

TATIANA ALMEIDA GALDEANO

**A PARTICIPAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NAS
EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS**

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de bacharelado em Relações Internacionais do Centro Universitário de Brasília.

Orientador: Alaor Silvio Cardoso

**BRASÍLIA
2004**

TATIANA ALMEIDA GALDEANO

**A PARTICIPAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NAS
EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS**

Banca Examinadora:

**Prof. Alaor Silvio Cardoso
(Orientador)**

**Prof. Cláudio Ferreira
(Membro)**

**Prof. Sérvulo Vicente
(Membro)**

**BRASÍLIA
2004**

Dedico este trabalho aos meus pais, meu irmão e ao meu namorado pelo constante apoio durante toda a minha vida.

Agradeço ao meu orientador Prof. Alaor, aos meus pais e a todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram para que eu pudesse cumprir mais uma etapa da minha vida.

SUMÁRIO

RESUMO.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
TABELA DE SIGLAS.....	IX
LISTA DE QUADROS /GRÁFICOS.....	X
INTRODUÇÃO.....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	8
1.1. Micro e Pequena Empresa Exportadora.....	8
1.2. Exportando a gente cresce.....	9
1.3. Os custos logísticos do comércio exterior brasileiro.....	9
1.4. Economia Internacional.....	10
1.4.1. Teoria Pura do Comércio Internacional.....	10
1.5. Fundamentos Teóricos do Comércio Exterior Brasileiro.....	10
1.5.1. Teorias Clássicas.....	11
1.5.2. Teorias Modernas.....	11
1.6. Documentos do BNDES.....	12
1.7. Os Problemas das Empresas Exportadoras Brasileiras.....	13
2. PROBLEMA.....	14
3. METODOLOGIA.....	18
4. INCENTIVOS BRASILEIROS ÀS EXPORTAÇÕES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	19
4.1. Financiamento à Exportação.....	19
4.1.1. Programa de Financiamento as Exportações.....	19
4.1.2. Adiantamento sobre contrato de cambio.....	20
4.1.3. Adiantamento sobre cambiais entregues.....	20
4.1.4. BNDES – exim.....	21
4.2. Incentivos Fiscais.....	22
4.2.1. Imposto sobre Produtos Industrializados.....	23
4.2.2. Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços.....	23
4.2.3. Contribuição para financiamento da seguridade.....	23
4.2.4. Programa de Integração Social.....	23

4.2.5. Drawback.....	24
5. OBSTÁCULOS AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS.....	25
5.1.Principais Obstáculos.....	25
5.2. Obstáculos Internos.....	27
5.2.1.Financiamento.....	27
5.2.2. Tributação.....	27
5.2.3. Aspectos Operacionais.....	28
5.3. Obstáculos Externos.....	29
5.3.1. Barreiras Comerciais.....	29
5.3.2. Barreiras Tarifarias.....	29
5.3.3. Barreiras não tarifarias.....	30
5.4.O crescimento das exportações e os obstáculos.....	30
6. CONSÓRCIOS DE EXPORTAÇÃO.....	32
6.1.As empresas e os consórcios de exportação.....	32
6.2. Classificação.....	33
6.3.Vantagens.....	34
6.4. Custos.....	34
6.5. Formatação Jurídica.....	35
6.6.A contribuição dos consórcios de exportação.....	35
7. A EVOLUÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CONTEXTO DAS EXPORTAÇÕES E DO CRESCIMENTO ECONÔMICO	37
7.1.Evolução.....	37
7.2. As micro e pequenas empresas e os Blocos Econômicos.....	39
7.3.Origem das Exportações.....	40
7.4. Valores Exportados.....	41
7.5. Análises das exportações por porte de empresa.....	43
8. CONCLUSÃO.....	45
ANEXOS.....	47
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	53

RESUMO

O trabalho tem por finalidade abordar o comportamento, a evolução e a participação das micro e pequenas empresas no âmbito do comércio exterior brasileiro. Devido à importância das empresas desse segmento para o desenvolvimento econômico e social do Brasil, este trabalho de pesquisa se preocupa em analisar vários aspectos que abrangem o tema como os incentivos, os obstáculos e as alternativas para ampliar a inserção das micro e pequenas empresas no mercado internacional.

ABSTRACT

This monograph aims to examine the behaviour , development and participation of micro and small businesses in the context of Brazilian foreign trade. These businesses is important to this sector in Brazil's economic and social development. Thus, this research project analyses different aspects, such as the incentives, obstacles and ways of increasing the presence of micro and small businesses in the international market.

TABELA DE SIGLAS

ALADI	- Associação Latino Americana de Integração
APEX	- Agência de Promoção de Exportações
BNDES	- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
COFINS	- Contribuição para Financiamento de Seguridade Social
GE	- Grandes Empresas
ICMS	- Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IPI	- Impostos sobre Produtos Industrializados
MDE	- Medias Empresas
MDIC	- Ministério do Desenvolvimento, Industria e Comércio Exterior
ME	- Micro Empresas
MPE	- Micros e Pequenas Empresas
MERCOSUL	- Mercado Comum do Sul
PE	- Pequenas Empresas
PIS	- Programa de Integração Social
PROEX	- Programa de Financiamento às Exportações
REI	- Registro de Exportador e Importador
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SISCOMEX	- Sistema Integrado de Comércio Exterior

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Evolução dos Desembolsos.....22

Tabela 2: Valor Exportado por empresas industriais.....41

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Número de Operações.....13

Gráfico 2: Valor Médio das Exportações por empresas 42

INTRODUÇÃO

No passado, a grande maioria das empresas brasileiras não atribuía muita importância ao mercado externo. Porém, com o passar dos anos essa situação vem se modificando e os empresários cada vez mais passam a ter uma mentalidade exportadora. Com o combate à inflação sendo uma das principais metas dos últimos governos, houve um declínio das taxas e sua presente estabilização. Com isso o entesouramento no mercado financeiro começou a diminuir e as empresas começaram a pensar na possibilidade de atuar no mercado externo. E assim o mercado externo passou a ser visto não mais como uma atividade esporádica e sim como um meio de desenvolvimento e alavancagem econômica. E no Brasil um segmento que está se dedicando cada vez mais para essas atividades são as micros e pequenas empresas, que atualmente respondem por mais da metade das empresas exportadoras no país, até mesmo por uma questão de sobrevivência.

A partir do final da década de 90, após a crise do real, o governo brasileiro, finalmente começou a perceber que o mais correto a se fazer é investir nas nossas empresas. Com isso, o foco do comércio mudou e o governo começou a valorizar mais o processo das exportações e também a se voltar mais para a internacionalização das empresas nacionais. E como o papel desempenhado pelas exportações mudou radicalmente devido à globalização, se estabeleceu políticas no sentido de acelerar os ganhos para as empresas de micro e pequeno porte, para torná-las mais sustentáveis no mercado internacional.

O comércio exterior assume cada vez mais um papel essencial para a maioria dos países do mundo, estabelecendo uma variável fundamental para o desenvolvimento das nações. Em razão de sua própria natureza, os fatos ligados ao comércio exterior tem profundas implicações com as relações internacionais, sejam estas vistas nas suas repercussões internas ou externas.¹ A globalização tem se tornado um fator crucial para o desenvolvimento de vários setores da indústria de um

¹ DRUCKER, Peter. "Um pouco da realidade brasileira" in : *Marketing Internacional*, São PAULO: Makron Books, 2000.

país. Portanto, como a grande maioria das empresas encontradas no Brasil são de micro e pequeno porte, o país não pode desacreditar nesse importante, promissor e crescente segmento, que tanto empregos diretos e indiretos, impostos, receitas e benefícios sociais gera ano a ano.

