

FLÁVIA MONTANDON FAGUNDES PINTO

**O CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO COMO UM INSTRUMENTO PARA O
CRESCIMENTO DAS EXPORTAÇÕES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO
DISTRITO FERERAL**

O CASO BRAINS

Monografia apresentada como requisito parcial
Para a conclusão do curso de bacharelado em
Relações Internacionais do Centro
Universitário de Brasília – UNICEUB.

Orientador: Prof. Alaor Sílvio Cardoso

BRASÍLIA

2003

FLÁVIA MONTANDON FAGUNDES PINTO

**O CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO COMO UM INSTRUMENTO PARA O
CRESCIMENTO DAS EXPORTAÇÕES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO
DISTRITO FERERAL**

O CASO BRAINS

Banca Examinadora:

Prof. Alaor Sílvio Cardoso
(Orientador)

Prof. Cláudio Ferreira
(Membro)

Profa. Emma Carla Navarro
(Membro)

BRASÍLIA

2003

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, Márcia e Luis Antônio, ao meu irmão Rodrigo e aos meus familiares e amigos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, a Profa. Emma Carla Navarro que, no início, foi minha orientadora e por participar da banca examinadora, ao Prof. Cláudio Ferreira, por participar da banca examinadora, ao Prof. Alaor Cardoso que me orientou e deu instruções importantes para a conclusão deste trabalho, como também a todos os professores e amigos.

SIGLAS E ABREVIATURAS

PMEs – Pequenas e micro empresas

S/A – Sociedades Anônimas

SPE – Sociedade de Propósito Específico

CAMEX – Câmara de Comércio Exterior

SECEX – Secretaria de Comércio Exterior

DECEX – Departamento de Operações de Comércio Exterior

DEINT – Departamento de Negociações Internacionais

DECOM – Departamento de Defesa Comercial

DEPLA – Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior

PGNI-MPE – Programa de Geração de Negócios Internacionais para Micro e Pequenas Empresas

PROEX – Programa de Financiamento as Exportações

PAE – Programa de Apoio as Exportações

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

APEX – Agência de Promoção de Exportações

MRE – Ministério das Relações Exteriores

ABIT – Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção

ABIMAQ – Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CIN – Centro Internacional de Negócios

PROSOFT – Programa de Apoio ao Setor de Software

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

MCT – Ministério da Ciência e Tecnologia

FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos

CNPQ – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

TECSOFT – Centro de Tecnologia de Software de Brasília

SOFTEX – Sociedade para Promoção de Excelência do Software Brasileiro

SUMÁRIO

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....	iv
RESUMO.....	v
ABSTRACT.....	vi
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Justificativa.....	2
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo Geral.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos.....	3
1.3 Hipótese.....	3
1.4 Metodologia.....	4
2. SURGIMENTO DO CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO NA ITÁLIA.....	4
2.1 Consórcio de Exportação Italiano.....	5
3. ASPECTOS GERAIS SOBRE CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO.....	6
3.1 Tipos de Consórcios Existentes.....	9
3.2 Papel do Promotor no Consórcio.....	10
3.3 Vantagens de se desenvolver um consórcio.....	11
3.4 Atividades usualmente desenvolvidas pelo Consórcio.....	12
3.5 O Consórcio e a Lei das Sociedades Anônimas.....	12
4. INSTITUIÇÕES DE APOIO.....	16
4.1 CAMEX.....	16
4.2 SECEX.....	18
4.3 Banco do Brasil.....	21
4.3.1 PGNI-MPE.....	22
4.3.2 PAE.....	24
4.4 APEX.....	24
4.5 CIN.....	26
4.6 PROSOFT.....	27
5. CONSÓRCIO BRAINS.....	28
5.1 Empresas Associadas.....	33

5.2 TECSOFT.....	41
5.2.1 Objetivos da TECSOFT.....	42
5.3 SOFTEX.....	45
6. CONCLUSÃO.....	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49

RESUMO

A partir de 1999, devido à desvalorização cambial e a estabilização da inflação, a exportação tornou-se muito rentável para o Brasil. Entretanto, as empresas brasileiras não possuíam informações suficientes com relação aos dados de comércio exterior, dificultando o ingresso no mercado internacional.

Levando em consideração, a necessidade da formação de uma infra-estrutura voltada para o mercado externo e a inexperiência das empresas brasileiras em relação a este mercado, o consórcio de exportação, entre outras formas de associativismo, passou a ser visto como um instrumento para solucionar estas dificuldades. Além disso, o consórcio possibilita a exportação de micros e pequenas empresas com custos reduzidos comparando com os gastos no caso de empresas que exportam individualmente.

Neste trabalho, será analisado o consórcio de exportação, como solução para o aumento das exportações de micros e pequenas empresas do Distrito Federal, como também as instituições de apoio e o consórcio Brains, que é um caso de sucesso na área de exportação de software.

ABSTRACT

Since 1999, due to the cambial devaluation, exportation became very rentable for Brazil. However, the small and medium Brazilian enterprises had little information in relation to the data about foreign commerce, which made it difficult to enter in the international market.

Taking under consideration, the necessity to form an infra structure towards the external market and the inexperience of this little group of Brazilian enterprises in relation to this market, the exportation consortium, out of other forms of associativism, became an instrument to solve these difficulties. The consortium makes it possible for micro and small enterprises to export with reduced cost when compared to the case of the ones that make it individually.

On this paper work it will be analyzed the exportation consortium as an instrument for the increase of exportation within the micro and small enterprises of the *Distrito Federal*, as well as the institutions that support the exportation enterprises. Specifically, will focus on the creation and functioning of the Brains consortium, which is a case of success in the area of software exportation on the *Distrito Federal*.

1. INTRODUÇÃO:

Historicamente as empresas brasileiras, de um modo geral, atribuíram pouca atenção ao mercado externo. Devido ao vasto mercado doméstico, estas se contentavam com as atividades internas, que eram suficientes para suprir as necessidades das empresas. Outro fator que possibilitava às empresas elevados ganhos não operacionais era o alto índice de inflação do Brasil. Estes fatores levaram as empresas a uma inércia, desatualização e a um lento desenvolvimento em relação às atividades ligadas ao comércio exterior.

Entretanto, o combate à inflação tornou-se foco principal nos últimos governos, acarretando um declínio das taxas inflacionárias e sua presente estabilização.¹ Além disso, em 1999, houve a desvalorização cambial, tornando a exportação mais rentável para o Brasil. Com isso, as empresas brasileiras começaram a se voltar para a possibilidade de atuar no mercado externo, que passou a ser visto como uma forma estratégica de crescimento dos negócios e não mais como uma opção esporádica.

Devido ao tardio interesse das empresas brasileiras em relação ao mercado internacional, viu-se que as possibilidades de ingressar neste mercado, com as poucas informações que se tinha em relação aos dados de comércio exterior, principalmente sobre como iniciar e desenvolver um plano de operações de exportação, tornavam-se mais difícil, percebendo-se também, as grandes deficiências de nosso mercado.²

¹ KUAZAQUI, Edmir. Marketing Internacional: Como conquistar Negócios em Mercados Internacionais. São Paulo: Makron. 1999. Este livro é de 1999, ano que a inflação brasileira já se encontrava estabilizada.

² KUAZAQUI, Edmir. Marketing Internacional: Como conquistar Negócios em Mercados Internacionais. São Paulo: Makron. 1999.

Dificuldades como a falta de escala e de infra-estrutura interna, enfrentadas pelas empresas, fez com que estas procurassem formas para solucionar tais problemas. O desenvolvimento para o mercado externo demanda a formação de uma infra-estrutura voltada para este mercado. Outra dificuldade é a demanda do mercado externo que atinge muitas vezes volumes incompatíveis com as possibilidades operacionais das empresas de menor porte, ou então geram riscos gerenciais de concentração de vendas em um único comprador.³

Uma das soluções encontradas foi o emprego de formas de associativismo. Este vem surgindo através de cooperativas, associações voltadas para a exportação e estruturas de consórcio, sendo o último, foco principal a ser tratado neste trabalho.

1.1. Justificativa:

A motivação para o estudo dos consórcios de exportação ocorreu ao perceber o quanto o Brasil demorou a entender a importância em desenvolver uma cultura exportadora, principalmente ao se tratar de micro e pequenas empresas. O Consórcio Brains foi escolhido como exemplo, por ser um caso de consórcio do Distrito Federal (apesar de possuir quatro empresas de São Paulo) de grande sucesso na área de software.

³ MARTINS, Gustavo do Amaral. Exportação de Pequenas e Médias Empresas: Problemas e sugestões para um Associativismo. Funcex. 2002.

1.2. Objetivos:

1.2.1. *Objetivo Geral*

Pretende-se analisar a importância do consórcio de exportação para as micros e pequenas empresas interessadas em ingressar no comércio exterior, focando no exemplo de sucesso que é o Consórcio Brains.

1.2.2 *Objetivos Específicos*

- Apresentar os aspectos teóricos dos consórcios de exportação, seu surgimento, suas vantagens e os tipos existentes;
- Identificar os principais instrumentos de apoio que visam o aumento das exportações brasileiras, como também do Distrito Federal;
- Apresentar o consórcio Brains como um exemplo de sucesso na formação de consórcio de exportação.

