

PROGRAMA PROREDES–BIRD - RS SWAp

TERMO DE REFERÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE CONSULTORIA
VISANDO À ELABORAÇÃO DE PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA APLs NO RS.

TOR 1

Agroindústria Familiar - Região Celeiro
Agroindústria Familiar - Região Missões
Agroindústria Familiar - Região Alto Uruguai
Alimentos Região Sul

OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO	2
ANTECEDENTES E CONTEXTO	2
JUSTIFICATIVA.....	3
ESCOPO DO TRABALHO.....	3
CONTRAPARTIDA DO APL.....	3
ATIVIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS.....	4
1. Plano de Trabalho	4
2. Diagnóstico Interno	4
3. Diagnóstico Externo.....	4
4. Seminário 1	5
5. Plano estratégico de Marketing	5
6. Entregáveis	6
7. Seminário 2.....	6
8. Relatório Consolidado	6
ATIVIDADES, PRODUTOS, PRAZOS E PORCENTAGENS DO VALOR DO CONTRATO.....	7
ESPECIFICAÇÃO DA EQUIPE CHAVE	7
PRAZO DE EXECUÇÃO	8
INSUMOS DISPONÍVEIS.....	8
FORMA DE APRESENTAÇÃO	8
DESPESAS DA CONSULTORIA	8
GESTÃO DA CONSULTORIA.....	8
BASE PARA APLICAÇÃO DOS DIAGNÓSTICOS	9
ANEXOS.....	10

OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

Contratação de consultoria especializada no desenvolvimento de estratégias coletivas de marketing com amplo conhecimento mercadológico de *clusters* em nível nacional e internacional, visando à elaboração de Plano Estratégico de Marketing para cada um dos seguintes Arranjos Produtivos Locais:

APL	Sede
Agroindústria Familiar - Região Celeiro	Tenente Portela
Agroindústria Familiar - Região Missões	Santo Ângelo
Agroindústria Familiar - Região Alto Uruguai	Frederico Westphalen
Alimentos Região Sul	Pelotas

Informações sobre os APLs: <http://www.agdi.rs.gov.br/?model=conteudo&menu=903>

ANTECEDENTES E CONTEXTO

O Programa de Apoio à Retomada do Desenvolvimento Econômico e Social do Rio Grande do Sul (PROREDES BIRD) tem como objetivo apoiar a retomada do desenvolvimento no Rio Grande do Sul por meio de execução de políticas públicas de modernização da gestão pública, incluindo a gestão ambiental, de desenvolvimento do setor privado, da inovação tecnológica, da qualificação do ensino público e da melhoria nos transportes, com manutenção e recuperação da malha rodoviária. Complementa ações a serem desenvolvidas com recursos do Tesouro do Estado e com financiamento do BNDES, buscando assim, ampliar os investimentos públicos e contribuir para o desenvolvimento sustentável do RS.

Entre os projetos apoiados pelo PROREDES BIRD na área de desenvolvimento do setor privado está o **Fortalecimento dos Arranjos Produtivos Locais (APLs)**, coordenado pela Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI). O APL é um espaço de cooperação econômica onde toda a comunidade participa na construção dos objetivos e rumos de desenvolvimento. O Projeto APLs visa fomentar a cooperação entre empresas, produtores, comunidades e instituições públicas e privadas, resultando em ganhos econômicos que aumentam a eficiência produtiva, a competitividade das empresas e a renda dos trabalhadores, refletindo conseqüentemente no desenvolvimento da sociedade local.

A AGDI, autarquia estadual vinculada à Secretaria do Desenvolvimento e Promoção do Investimento (SDPI), por sua vez, é o braço operacional do Sistema de Desenvolvimento Estadual para a promoção de investimentos e execução de programas e projetos para o desenvolvimento da matriz produtiva gaúcha, com as funções precípuas de apoiar a implantação de políticas públicas de desenvolvimento e de atuar como estrutura formuladora e executora de projetos para o desenvolvimento socioeconômico do Estado, em consonância com a SDPI. Dentre os Subprojetos para Fortalecimento dos Arranjos Produtivos Locais cita-se o de Estratégias de Marketing, objeto deste Termo de Referência.