Para não depender exclusivamente do mercado interno, as micros e pequenas empresas estão cada vez mais direcionando parte da sua produção para fora do país, sendo assim uma forma de garantir os ganhos mesmo quando o país não cresce. Nos últimos anos os segmentos que mais ganharam foram aqueles que venderam para o mercado externo, pois quem ficou na dependência do mercado interno enfrenta diversas dificuldades. A importância do apoio as micro e pequenas empresas é extremamente relevante devido á situação econômica do país, porém a capacidade do governo de implementar políticas esta limitada por restrições orçamentárias. As micro e pequenas empresas, desde a criação do seu estatuto, vêm despertando um grande interesse por parte dos governadores e dos órgãos de apoio, tendo em vista que sempre estão no foco de debate no que diz respeito as políticas de desenvolvimento social e também por contribuírem diretamente para o crescimento econômico e também para a geração de renda e de empregos.

Apesar da importância dos micros e pequenos negócios, tanto no âmbito econômico quanto no âmbito social e também no crescimento das atividades no mercado externo, as micro e pequenas empresas ainda enfrentam sérios problemas tais como; dificuldades de acesso ao financiamento, questões tributárias, operacionais e de logística. Ao longo dos anos, as várias crises econômicas contribuíram bastante no desempenho das micro e pequenas empresas, afetando fortemente o acesso aos créditos e a tecnologia. Com isso, aliado a outros fatores como a falta de capital, as altas taxas de juros e as deficiências no âmbito administrativo, vem trazendo dificuldades para as micro e pequenas empresas se solidificarem de forma competitiva no mercado internacional.

Um fator de grande relevância, para uma maior compreensão deste trabalho, é a classificação das empresas, para que se fique mais claro do que estamos tratando quando nos referimos a micro e pequenas empresas.²

- ME (Microempresas) na indústria até 19 empregados e no comércio/ serviço até 09 empregados

- PE (Pequena Empresa) na indústria de 20 a 99 empregados e no comércio / serviço de 10 a 49 empregados

- MDE (Média Empresa) na indústria de 100 a 499 empregados e no comércio / serviço de 50 a 99 empregados

- GE (Grande Empresa) na indústria acima de 499 empregados e no comércio/ serviço mais de 99 empregados

Mais da metade das empresas exportadoras do Brasil são de micro e pequeno porte. Mas apesar delas representarem mais de 50% nesse segmento, elas ainda são minoria diante do total de micro e pequenas empresas existentes no país, e contribuem pouco em valores exportados.

Hoje o segmento das micro e pequenas empresas paga mais impostos do que as grandes, o que na verdade é uma grande contradição, já que o Brasil precisa aumentar as exportações e isso só será possível com programas específicos que incentive as micro e pequenas empresas. Para se ter uma idéia, as grandes empresas tem devolução de 6% dos impostos pagos quando da exportação, enquanto que as micro e pequenas empresa são duramente penalizadas, pagando mais impostos.³

Com tantos problemas expostos, fica até difícil pensar em micro e pequenas empresas atuando no mercado externo. Será que comércio exterior é um

² Classificação de acordo com o SEBRAE.

³ www.revistadigital.com.br

tema voltado apenas para as grandes empresas? Ou também é para as micro e pequenas empresa? A exportação não esta diretamente ligada as dimensões das empresas e sim ao compromisso com a qualidade, criatividade e profissionalismo. Existem vários artesãos, micro e pequenas empresas exportando com sucesso atualmente⁴. São várias as razões que impulsionam os micro e pequenos empresários a exportar, tais como; as dificuldades encontradas no mercado interno, estratégias de desenvolvimento e financiamentos , entre outros.

A análise das exportações brasileiras por porte de empresas mostra que das 19.796 empresas que exportaram em 2003, 47,9% correspondendo a 9.479 empresas, refere-se a micro e pequenas empresas. A categoria de micro e pequenas empresas foi a que apresentou uma maior evolução, na comparação 2003 sobre 2002, indicando uma maior inserção desse grupo de empresas nas exportações brasileiras. Segundo um estudo do MDIC , em valor as exportações das micro e pequenas empresas registraram a maior variação relativa por porte de empresa.⁵

Se as empresas brasileiras se direcionarem apenas para a produção no mercado interno, elas sofrerão com a concorrência das empresas estrangeiras até mesmo dentro do nosso próprio país. E conseqüentemente , para manter a sua produção deverão tornar – se competitivas inclusive em escala internacional.⁶As micro e pequenas empresas podem participar no mercado internacional de maneira permanente ou de maneira eventual. Geralmente o bom desempenho nas atividades exportadoras são obtidos por aquelas empresas que se inserem na atividade exportadora como resultado de um planejamento estratégico , direcionado para os mercados externos.

Segundo um cruzamento inédito de dados dos Ministérios do Desenvolvimento, Industria e Comércio Exterior e do Trabalho divulgado no final de junho deste ano, as exportações das micro e pequenas empresas subiram 30% em

⁴ MINERVINI, Nicola. *O Exportador*. São Paulo: Markron Books,2001.

⁵ MDIC/ SECEX/ APEX , *Exportação Brasileira por Porte de Empresa*, p.1

⁶ MRE, *Exportação passo –a – passo*,p.10

2003 em relação ao ano anterior. É muito importante enfatizar e ressaltar o grande potencial de exportação das micro e pequenas empresas. Dos quase 4 milhões de empresas nesse ramo, apenas 9.479 tiveram as suas atividades voltadas para o mercado externo. E o Brasil tem muitas empresas que podem vir a ser incentivadas e estimuladas a entrar nesse ramo.

A diversificação de produtos foi um fator decisivo para o aumento de vendas no exterior. O estudo do Ministério do Desenvolvimento mostrou que as micro e pequenas empresas exportadoras também são grandes empregadoras. E com muita criatividade e ousadia das empresas, elas estão promovendo pouco a pouco uma revolução na política de exportações. Já fazem mais de dois séculos que o café e o algodão são os nossos principais produtos de exportação. Mas pouco a pouco outros setores vem se destacando, como por exemplo as exportações de camarão, que tiveram um crescimento de 500% nos últimos anos. E com tudo isso acontecendo a melhor notícia fica por conta dos empregos que estão sendo gerados, e os novos contratados que na sua grande maioria são trabalhadores rurais de baixa renda e escolaridade.

A ousadia e a criatividade das micro e pequenas empresas estão realmente provocando uma verdadeira revolução nas exportações. Hoje, a Itália compra pé de moleque brasileiro, o Japão pão de queijo mineiro e até o Alasca adora a nossa tradicional feijoada. Um outro exemplo da irreverência dos micro e pequenos empresários está bem perto de nós, aqui mesmo no Distrito Federal. Até pouco tempo Márcio saiu com uma sacola pelas ruas de Brasília oferecendo biquínis produzidos em sua confecção. Há três anos entrou para o consórcio Flor Brasil que reúne 12 empresas. Juntas, elas venderam no ano passado mais de 40 mil peças para seis países. E deram trabalho para mais de 150 costureiras da Ceilândia e Taguatinga, no Distrito Federal.⁷

⁷ <http://www.sebrae-sc.com.br>

Mesmo com todo esse progresso que as micro e pequenas empresas vem alcançando, a quantidade de empresas nesse segmento poderia ser ainda bem maior, o que falta é uma ação mais forte de incentivo para poder alavancar no mercado externo. Muitas empresas não tem acesso a informação, outras acham difícil, caro ou estão preocupadas em driblar as dificuldades do próprio comércio interno.