1.3. Hipótese

O consórcio de exportação como instrumento para o crescimento das exportações do Distrito Federal.

1.4. Metodologia

Foi utilizado como fonte de pesquisa, para a execução deste trabalho, informações coletadas em sites na Internet, entrevista para a obtenção de dados sobre o consórcio Brains, como também bibliografias especializadas na área de exportação e de consórcio de exportação.

2. SURGIMENTO DO CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO NA ITÁLIA:

O consórcio de exportação surgiu no norte da Itália, região de Varese, onde haviam vários produtores de sapatos que fabricavam seguindo especificações de compradores norte-americanos que estabeleciam não só o preço como também prazos e formas de pagamento. Esses sapatos entravam no mercado norte-americano, sendo comercializados com a marca dos distribuidores e com preços até três vezes maiores que o de compra.

Com tanta insatisfação e devido aos baixos lucros das produções, um dos produtores resolveu organizar uma reunião com os outros produtores também insatisfeitos, com o intuito de modificar essa situação.

Devido às desconfianças da maioria dos produtores, apenas 10 dos 45 que participaram da reunião assinaram o acordo de constituição de um consórcio de exportação, fixando um orçamento para o primeiro ano de atividade e um plano de trabalho.

Com a formação do consórcio de exportação, eles contrataram um profissional da área de exportação para auxiliá-los. Este profissional tornou-se diretor de comércio exterior e fez uma vistoria em cada empresa participante e promoveu as modificações necessárias para o bom funcionamento do consócio.

Depois de realizada uma pesquisa de mercado nos Estados Unidos para identificar o tipo de produto, nível de preço e distribuição, foi escolhida uma marca. Depois disso, se abriu uma loja em Nova Iorque.

Através da formação do consórcio, as empresas integrantes conseguiram racionalizar a produção dividindo as tarefas, podendo assim comprar maquinarias novas e participar em feiras especializadas como único exportador. Além disso, conseguiram muitos pedidos através de sua filial em Nova Iorque que distribuía os produtos para as lojas especializadas.⁴

2.1. Consórcio de Exportação Italiano:

De acordo com o conceito adotado pela União Europeia, as empresas se dividem em duas categorias: Pequenas e Médias. Foi tomado como base os parâmetros referentes ao número de empregados, faturamento anual e total do balanço anual. Para se enquadrar na categoria de pequenas empresas, é necessário:

- Ter até 50 empregados;
- Faturamento anual não superior a 7 (sete) milhões de Euros;
- Total do balanço anual não superior a 5 (cinco) milhões de Euros.

No caso das médias empresas, é necessário:

⁴ MINERVINI, Nicola. O Exportador. Pearson Education do Brasil LTDA.

- Ter de 50 a 250 empregados;
- Faturamento anual não superior a 40 (quarenta) milhões de Euros;
- Total do balanço anual não superior a 27 (vinte e sete) milhões de Euros.

Segundo as estimativas do *Istituto Italiano per il Commercio Estero*, em 1998, o número de empresas exportadoras italianas era de aproximadamente 171.000 firmas, quase 10 vezes maior do que as empresas exportadoras do Brasil. Dentre estas empresas, cerca de 98% enquadravam-se no conceito de pequenas e médias empresas (PMEs). Atualmente, as estimativas mais recentes, apontam a existência de 165 mil pequenas e médias empresas exportadoras responsáveis por aproximadamente 38% da exportação total do país.

A Itália conta atualmente com cerca de 300 consórcios, envolvendo a participação de 7000 pequenas e médias empresas exportadoras, responsáveis por 9% das exportações totais do país. Conclui-se que menos de 5% das PMEs exportadoras participam da experiência dos consórcios de exportação, mas elas respondem por cerca de $\frac{1}{4}$ das vendas externas das PMEs italianas.⁵

3. ASPECTOS GERAIS SOBRE CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO:

Embora o Brasil tenha seguido o modelo de consórcio de exportação utilizado pela Itália, a classificação quanto ao porte da empresa adotado pelo SEBRAE é quanto ao número de empregados. Na Itália, além do número de empregados, é utilizado o

faturamento e balanço anual para classificar quanto ao porte da empresa. A classificação utilizada pelo Brasil é a seguinte:

- Microempresa – Na indústria, até 19 e no comércio /serviços, até 09 empregados;
- Pequena empresa – Na indústria, de 20 a 99 e no comércio /serviços, de 10 a 49 empregados;
- Média empresa – Na indústria, de 100 a 499 e no comércio /serviços, de 50 a 99 empregados;
- Grande empresa – Na indústria, acima de 499 e no comércio /serviços, mais de 99 empregados.⁶

Segundo dados da Apex, cerca de 90% das empresas brasileiras, se enquadram nas categorias de pequenas e médias empresas. Estas, no entanto, possuem maior dificuldade em ingressar no mercado internacional devido aos custos da exportação, demanda de pedidos que muitas vezes não conseguem atender pelo pequeno número de funcionários, entre outras dificuldades. Nestes casos, o consórcio de exportação é visto como um meio de ingressar nos mercados externos, já que a junção das empresas busca otimizar esforços de promoção e comercialização de seus produtos e serviços no exterior, trabalhando em conjunto e em cooperação.⁷

Para Edmir Kuazaqui, “os consórcios de exportação podem ser definidos como uma terceira empresa que congrega grupos de empresas que fabricam, comercializam produtos e serviços similares ou que atuam na mesma área de negócios e que desejam

⁵ MARTINS, Gustavo do Amaral. Exportação de Pequenas e Médias Empresas: Problemas e sugestões para um associativismo. FUNCEX. 2002.

⁶ www.sebrae.com.br. Existe uma outra classificação quanto ao porte das empresas, adotada pelo BNDES, quanto ao faturamento anual das empresas.

entrar em mercados alternativos estrangeiros com o objetivo de crescer, aprimorando suas atividades, ganhando competitividade e incrementando o fator qualitativo dos processos administrativos, técnicos, produtivos e comerciais”.⁸

Várias são as características do consórcio de exportação:

- São formados por um grupo de empresas, no mínimo três, que desejam desenvolver conjuntamente ações ou políticas de exportação;
- Os produtos da empresa que se reúnem em consórcio costumam ter um mesmo canal de distribuição. Isto significa que os interlocutores comerciais sejam distribuidores, agentes, representantes ou simples revendedores. Assim como são comuns os eventos promocionais como feiras, missões e visitas;
- Adotam um compromisso econômico ou comercial entre eles, definindo direitos e deveres de cada um em relação ao consórcio;
- Os produtos que as empresas trazem para serem exportados pelo consórcio devem ser complementares entre si, ou de mesmo tipo, desde que não provoquem uma competição entre si;
- Deve haver uma repartição eqüitativa de poder entre os participantes do consórcio, não havendo nenhuma empresa que tenha por si mesma poder de decisão sobre as demais;
- Normalmente, são formados por micro, pequenas e médias empresas.⁹

⁷ APEX. A Primeira Exportação a Gente Nunca Esquece. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark,, APEX, 2003.

⁸ KUAZAQUI, Edmir. Marketing Internacional: Como conquistar Negócios em Mercados Internacionais. São Paulo: Makron. 1999.

3.1. Tipos de Consórcios existentes:

Os consórcios são divididos em 4 (quatro) tipos:

- **Promoção:** As vendas no mercado externo são realizadas diretamente pelas empresas que integram o consórcio. Sua finalidade é desenvolver atividades de promoção de negócios, capacitação e treinamento, e melhoria dos produtos a serem exportados. Este tipo de consórcio é mais recomendado para empresas que já possuem experiência no comércio internacional;
- **Vendas:** Este tipo de consórcio é mais recomendado para as empresas que não possuem experiência no comércio internacional. Neste caso, as exportações são realizadas pelo consórcio, por intermédio de uma empresa comercial exportadora;
- **Monossetoriais:** Agregam empresas do mesmo setor. Todas as empresas associadas produzem o mesmo produto, harmonizando e padronizando o processo produtivo do mesmo e dividindo sua demanda comercial por quotas de produção entre elas.

⁹ MACIEL, Graccho Machado e LIMA, Leila Maria Moura Lima. Ed. Aduaneiras. São Paulo. 2002.

- Multissetoriais: Manufaturam produtos que podem ser complementares (produtos de diferentes segmentos da mesma cadeia produtiva) ou heterogêneos (produtos de diferentes setores).¹⁰

Apesar dos variados tipos de consórcios, no Brasil os mais utilizados são os de promoção e de vendas.

3.2. Papel do Promotor no Consórcio:

Todos os consórcios de exportação começam através da figura de um promotor. Este pode ser uma pessoa, empresa ou instituição que tem a idéia de criar ou incentivar a formação do consórcio e se encarrega de colocar em prática as atividades de constituição do consórcio.