JUSTIFICATIVA

Ao longo dos últimos 16 anos, o PIB gaúcho apresentou um crescimento abaixo da média brasileira: enquanto no período 1995-2010 a taxa média anual de crescimento da economia gaúcha esteve em aproximadamente 2,5%, a brasileira cresceu 3,0%. (Fonte: FEE, Resumo Estatístico RS — 2011). Em parte, este desempenho foi resultado da situação fiscal do Estado, que reduziu sua capacidade de investimento em infraestrutura, e de fatores conjunturais - estiagem e a crise global de 2008, que afetaram o setor privado.

Mesmo indicadores positivos, como um crescimento de 170% entre 2002 e 2012 nas exportações gaúchas, não retratam um desempenho positivo da economia. Conforme as estatísticas apresentadas nas tabelas do anexo, observa-se que a dinâmica das exportações está baseada em *commodities*¹, indicando exportação de produtos com menor valor agregado. Se o Estado seguir esta tendência nos próximos anos consolidará posição no setor primário, enviando ao exterior apenas matéria-prima e insumos. Existe aí uma grande oportunidade para capacitar os setores produtivos locais, gerando emprego de qualidade, renda, tecnologia e competitividade. Esta fragilidade econômica representa um desafio para o Estado e, para combatê-la, faz-se necessário fomentar as atividades comerciais em nível dos Arranjos Produtivos Locais.

Arranjos produtivos locais em todo o mundo competem por investimentos, mercados para exportação, talentos, turistas, recursos, atenção política e espaço na mídia. Dado que a AGDI não dispõe de conhecimento aprofundado sobre APLs em outras regiões nem sobre mercados potenciais fora do RS, pretende contratar consultoria especializada para elaborar 4 planos estratégicos de marketing, visando assim entregar às empresas/produtores gaúchos ferramentas de apoio para analisar o posicionamento do arranjo, atingir mercados inexplorados, desenvolver novos produtos, canais de comercialização e atividades correlatas.

ESCOPO DO TRABALHO

Elaboração de 4 planos estratégicos de marketing. A consultoria se dará em cada APL listado no “Objetivo da contratação”, sendo fundamental que a governança promova a conscientização e mobilização dos atores de cada arranjo para a adoção das ações propostas. O trabalho será desenvolvido em paralelo nos APLs, de forma a não alongar o tempo para finalização de cada etapa e para que seja possível a troca de experiências, discussões e comparações acerca do conhecimento gerado nos setores distintos.

CONTRAPARTIDA DO APL

A governança deverá entregar, até a data de validação do diagnóstico interno, cadastro de todas as empresas integrantes do APL contendo, no mínimo: razão social, CNPJ, endereço, telefone, email, contato e linha de produtos fabricados.

¹ Tabela nos anexos

ATIVIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS

1. Plano de Trabalho

A tarefa inicial da consultoria será a elaboração de um Plano de Trabalho, o qual deverá incluir, dentre outros,

- (i) Descrição da abordagem teórica para elaboração dos diagnósticos e do plano de marketing;
- (ii) Modelo dos questionários a serem aplicados ao gestor, integrantes da governança e unidades produtivas locais;
- (iii) Organização dos seminários;
- (iv) Fontes que serão empregadas para obtenção de dados secundários, e
- (v) Apresentação do cronograma detalhado das atividades para cada um dos APLs .

O Plano de Trabalho será então apresentado e validado em reunião com a equipe técnica da AGDI, na sede da agência.

As etapas 2 a 7 a seguir detalhadas aplicam-se para cada APL, individualmente.

2. Diagnóstico Interno

Elaborar diagnóstico para:

- (i) Identificar os tipos de produto que o arranjo fabrica, nível tecnológico, mercados e canais de comercialização atuais;
- (ii) Mapear atividades econômicas existentes na região e que possuam potencial de interação com empresas do arranjo;
- (iii) Mapear como a governança e as empresas do APL conduzem ações coletivas de marketing.
- (iv) Definir a identidade coletiva do APL.