Ultimamente, o enfoque da política econômica do Brasil tem sido aumentar a inserção dos produtos brasileiros no comércio internacional. Um importante segmento da economia brasileira, que apenas recentemente despertou a atenção das autoridades para o seu potencial exportador, é o de micro e pequenas empresas. Segundo o ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Luiz Fernando Furlan, a expansão das exportações brasileiras superaram os índices dos anos passados, as micro e pequenas empresas exportaram em 2003 US\$ 1,736 milhão, o que na verdade representa um grande e significativo crescimento em relação as exportações em 2002. No primeiro semestre de 2004, houve um ingresso de quase 800 novas empresas exportadoras, das quais a grande maioria é de micro e pequenas empresas que exportam, principalmente produtos manufaturados, que são os que distribuem mais renda e que tem maior valor agregado.⁸

Atualmente, as micro e pequenas empresas estão cada vez mais decididas a enfrentar as dificuldades burocráticas existentes no nosso país para exportar e assim conseguirem colaborar para aumentar o volume das exportações brasileiras. Hoje em dia, no Brasil existe até a possibilidade de exportar pequenos lotes de US\$ 2 mil, US\$ 3 mil, US\$ 5 mil”, ficando assim muito menos complexo o processo de exportação, pois é muito mais fácil exportar pequenos volumes. Dessa maneira é muito mais simples, e é assim que se começa. Os resultados positivos da economia brasileira este ano se devem em grande parte ao volume das exportações.

A crescente participação das micro e pequenas empresas tanto na sociedade brasileira, quanto na economia, se deve em grande parte pela abertura

⁸ <http://www.uol.com.br/infopessoal>

comercial iniciada nos anos 90 e também pela globalização. E a globalização econômica também afetou as micro e pequenas empresas, com as oscilações do mercado, que criam simultaneamente ameaças e oportunidades a esses segmentos que muitas vezes só podem contar com a intuição do próprio empresário.

Em 2003, o Brasil registrou o ingresso líquido de 456 novas empresas no mercado das exportações e desse total, 342 são micro e pequenas empresas. As micro e pequenas empresas foram as que registraram maior incremento nas vendas externas no ano passado. Engana-se quem pensa que os negócios voltados para o mercado externo são tão difíceis e que somente as grandes empresas negociam com outros países, pois no Brasil quase 50% dos exportadores são de micro e pequenos empresários. Ainda há entre os micro e pequenos empresários o pensamento de que somente os grandes podem exportar, mas felizmente os números mostram que esta mentalidade está mudando e que esse ramo está cada vez mais se voltando também para as atividades ligadas ao mercado externo. Porém, esse processo não é algo que aconteceu do dia para a noite e que pouco a pouco esta progredindo, porque se formos analisar historicamente o Brasil, os empresários até bem pouco tempo atrás se dedicavam somente ao mercado interno e essa mudança de mentalidade é algo muito importante para o nosso país poder se desenvolver mais, tanto economicamente quanto socialmente.

CAPÍTULO 1 - MARCO TEÓRICO

Neste capítulo serão apresentados os principais referenciais teóricos no âmbito do comércio exterior e das micro e pequenas empresas que serão utilizados no trabalho.

1.1. Micro e pequena empresa exportadora:um modelo comparado Brasil/ Itália – Jose Souto Maior Mussalem

Essa obra tem a intenção de contribuir para o debate e para a ação em favor da questão das micro e pequenas empresas exportadoras, que contribuem com importante parcela do PIB brasileiro.

Um dos maiores desafios atualmente para o Brasil é estar aumentando as suas exportações. Ou seja, isso significa aumentar o número de empresas e para aumentar a base exportadora precisamos criar uma cultura exportadora entre as micro e pequenas empresas. Inserir as empresas de micro e de pequeno porte no comércio internacional, não é uma tarefa fácil, mas também não é algo inviável.

Mas porque as micro e pequenas empresas não possuem características exportadoras? Devido a vários fatores históricos que devem ser levados em consideração no processo analítico das micro e pequenas empresas. Pois o nosso país foi durante muito tempo uma economia fechada ao exterior, e o primeiro entrave a introdução de um modelo exportador para as micro e pequenas empresas brasileiras está centrada na questão histórico cultural.⁹

O mercado internacional é de grande relevância para o desenvolvimento da economia brasileira, daí a necessidade de concentrarmos esforços na ampliação das atividades exportadoras brasileiras. E para aumentar a base exportadora, só a ação das micro e pequenas empresas poderão garantir esse objetivo.

⁹ MUSSALEM, Jose Souto Maior. *Micro e pequena empresa exportadora:Um modelo comparado Brasil/ Itália*. Recife:Fecomercio,1999.

1.2. Exportando a gente cresce – Banco do Brasil/Apex

A inclusão das empresas de micro e pequeno porte no âmbito exportador é uma iniciativa que deve contar com o apoio do setor privado, do governo, enfim de toda a sociedade brasileira. Exportar é uma atividade bastante interessante e gratificante para as micro e pequenas empresas, pois com a exportação a rentabilidade da empresa aumenta, a qualidade dos produtos e dos serviços melhoram e o mais relevante é que permite o Brasil crescer e ser respeitado no mundo todo.

O aumento das exportações não é mais apenas do interesse apenas dos empresários, virou uma questão nacional, porque trata – se de lutar para eliminar as nossas contas externas. A batalha pela inserção das micro e pequenas empresas no mercado internacional é um desafio que envolve todo o país e não é uma tarefa fácil, mas quem começar agora estará saindo na frente nesse novo país que esta se formando.

1.3. Os custos logísticos do comercio exterior brasileiro- Jose Manoel Cortinas Lopes

Este livro busca avaliar a relevante importância dos custos logísticos no que se refere a competitividade dos produtos brasileiros no mercado externo. São avaliados minuciosamente todos os elementos das operações logísticas desde o local de produção até o consumidor final.

Para as micro e pequenas empresas ou até mesmo para aquelas de médio ou grande porte, mas que não tem uma participação ativa no comércio internacional e que conseqüentemente efetuam pequenos embarques, os custos logísticos tendem a subir significativamente devido a maioria das despesas representarem custos fixos.

As empresas brasileiras na grande maioria das vezes tem preços melhores, mas muitas vezes deixamos de conquistar outros mercados, porque o nosso

preço final acaba ficando mais caro, devido aos altos custos de logísticas. A redução dos custos burocráticos é essencial para que sejam inseridas mais empresas no comércio exterior, principalmente aquelas que fazem parte do segmento de micro e pequenas empresas.

“ Os nossos custos logísticos é claro que tem que cair. Porém, somente será consistente a queda se conjugada com o desenvolvimento econômico e elevações dos volumes do comércio brasileiro”¹⁰

1.4. Economia Internacional- Dominick Salvatore

A economia internacional relata a prática e a teoria das finanças e do comércio internacional. A economia internacional tem visivelmente se destacado nos dias de hoje e a real finalidade desta obra é apresentar de forma clara tanto no âmbito prático quanto no teórico a moderna economia internacional.

1.4.1. Teoria Pura do Comércio Internacional

Esse modelo demonstra claramente as preferências e os gostos de cada uma das nações. Em um mundo em que dois produtos são trocados, a relação do preço e da mercadoria importada e exportada, denomina –se a relação de troca da nação. Já que em mundo de dois países as exportações de um são as importações do outro, as relações de troca são a recíproca das do outro.

1.5. Fundamentos teóricos do comércio exterior brasileiro – Cláudio Soares

Esta obra organiza de forma sistêmica diversos temas nos quais se baseiam as operações de comércio exterior e é uma obra baseada em fundamentos teóricos e práticos. O livro faz um paralelo entre as teorias clássicas do comércio internacional com as teorias modernas do comércio internacional.

