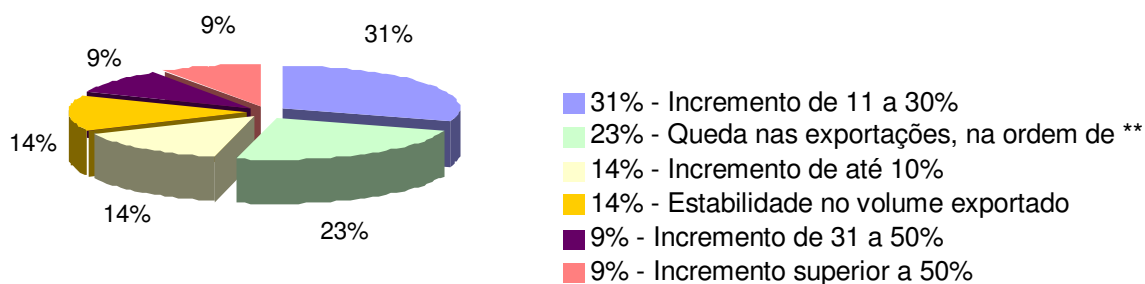
A maioria das empresas que participou da pesquisa projeta incremento de exportações em 2003. Somente 7% acredita que haverá redução no total exportado neste ano e 13% espera exportar o mesmo valor do ano passado.

Dos que projetam crescimento, 57% espera que as vendas externas cresçam até 30%.



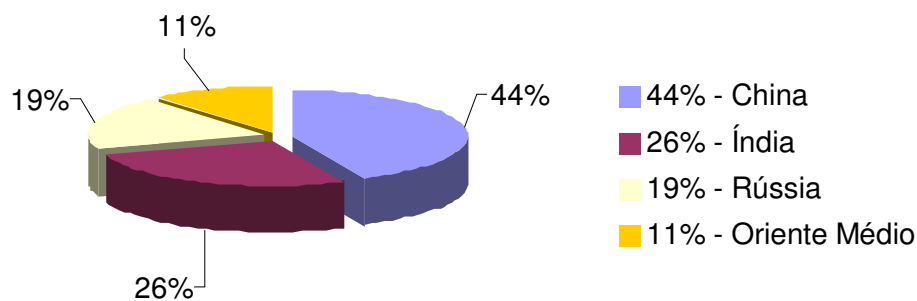
Em relação às empresas que exportam para a Argentina, a maioria (63%) projeta aumento de exportações neste ano em relação ao ano passado. Aproximadamente 45% julga que o incremento será de até 30%. Em relação à queda, 23% das empresas pesquisadas espera haver redução de suas exportações para a Argentina neste ano.