O promotor tem um papel muito importante na formação do consórcio, mas há o risco de sua dependência. Este, no papel de incentivador, deve deixar claro aos participantes, o que se espera de cada um e os riscos existentes em qualquer empreendimento comercial. Deve também, mostrar as vantagens de estarem consorciadas e deixar claro o compromisso econômico, financeiro e legal que cada empresa está assumindo ao participar do consórcio.

Como primeira atividade, o promotor deve fazer com que cada empresa que pretenda participar do consórcio se submeta a uma análise de sua própria situação para que este e os outros participantes se convençam de sua idoneidade. O consórcio

¹⁰ www.braziltradenet.gov.br

de exportação não deve ser utilizado como um escape para empresas com problemas financeiros continuar operando no mercado. Nesse caso, estas empresas comprometerão as outras, podendo levar o consórcio à falência e prejudicando as demais.

3.3. Vantagens de se desenvolver um consórcio:

- Redução dos custos de exportação através de despesas compartilhadas;
- Ampliação da escala de produção;
- Absorção de novas tecnologias de produção de forma conjunta;
- Aumento de conhecimento em marketing internacional;
- Aumento da competitividade perante os concorrentes nacionais;
- Redução das flutuações estacionais nas vendas;
- Redução dos custos unitários dos produtos através da especialização;
- Efeito motivador sobre as empresas participantes;
- Possibilidade de criação de uma marca forte;
- Aprimoramento do processo de gestão e produção;
- Rateio de despesas de exportação (despachante aduaneiro, secretária, pesquisa de mercado, custos de promoção e representação);
- Maior poder político em negociações com entidades de apoio ao Comércio Exterior.¹¹

¹¹ www.sebraesp.com.br

3.4. Atividades usualmente desenvolvidas pelo consórcio:

- Participação conjunta em feiras internacionais;
- Publicação de material promocional conjunto;
- Participação em Missões e Rodadas de Negócios Internacionais;
- Desenvolvimento conjunto de projetos de capacitação (qualidade total, design, ISO 9000).

Devido ao desenvolvimento destas atividades, o consórcio se torna vantajoso para aquelas empresas que desejam ingressar no mercado externo, mas não têm condições para arcar com todos os gastos que se fazem necessários, impedindo que seus produtos sejam bem aceitos no exterior.

3.5. O Consórcio e a Lei das Sociedades Anônimas:

Art. 278: As companhias e quaisquer outras sociedades, sob o mesmo controle ou não, podem constituir consórcio para executar determinado empreendimento, observado o disposto neste capítulo.

§1º O consórcio não tem personalidade jurídica e as consorciadas somente se obrigam nas condições previstas no respectivo contrato, respondendo cada uma por suas obrigações, sem presunção de solidariedade.

§2º A falência de uma consorciada não se estende às demais, substituindo o consórcio com as outras contratantes; os créditos que porventura tiver a falida serão apurados e pagos na forma prevista no contrato de consórcio.¹²

Ao contrário do consórcio de exportação italiano, o consórcio brasileiro é uma associação empresarial sem personalidade jurídica própria, onde cada empresa conserva sua individualidade legal.

No Brasil, a disciplina legal a respeito de consórcio, é voltada para os consórcios de aquisições de bens, apesar disso, os consórcios de empresas são previstos no artigo 278 da Lei das Sociedades Anônimas (S/A).

Ao se estabelecer uma sociedade entre empresas, o objetivo é permanente e duradouro e com o aproveitamento de recursos e de atividades empresariais visando favorecer o grupo de sociedades como um todo. No caso do consórcio o objetivo não será permanente e visará sempre benefícios individuais para as empresas consorciadas.

O consórcio constitui uma sociedade de segundo grau.¹³ A semelhança do consórcio com a sociedade é que apesar do consórcio não possuir personalidade jurídica, possui obrigações, direitos e capacidade processual.

As empresas consorciadas mantêm a autonomia na administração de seus negócios, tendo apenas que cumprir as obrigações previstas no respectivo contrato consorcial, o que não ocorre nos grupos de sociedades convencionais. Neste caso, as

¹² CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei de Sociedades Anônimas. 4º volume, tomo II – Art. 243 a 300. Ed. Saraiva. 2ª Edição Revista e Atualizada. 2003.

¹³ O consórcio de segundo grau é aquele cujo contrato estabelece uma direção única para o desenvolvimento das atividades comuns das sociedades consorciadas. Essa direção não tem personalidade jurídica, funcionando como um escritório de coordenação.

empresas são submetidas a uma direção geral que pode se sobrepor à administração de cada uma delas.

De acordo com Modesto Carvalhosa, o consórcio é decorrente de um contrato firmado entre duas ou mais empresas com atividades complementares e afins, visando a agregar meios capazes de levá-las a desenvolver atividades, pesquisas, ou capacitá-las a contratar a execução de serviços, obras ou concessões com terceiros. Deste modo, trata-se de uma comunhão de interesses com objetivos que dificilmente seriam alcançados individualmente por cada empresa e que, devido a isto, requer a agregação de recursos e aptidões para que este objetivo seja alcançado.

Uma das características do consórcio é que ele tem caráter mercantil. Como não possui capital próprio, e não tem a finalidade de distribuir lucros, não se faz necessário à constituição de uma nova personalidade jurídica. A sua duração será sempre determinada a ser curta, coincidindo com o término de seu fim específico, por isso o consórcio não substitui ou supera as personalidades jurídicas de seus contratantes, cujos fins são mais amplos e genéricos e que demandam tempo de duração longo e indeterminado.

Apesar do consórcio de exportação não possuir personalidade jurídica, e isso, de certa forma, ser vantajoso para as empresas, no que tange a flexibilidade e a independência das empresas consorciadas no plano interno, pois a associação será meramente para o desenvolvimento promocional das empresas no exterior, tem se pensado na possibilidade de criação de figura jurídica para os consórcios de exportação no Brasil. Esta mudança jurídica seria apenas para explicitar a validade de consórcios de exportação por prazo indeterminado, com empreendimento amplo e específico. A

falta de personalidade jurídica para os consórcios pode prejudicar a atividade de gestão da promoção comercial para negociar com clientes externos, bancos, entre outros.¹⁴

Os consórcios também são caracterizados como de coordenação, devido a sua autonomia administrativa. Na relação de coordenação, não há vinculação ou subordinação das atividades empresariais à direção do consórcio, ou seja, cada empresa consorciada tem autonomia absoluta. Devido a esta autonomia, “as sociedades consorciadas, fornecem suas aptidões técnicas e de recursos, para a realização de específico empreendimento empresarial, ou a celebração de contrato com terceiros, obrigando-se cada uma nos estritos termos do contrato consorcial firmado”.

Apesar desta autonomia absoluta que possui cada empresa consorciada, o Poder Público determina que uma delas seja líder. Dessa forma, a direção, a representação e a administração do consórcio fica sob responsabilidade desta empresa escolhida, como também terá a responsabilidade perante as demais consorciadas, perante terceiros e a própria contratante pelas obrigações assumidas pelo consórcio.

“As consorciadas respondem no âmbito do consórcio, ou seja, internamente, umas perante as outras pelo fiel cumprimento das obrigações assumidas no contrato consorcial. E perante terceiros as consorciadas respondem individualmente pelas obrigações que assumiram em virtude ou em decorrência do consórcio firmado”.¹⁵

Segundo a lei das Sociedades Anônimas, os consórcios podem ser divididos em operacionais e instrumentais:

¹⁴ AKITAYA, Diogo Barros. O Desenvolvimento de consórcios de Exportação e seus Aspectos Legais e Jurídicos no Brasil. Brasília 2003.

¹⁵ CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei das Sociedades Anônimas. 4º volume, tomo II – Art. 243 a 300. Ed. Saraiva. 2º Edição. Revisada e Atualizada. 2003.

OPERACIONAIS: São formados para a execução de um empreendimento empresarial comum, através da somatória de aptidões e de recursos das consorciadas, mediante o desenvolvimento de um projeto próprio, que é a específica finalidade dessa associação.

INSTRUMENTAIS: É formado com o objetivo de contratar com terceiros a execução de determinado serviço, concessão ou obra (pública ou privada). Nesse caso, o consórcio constitui um meio de encarregar-se de uma obra licitada e em seguida contratá-la. O intuito desses consórcios é de converter-se em uma nova sociedade com propósitos específicos ou únicos (SPE), contratando serviços ou obras com terceiros. Nesse caso, o consórcio extingue-se, ou pela constituição de uma nova sociedade que absorve os seus objetivos contratuais, ou por não ser o vencedor em relação à licitação, por perda de finalidade.

O consórcio instrumental é formado com o intuito de participar de uma licitação e, uma vez vencedor, se extingue para, em seu lugar, constituir uma Sociedade de Propósito Específico (SPE), cujo capital é formado pelas antigas empresas consorciadas. Assim, a SPE estará habilitada para fechar o contrato com o órgão público.