¹⁰ LOPES, Jose Manoel Cortinas. *Os custos logísticos do Comercio Exterior Brasileiro*. São Paulo: Aduaneiras LTDA, 2000.

1.5.1. Teorias Clássicas

Embora o comércio internacional tenha sido praticado desde o início da civilização, foi só a partir do século XV, com a chegada do mercantilismo, que essa atividade pode adquirir pressupostos teóricos e práticos que se desenvolvem até os dias de hoje.” O comércio internacional, é portanto a primeira fonte teórica da economia e da política econômica.”

Adam Smith – Vantagens Absolutas

Para Smith o alicerce do comércio internacional é a especialização de cada país individual em determinados ramos da atividade econômica. Cada nação pode gerar os mesmos produtos utilizando diferentes horas de trabalho realizado pelos homens. E essas diversificações que existem entre as nações no que se relaciona ao número de horas para criar a mesma mercadoria é o que se chama de teoria das vantagens absolutas.

David Ricardo - Vantagens Comparativas

Cada país se especializa na produção e exportação dos bens que podem produzir com um custo relativamente menor, inversamente cada país importa os bens que produz com um custo relativamente maior.

1.5.2. Teorias modernas do comércio exterior

Enquanto o tema básico dos teóricos clássicos era a medida e a existência dos benefícios do comércio exterior, para os teóricos modernos a maior preocupação era estudar os fluxos de comércio de mercadorias manufaturadas entre as nações.

Harbeler – Os custos de oportunidade

Gottfried Harbeler desenvolveu o conceito de custos de oportunidades e com isso incluiu outros elementos na produção, mas sem deteriorar a estrutura teórica das vantagens comparativas. Harbeler não apenas tratou dos demais tópicos de produção na teoria das vantagens comparativas e absolutas, mas também reforçou as teses de Ricardo e Smith com o aumento do bem estar social, os mesmos fatores de produção, uma nação pode aumentar sua oferta de bens e serviços.

Teorema de Heckscher e Ohlin

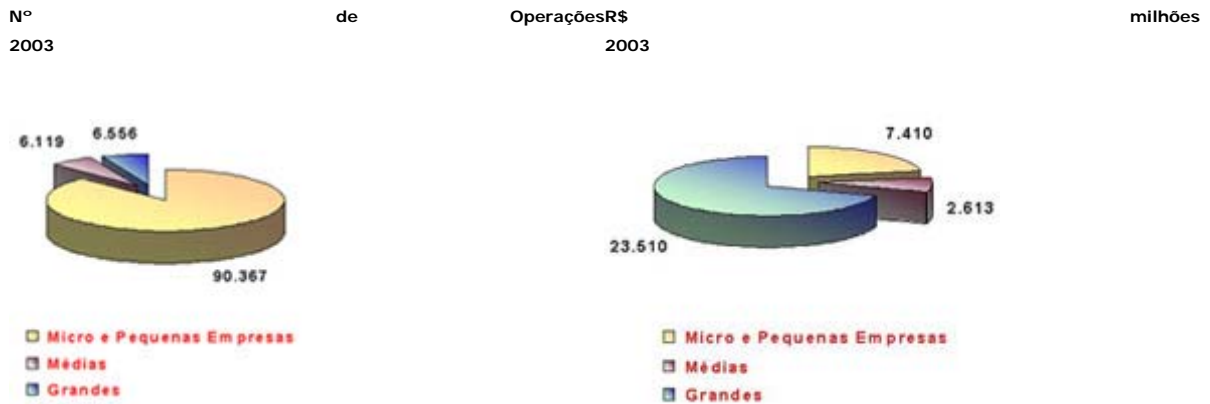
A teoria é formulada em termos de dois fatores de produção: trabalho e capital. Alguns países têm mais trabalho, enquanto outros têm mais capital. Os países que são ricos em capital exportam bens de capital intensivo e os que têm mais mão de obra exportarão bens de trabalho intensivo.

1.6. Documentos do BNDES

Os documentos do BNDES¹¹ também são referenciais teóricos bastante relevantes no âmbito das micro e pequenas empresas exportadoras, pois este segmento é uma das prioridades do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

Tendo em vista o importante papel das micro e pequenas empresas, tanto no âmbito social quanto no econômico, o BNDES possui uma série de programas especiais desenvolvidos para elas. E este segmento atuando no mercado internacional, tem uma função ainda mais relevante, que o BNDES soube reconhecer e dar o seu devido valor. Em 2003, o BNDES aprovou 96.486 operações com MPMEs com um total de financiamentos concedidos de R\$ 10,02 bilhões, valor 20% superior ao total desembolsado em 2002.

¹¹www.bndes.com.br



1.7. Os problemas da empresa exportadora brasileira- Confederação Nacional das Indústrias

Esta obra foi desenvolvida pela Confederação Nacional das Indústrias, com intuito de mostrar e analisar os principais obstáculos no âmbito do comércio exterior brasileiro. Apesar de cada vez mais estarem aparecendo métodos e medidas com a finalidade de amenizar as dificuldades nesse setor , os problemas ainda são muitos.

O livro procura identificar as principais dificuldades ao desenvolvimento e crescimento das vendas dos produtos brasileiros no mercado externo. O sucesso desta obra se deu em grande parte por causa dos próprios empresários , que indicaram os diversos entraves que diminuem a competitividade dos produtos nacionais no mercado internacional.

CAPÍTULO 2 – PROBLEMA

O problema central da monografia é analisar o comportamento das micro e pequenas empresas no âmbito das exportações brasileiras, e também avaliar as suas evoluções e perspectivas.

Primeiramente é importante deixar claro que não existe um critério único para classificar as empresas de acordo com o seu porte. Mas no Brasil o critério mais utilizado é o adotado pelo SEBRAE, ou seja, baseada no número de empregados .

A atividade exportadora, é uma prática bastante antiga, que começou com os fenícios e ganhou expressão com os gregos. E no começo de tudo essas práticas eram realizadas exatamente por meio de pequenos negócios. A exportação independente do porte da empresas, ela deve ser visada como uma alternativa estratégica para o desenvolvimento das empresas. Qualquer empresa de qualquer tamanho pode exportar. E o segmento das micro e pequenas empresas ainda tem algumas vantagens em relações as maiores empresas. Entre elas, destacamos a flexibilidade, pois quando vamos negociar com outros países isso exige uma série de mudanças internas. E obviamente, em uma cadeia de produção menor as mudanças acontecem mais facilmente.

Com isso, é muito comum a empresa de pequeno porte acreditar que terá muitas regalias para exportar. Mas nem sempre é assim, na grande maioria dos casos, o micro empresário nem domina o idioma. E as micro e pequenas empresas sofrerão as conseqüências de uma falha numa proporção muito maior que as de grande porte, por isso as análises dos resultados e das probabilidades são extremamente essenciais.¹²

¹² VOLPINI , Lina. *Exportação - Dicas para uma opção inteligente*. Belo Horizonte: Autentica Editora, 1998.

Independentemente do porte da empresa, qualquer uma pode exportar, desde que seja uma empresa legalmente constituída e faça o seu registro no Registro dos Exportadores e Importadores – REI e também no SISCOMEX.¹³

Existem várias situações que podem ser destacadas, de pequenos negócios internacionais que nasceram, porque alguém no exterior passou a vender, lá fora, produtos que conheceu aqui. A maioria das vezes são parentes ou conhecidos que passaram a levar essas mercadorias e depois a comercializar regularmente e em maior escala.

As micro e pequenas empresas tem um grande potencial, exportador e podem colaborar bastante para o desenvolvimento e o crescimento do país.No entanto, o papel das micro e pequenas empresas para o desenvolvido das exportações brasileiras não tem sido tão expressivo quanto poderia ser, devido aos baixos volumes que são produzidos e a concentração de vendas direcionadas para o mercado interno.