O diagnóstico interno se dará através de entrevista aprofundada com o gestor do APL, entrevista com componentes da governança² e visitas técnicas a um número mínimo de empresas apontadas pela governança do Arranjo e AGDI.

A contratada entregará à AGDI o conteúdo completo das informações coletadas, como questionários preenchidos e visitas técnicas realizadas, além do diagnóstico desta etapa na forma de um dos capítulos do relatório final. O diagnóstico deverá ser apresentado e validado em reunião com a equipe técnica da AGDI e do gestor do APL, na sede da AGDI.

3. Diagnóstico Externo

Elaborar diagnóstico, que deverá apresentar uma visão de mercado nacional e global em termos de produto, preço, distribuição/comercialização, nível de concorrência, volume de vendas, segmentos potenciais de produtos e de mercados em que o arranjo não atue, mas que possui potencial para tanto. O diagnóstico externo deverá apresentar:

- (i) Levantamento de dados secundários do setor a partir de conhecimento prévio de arranjos semelhantes em outras regiões do Brasil e no exterior;

² Associações, Universidades, Centros Tecnológicos, Instituições de Ensino Profissionalizante.

- (ii) Visita técnica a um APL referência do setor em nível nacional;
- (iii) Entrevistas com clientes visando conhecer como o APL é visto hoje em dia. Complementarmente, propõe-se a técnica do "comprador oculto", i.e. experimentar os produtos do APL como um cliente;
- (iv) Informação sobre como APLs semelhantes desenvolvem ações de marketing coletivo (se possuem site próprio, marca ou selo coletivo, feiras que expõem em conjunto, se realizam missões empresariais, entre outras ações);
- (v) A fim de complementar as informações obtidas, e com o objetivo de divulgar aos APLs gaúchos o nível em que se encontram clusters semelhantes no exterior, a consultoria deverá preparar e arcar com os custos de missão técnica para 2 representantes do APL a um cluster no exterior que seja referência no setor, com duração mínima de uma semana. A viagem deve incluir um integrante da consultoria, que irá organizar a missão técnica, agendar e acompanhar nas visitas, prevendo também a necessidade de comunicação/atuação como intérprete para os dois representantes do APL. Os gastos que a contratada assume são: passagens aéreas e taxas de embarque a partir de Porto Alegre, deslocamentos no exterior e hospedagem. A contrapartida do APL é a alimentação para seus dois representantes, bem como demais despesas pessoais.

A contratada entregará à AGDI o conteúdo completo das informações coletadas, como questionários preenchidos e visitas técnicas realizadas, além do diagnóstico desta etapa na forma de um dos capítulos do relatório final. O diagnóstico deverá ser apresentado e validado em reunião com a equipe técnica da AGDI e da governança, na sede do APL.

4. Seminário 1

Realização de seminário para aproximadamente 100 pessoas com duração de 4h, em lugar cedido pelo APL. Devem necessariamente participar como apresentadores no seminário os consultores que visitaram o APL referência no Brasil, entrevistaram clientes do APL e também que acompanharam a missão técnica internacional. Os objetivos do seminário são:

- (i) Apresentar os diagnósticos interno e externo;
- (ii) Disseminar as informações coletadas;
- (iii) Trocar percepções de mercado;
- (iv) Definir coletivamente o posicionamento estratégico e a visão de futuro para o APL;
- (v) Discutir com os participantes a pertinência do APL possuir um selo próprio;
- (vi) Levantar sugestões para a elaboração do plano de marketing.

A governança irá disponibilizar os recursos físicos, e a consultoria um resumo dos diagnósticos interno e externo na forma de apresentação. Após o evento deverá ser encaminhado relatório, em formato de capítulo do documento final, contendo fotos, lista de presença, resumo das manifestações durante o seminário e avaliação dos participantes.