PREVISÃO DE INCREMENTO NAS VENDAS PARA COMPARADO A 2002



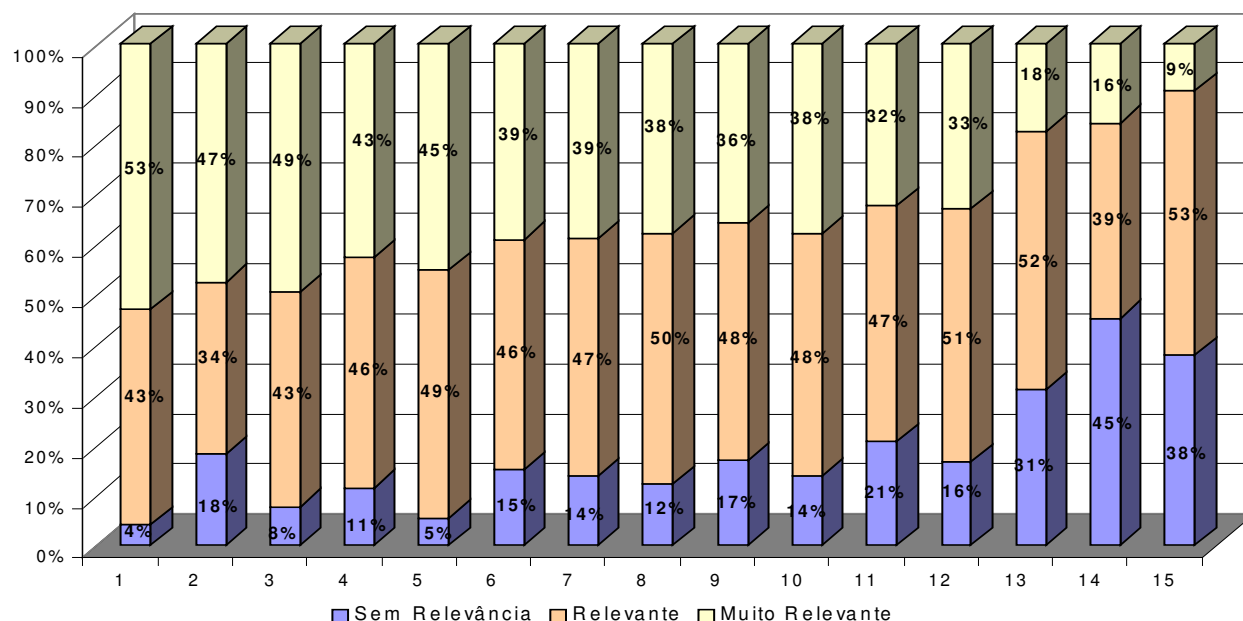
Solicitados a identificar os mercados em que a empresa está desenvolvendo trabalhos de prospecção/promoção, os participantes da pesquisa citaram como mais relevantes: a China, a Índia, a Rússia e o Oriente Médio.

PROSPECÇÃO MERCADOS NÃO TRADICIONAIS



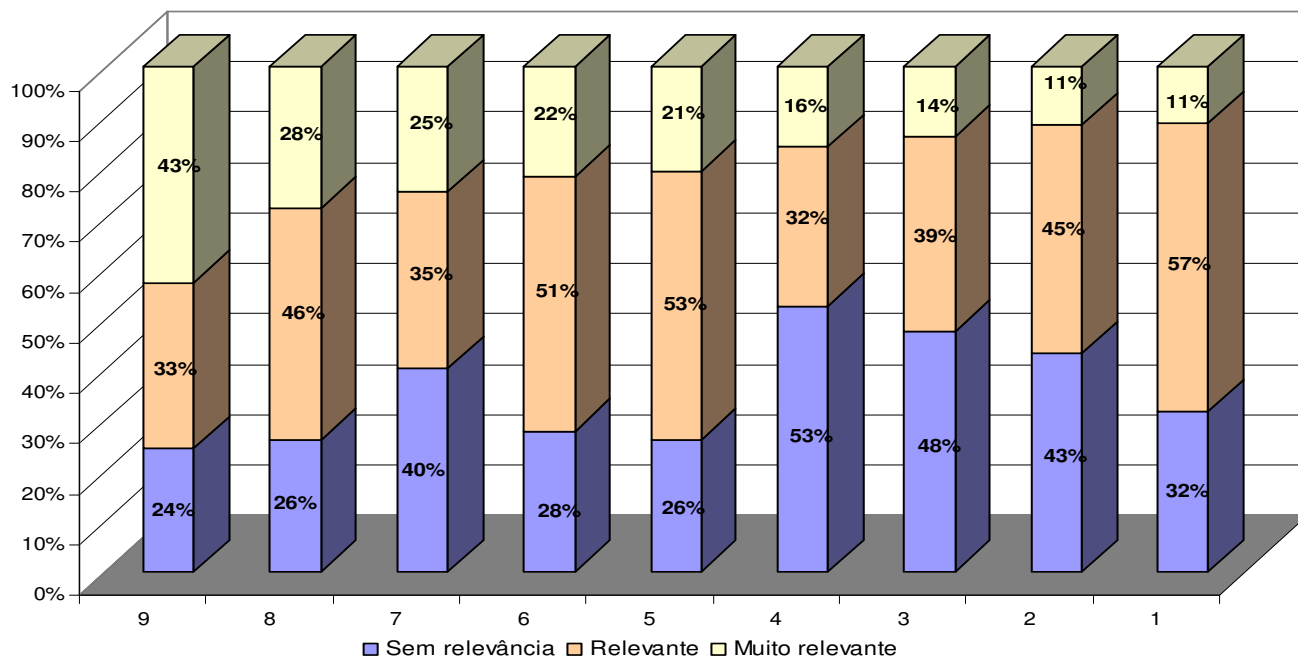
Principais obstáculos externos à expansão das exportações