As micro e pequenas empresas normalmente não suportam os custos envolvidos na produção, e conseqüentemente se deparam com dificuldades em especificar,ou seja em explicar miudamente seu produto e preço no mercado internacional.A inserção das micro e pequenas empresas no comércio internacional constitui um desafio para o Brasil e ele não pode ficar restrito apenas as empresas de grande porte .O comércio exterior sem dúvida é um dos elementos essenciais para um melhor desenvolvimento econômico de qualquer país, e a maioria de suas vendas são feitas através das empresas de grande porte.

No universo das micro e pequenas empresas a questão da freqüência das exportações também é um fator bastante relevante para o seu desenvolvimento.Nas grandes empresas os exportadores contínuos¹⁴ representam mais de 60% da base exportadora. Um número significativo e estável de empresas de

¹³ SEBRAE /PR. *Exportar é fácil-a pequena empresa também pode*. Curitiba:SEBRAE/PR,1993.

¹⁴ Aqueles que exportam todos os anos do período considerado.

médio e grande porte exportam com freqüência, praticamente todos os anos. Já quanto as empresas de menores portes, a participação dos exportadores contínuos é bastante reduzida e inferior. Nesse sentido, o porte da empresa é uma variável de extrema importância na permanência das empresas exportadoras. A descontinuidade e a desistência, de fato, são fenômenos que atingem com maior freqüência as empresas de menor porte.

Não é difícil perceber que o nosso país tem um grande caminho para percorrer em termos de viabilizar as condições para as micro e pequenas empresas se tornarem aptas e competentes no comércio exterior brasileiro. O mercado mundial é dá maior importância para o futuro da economia brasileira, e por isso a necessidade de concentrarmos esforços visando aumentar e incrementar cada vez mais a base exportadora brasileira. “ E para alcançar essa base exportadora, só a ação das micro e pequenas empresas poderá garantir tal objetivo.”¹⁵

Elas são pequenas no volume de produção e no tamanho, mas grandes no que representam para o desenvolvimento e o progresso do Brasil. E no Brasil não são poucas as entidades privadas e órgãos públicos que tem nas empresas de micro e pequeno porte exportadoras seu foco de atuação. No Brasil as políticas que são destinadas a promover o aumento da base exportadora , devem necessariamente dar prioridade para as de menor tamanho.

Apesar do crescimento das exportações das empresas de pequeno porte ,o valor das exportações das micro e pequenas empresas ainda poderia ser mais alto, afinal o crescimento das vendas ao exterior esta estimulando e motivando o governo brasileiro.Essas iniciativas são muito importante e de grande valia, porque com isso aumenta a gama dos produtos brasileiros no mercado internacional e também abre novos mercados.Além disso essas empresas possuem uma maior

¹⁵ MUSSALEM,Jose Souto Maior.*Micro e pequena empresa exportadora:Um modelo comparado Brasil/Itália*. Recife:Fecomercio,1999.

flexibilidade em se adaptarem e podendo assim atender mais rapidamente as exigências dos compradores.

CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA

A monografia foi desenvolvida por intermédio de análises e exames dos documentos utilizados para a realização do presente trabalho, tais com os livros, os artigos e a entrevista realizada com uma pessoa que trabalha no ramo.

No que diz respeito aos livros pesquisados, no trabalho em pauta foram abordados tanto obras de cunho teórico quanto obras de caráter prático, com dados estatísticos, tabelas e informações precisas sobre números e valores.

Foram também realizadas pesquisas e consultas a websites tais como o do MDIC, do Banco do Brasil, do BNDES, do Sebrae entre outras entidades que de alguma maneira interferem e contribuem no âmbito das exportações das micro e pequenas empresas.

Também foi feita uma entrevista¹⁶ com uma pessoa que atua e exerce sua função profissional nas áreas de comércio exterior e de micro e pequenas empresas, no MDIC.

Na parte da pesquisa bibliográfica foram utilizados documentos que pudessem colaborar na explicação e na compreensão da natureza dessa pesquisa. Tendo sido também realizadas pesquisas empíricas ou seja pesquisas onde se pudesse estar observando e procurando os fatos que fizessem parte da realidade das exportações das micro e pequenas empresas brasileiras.

Em suma, a metodologia deste presente trabalho foi na âmbito do comércio exterior brasileiro, no que tange o segmento das micro e pequenas empresas exportadoras brasileiras, partindo do princípio de uma análise de conteúdo e também onde alguns resultados comprobatórios poderão ser averiguados.

¹⁶ Anexos

CAPÍTULO 4 – INCENTIVOS BRASILEIROS ÀS EXPORTAÇÕES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Neste capítulo serão mostrados os principais programas de incentivo as exportações das empresas brasileiras, incluindo as de micro e pequenas porte, tais como os financiamentos, e também os incentivos fiscais. Principalmente com a crise do real, muitos programas com o intuito de aumentar as exportações foram desenvolvidos, na tentativa de alavancar o comércio. E os micro e pequenos negócios passaram a ser um dos principais focos desses incentivos, já que grande parte do comércio exterior brasileiro se enquadram nesse segmento. E esse segmento também passou a ser bastante focado, porque sem dúvida é o que mais encontra dificuldades lá fora e também é o que mais precisa de apoio para se tornarem estáveis no mercado internacional.

4.1. Financiamento á Exportação

Uma das maiores dificuldades encontradas pelos empresários das micro e pequenas empresas é em relação aos custos que tem que ser desembolsados na exportação. E por conta da falta de recursos deste segmento, um importante incentivo é o dos financiamentos.

4.1.1. Programa de Financiamento ás Exportações-PROEX

O PROEX é um programa do Governo Federal, que tem a função de financiar as exportações brasileiras de bens e serviços em condições equivalentes as do mercado externo. O PROEX é gerenciado pelo Banco do Brasil e são duas as modalidades de apoio a exportação:

- PROEX Financiamento: é o financiamento direto ao exportador brasileiro ou importador com recursos do Tesouro Nacional, e o responsável pela realização do programa é o Banco do Brasil.

- PROEX Equalização: Exportação financiada pelas instituições financeiras do país e do exterior, na qual o PROEX tem a função de pagar parte dos encargos financeiros relativos as taxas de juros a ser paga pelo exportador, igualando assim a taxa de juro, desde de dezembro de 2003.

Agora, além do PROEX, o Banco do Brasil também está estendendo as micro e pequenas empresas o programa que criou para quem quer se expandir no ramo do comércio exterior. O PGNI-MPE – Programa de Geração de Negócios Internacionais para micro e pequenas empresas, onde oferece serviços exclusivos e atendimento especializado para as suas empresas. Dessa maneira, facilitando as micro e pequenas empresas a ingressarem e permanecerem no mercado internacional.¹⁷

4.1.2. ACC – Adiantamento sobre contrato de cambio –

É um financiamento direto ao exportador, o qual é colocado a disposição do empresário pela rede bancária, permitindo ao exportador adquirir o financiamento antes do embarque da mercadoria. Essa antecipação pode ser até 360 dias antes do embarque da mercadoria, depois só com autorização do Banco Central.

4.1.3. ACE – Adiantamento sobre Cambiais Entregues-

É um adiantamento dos recursos ao exportador, em moeda nacional, depois da embarcação da mercadoria no exterior. Consiste no desconto da cambial junto ao banco que foi elegido pelo empresário exportador. Desta maneira, o financiamento pode ser realizado após o embarque da mercadoria. Pode ser feito até 180 dias após o embarque da mercadoria, passando desse prazo somente com a autorização do Banco Central.