5. Plano estratégico de Marketing

Elaboração do plano estratégico de marketing para o APL, o qual deverá, no mínimo, ser composto pelos seguintes subcapítulos:

- (i) Mapeamento da situação atual do marketing em nível individual e coletivo entre as empresas do APL;
- (ii) Definição de mercados-alvo para curto, médio e longo-prazo a partir das competências atuais e futuras do APL;
- (iii) Estratégias de comercialização para segmentos atuais de produtos em cada mercado-alvo;
- (iv) Expansão nos mercados-alvo através do lançamento de novos produtos, novos serviços e novos canais de comercialização;
- (v) Desenvolvimento de produtos para outros setores a partir do mapeamento das competências existentes no arranjo;
- (vi) Estimativa de gastos com as ações propostas e levantamento prévio do impacto financeiro, em termos de aumento do faturamento para as empresas do APL, a partir da implantação das ações propostas.

6. Entregáveis

As seguintes peças publicitárias deverão ser desenvolvidas em 3 idiomas: Português, Inglês e Espanhol e validadas com a equipe técnica da AGDI e da governança do APL antes da impressão.

- (i) Folder institucional (textos e *layout*);
- (ii) Folder eletrônico para ser adicionado, na forma de um *link*, ao site que o APL já possui;
- (iii) Adesivo identificador de empresa participante do APL;
- (iv) Cartão de visitas (arte com o selo do APL e espaço para marca da empresa),
- (v) Produção gráfica a ser entregue por APL (folder e adesivo identificador, respectivamente):
 - 1.800 unidades de folder institucional (papel *couché* 230 gramas, A3, com seleção de cores)
 - 200 unidades de adesivo colorido *couché* - tamanho A4.
- (vi) Produção de DVD institucional do APL em português, com versões legendadas ou traduzidas em inglês e espanhol. O vídeo deve ser compatível para reprodução na internet, com pelo menos 3 minutos e reprodução livre. Serviço de roteiro, filmagem, edição e finalização incluídos.
 - 10 cópias com estojo.Publicação do plano estratégico de marketing (somente no idioma português) em meio impresso (200 cópias) e meio magnético em CD (200 cópias).

7. Seminário 2

Realização de seminário para aproximadamente 100 pessoas com duração de 4h, em lugar cedido pelo APL. O objetivo é mobilizar as empresas para implantar as ações propostas. A governança irá disponibilizar os recursos físicos, e a consultoria um resumo dos diagnósticos interno e externo na forma de apresentação. Após o evento deverá ser encaminhado relatório, em formato de capítulo do documento final, contendo fotos, lista de presença, resumo das manifestações e avaliação dos participantes.

8. Relatório Consolidado

Elaboração de relatório consolidado na forma de 4 relatórios finais (1 por APL) contendo os diagnósticos interno e externo, relatório do seminário 1, plano de marketing e relatório do seminário 2.

ATIVIDADES, PRODUTOS, PRAZOS E PORCENTAGENS DO VALOR DO CONTRATO

Os seguintes produtos são esperados da consultoria, considerando que cada etapa necessita ser validada antes que se inicie a seguinte.

ATIVIDADE	PRODUTOS	PRAZO	% a ser pago após conclusão da etapa
1. Elaboração do plano de trabalho	1 Plano de trabalho validado pela AGDI.	Até 15 dias após assinatura	10
2. Elaboração do diagnóstico interno	4 Diagnósticos Internos validados pela AGDI e pelos gestores de cada APL.	Até 30 dias após conclusão da etapa anterior	20
3. Elaboração do diagnóstico externo	4 Diagnósticos externos validados pela AGDI e pela governança de cada APL.	Até 60 dias após conclusão da etapa anterior	20
4. Realização de seminário sobre diagnósticos Interno e externo	4 Seminários realizados.	Até 15 dias após conclusão da etapa anterior	10
5. Plano estratégico de marketing	4 Planos de Marketing validados pela AGDI e pela governança de cada APL.	Até 60 dias após conclusão da etapa anterior	20
6. Entregáveis	Criação e impressão de peças publicitárias		
7. Realização de seminário sobre o plano de marketing	4 Seminários realizados.	Até 15 dias após conclusão da etapa anterior	10
8. Elaboração do Relatório consolidado	1 relatório consolidado dos 4 relatórios finais validado pela AGDI.	Até 15 dias após conclusão da etapa anterior	10

As logomarcas da AGDI e da SDPI deverão ser utilizadas em todo e qualquer material oriundo deste projeto, seja ele material impresso ou virtual, desde que respeitando as proporções de uso, as recomendações de cores e as orientações de convivência com os demais elementos gráficos previstas no Manual de Identidade Visual (MIV) da logomarca do governo do Estado do Rio Grande do Sul.