“Temos assim que a SPE é sucessora obrigacional do consórcio instrumental. E herda deste último à característica de visar a um empreendimento específico, e não amplo, como ocorre com as sociedades mercantis em geral. A SPE constitui um

consórcio societário, pelas restrições que tem o seu objeto social, em razão do contrato público de obras, serviços ou concessão que celebra”.¹⁶

4. INSTITUIÇÕES DE APOIO AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO BRASIL:

4.1. CAMEX – Câmara de Comércio Exterior.

A CAMEX é um órgão integrante do Conselho de Governo e tem por objetivo a formulação, adoção, implementação e a coordenação de políticas e atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços, incluindo o turismo.

As competências da CAMEX foram definidas pelo Decreto nº 4.732, de 10 de junho de 2003, dentre elas destacam-se:

- Definir as diretrizes e procedimentos relativos à implementação da política de comércio exterior visando à inserção competitiva do Brasil na economia internacional;
- Coordenar e orientar as ações dos órgãos que procedem competências na área de comércio exterior;
- Racionalização e simplificação do sistema administrativo, habilitação e credenciamento de empresas para a prática de comércio exterior, nomenclatura de mercadorias, conceituação de exportação e importação,

¹⁶ CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei de Sociedades Anônimas. 4º volume, tomo II – Art. 243 a 300. Ed. Saraiva. 2ª Edição Revista e Atualizada. 2003. O artigo 279, também é referente a consórcio, entretanto não será abordado neste trabalho por tratar especificamente sobre o contrato para a constituição do consórcio.

classificação e padronização de produtos, marcação e rotulagem de mercadorias, e regras de origem e procedência de mercadorias;

- Estabelecer as diretrizes para as negociações de acordos e convênios relativos ao comércio exterior, de natureza bilateral, regional ou multilateral;
- Orientar a política aduaneira, observada a competência específica do Ministério da Fazenda;
- Formular diretrizes básicas da política tarifária na importação e exportação;
- Estabelecer diretrizes e medidas dirigidas à simplificação e racionalização do comércio exterior, bem como para investigações relativas à práticas desleais de comércio exterior;
- Fixar diretrizes para a política de financiamento das exportações de bens e de serviços, bem como para a cobertura dos riscos de operações a prazo, inclusive as relativas ao seguro de crédito às exportações;
- Fixar diretrizes e coordenar as políticas de promoção de mercadorias e de serviços no exterior e de informação comercial;
- Opinar sobre política de frete e transporte internacionais, portuários, aeroportuários e de fronteiras, visando à sua adaptação aos objetivos da política de comércio exterior e ao aprimoramento da concorrência;
- Orientar políticas de incentivo à melhoria dos serviços portuários, aeroportuários, de transporte e de turismo, com vistas ao incremento das exportações e da prestação desses serviços a usuários oriundos do exterior;

- Fixar alíquotas de imposto de exportação, alíquotas de imposto de importação. Direitos antidumping e compensatórios, provisórios ou definitivos, salvaguardas, e eventuais suspensões (por meio de Resoluções CAMEX).

A CAMEX é integrada por um Comitê Executivo de Gestão, e cabe a ele avaliar o impacto, supervisionar permanentemente e determinar aperfeiçoamentos em relação a qualquer trâmite, barreira ou exigência burocrática que se aplique ao comércio exterior e ao turismo, incluindo os relativos à movimentação de pessoas e cargas.¹⁷

4.2. SECEX – Secretaria de Comércio Exterior

A SECEX é o órgão responsável pela gerência e coordenação das políticas e programas de comércio exterior brasileiro no âmbito do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Dentre suas competências destacam-se:

- Formular propostas de políticas e programas de comércio exterior e estabelecer normas necessárias à sua implementação;
- Propor medidas, no âmbito das políticas fiscal e cambial, de financiamento, de recuperação de créditos à exportação, de seguro, de transportes e fretes e de promoção comercial;
- Propor diretrizes que articulem o emprego do instrumento aduaneiro com os objetivos gerais de política de comércio exterior, bem como propor alíquotas para o imposto de importação, e suas alterações;

¹⁷ [www. Mdic.gov.br](http://www.Mdic.gov.br)

- Participar das negociações em acordos ou convênios internacionais relacionados com o comércio exterior;
- Implementar os mecanismos de defesa comercial no exterior;
- Apoiar o exportador submetido a investigações de defesa comercial no exterior.

Fazem parte da SECEX os seguintes departamentos:

- Departamento de Operações de Comércio Exterior – DECEX: Este departamento tem a competência de elaborar, acompanhar e avaliar estudos sobre a evolução da comercialização de produtos e mercados estratégicos para o comércio exterior brasileiro, com base nos produtos e mercados de competitividade setorial e disponibilidades mundiais. Executa programas governamentais na área de comércio exterior, autoriza operações de importação e exportação e emite documentos, inclusive quando exigidos por acordos bilaterais e multilaterais assinados pelo Brasil. Regulamenta os procedimentos operacionais das atividades relativas ao comércio exterior, administra o SISCOMEX (Sistema Integrado de Comércio Exterior) e coleta, analisa, sistematiza e dissemina dados e informações estatísticas de comércio exterior.
- Departamento de Negociações Internacionais – DEINT: Este departamento negocia e promove estudos e iniciativas internas destinadas ao apoio, informação e orientação da participação brasileira em negociações de comércio exterior. Desenvolve atividades de comércio

exterior, junto a organismos e participa de acordos internacionais e coordena, no âmbito interno, os trabalhos de preparação da participação brasileira nas negociações tarifárias em acordos internacionais e opina sobre a extensão e retirada de concessões.

- Departamento de Defesa Comercial – DECOM: Este departamento examina a procedência e o mérito de petições de abertura de investigações de dumping, de subsídios e de salvaguardas, com vistas à defesa da produção doméstica. Propõe a abertura e conduz investigações para a aplicação de medidas antidumping, compensatórias e de salvaguardas. Recomenda a aplicação das medidas de defesa comercial previstas nos correspondentes Acordos da Organização Mundial do Comércio – OMC, acompanha as discussões relativas às normas e à aplicação dos Acordos de Defesa Comercial junto a OMC. Participa em negociações internacionais relativas à defesa comercial e acompanha as investigações de defesa comercial abertas por terceiros países contra exportações brasileiras e presta à defesa do exportador, em articulação com outros órgãos governamentais.
- Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior – DEPLA: As competências deste departamento são propor e acompanhar a execução das políticas e dos programas de comércio exterior. Formular propostas do planejamento da ação governamental, em matéria de comércio exterior. Desenvolver estudos de mercados e produtos estratégicos para expansão das exportações brasileiras. Planejar e

executar programas de capacitação em comércio exterior dirigidos às pequenas e médias empresas, planejar a execução e manutenção de Programas de Desenvolvimento da Cultura Exportadora. Acompanhar, em fóruns e comitês internacionais, os assuntos relacionados com o desenvolvimento do comércio internacional e do comércio eletrônico e elaborar e editar o material técnico para orientação da atividade exportadora.¹⁸

4.3. Banco do Brasil:

O Banco do Brasil tem colaborado para incrementar os negócios internacionais mediante iniciativas que vão desde o treinamento de empresários e financiamento à produção até a disponibilização de espaço físico nas agências externas para a realização de negócios.

Este agente vem implementando diversas ações com o objetivo de auxiliar na ampliação da base exportadora do Brasil e de alavancar os negócios internacionais. Dentre estas ações se destacam o Programa de Geração de Negócios Internacionais para Micro e pequenas Empresas – PGNI-MPE e o Programa de Apoio às Exportações – PAE.¹⁹

4.3.1. PGNI-MPE – Programa de Geração de Negócios Internacionais para Micro e Pequenas Empresas:

¹⁸ www.mdic.gov.br

¹⁹ www.bb.com.br.

É um programa destinado às pequenas e micro empresas que desejam exportar ou aumentar a atuação no comércio exterior. As empresas possuem a vantagem de terem atendimento especializado, consultoria e treinamento para aprender o passo-a-passo das exportações, acesso a linhas de financiamento à exportação com taxas competitivas, entre outras. Neste programa as empresas possuem as opções de financiamento do tipo ACC/ACE, PROEX e BNDES-Exim.

- O ACC/ACE tem como objetivo financiar exportações destinadas a amparar a produção de mercadorias, na fase pré-embarque, e a sua comercialização, na fase pós-embarque. Dentre as ações que foram implementadas nesta modalidade de financiamento, estão: Massificação do produto através de sua inclusão na Internet; aprimoramento da gestão e competitividade do produto; e, diversificação das linhas de captações externas.
- O PROEX (Programa de Financiamento as Exportações) tem como finalidade o financiamento com recursos do Tesouro Nacional, às exportações de bens, serviços, produções cinematográficas e software, em condições equivalentes às do mercado internacional. Foram implementadas em 2002, a consulta do status do financiamento via Internet, utilização em torno de 90% do orçamento e direcionamento para empresas com faturamento anual até R\$ 60 milhões/ano.
- Outra modalidade de financiamento é o BNDES/EXIM, que possui como finalidade o financiamento de exportação de bens e serviços, nas fases pré e pós-embarque. Tem como ações que foram implementadas, o incremento nas operações realizadas como agente financeiro, elevação do foco negocial

do produto no Banco e a participação ativa na divulgação do produto, inclusive no exterior.