As empresas pesquisadas identificaram obstáculos de caráter sistêmico considerados empecilhos ao exportador. Destes, o mais relevante foi a concorrência internacional, citada por 96% das empresas. A concorrência internacional também foi considerada o principal obstáculo às exportações no diagnóstico anterior. O segundo obstáculo à exportação mais citado foi a desvalorização cambial inferior à inflação, seguida da burocracia em órgãos governamentais, dos incentivos fiscais insuficientes e a recessão em outros países.



- 1- Custo do transporte internacional
- 2- Custo do transporte doméstico
- 3- Carência de escala de navegação
- 4- Taxas portuárias domésticas
- 5- Imagem do Brasil e dos produtos brasileiros no exterior
- 6- Recessão em outros países
- 7- Concorrência internacional
- 8- Incentivos fiscais oferecidos pelo governo brasileiro
- 9- Barreiras tarifárias e não tarifárias nos países importadores
- 10- Desvalorização cambial inferior à inflação
- 11- Tributos domésticos sobre as exportações
- 12- Restrições no Brasil à importação de insumos e bens de capital
- 13- Financiamentos às exportações de produtos brasileiros
- 14- Assistência pelo governo brasileiro na promoção comercial
- 15- Burocracia em órgãos governamentais no Brasil

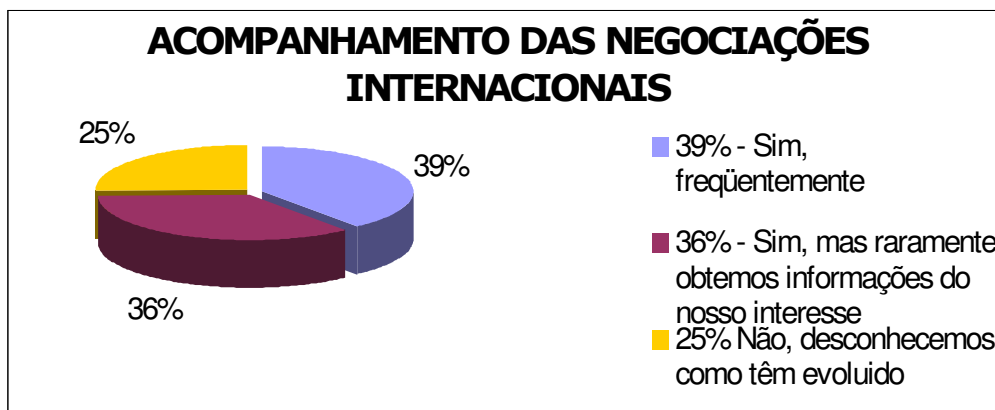
Os obstáculos internos às exportações mais citados foram a insuficiência de recursos para o marketing internacional, os preços não competitivos nos mercados externos e a insuficiência de recursos para financiar a produção.