¹⁷ www.bancobrasil.com.br

Porém, as micro e pequenas empresas não tem acesso ao ACC e ACE, por enquanto. Mas este programa deve ser estendido de alguma forma as micros e pequenas empresas, já que são os segmentos que mais necessitam de um apoio financeiro, seria de grande valia.

4.1.4. BNDES - exim¹⁸

O BNDES tem como uma de suas ações relevantes e prioritárias apoiar as micro e pequenas empresas de todo o nosso país, devido a sua grande importância para o desenvolvimento do Brasil. Aumentar as exportações é o objetivo fundamental do governo da União e já absorve parte substancial dos recursos do BNDES.

O BNDES - exim é um programa oficial de financiamento ao exportador brasileiro. E este programa futuramente poderá fomentar e impulsionar a participação das MPEs no mercado internacional, sobretudo com uma política de crédito específica para a micro e pequena empresa. E existem algumas modalidades para atender os empresários brasileiros exportadores e todas tem o objetivo de expandir as exportações dos nossos produtos brasileiros.

Pré – Embarque : financia a produção de bens a serem exportados em embarques específicos;

Pré – Embarque Curto Prazo: financia a produção de bens a serem exportados, com o prazo de pagamento para ate 180 dias ;

Pré – Embarque Especial : financia a produção nacional de bens exportados , com período pré determinado para a sua efetivação

¹⁸ www.bndes.gov.br

Pré – Embarque Empresa Âncora : financia a comercialização de bens produzidos por micro, pequenas e medias empresas através de empresas exportadoras

Pós – Embarque : financia a comercialização de bens e serviços no exterior, através de refinanciamento ao exportador.

EVOLUÇÃO DOS DESEMBOLSOS

Linhas de Apoio à Exportação	1999	2000	2001	2002	2003	2004*
Pré-Embarque	638	810	410	634	1.407	662
Pré-Embarque Curto Prazo	-	-	-	67	90	11
Pré-Embarque Especial	302	494	559	577	485	298
Pós-Embarque	1.160	1.779	1.633	2.670	2.025	1.086
Total	2.100	3.082	2.602	3.948	4.007	2.057

Fonte : www.bndes.gov.br

4.2. Incentivos Fiscais

Alguns impostos tem tratamentos específicos nas operações de exportações , denominados incentivos fiscais, que são de extrema importância para as empresas brasileiras, principalmente para as de pequeno porte. É o caso do IPI, ICMS,

COFINS e PIS. Além deles, também existem procedimentos especiais como o drawback. E o objetivo dessas medidas é evitar a transferência de tributos internos para as vendas ao exterior, o que acaba prejudicando a competitividade dos produtos brasileiros. Na exportação esses tributos tem um tratamento diferenciado e especial, que se caracterizam como incentivos fiscais.¹⁹ E para evitar a exportação de impostos e conseqüentemente a perda de competitividade dos nossos produtos brasileiros no exterior, procura –se ressarcir os exportadores dos tributos incidentes sobre os produtos exportados.²⁰

4.2.1. Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI

É um tributo federal que incide na venda do produto e é recolhido pelo seu fabricante. Ao adquirir os insumos o fabricante anota como crédito, o valor do IPI indicado nas notas fiscais. E então ao efetuar a venda do produto, deve – se contabilizar o valor do IPI como débito, no registro fiscal. Mas como a exportação é isenta de IPI, os débitos não são lançados e no final o exportador terá restituído os valores pagos na compra dos insumos.

4.2.2. Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS

É um tributo estadual cobrado sobre o valor nominal da mercadoria, com alíquota uniforme. A sistemática de recolhimento é equivalente ao do IPI.

4.2.3. Contribuição para Financiamento da Seguridade Social – COFINS

Estão isentas do pagamento da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social, as exportações de produtos primários, semi – elaborados e manufaturados e essa isenção também é aplicada as exportações indiretas.²¹ Com a Lei 10.833/2003, para as empresas optantes pelo lucro real, desde de 01/02/04 acabou a

¹⁹ www.netcomex.com.br/exportação

²⁰ Confederação Nacional da Indústria, *Os problemas da Empresa Exportadora*, p.21

²¹ MRE, *Exportação passo –a – passo*, p.79

cumulatividade da COFINS sobre a receita bruta , mas no entanto a alíquota é elevada para 7,6%.

4.2.4. Programa de Integração Social – PIS

Estão isentas do pagamento do Programa de Integração Social, as exportações de produtos primários, semi elaborados e manufaturados e esta isenção não se aplica as vendas para comerciais exportadoras, cooperativas, consórcios ou entidades semelhantes.²² Com a Lei 10637/2002, para as empresas optantes pelo lucro real, a desde de 01.12.2002, acabou a cumulatividade do PIS sobre a receita bruta., mas no entanto agora alíquota é de 1,65%.

4.2.5. Drawback

É um incentivo fiscal à exportação que permite à empresa industrial e até mesmo a comercial, importar insumos, livre do pagamento de impostos na importação, os quais após serem submetidos a beneficiamento ou a transformação geram outro produto que deve ser exportado. Seus benefícios são a suspensão do pagamento do IPI e do ICMS.O incentivo do drawback aplica-se à importação de insumos e à exportação do produto final (modalidade suspensão), exportação do produto final e importação para reposição de estoques de insumos anteriormente importados (modalidade isenção) e exportação do produto final e restituição de tributos sobre insumos anteriormente importados com pagamento de impostos (modalidade restituição).²³ Porém, o regime de drawback não é utilizado pela maioria das empresas, principalmente entre as de micro e pequeno porte. Apesar desse incentivo não esta diretamente ligada as micro e pequenas empresas , este mecanismo poderá ser muito útil para esse segmento, devido ao complexo sistema tributário existente no nosso país.

²² MRE, *Exportação passo –a – passo*,p.79

²³ www.sebraesp.com.br

CAPÍTULO 5 – OBSTÁCULOS AS EXPORTAÇÕES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Este capítulo tratará de apresentar os obstáculos que ainda hoje existem, nas atividades exportadoras das micro e pequenas empresas brasileiras. No capítulo anterior ²⁴, pudemos constatar a existência de vários incentivos que existem para colaborar com esse segmento, que apesar de estarem aumentando cada vez mais ainda não são totalmente suficientes para suprir todas as necessidades das micro e pequenas empresas.

5.1. Principais obstáculos

Esta bem claro para todos os empresários que exportar sempre foi e sempre será um excelente caminho para gerar mais lucros em todo o mundo. E um dos segmentos mais propulsores das exportações são as micro e pequenas empresas, principalmente em países como a Itália e os Estados Unidos. E apesar do Brasil ter tudo para também estar seguindo essa linha, a situação aqui no nosso país, ainda não é bem assim. Poucas são as micro e pequenas empresas que exportam regularmente, mesmo quando vários produtos “*made in Brazil*” tem uma grande qualidade para competir no exterior. Os empecilhos e as dificuldades para a entrada dos produtos brasileiros no exterior ainda são muitas, desde a distância física do mercado comprador, alto custo da logística até as dificuldades para obtenção de crédito. Esses obstáculos, aliados a falta de informação e tecnologia são os principais responsáveis para que as micro e pequenas empresas não venham a se expandir nesse ramo como deveriam.

Por causa da infra estrutura no Brasil, muitas vezes os exportadores correm o risco de não cumprir com os seus compromissos com os importadores .O país

²⁴ Capítulo 4 – incentivos brasileiros as exportações das micro e pequenas empresas

não possui uma infra estrutura suficiente para atender as demandas. O empresário pode vir a correr o risco de ter o produto, ter eventualmente vendido o produto e não conseguir entregar para o importador, e isso faz com que os importadores possam vir a desviar as suas compras para outros países.