O PGNI possui como principais objetivos:

- Auxiliar a inserção competitiva de pequenas e micro empresas no mercado internacional;
- Dotar as principais agências do país de recursos e pessoal qualificado a atender os empresários em questões ligadas ao comércio internacional;
- Assessorar os clientes desde a busca de parceiros no exterior até a estruturação de negócios mais complexos;
- Disponibilizar produtos e serviços voltados ao mercado internacional.²⁰

4.3.2. PAE – Programa de Apoio as Exportações:

Este programa criou equipes para prestação de consultoria em negócios internacionais, como também, desenvolve treinamento em negócios internacionais, apóia à formação de consórcios e cooperativas de exportação e tem parcerias com órgãos e associações intervenientes como o MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior), APEX (Agência de Promoção de Exportações), MRE (Ministério das Relações Exteriores), ABIT (Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção) e ABIMAQ (Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e

²⁰ www.bb.com.br

Equipamentos). Este programa tem como objetivo auxiliar na criação e disseminação da cultura exportadora, com foco na sensibilização e capacitação das micros e pequenas empresas para o comércio exterior.

4.4. APEX – Agência de Promoção de Exportações

A APEX foi criada por iniciativa da CAMEX – Câmara de Comércio Exterior, devendo ser uma organização com flexibilidade, agilidade e que respondesse às demandas de promoção comercial da iniciativa privada, com foco nas empresas de pequeno porte. O principal foco da APEX é o incentivo à formação de consórcios.

De acordo com o livro, *A Primeira Exportação a Gente nunca Esquece*, a Agência começou a operar em abril de 1998 como gerência do SEBRAE. Neste período, oferecia-se muito mais do que as associações demandavam. Estas associações queriam participar de feiras, quando a Agência destacava a importância de se organizar o segmento, realizar seminários de mobilização e conscientização, executar ações de treinamento e pesquisas de mercado, preparar as empresas e, só então, participar de feiras internacionais. O objetivo era ampliar a base exportadora de maneira sólida e consistente.

A APEX financia programas e projetos que tenham como objetivo alavancar as exportações. O financiamento pode ser de até 50% do custo total para os projetos que incluem várias atividades como, por exemplo, pesquisa, capacitação e participação de empresários em eventos de negócios, entre outros. Para os projetos que possuem uma

atividade isolada, como a participação de um empresário em uma feira internacional o financiamento pode ser de até 25 % do custo total.²¹

Para que as empresas possam receber o financiamento, elas devem obedecer às regras básicas estabelecidas pela APEX, como ter contrato social, estrutura gerencial, profissionais de marketing no gerenciamento, além de apresentar um plano de marketing e um programa de trabalho. Também é necessário possuir a adesão prévia das empresas participantes para receber o apoio.

A APEX tem como objetivo incentivar a formação de consórcios de exportação no Brasil e auxiliar para que estes possam alcançar o mercado externo, com produtos compatíveis aos produzidos no exterior. Mas quando se fala de consórcio de exportação e de recursos disponíveis pela Apex, para a formação de consórcio, é muito importante esclarecer, que estes recursos não existem para as atividades de pré-exportação, ou seja, adequação do produto, qualidade, capacitação empresarial e todos os itens que compõem a necessidade do empresário e de seus produtos ou serviços estarem adequados para a exportação. Nesse caso, as empresas têm que buscar, ou com recursos próprios ou com outras fontes, que pode ser a entidade representante da empresa, recursos para que essa adequação seja realizada. A Apex não disponibiliza recursos para a etapa preparatória, e sim para a etapa de promoção.²²

²¹www.senai.br

²² APEX. A Primeira Exportação a Gente Nunca Esquece. Rio de Janeiro. Ed. Qualitymark. APEX. 2003.

4.5. Rede de Centros Internacionais de Negócios

A Confederação Nacional da Indústria desenvolveu um projeto para a criação de uma Rede de Centros Internacionais de Negócios em parceria com as Federações de Indústria nos diversos estados brasileiros, com o objetivo de aprofundar sua atuação na área de promoção de exportações.

A Rede de CIN's, busca a competência necessária para prover o empresário de todas as informações, capacitação e articulação necessária à internacionalização de sua empresa. Além de desenvolver produtos e serviços que possam atender as necessidades de empresas, independentes de seu porte ou escala, a Rede de CIN's dará suporte para implementação de metodologias de internacionalização de pequenas e médias empresas.

A Rede de CIN's surgiu como importante instrumento do empresariado com vocação exportadora, cumprindo sua missão de incentivar o comércio externo e a cultura exportadora.²³

4.6. PROSOFT – Programa de Apoio ao Setor de Software.

O PROSOFT foi criado pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), visando estimular o fortalecimento da indústria nacional de software com bases competitivas a nível internacional. Financia investimentos voltados para o desenvolvimento, localização e comercialização de software, vinculados há um

²³ www.fibra.org.br e www.cni.org.br.

plano de negócios avaliado pela Sociedade Brasileira para Promoção de Exportação de Software – SOFTEX.

Este programa abrange empresas privadas, produtoras de software, com sede no Brasil e cujo controle efetivo seja exercido por pessoa física ou grupo de pessoas físicas, direta ou indiretamente, residentes e domiciliadas no país, com receita operacional bruta de até 100 milhões de reais.

O BNDES participa nos investimentos financiáveis de cada plano de negócio em até 85%. Estes investimentos podem ser fixos, incluindo aquisição de máquinas e equipamentos novos, incluindo despesas de instalação e importação; investimentos em capacitação tecnológica, incluindo pesquisa e desenvolvimento de produtos, informação e treinamento de pessoal; como também investimentos em comercialização e marketing de produtos e serviços no Brasil e no exterior.

As empresas interessadas em obter apoio deste programa deverão apresentar ao Softex um plano de negócios que permita identificar, analisar e acompanhar o conjunto de ações através das quais pretendam alcançar os objetivos do projeto. Este apoio está vinculado aos planos de negócios recomendados pela Softex e aprovados pelo BNDES e será limitado a um mínimo de 500 mil reais e máximo de 6 milhões de reais por grupo econômico.

5. O CONSÓRCIO BRAINS:

O Consórcio Brains foi constituído em 2000 através de uma parceira que envolveu uma empresa de consultoria do Gerente de Negócios Internacionais da

Tecsoft, Sr. Gilberto Lima Júnior, na área de comércio exterior, e o centro de tecnologia de software de Brasília – Tecsoft. Na época, havia um interesse de desenvolver um grupo focado na exportação. Dentre as empresas associadas ao Tecsoft, foram selecionadas por volta de 25 empresas interessadas no processo de consórcio de exportação.

O consórcio Brains é um consórcio de promoção e no processo de formação enfrentou algumas dificuldades iniciais. Estas dificuldades não foram das empresas produzirem juntas, mas sim de promoverem juntas. Estas dificuldades vieram do medo do inovador, do desconhecido. No início de um projeto como este, há sempre as desconfianças naturais. As empresas inicialmente pensam que estarão lidando com seus concorrentes, sem pensar nos benefícios que esta parceria entre empresas pode trazer para seu negócio.

Dentre estas empresas que foram selecionadas haviam três tipos de empresários: 1) aqueles que não queriam ouvir falar na idéia por não terem interesse em formar o consórcio ou porque não sabiam trabalhar em grupo, 2) há os que, como disse Gilberto Lima em sua entrevista para a obtenção destes dados, são chamados de “São Tomé”, só acreditam vendo, que apesar de se encontrar desconfiado, quer ver o que acontecerá e se achar viável e interessante para a comercialização de seus produtos no exterior ele ingressa no consórcio, e se não for de seu interesse ele não participa, 3) e há também os que já possuem maturidade e visão percebendo que é uma oportunidade interessante e mais barata, quando se pensa em internacionalizar reduzindo custos por uma ação em conjunto e tendo toda uma estrutura de apoio, ao invés de tentar exportar seus produtos com seus próprios recursos.

O consórcio Brains por ser um consórcio de promoção, possui uma marca que identifica o grupo, mas não abdica da marca individual de cada empresa, e o que se faz no consórcio é uma série de ações no mercado internacional como: participação em feiras, trabalho de agendamento prévio organizado anteriormente para receber empresários de interesse dessas empresas no estande da feira, rodada de negócios com agendamento de empresas potenciais para se fazer parcerias, joint ventures, que tenham potencial de ser representantes ou distribuidoras das opções de produtos brasileiros no mercado onde está sendo realizada a rodada de negócios, realização de seminários. Todas estas são etapas de promoção, porém no caso do Brains, a promoção é feita de maneira que as empresas são promovidas e posteriormente, com os contatos efetuados, realize o trabalho de vendas.