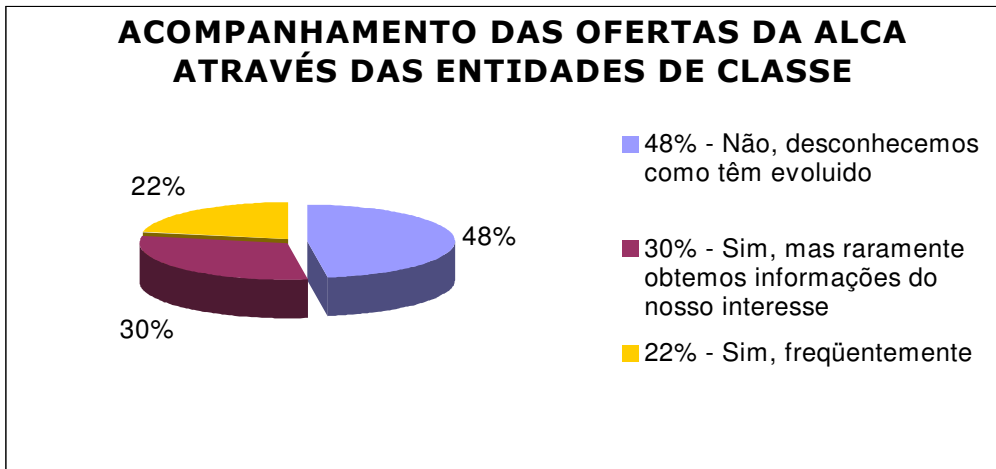
1. Capacidade instalada inadequada
2. Grau de risco elevado em vendas no exterior
3. Insuficiência de recursos para financiar a produção
4. Falta de garantia no fornecimento de matéria-prima
5. Insuficiência de informações sobre o mercado externo
6. Qualidade do produto inadequado aos padrões internacionais
7. Falta de pessoal interno especializado em exportação
8. Insuficiência de recursos alocados para o marketing internacional
9. Preços não competitivos no mercado externo

Negociações Internacionais

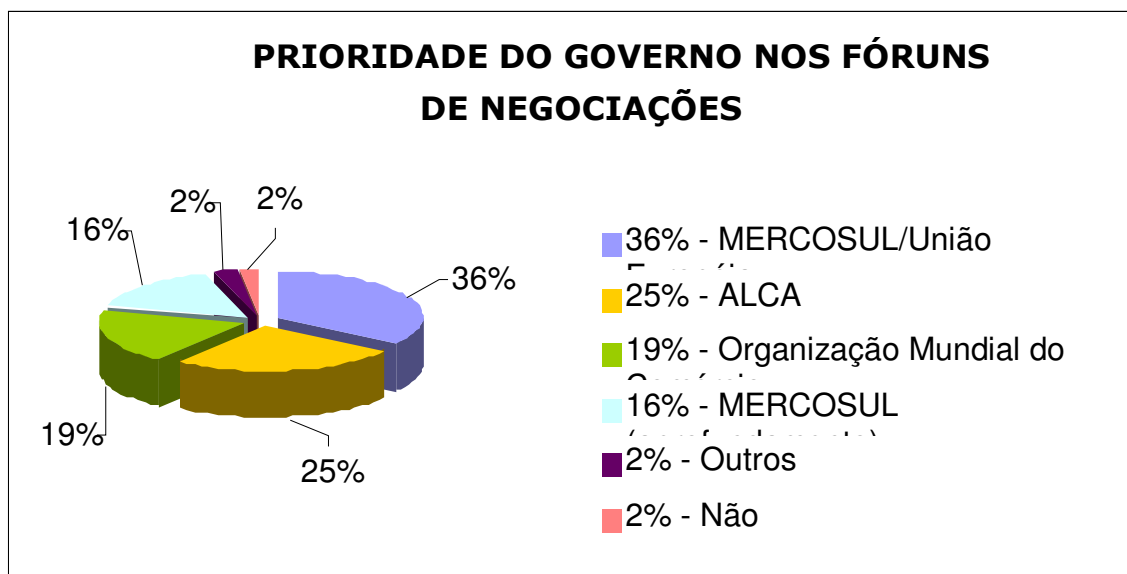
As empresas pesquisadas também responderam sobre o seu acompanhamento das negociações internacionais. A maioria das empresas que participaram da pesquisa afirma que acompanha as negociações internacionais brasileiras com outros países. Entretanto, como outros diagnósticos já apontaram, ainda é elevado o percentual de empresas (36%) que afirma que raramente obtêm informações de interesse da empresa. Este percentual, somado ao 25% das empresas que não acompanha as negociações internacionais, indica que ainda há um grande número de exportadores que não se beneficia e não participa das negociações internacionais em vigor, não tendo uma voz ativa em termos de delinear a postura negociadora brasileira.



Questionadas se têm analisado as listas de ofertas de produtos apresentados nos fóruns de negociação da ALCA e Mercosul/União Européia junto às entidades setoriais, quase metade das empresas (48%) respondeu que desconhece as listas de ofertas. Somente 22% conhece as listas e 30% afirma conhecer mas não possui informações de interesse da empresa.