As micro e pequenas empresas e as exportações estão juntas em pautas desde o final da década de 90 e desde de então várias organizações se voltaram para esse segmento do mercado, que é tão representativo na economia do Brasil, mas que ainda tem uma participação pouco significativa em relação as exportações. E isso ainda ocorre devido aos vários obstáculos que as micro e pequenas empresas tem que enfrentar na hora de exportar. E os principais problemas são os velhos conhecidos: excesso de burocracia, altos custos operacionais e principalmente as dificuldades no financiamento. E além disso tudo, ainda existem os problemas internos das empresas como o nível de adequação técnica e mercadológica, baixa capacidade produtiva e a ausência de planejamento estratégico.

As micro e pequenas empresas, normalmente não suportam os custos envolvidos na colocação de sua produção com os requisitos do mercado externo e assim com bastante freqüência elas se deparam com dificuldades para especificar o seu produto de exportação, fixar o melhor preço e cuidar da distribuição no mercado internacional.

Um dos grandes obstáculos a evolução das exportações apontados pelos empresários estão relacionados na maioria das vezes as etapas finais do processo de exportação, mais precisamente após a chegada da mercadoria no porto. E os problemas que mais ocorrem são os que estão relacionados a burocracia alfandegária e os custos portuários, além disso temos também que mencionar o sistema tributário e a própria infra- estrutura portuária que também são apontados como obstáculos importantes a expansão as vendas no mercado internacional. O custo de

frete também é mencionado pela maioria dos empresários, como um entrave a exportação.²⁵

5.2. Obstáculos internos

5.2.1. Financiamento

Mas o problema de maior relevância que os empresários encontram na hora de exportar é nos financiamentos. E esse obstáculo atinge com maior intensidade as micro e pequenas empresas, sendo essa com certeza a principal dificuldade enfrentada por esse segmento. Apesar dos inúmeros financiamentos que estão surgindo cada vez mais, a fim de auxiliar essas empresas de pequeno porte, os resultados ainda são fracos quando nos referimos aos programas de crédito ao setor exportador. Ainda existe muita burocracia para se conseguir um bom financiamento, os trâmites legais não são tão fáceis quanto parece, e sem uma ajuda pra começar, a situação das micro e pequenas voltadas para o mercado externo, ficam totalmente inviáveis.

As linhas de financiamentos mais utilizadas são os de mecanismo privado, as linhas oficiais de financiamento são pouco utilizadas por causa da dificuldade de acesso e também por causa da falta de informação. Mas seja qual for a linha que a empresa pretende seguir, o principal obstáculo é a exigência de garantias, junto com a documentação requerida da empresa. E essas duas dificuldades atingem com maior intensidade as empresas de menor porte.

5.2.2. Tributação

Outro obstáculo que ainda prejudica bastante as exportações dos produtos brasileiros é a questão da tributação. O Brasil é um país com um sistema tributário muito complexo, o que prejudica a competitividade dos produtos produzidos internamente. Além da diversidade dos tributos, existem alguns que são cumulativo e

²⁵ Confederação Nacional da Indústria, *Os problemas da Empresa Exportadora*, p.12.

de grande dificuldade de desoneração, tais como as contribuições do PIS/Confins. A grande maioria das empresas tem sentido dificuldades no ressarcimento das contribuições do PIS/Confins. E em relação a desoneração do IPI e do ICMS a dificuldade de ser ressarcido é a mesma que o PIS/Confins.

Essas dificuldades encontradas no âmbito fiscal, com certeza é um dos fatores que acabam atrapalhando e muitas vezes inviabilizando a atividade exportadora. E obviamente a existência de créditos fiscais acumulados e ainda não ressarcidos, influencia de maneira negativa na decisão de várias empresas no que diz respeito as atividades voltadas para o mercado externo.

5.2.3. Aspectos operacionais

O sucesso dos produtos brasileiros no mercado externo também depende em grande parte da pós- produção dos produtos, que inclui desde o despacho aduaneiro até a contratação de seguro internacional. Existem várias etapas em que os empresários tem grandes dificuldades, e a principal delas esta relacionada as atividades portuárias, as negociações bancárias e o despacho aduaneiro. Fica bastante claro a importância de se estar reduzindo os aspectos burocráticos, assim podendo agilizar vários processos pós- produção. E independente do porte da empresa as atividades portuárias continuam sendo a mais citada, como um maior entrave nos aspectos operacionais, mas é claro que as micro e pequenas empresas acabam sendo mais afetadas devido a sua maior fragilidade e vulnerabilidade, ou seja devido ao seu menor poder de negociações na logística, tendo em vista os pequenos volumes exportados. Mas no caso das negociações bancárias, é a reclamação que sai disparada na frente apontada pelas micro e pequenas empresas, e essa etapa vai perdendo a importância a medida em que o porte da empresa aumenta. Outros obstáculos que também aparecem nas questões operacionais são a emissão de documentos e os

transportes internacionais, que são bastantes apontados pelas empresas como uma das dificuldades da atividade voltada para o mercado externo.²⁶

Os custos de logística compõem um universo maior que é a formação de preços das mercadorias nos consumidores finais. E se algumas medidas forem tomadas para diminuir o custo logístico, isso poderá acarretar uma série de positivos resultados. O Brasil tem que trabalhar em conjunto para vencer mais esse obstáculo, tanto o governo quanto o setor privado tem que se unirem a favor da utilização da gestão logística.²⁷

5.3. Obstáculos externos

5.3.1. Barreiras comerciais²⁸

Outro entrave bastante comum as exportações dos produtos brasileiros são as barreiras externas. Para protegerem seus mercados, os países procuram utilizar vários mecanismos que possa vir a dificultar o acesso de mercadorias importadas que são as chamadas barreiras comerciais. A maneira mais usada para proteger os mercados é a utilização de tarifas, porém com o passar dos anos²⁹, alguns países foram desenvolvendo novas maneiras de barrarem a entrada de produtos estrangeiros em seus países, com o uso intensivo e diversificado das barreiras não tarifárias.

5.3.2. Barreiras tarifárias

São barreiras criadas pela incidência de tarifas, porém com a diversidade de acordos internacionais prevêm o decréscimo dessas tarifas, no sentido

²⁶ Confederação Nacional da Indústria, *Os problemas da Empresa Exportadora Brasileira*, p.24.

²⁷ LOPES, Jose Manoel Cortinas. *Os custos logísticos do Comercio Exterior Brasileiro*. São Paulo: Aduaneiras LTDA, 2000.

²⁸ SISBATEC, *Barreiras Técnicas, Conceitos e informações de como superá-las*, p.23.

²⁹ Com as negociações internacionais sobre comercio, que geralmente resultam em reduções tarifárias, foram desenvolvidos novos artifícios para dificultar as importações.

de poder estar viabilizando o comércio exterior entre os países ou seja aumentar o comércio internacional.

5.3.3. Barreiras não - tarifárias

São aquelas barreiras que não se referem ao pagamento de tributos sobre a exportação/ importação. Essas barreiras podem decorrer da necessidade de atendimento a requisitos técnicos, como é o caso de limitação da exportação por cotas prefixadas.

E entre essa chamadas barreiras não – tarifárias a que mais vem se destacando são as chamadas barreiras técnicas. Barreiras técnicas às exportações são barreiras comerciais derivadas de regulamentos ou normas não transparentes ou que ainda não se baseiam em normas internacionalmente aceitas.³⁰

Um outro método para dificultar ou até mesmo barrar a entrada de produtos estrangeiros, são as chamadas medidas fitossanitárias. Essas medidas são responsáveis por aplicar medidas em relação a saúde dos animais, a preservação dos vegetais ou seja medidas relativas a proteção dos alimentos . Um grande exemplo disso é a vaca louca. E não podemos garantir se essas medidas de saúde e segurança, não sejam uma desculpa para proteger os produtos nacionais.