A Apex é o principal e maior apoiador do consórcio Brains. A Apex, a partir de uma aliança com a entidade representativa em que as empresas estão atreladas, no caso do consórcio Brains esta entidade é a Tecsoft, desenvolve um trabalho de montagem do consórcio de exportação, conseguindo atingir onde estas entidades estão atuando nos diversos estados brasileiros. Se não tivesse apoio governamental via Apex, não apenas se tratando de dinheiro e recurso disponibilizado pela Apex, mas sobretudo da presença institucional de governo, talvez esses empresários não tivessem a mesma motivação para buscar a idéia de internacionalização.²⁴

No período de fevereiro de 2002 a fevereiro de 2003,²⁵ a Apex apoiou o projeto e devido aos resultados conseguidos e por ter demonstrado grande capacidade de gerar resultados maiores, em agosto de 2003 a Apex renovou seu apoio com recursos

²⁴ JÚNIOR, Gilberto Lima. Entrevista para a coleta de dados.

²⁵ Este foi o ano teste para o projeto.

para que o projeto continue operando até o ano de 2005. O valor das exportações anuais, até o final do ano de 2003, é de 1 milhão e 200 mil dólares de negócios efetuados e mais 1 milhão e 500 mil dólares em negociação.

Os mercados para os quais são exportados os produtos do consórcio são Chile, Estados Unidos, Mercado Árabe e Alemanha. Está sendo estudado a possibilidade de exportar também para o México a partir deste ano de 2004. As perspectivas de crescimento são grandes, visando como meta mínima o valor total de 3 milhões e 500 mil dólares em exportação ao final de 2005.

O Brasil não é muito conhecido na área de software, o que dificulta a exportação dos produtos, pelo simples fato de que o mundo é movido pela questão de marca e imagem da região, nos países interessados em exportar seus produtos. Com o surgimento da Apex, a imagem do Brasil cresceu muito no exterior, mas ainda é necessário muito investimento nesta área de tecnologia do Brasil. De acordo com Gilberto Lima Júnior, o Brasil tem uma vantagem no que diz respeito ao mercado norte americano, que é o maior do mundo nessa área, porque não possui boa nem imagem naquele mercado, ou seja, o Brasil tem tudo por fazer em relação à constituição de imagem. Embora seja muito caro para se construir um conceito em relação a um país e um projeto do porte do Brains não é capaz de arcar isoladamente com estes gastos, há no Brasil vários outros consórcios, que podem ajudar na reunião de forças para que se construa de forma inteligente, estratégica e permanente, a imagem de tecnologia do Brasil em mercados que são de máximo interesse, entre eles com maior prioridade, o mercado norte americano.

Quanto à concorrência, os mercados maiores como Estados Unidos e Europa, são mais competitivos e para conseguir vender em mercados como estes é necessário uma enorme competência. Os Países Árabes, por não possuírem produção local, são uma grande oportunidade para o Brasil ocupar espaço, porém há competidores muito próximos, como Estados Unidos e Europa que possuem produtos predominantes. Mas, com o advento do 11 de setembro, o paradigma árabe está mudando em relação à dependência de tecnologias de origens européias e americanas, sendo uma grande oportunidade para o Brasil. O que não quer dizer que seja fácil adentrar em um mercado como este, porque o mundo inteiro tem interesse nos países Árabes, sabendo que eles possuem petrodólar, o que atrai ainda mais os fornecedores do mundo inteiro.

Além do apoio da Apex, o consórcio recebe apoio indireto do Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT, à medida que o MCT apóia as empresas de software do Brasil, como por exemplo, alguns recursos da Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) e do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) que permite a contratação de profissionais com mestrado e doutorado, recursos estes que podem proporcionar o desenvolvimento de algumas ações de internacionalização. Por exemplo, através da Softex e da Finep, conseguiu-se apoio para a realização do projeto International Software Business Meeting – ISBM. Este projeto foi realizado em 2002 e o próximo, já com apoio da Finep, será realizado em março de 2004.

O International Software Business Meeting – ISBM, é um seminário onde é discutido, de maneira aprofundada, com autoridades do governo, os temas de assuntos que diz respeito à internacionalização, depoimentos de empresas que estão conseguindo exportar e as dificuldades que estão enfrentando, com áreas e temáticas

bem variadas, em torno da internacionalização de software. Este projeto não é um evento restrito apenas as empresas do Brains, e em paralelo se tem uma rodada de negócios com compradores estrangeiros. No ano de 2002, 56 empresas brasileiras e 14 compradores estrangeiros de 12 países diferentes, participaram da rodada de negócios gerando cerca de 240 negociações. Parte destas negociações resultaram no fechamento de 1 milhão e 200 mil dólares nos dois primeiros anos do Projeto Brains, e ainda há 1 milhão e 500 mil dólares em negociação que também teve influência dos contatos adquiridos neste evento.²⁶

No ano de 2003, o Consórcio Brains assinou um acordo com a InterSystems, para que esta empresa apóie as ações do Projeto Brains nos 88 países que atua em todo o mundo. A assinatura deste acordo representa um momento de expansão do Brains e dos produtos e soluções desenvolvidos pelas empresas consorciadas, ao mercado europeu, norte-americano e asiático.

A InterSystems é uma empresa americana líder no desenvolvimento de banco de dados, que possui como filosofia motivar seus parceiros, na maioria desenvolvedores de software, baseados na tecnologia de banco de dados Caché²⁷, a oferecer soluções a mercados externos. Por isso, o consórcio Brains, que já engloba 16 empresas brasileiras, chamou a atenção desta firma.²⁸

²⁶ JÚNIOR, Gilberto Lima. Gerente de Negócios Internacionais da Tecsoft. Entrevista para coleta de dados.

²⁷ Caché é um banco de dados pós-relacional, que oferece três opções integradas de acesso à informação: 1) uma robusta base de dados orientada a objeto; 2) SQL de alta performance e; 3) acesso multidimensional.

²⁸ www.tecsoft.softex.br

5.1. Empresas Associadas:

O Consórcio Brains é um grupo de 16 empresas, sendo 12 empresas de Brasília e 4 de São Paulo. Dentre as empresas de São Paulo estão a Apyon Technology, CI&T, Disoft e a Pimentel. As empresas localizadas no Distrito Federal estão a Aker Security Solutions, Cybis, Cyonm, Fóton Informática, Light Infocon Tecnologia S.A, OSx, Policentro Consulprev, Spin Engenharia de Automação LTDA, Tecnisys Informática e Assessoria Empresarial LTDA, a Transoft, Gas Informática LTDA e a WTB – Tecnologia da Informação LTDA. Cada uma destas empresas produzem produtos específicos, que serão apresentados a seguir.

- Aker Security Solutions – Sediada em Brasília é a única empresa brasileira especializada no desenvolvimento de firewall e de produtos de VPN (Virtual Private Network) para gerar máxima proteção e segurança na conexão entre redes. Além da comercialização de produtos, a Aker oferece serviços de consultoria, treinamentos, análise, teste de invasão e desenvolvimento de projetos, sempre na área de segurança.²⁹
- Cybiz – É uma empresa brasileira com foco na integração de cadeias de suprimentos. Atua no mercado em parceria com empresas integradoras e de consultoria, fornecedoras de soluções em tecnologia da informação. Contribui diretamente para a oferta de seus parceiros através:
 - Do desenvolvimento de componentes de software;

²⁹ www.brains-it.com.

- Do fornecimento de componentes especializados;
 - Da integração e adaptação de produtos e;
 - Da consultoria em negócios.³⁰
-
- Cyonm – Atua a nove anos no desenvolvimento de software e está em processo de certificação ISO 9001. Seus produtos são o Service Manager que é um sistema de gestão de empresas e serviços e o Game House, usado por casas de jogos.³¹

 - Fóton Informática – É uma empresa de automação bancária e tem cerca de 10 bancos como clientes. Toda informação que diz respeito a um banco 24 horas, toda a transação eletrônica que não aparece para o usuário do banco é possível ser feito pela Fóton. Atua também na área de correspondentes bancários que é toda a infraestrutura eletrônica que fica por traz de uma casa lotérica quando recebe o pagamento de uma conta de água ou de luz, quer dizer, receber os dados da conta, processar isso junto ao credor, enviar a comprovação de pagamento e o encaminhamento para o banco, etc.³²

 - Light Infocon Tecnologia S.A – Especializada no desenvolvimento e no marketing de softwares para a plataforma Unix. A Light Infocon atua em um segmento de gestão eletrônica de documentos, que é a digitalização do meio físico para obter

³⁰ www.brains-it.com

³¹ www.brains-it.com

³² www.brains-it.com

dados, arquivos, textos, imagens de uma maneira geral na versão eletrônica em mídia. No entanto, quando se tem estes documentos eletronicamente é necessário saber onde e de que forma estão arquivados, que palavras chaves você poderia utilizar para fazer uma pesquisa e Unix é uma plataforma tecnológica onde estes documentos estão arquivados. Por exemplo, quando se quer fazer uma pesquisa na Internet, utiliza-se um site de pesquisa como o Google ou Cadê e através de palavras chaves ou o autor do livro se consegue obter a informação desejada.³³

- OXs – Atua no mercado nacional de telecomunicações, fornecendo soluções para a busca da melhoria da rentabilidade das redes de telecomunicações, através do desenvolvimento de softwares no segmento de análise on-line de registros de chamadas e de serviços de customização, implantação, suporte, treinamento e consultoria.³⁴
- Policentro Consulprev –Foi constituída pela associação entre a Consulprev Consultoria e Processamento de Dados LTDA e a Policentro Informática e Educação LTDA. Sediada em Brasília, Distrito Federal, é especializada no projeto, desenvolvimento e implantação de soluções de engenharia de software, comercialização e prestação de serviços técnicos em informática e processamento de dados. Algumas das atividades desenvolvidas pela empresa:

³³ JÚNIOR, Gilberto Lima. Gerente de Negócios Internacionais da Tecsoft. Entrevista para coleta de dados.