ESPECIFICAÇÃO DA EQUIPE CHAVE

A empresa de consultoria deverá prestar todos os serviços objeto deste termo de referência por profissionais que possuam a qualificação a seguir:

Área de atuação	Formação profissional	Conhecimentos exigidos	Experiência mínima (anos)
1 Coordenador geral	Profissional com formação superior nas áreas de administração de empresas ou engenharia ou economia, e com especialização em Marketing	Gerenciamento de projetos, conhecimento aprofundado dos mercados em nível nacional e internacional,	10
		Experiência com ações de marketing para APLs, consórcios ou redes de cooperação	5

Por APL

2 consultores por APL: total de 8 consultores	Administrador, economista, engenheiro ou tecnólogo superior.	Experiência com pesquisa de campo e trabalhos nos setores referidos no objeto.	5
---	--	--	---

PRAZO DE EXECUÇÃO

A duração do contrato será de sete (7) meses.

INSUMOS DISPONÍVEIS

Serão disponibilizados para a empresa consultora os seguintes documentos:

- Documentos do projeto aprovado pelo BIRD
- Política Industrial do RS;
- Legislação do RS sobre fortalecimento das cadeias produtivas locais;
- Manual de Identidade Visual - MIV

FORMA DE APRESENTAÇÃO

Os documentos formais deverão ser entregues ao contratante em duas (02) vias impressas e encadernadas e duas (02) vias em formato digital por APL. Todos os documentos gerados deverão ser redigidos em português do Brasil.

DESPESAS DA CONSULTORIA

Todas as despesas da consultoria serão de inteira responsabilidade da contratada.

GESTÃO DA CONSULTORIA

As atividades da empresa consultora que requeiram a presença de servidores ou a consulta a documentos que não sejam passíveis de cópia ou de retirada física das dependências da AGDI, deverão ser realizadas na sede ou local definido pelo representante da AGDI, em Porto Alegre, em horário comercial e em idioma nacional.

Uma vez recebidos, os produtos serão submetidos à análise da equipe técnica da AGDI para aprovação ou críticas, sendo o prazo de análise de até 7 (sete) dias úteis. Produtos devolvidos com críticas, uma vez revisados e novamente submetidos, estarão sujeitos à análise e novo prazo de até 7 (sete) dias úteis.