As empresas pesquisadas indicaram que o fórum de negociação internacional que o governo brasileiro deve priorizar é a negociação entre o Mercosul e a União Européia, seguida da ALCA e das negociações no âmbito da Organização Mundial do Comércio.



SANTA CATARINA: AGENDA DE COMÉRCIO EXTERIOR 2003

No diagnóstico do setor exportador catarinense realizado em 2001 foram identificados pontos para uma agenda de comércio exterior em Santa Catarina.

A partir daquele diagnóstico a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina buscou dinamizar o processo de internacionalização da indústria catarinense, implementando práticas focadas no comércio exterior.

Foram realizadas.....

Estas iniciativas desenvolvidas pela FIESC, além das ações de outras entidades empresariais, vem contribuindo para que as empresas catarinenses aumentem sua participação no mercado externo.

Mas, como ficou claro diante dos resultados deste diagnóstico, sem mudanças em determinadas condições de caráter sistêmico, não alcançaremos a ruptura necessária ao atual modelo de desenvolvimento do setor exportador.

Obstáculos às exportações ainda são evidentes e impedem que o exportador catarinense, apesar de assíduo competidor no mercado internacional, tenha que enfrentar:

1. Linhas de financiamento caracterizadas pelas altas taxas de juros e pelos prazos reduzidos, impedindo que o exportador tenha

acesso a capital em condições comparáveis às existentes internacionalmente;

2. Sistema tributário que onera as exportações. A alta carga tributária que ainda incide sobre as empresas exportadoras contribui com o desvantajoso posicionamento competitivo brasileiro no exterior. Os preços dos produtos brasileiros chegam no mercado externo sem condições de vencer a concorrência internacional, que parte de estruturas fiscais mais vantajosas;
3. Burocracia de órgãos governamentais. Procedimentos não uniformes, dispersos em diversos órgãos, são característicos do processo exportador no Brasil, o que inibe o aumento do número de exportadores, contribuindo para que as exportações continuem concentradas em poucas e grandes empresas.

Sem a transposição destes entraves continuaremos a ter uma atuação tímida no cenário internacional. Com o advento das negociações internacionais no âmbito da União Européia e da Alca – Área de Livre Comércio das Américas, oportunidades e desafios surgirão. Temos, portanto, que adquirir capacidades para que possamos tirar proveito dessas oportunidades e vencemos os desafios, encontrando no mercado externo os parceiros e clientes que contribuam para o nosso desenvolvimento.

Está claro que uma situação macroeconômica confortável depende do aumento das exportações. Logo, urge a pergunta. Por que continuamos sem uma política de comércio exterior? Faz-se imprescindível que o governo federal crie uma política de comércio exterior eficaz, de amplo alcance, que não fique restrita somente ao grande exportador, mas que reconheça que o pequeno exportador é fundamental para o desenvolvimento da economia brasileira. Que a exportação seja

facilitada, tanto sob a ótica dos procedimentos administrativos quanto em relação às suas normas e controles. Que a reforma tributária reconheça a necessidade de desonerar o produto brasileiro no exterior, para que a competitividade do nosso produto não fique dependente de flutuações cambiais, e que o exportador tenha crédito. Estas e outras condições são apresentadas pelo setor que mostra a cara do Brasil lá fora e pede por mudança aqui dentro.

Não há como alterar os fins sem mexermos nos meios. Não há como aumentar significativamente as exportações enquanto continuarmos sujeitando a empresa exportadora a inúmeros obstáculos. O exportador já indicou o que se deve mudar, que a mudança inicie.