³⁴ www.brains-it.com

- Planejamento, Administração e assessoria em Informática, com elaboração de projetos de informatização, desenvolvimento de projetos e locação de mão de obra especializada;
 - Distribuição e comercialização de subsistemas de memória auxiliar em disco magnético da EMC Corporation;
 - Distribuição e comercialização de produtos de hardware da Inrange;
 - Distribuição e comercialização de computadores da SUN;
 - Venda, licenciamento, manutenção e produção de sistemas para entidades fechadas de previdência complementar e para institutos de previdências de Estados e Municípios;
 - Venda, implantação, manutenção de sistema de gerenciamento de documentos, com fornecimento de software de gerenciamento de banco de documentos e desenvolvimento de aplicativo personalizado para usuário;
 - Realização de concursos públicos e vestibulares: Planejamento, execução e processamento de dados, entre outros.³⁵
- Spin Engenharia de Automação LTDA – É uma empresa de base tecnológica, com atividades de desenvolvimento de software de supervisão e controle, integração de sistemas de automação e projetos eletrônicos de sistemas de automação (Predial/Aeroportos). A Spin desenvolveu o Action View, que é um pacote de software do tipo SCADA (Supervisory Control and Data Aquisition), orientado a aplicações de Concessionárias de Energia Elétrica,

³⁵ www.policentro.com.br

Telecomunicações e Saneamento. Como integradora de sistemas, usando o Action View, a Spin já automatizou mais de vinte centros de operação e mais de cinquenta subestações e usinas, propondo uma solução completa para o usuário, coordenando e executando todas as atividades necessárias ao projeto, instalação, comissionamento e aceitação do sistema de automação. Como projetista de sistemas eletrônicos a Spin faz projetos básicos e executivos de sistemas eletrônicos e consultoria a empresas construtoras, tendo participado no projeto eletrônico de sete aeroportos, além de prédios e centro de convenções.³⁶

- Tecnisys Informática e Assessoria Empresarial LTDA – É uma empresa de soluções em tecnologia da informação voltada para a gestão de negócios. Tem como proposta trabalhar em parceria com os seus clientes, cuidando da parte tecnológica do empreendimento e, como consequência natural, liberando-os para o foco de seus próprios negócios. Pesquisa e desenvolvimento de soluções, geração de valores aos clientes e treinamento e desenvolvimento de pessoas, destacando-se na promoção de soluções organizacionais criativas e adequadas, são seus compromissos básicos. É especializada no desenvolvimento de aplicações que utilizam a tecnologia web.³⁷
- Transoft – É uma empresa especializada em desenvolvimento, integração e implantação de soluções de gestão de transportes. Além da comercialização de software integrado para gestão de empresas de transportes, atua na organização

³⁶ www.brains-it.com

e metodologia das empresas, acreditando que é preciso informatizar, mas primeiro é necessário organizar, orientar, analisar a cultura da organização, ouvir e respeitar as diversas opiniões. Sua matriz está em Brasília, onde localizam-se os setores de pesquisa, desenvolvimento, manutenção e atualização dos softwares, além da área administrativa e o serviço de tele-atendimento aos clientes, mas possui vários coordenadores regionais, distribuídos em Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo e Bahia, a fim de evitar deslocamentos e despesas com viagens e melhorar o atendimento pós-venda aos clientes e parceiros. Mantém constante acompanhamento das tecnologias emergentes de automação do transporte, tais como: catracas eletrônicas e Comunicação por Satélite e também possui parcerias com fornecedores de sistemas para automação, importando dados dos coletores instalados nos ônibus e nas garagens e fazendo uso dessas informações nos softwares de gestão de toda empresa.³⁸

- GAS Informática LTDA – Fundada em 1992, com a finalidade de distribuir e comercializar seu principal produto, o GAS Gerador Automático de Sistemas. Sua atuação é focada na área de informática, prioritariamente no segmento de software para desenvolvimento e soluções de segurança. Desenvolveu um conjunto de programas para facilitar o trabalho de desenvolvimento de sistemas. Seus principais produtos são;

³⁷ www.brains-it.com

³⁸ www.brains-it.com

- Gas for Windows – Gerador de aplicativos para a manutenção de diversos bancos de dados corporativos, em ambiente Windows, voltado tanto para desenvolvedores quanto para usuários de software.
 - G-Buster – Software aplicativo destinado a oferecer solução de segurança a quaisquer tipos de usuários, seja ele de Rede Interna, Intranet, Internet Banking e Comércio Eletrônico, protegendo o computador contra programas maliciosos.
 - G-Lock – Software destinado à criação de esquema de proteção contra cópias não autorizadas de aplicações Windows.
 - Gas-Pro for MS-DOS – Gerador de sofisticados aplicativos em CA-Clipper 5.X para a manipulação de banco de dados em ambiente MS-DOS.
 - EP-Pro – Editor de programas residentes com grande capacidade de texto e com facilidades para edição de programas fontes.
 - GFIX/2000 – Suite de programas para inventariar o parque instalado nas corporações, bem como auxiliar na resolução dos programas mais recentes.
 - Polilot Lotto Workshop – Software destinado a facilitar o acerto de prêmios das Loterias da Caixa Econômica Federal, capaz de gerar combinações otimizadas proporcionando redução de preço.³⁹
-
- WTB – Tecnologia da Informação LTDA – Atuam na área de engenharia de software, garantindo facilidade de instalação, execução rápida e vários níveis de ajuda ao usuário. Seu produto é o WTB Search, que atua com opções para

³⁹ www.gasinformatica.com.br

refinamento de pesquisa; armazenamento de expressões de pesquisa; fácil navegação entre os documentos resultantes da pesquisa; exibição simultânea de documentos de diferentes pesquisas; visualização de diferentes partes do documento na mesma janela; entre outros.⁴⁰

- CI&T – É uma empresa de componentização de software. Ao se falar de desenvolvimento de software se tem a opção de comprar o software pronto ou encomendar alguém para desenvolvê-lo sob medida ou os softwares pré-desenvolvidos, bancos de componentes pré-desenvolvidos em que a empresa compra e com esses componentes consegue desenvolver rapidamente a solução desejada.⁴¹
- Disoft – Atua no fornecimento de soluções de Tecnologia da Informação focadas em operações de crédito como CDC, Leasing e Crédito Pessoal para um grande número de instituições financeiras desde 1984. Está localizada em São Paulo e construiu uma base com mais de 70 clientes espalhados pelo Brasil e América Latina.⁴²
- Apyon Technology – É uma empresa que otimiza o ciclo de vida do software através de soluções mundialmente inovadoras como o Apyon Studio, que maximiza o retorno sobre investimento de seus clientes.⁴³

⁴⁰ www.wtb.com.br

⁴¹ JÚNIOR, Gilberto Lima. Gerente de Negócios Internacionais da Tecsoft. Entrevista para coleta de dados.

⁴² www.brains-it.com

⁴³ www.brains-it.com

- Pimentel IT Services – Pimentel Consultores Associados S/C LTDA - Oferece produtos e serviços para as empresas, por meio de soluções de negócios suportadas pela tecnologia da informação, visando o elevado nível de satisfação dos clientes. Com avançados centros tecnológicos como a fábrica de ABAP e o Centro de Atendimento de Serviços de Suporte Pós-Implementação, garantindo a seus clientes, melhor consultoria, desenvolvimentos, suportes, produtos e soluções.