BASE PARA APLICAÇÃO DOS DIAGNÓSTICOS

APL	Nº MUNICIPIOS	MUNICIPIOS	UNIVERSO
APL AGROINDÚSTRIA FAMILIAR REGIÃO CELEIRO	21	BARRA DO GUARITA; BOM PROGRESSO; BRAGA; CAMPO NOVO; CHIAPETTA; CORONEL BICACO; CRISSIUMAL; DERRUBADAS; ESPERANÇA DO SUL; HUMAITÁ; INHACORÁ; MIRAGUAÍ; REDENTORA; SANTO AUGUSTO; SÃO MARTINHO; SÃO VALÉRIO DO SUL; SEDE NOVA; TENENTE PORTELA; TIRADENTES DO SUL; TRÊS PASSOS; VISTA GAÚCHA	152
APL AGROINDÚSTRIA FAMILIAR REGIÃO MISSÕES	25	BOSSOROCA, CAIBATÉ, CERRO LARGO, DEZESSEIS DE NOVEMBRO, ENTRE-IJUÍ, EUGÊNIO DE CASTRO, GARRUCHOS, GIRUÁ, GUARANI DAS MISSÕES, MATO QUEIMADO, PIRAPÓ, PORTO XAVIER, ROLADOR, ROQUE GONZALES, SALVADOR DAS MISSÕES, SANTO ÂNGELO, SANTO ANTÔNIO DAS MISSÕES, SÃO LUIZ GONZAGA, SÃO MIGUEL DAS MISSÕES, SÃO NICOLAU, SÃO PAULO DAS MISSÕES, SÃO PEDRO DO BUTIÁ, SETE DE SETEMBRO, UBIRETAMA, VITÓRIA DAS MISSÕES.	1.100
APL AGROINDÚSTRIA FAMILIAR REGIÃO ALTO URUGUAI	22	ALPESTRE, AMETISTA DO SUL, CAIÇARA, CRISTAL DO SUL, DOIS IRMÃOS DAS MISSÕES, ERVAL SECO, FREDERICO WESTPHALEN, GRAMADO DOS LOUREIROS, IRAÍ, NONOAI, NOVO TIRADENTES, PALMITINHO, PINHAL, PINHEIRINHO DO VALE, PLANALTO, RIO DOS ÍNDIOS, RODEIO BONITO, SEBERI, TAQUARUÇU DO SUL, TRINDADE DO SUL, VICENTE DUTRA E VISTA ALEGRE.	100
ALIMENTOS SUL	22	AMARAL FERRADOR, ARROIO DO PADRE, ARROIO GRANDE, CANGUÇU, CAPÃO DO LEÃO, CERRITO, CHUIÍ, HERVAL, JAGUARÃO, MORRO REDONDO, PEDRAS ALTAS, PEDRO OSÓRIO, PELOTAS, PINHEIRO MACHADO, PIRATINI, RIO GRANDE, SANTA VITÓRIA DO PALMAR, SANTANA DA BOA VISTA, SÃO JOSÉ DO NORTE, SÃO LOURENÇO DO SUL, TAVARES E TURUÇU.	13 IND. CONSERVAS + 48 COOP. AGROIND. FAMILIARES E ASSOCIADOS

SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR
EXPORTAÇÃO NCM BRASILEIRA

UF: 45 - RIO GRANDE DO SUL
Primeiro detalhamento: NCM 8 dígitos
Período: Janeiro a Dezembro de 2002

Total do Estado: 6.383.693,246

Código SH8	Descrição do SH8	US\$ de P1		
1	Outros calçados de couro natural	812.656.344	12,7%	12,7%
2	Fumo n/manuf total/parc. destal.fls.secas, etc.virg	671.356.365	10,5%	10,5%
3	Outros grãos de soja, mesmo triturados	347.482.679	5,4%	5,4%
4	Outros resíduos sólidos, da extração (327.457.498	5,1%	5,1%
5	Outros calçados de couro natural, cobrindo o tor	208.296.167	3,3%	3,3%
6	Óleo de soja, em bruto, mesmo degomado	204.673.972	3,2%	3,2%
7	Pedaços e miudezas, comestíveis de galos/gallin	189.066.671	3,0%	3,0%
8	Outros motores diesel/semidiesel, p/veic. do cap.	165.544.303	2,6%	2,6%
9	Carnes de galos/galinhas, n/cortadas em pedaço	151.364.228	2,4%	2,4%
10	Fumo n/manuf total/parc. destal.fls.secas, tipo "t	132.636.188	2,1%	2,1%
11	Carroçarias p/veic. automov/transp>=10pessoas c	111.604.252	1,7%	1,7%
12	Outros polítenos s/carga, densidade<0,94, em form	92.858.894	1,5%	1,5%
13	Outros trafores	89.944.209	1,4%	1,4%
14	Pasta quim. madeira de n/confit a sodal/sulfato, se	82.882.290	1,3%	1,3%
15	Consumo de bordo - combustíveis e lubrificantes	77.880.200	1,2%	1,2%
16	Outras carnes de suíno, congeladas	62.069.722	1,0%	1,0%
17	Outras partes e acess. p/trafores e veiculos autor	57.632.447	0,9%	0,9%
18	Outros couros/peles bovinos, secos, pena flor	55.936.713	0,9%	0,9%
19	Outs. couros/peles, int. bovinos, prepar. etc.	54.274.465	0,9%	0,9%
20	Veiculos automoveis p/traosp>=10 pessoas, c/m	50.288.944	0,8%	0,8%
21	Outras obras de couro natural ou reconstituído	48.292.463	0,8%	0,8%
22	Outs. couros bovinos, incl. bufalos, divd. unid. pen:	48.249.801	0,8%	0,8%
23	Polietileno sem carga, densidade<0,94, em form:	48.147.022	0,8%	0,8%
24	Móveis de madeira para quartos de dormir	47.992.411	0,8%	0,8%
25	Outros móveis de madeira	47.546.000	0,7%	0,7%
26	Outros calçados de borracha ou plástico	45.117.826	0,7%	0,7%
27	Benzemo	43.763.695	0,7%	0,7%
28	Outs. couros/peles, bovinos, preparados	41.250.043	0,6%	0,6%
29	Madeira de coníferas, serrada/cortada em fls. etc.	40.008.130	0,6%	0,6%
30			68,2%	25,6%

SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR
EXPORTAÇÃO NCM BRASILEIRA

UF: 45 - RIO GRANDE DO SUL
Primeiro detalhamento: NCM 8 dígitos
Período: Janeiro a Dezembro de 2012

Total do Estado: 17.385.724,401

Código SH8	Descrição do SH8	US\$ de P1		
1	Soja, mesmo triturada, exceto para sementeadura	1.974.091.068	11,4%	11,4%
2	Fumo n/manuf total/parc. destal.fls.secas, etc.virg	1.744.484.426	10,0%	10,0%
3	Bagacos e outros resíduos sólidos, da extração (1.152.751.948	6,6%	6,6%
4	Carnes de galos/galinhas, n/cortadas em pedaço	665.652.004	3,8%	3,8%
5	Pedaços e miudezas, comestíveis de galos/gallin	582.842.527	3,4%	3,4%
6	Óleo de soja, em bruto, mesmo degomado	447.081.185	2,6%	2,6%
7	Out. trigo e misturas de trigo c/centeio, ex.c.p./si	425.442.349	2,4%	2,4%
8	Outras carnes de suíno, congeladas	334.321.280	1,9%	1,9%
9	Outros trafores	313.184.319	1,8%	1,8%
10	Fumo n/manuf total/parc. destal.fls.secas, tipo "t	308.980.147	1,8%	1,8%
11	Polietileno linear, densidade<0,94, em forma p/rr	249.429.634	1,4%	1,4%
12	Outros polítenos s/carga, d=>=0,94, em formas	247.833.191	1,4%	1,4%
13	Outras partes e acess. p/trafores e veiculos autor	210.007.498	1,2%	1,2%
14	Polietileno sem carga, densidade<0,94, em form:	209.419.644	1,2%	1,2%
15	Carroçarias p/veic. automov/transp>=10pessoas c	189.811.051	1,1%	1,1%
16	Outs. calçads. sol. ext. borr./plást. couro/nat.	187.782.599	1,1%	1,1%
17	Arroz sembranqueado, etc. parboliz.ado, polido o	187.453.847	1,1%	1,1%
18	Consumo de bordo - combustíveis e lubrificantes	180.676.867	1,0%	1,0%
19	Outs. éteres acídicos e seus derivados halogenat	179.509.344	1,0%	1,0%
20	Automoveis c/motor exp.losão, 1000<cm3<=1500	170.059.042	1,0%	1,0%
21	Veiculos automoveis p/traosp>=10 pessoas, c/m	145.815.534	0,8%	0,8%
22	Preparações alimenticias e conservas, de bovino:	144.760.617	0,8%	0,8%
23	Pasta quim. madeira de n/confit a sodal/sulfato, se	138.791.880	0,8%	0,8%
24	Arroz sembranqueado, etc.n/parboliz.ado, polido	136.581.438	0,8%	0,8%
25	Polipropileno sem carga, em forma primária	135.373.094	0,8%	0,8%
26	Buta-1, 3-dieno não saturado	133.451.064	0,8%	0,8%
27	Outros rebocues e semi-rebocues p/traosp. de mi	132.441.907	0,8%	0,8%
28	Outras espingardas/carabinas para caçatiro-avo-e	129.449.188	0,7%	0,7%
29	Outs. couros/peles, int. bovinos, prepar. etc.	121.413.956	0,7%	0,7%
30	Celofinas-debulhadoras	119.569.859	0,7%	0,7%
			65,0%	9,2%