LISTAGEM DAS EMPRESAS PARTICIPANTES DA PESQUISA

Acifer Ltda.
Agroavícola Vêneto Ltda.
Acquablue Ind. Com. Conf.
Amanco Brasil S/A
Angelgres Revestimentos Cerâmicos
Api-Silvestre Apic. Com. Ltda.
Argenta Brás Ltda.
Arte Real Móveis Ltda.
Autobox Ind. Com. E Equip.
B&A Brasil Ltda.
Baher Equip. e Aut. Ltda.
Battistella Ind. Com. Ltda.
Baú Madeiras Agro-industrial Ltda.
Boehme Pan America Ind. Ltda.
Bretze Alimentos S/A
Buettner S/A Ind. Com.
Bunge Alimentos S/A
Busscar Ônibus S/A
Cativa Têxtil Ind. e Com. Ltda.
Christian Gray Ltda.
Cia Americas S/A
Cia. Hering
Condor S/A
Coop. Central Oeste Catarinense
Cotton Conditioners do Brasil
Curtume Viposa S/A Ind. e Com.
Dirley Modas Ind. Com. Calçados Ltda.
Douat Cia Têxtil
Dr. Kaiser do Brasil Ltda.
Dudalina S/A
Eduardo Vargas
Embraco S/A
Fábio Perini S/A Ind. Com. De Maq.
Fábrica de Máquinas Lampe Ltda.
Fase Ind. Com. Conf. Ltda.
FGM Produtos Odontológicos
Frame Madeiras Especiais Ltda.
Frezite-Ane do Brasil Ltda.
Frigorífico Riosulense S/A
Klabin S/A
Kratochvil & Cia. Ltda.
Imosest Ind. de Móveis e Estofados Ltda.

Ind. Artefama S/A
Ind. Carr. e Bem. de Mad. SF LTDA
Ind. Com. Mad. Humaita Ltda
Ind. Com. Móveis Matte Daniel Ltda.
Ind. de Mad. Guilherme Butzke Ltda.
Ind. de Mad. Tozzo S/A
Ind. de Móveis 3 Irmãos S/A
Ind. de Móveis Bela Aliança Ltda.
Ind. Mec. Somar S/A
Ind. Molduras Moldurarte
Industrial Madeireira S/A
INMES Industrial Ltda.
Intercontinental Ind. de Móveis
Intermold Ltda.
Invest do Brasil S/A
Irmãos Fischer S/A Ind. e Com.
Irmãos Zen S/A
Karsten S/A
Krieger Metal. Ind. e Com. Ltda.
Leves do Brasil
Logos Ind. Com. Confecções Ltda.
Machado & Schmoeller Ltda.
Madeiras Goede Ltda.
Madeireira Schmitt Ltda.
Maexa Madeiras Ltda.
Marisol S/A
Maximiliano Gaidzinski S/A Ind. de Azulejos Eliane
Mb Molduras do Brasil
Menegotti Ind. Met. Ltda.
Mereak Têxtil Ltda.
Metalúrgica Riosulense S/A
Metalúrgica Saraiva Ind. Com. S/A
Metalúrgica Trapp Ltda.
Mottabianchini Imp. E Exp. Ltda.
Móveis Behling Ltda.
Móveis Rudnick S/A
Multibrás Eletrodomésticos S/A
Na Ponta do Pé Confecções Ltda.
Nardelli Ind. Com. Int. Ltda.
Olsen Ind. de Equip. Odontomédicos Ltda.
Oxford S/A Ind. e Com.
Papinha Baby Ltda.
Penta Industrial
Phanda Artefatos de Madeira Ltda.
Pomagri Frutas Ltda.

Portobello S/A
Possamai Ind. Metalúrgica Ltda.
Produmex Móveis Ltda
Rigesa Celulose, Papel e Embalagens Ltda.
San Marcos Revestimentos Cerâmicos Ltda.
Santa Rita Ind. de Auto Peças Ltda.
Satake América Latina Ltda.
Seara Alimentos S/A
Sigma Ind. Exp. Ltda.
Sincol Ind.e Com. S/A
Sinlac Ind. Tintas Técnicas Ltda.
Sodabras Ltda.
Sofia Ind. e Exp. Ltda.
Sol Sports Ind.e Com. Ltda.
Somar S/A Ind. Mec.
Souza Cruz S/A
Teka - Tecelagem Kuehnrich S/A
Terranova Brasil Ltda.
Tomazia Roges Réus
Transformadores Indutec Ltda.
Triton Maq. Agric. Ltda.
Tupy Fundições Ltda.
WEG Industrias S/A
WCM Importação e Comércio Ltda.