5.2.Sobre o Tecsoft:

O Centro de Tecnologia de Software de Brasília – Tecsoft é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, com sede em Brasília, Distrito Federal, com a finalidade exclusiva de fomentar a pesquisa e o desenvolvimento científico e tecnológico de software e serviços técnicos em Tecnologia da Informação, bem como o desenvolvimento econômico das empresas de software e de serviços técnicos em tecnologia da informação.⁴⁴

5.2.1.O Tecsoft tem como objetivos:

- Apoiar e administrar as atividades do Programa Nacional de Software para Exportação – Softex 2000, e seus sucedâneos, desenvolvidas em Brasília, visando a implementação de ações administrativas, técnicas e operacionais de

⁴⁴ www.brains-it.com.

incentivo às empresas produtoras de programas de computador (software) e serviços técnicos em tecnologia da informação, tanto as já estabelecidas na região, como as futuras empresas da região, voltadas ao setor brasileiro de produção e exportação de software e serviços técnicos em tecnologia da informação;

- Estimular a integração entre Centros de Pesquisa, Universidades, Escolas Técnicas, Órgãos de fomentos e de financiamentos, entidades representativas empresariais e sindicais na área de produção de software e serviços em Tecnologia da Informação;
- Promover ampla divulgação de todo e qualquer assunto voltado para os seus objetivos institucionais, dando ênfase às atividades desenvolvidas no Distrito Federal;
- Representar seus associados, perante os setores públicos e privados, propondo medidas do seu interesse;
- Viabilizar o potencial das empresas, instituições e profissionais de Brasília, no esforço de capacitar o país a alcançar a excelência em software e serviços técnicos em T.I, incluindo a exportação, a médio prazo, de uma parcela significativa de software e serviços técnicos em Tecnologia da Informação para o mercado mundial;
- Criar mecanismos de divulgação dos softwares e serviços técnicos em Tecnologia da Informação disponíveis e dos serviços correlatos;
- Criar oportunidade de negócios, visando à plena utilização do potencial dos softwares e serviços técnicos em tecnologia da informação disponíveis;

- Atuar junto a entidades públicas e privadas, visando a obtenção de incentivos à criação, atração e fixação de empresas;
- Promover a elevação do conhecimento e do desempenho técnico e profissional entre seus associados e entre a comunidade técnica do Distrito Federal, na área específica de produção de software e serviços técnicos em tecnologia da informação, com ênfase na qualidade e produtividade;
- Executar, por si ou através de convênio; contrato pesquisa básica e aplicada, bem como desenvolvimento experimental e tecnológico, visando à geração de novas tecnologias, produtos serviços e processos, ou ao melhoramento daqueles já existentes, destacando-se as áreas de software, tecnologia da informação, telecomunicação e automação;
- Promover, fomentar e apoiar estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos que digam respeito a software, tecnologia da informação, telecomunicações e automação. ⁴⁵

Quando as empresas propõem um projeto para a Apex, elas precisam de uma instituição que as represente e esse é o papel do Tecsoft. Além disso, quando as empresas têm interesse em reduzir custos e fazer uma ação de treinamento de capacitação, o Tecsoft consegue buscar um consultor a baixo custo. Se a empresa necessita de uma orientação para escrever um plano de negócio ou para se submeter a um investimento de risco, ou também tem interesse nas linhas de crédito voltadas para

⁴⁵ www.brains-it.com.

a área de software do BNDES, o PROSOFT, por exemplo, o Tecsoft viabiliza uma consultoria para orientá-la. Outro ponto é a capacitação para a certificação de qualidade. A empresa não precisa necessariamente, que esta certificação seja CMM – Capability Maturity Model, que é considerado um dos mais avançados e respeitados certificados internacionais no mundo do software, mas poderia estar buscando a capacitação ISO, ou mesmo modelo de processos com alta performance de qualidade. Então o Tecsoft vai buscar no mercado, meios, condições e maneiras de viabilizar para o empresário uma consultoria para que ele atinja qualidade dentro de sua empresa. O papel do Tecsoft também abrange a representação nas políticas de governo, no que diz respeito ao que será discutido e que afetará o setor de software.

Todo esse suporte e apoio viabilizado pelo Tecsoft não se resume apenas às empresas consorciadas do Brains, mas está disponível para todas as empresas associadas ao Tecsoft, que está em torno de 80 empresas.⁴⁶

5.3.Sobre a Softex:

A Sociedade para Promoção de Excelência do Software Brasileiro – Softex é a entidade gestora do Programa Softex, instrumento de apoio à produção e comércio do software brasileiro e foi criado em 1993 pelo CNPq como Programa Softex 2000.

A Softex promove a excelência da tecnologia nacional visando atender a demanda local e, conseqüentemente, atingir o mercado global. Na década de 90, uma significativa parcela do bom resultado do setor de software brasileiro ocorreu devido à

⁴⁶ JÚNIOR, Gilberto Lima. Entrevista para coleta de dados.

capacitação das empresas para a exportação pelo Programa Softex 2000, tornando estas mais apta para o seu próprio mercado. A Softex tem trabalhado para difundir a importância de Planos de Negócios, diversificar as fontes de investimentos e incentivar a criação de uma cultura empreendedora no setor de software no Brasil, como também vem contribuindo para a desconcentração regional do mercado e para a capacitação das empresas, tanto no desenvolvimento tecnológico, quanto na gestão empresarial, inovação de processos e produtos e sua adequação ao mercado.

Dentre os produtos e serviços oferecidos pela entidade através de sua rede de Agentes estão:

- Disponibilização de mecanismos de financiamento às empresas de software;
- Publicação do “Catálogo do Software Brasileiro”;
- Incentivo ao empreendedorismo e à geração de novas empresas;
- Apoio ao processo de Qualificação nas normas ISO 9000 e outras certificações de qualidade e produtividade;
- Desenvolvimento e prospecção de negócios, no Brasil e no exterior;
- Participação de empresas brasileiras em eventos no Brasil e no exterior, incluídas rodas de negócio e missões comerciais;
- Capacitação técnica, mercadológica e gerencial;
- Consultoria para a produção do Plano de Negócios das empresas;
- Assessoria Jurídica para registro de produtos e outros aspectos legais relacionados ao software.
- Além destas ações, a Softex vem realizando anualmente no país eventos como o “How to Export Software and Services” (HESS), “International

Developers Opportunities” (I DO) e “Investment in Software Companies” (ISC), visando criar oportunidades de negócios, atrair investidores e consolidar a imagem do Brasil como produtor e exportador de software.⁴⁷

⁴⁷ www.brains-it.com

6 – CONCLUSÃO:

O presente trabalho teve como objetivo, mostrar o consórcio de exportação como um instrumento para o crescimento das exportações das empresas do Distrito Federal, utilizando o Consórcio Brains como exemplo. Além do aumento das exportações, é relevante salientar, o desenvolvimento das cidades onde estão situadas empresas consorciadas. Além de gerar divisas para o Brasil, estão sendo criados empregos, distribuindo a renda e os produtos estão ganhando competitividade no mercado externo.

Como já foi abordado anteriormente neste trabalho, um dos problemas mais relevantes em relação as pequenas e médias empresas está relacionado ao seu tamanho, que dificulta investimentos de elevado valor, como marketing, logística, conhecimento e desenvolvimento do mercado, maquinários mais modernos, entre outros. Neste caso, a constituição do consórcio auxilia na divisão desses custos.⁴⁸

Um exemplo de sucesso em relação à formação de consórcio em Brasília, é o acordo que foi assinado entre o consórcio Brains e a InterSystems, que é uma empresa especializada em tecnologia de banco de dados e sistemas de integração, para apoio as ações do Projeto Brains, nos 88 países que atua em todo mundo. A assinatura deste acordo ocorreu em função do sucesso do Projeto Brains em seus dois anos de atuação, chamando a atenção desta firma e representa um momento de expansão do Brains, dos produtos e soluções desenvolvidos pelas empresas consorciadas, aos mercados europeu, norte-americano e asiático.

⁴⁸ PINHEIRO, Armando Castelar. MARKWALD, Ricardo. PEREIRA, Lia Valls. Rio de Janeiro. BNDES. 2002.

Este acordo é uma grande vantagem para as empresas associadas ao Brains, que se estivessem atuando individualmente no mercado, talvez nunca seriam apoiadas de tal maneira.⁴⁹

Para concluir, entendo que a formação do consórcio além de auxiliar na divisão dos custos, na informação sobre o comércio externo, na produção de grande quantidade de produtos para atender grandes pedidos, que muitas vezes é difícil uma empresa de pequeno porte conseguir atender, também pode representar uma expansão para as empresas consorciadas a medida que elas passam a ser reconhecidas e respeitadas no mercado, não só interno mas também internacional.

⁴⁹ www.tecsoft.softex.br.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

APEX. A Primeira Exportação a Gente Nunca Esqueçe. Rio de Janeiro. Ed. Qualitymark. APEX. 2003.

LIMA, Leila Maria e MACIEL, Graccho Machado. Consórcio de Exportação. São Paulo. Ed. Aduaneiras. 2002.

CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei das Sociedades Anônimas – 4º volume Tomo II. Art. 243 à 300. 2º edição. Ed. Saraiva. 2003.

MARTINS, Gustavo do Amaral. Exportação de Pequenas e Médias Empresas: Problemas e Sugestões para o Associativismo. FUNCEX. 2002.

PINHEIRO, Armando Castelar. MARKWALD, Ricardo. PEREIRA, Lia Valls. O Desafio das Exportações. Rio de Janeiro. BNDES. 2002.

AKITAYA, Diogo Barros. O Desenvolvimento de Consórcios de Exportação e seus Aspectos Legais e Jurídicos no Brasil. Brasília 2003.

www.braziltradenet.gov.br

www.sebraesp.com.br

www.mdic.gov.br

www.bb.com.br

www.senai.br

www.fibra.org.br

www.cni.org.br

www.bndes.gov.br

www.brains-it.com

www.gasinformatica.com.br

www.wtb.com.br

www.policentro.com.br

JÚNIOR, Gilberto Lima. Gerente de Negócios Internacionais do Tecsoft. Entrevista realizada em outubro de 2003,
para coleta de dados sobre o Consórcio Brains.