5.4. O crescimento das exportações e os obstáculos

O crescimento das exportações das micro e pequenas empresas é uma ótima notícia para o nosso país, que necessita garantir o equilíbrio das contas externas, sendo esta a categoria que mais tem apresentado uma positiva evolução na comparação 2003 sobre 2002, concernente a inserção desse grupo de empresas nas exportações brasileiras.³¹ Mas antes de comemorar, é preciso saber se diante de tantas dificuldades esse ritmo de expansão continuará nos próximos anos. A falta de

³⁰ CNI/SENAI, *Barreiras Técnicas às Exportações, O que são e como superá-las*, p. 7.

³¹ MDIC/ SECEX/ APEX , *Exportação Brasileira por Porte de Empresa*, p.1.

equipamentos e a burocracia excessiva implicam na competitividade da mercadoria brasileira no mercado interno e externo. E estes obstáculos elevam o preço para os empresários e geram dificuldades nas vendas. As exportações não dependem somente da eficiência de seus produtores, mas de toda a estrutura.

Apesar de todos esses obstáculos , exportar é uma alternativa viável para as micro e pequenas empresas, mas para elas conseguirem passar por cima e superar as dificuldades que existem, elas precisam buscar informações e principalmente planejar detalhadamente todos os passos da exportação para obter sucesso.

CAPÍTULO - 6 CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO

Devido a crescente importância das exportações brasileiras das micro e pequenas empresas no âmbito do comércio exterior, cada vez mais estão surgindo novas alternativas para que suas atividades voltadas para o mercado internacional possam vir a estar se tornando mais viáveis. As micro e pequenas empresas têm um grande potencial exportador e podem auxiliar bastante no desenvolvimento e no crescimento do Brasil.

Porém, com toda a sua importância para o comércio exterior brasileiro, o seu nível de competitividade ainda está bem abaixo do desejado. Pois as micro e pequenas empresas normalmente não suportam os custos envolvidos na produção, assim encontrando várias dificuldades no âmbito do mercado externo.

6.1. As empresas e os consórcios de exportação

A experiência tem mostrado que geralmente as micro e pequenas empresas não conseguem ser tão bem sucedidas quanto poderiam agindo de forma isolada, diante das restrições impostas pelos parceiros comerciais e das exigências cada vez maiores do mercado externo. E o associativismo entre essas empresas se apresenta como uma opção para tentar superar os obstáculos que o mercado internacional impõem. Dessa maneira, os consórcios de exportação seriam uma das possíveis alternativas para possibilitar esse acesso. Através do consórcio de exportação as empresas de micro e pequeno porte poderiam unir forças para que a realização das exportações tenha mais êxitos e retornos.³²

Participando de um consórcio de exportação a empresa pode vir a desenvolver com mais aptidão as suas habilidades como o aumento do volume de negócios, na capacidade de produção, na acumulação de experiência entre outros.

³² DIB, Anderson Jorge. *Os consórcios de exportação apoiados pela APEX contribuem para as exportações?* Brasília: 2004. 59 f. Monografia (Bacharel em Relações Internacionais) – Faculdade de Ciências Jurídicas e Ciências Sociais, Centro Universitário de Brasília.

Além disso tudo, o consórcio ainda pode vir a representar um prolongamento das empresas participantes.³³

O consórcio de exportação define-se como qualquer associação de empresas com a finalidade de entrar conjuntamente em mercados internacionais, mas normalmente são formados por micro, pequenas ou médias empresas. São formados por um grupo de empresas, mas tem que ser no mínimo três, que almejam desenvolver conjuntamente políticas ou ações de exportação e que na maioria das vezes são empresas industriais. Os produtos das empresas que se agrupam em consórcios, geralmente tem o mesmo canal de distribuição e devem ser complementares entre si ou do mesmo tipo, desde que não provoquem uma competição entre as empresas membros.³⁴

As empresas do consórcio adotam um compromisso comercial e econômico entre eles, onde são definidos deveres e direitos de cada uma, tanto em relação ao consórcio quanto entre elas. Além disso também deve existir uma repartição de poder entre os participantes do consórcio, ou seja não podendo haver nenhuma empresa que tenha um maior poder de decisão do que as outras.

6.2 Classificação

Os consórcios de exportação podem se classificar em dois tipos, por sua finalidade e segundo o produto. Quanto a sua finalidade se classificam em:

- Consórcios de Promoção :O consórcio fica responsável por todas as atividades promocionais no exterior, inclusive a participação em missões, em feiras e outros.

³³ International Trade Center. *Consórcios de Exportação*. FUNCEX, Rio de Janeiro, 1983.

³⁴ MACIEL, Graccho Machado; LIMA, Leila Maria Moura. *Consórcios de Exportação*. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

- Consórcio de Comercialização :Além das atividades de promoção, tem a função de entrar em contato com os clientes, fechar negócios, procurar mercados e também cuidar de toda a documentação, dos financiamentos e do câmbio.

Quanto aos produtos que operam;

-Consórcios Horizontais:Todas as empresas oferecem um produto determinado, que tem que ser encontrados na mesma fase de produções.

- Consórcios Verticais :As empresas dividem entre si as fases de produção.

6.3. Vantagens

As vantagens para as empresas que estão inseridas em um consórcio de exportação são inúmeras.Tais como o crescimento da oferta e da variedade dos produtos,a divisão dos custos entre as empresas ,um maior poder de negociação, a contratação de profissionais especializados nas áreas de comércio exterior e relações internacionais e também a possibilidade de integração de serviços e produtos entre as empresas associadas.

6.4. Custos

Apesar das inúmeras vantagens que existem para as empresas que são associadas , existem alguns custos que estão diretamente ligados ao consórcio de exportação, tais como: o custo de preparar as empresas para participar das atividades de importação e exportação, o custo de manter o consórcio e suas atividades, e principalmente os custos das exportações , inclusive as documentações, as taxas, o despacho e a licença.³⁵

³⁵ MACIEL,Graccho Machado;LIMA,Leila Maria Moura.Consórcios de Exportação.São Paulo:Aduaneiras,2002.

6.5. Formatação Jurídica

Em relação a formatação jurídica, não existe uma legislação própria para a criação de um consórcio de exportação. Apesar de não existir na legislação brasileira a figura jurídica dos consórcios para que recebam o apoio da APEX e de outras entidades é preciso que se organizem de forma bem estruturada e formal. A APEX solicita a constituição como associação sem fins lucrativos com a elaboração de normas próprias em um estatuto e regimento interno, financiando até 50% dos projetos para a implantação de consórcios de exportação.

6.6. A contribuição dos consórcios de exportação

O comércio exterior não pode ficar restrito apenas para as empresas de grandes porte. A evolução e o desenvolvimento das formas de associativismo empresarial democratiza o comércio, podendo assim abrir um maior espaço para a inserção das empresas de pequeno porte. Quando a empresa se associa a um consórcio de exportação ela obtém uma série de benefícios e vantagens que sozinha ela nunca conseguiria, ou seja, unindo forças as empresas podem atingir resultados muito mais produtivos e positivos nas exportações.

No entanto, para que os consórcios de exportação possam contribuir ainda mais para as exportações brasileiras, seria necessário dar uma certa continuidade ao desenvolvimento de mais consórcios de exportações, as autoridades do setor público teriam que tentar resolver a situação jurídica, tornando a sua figura reconhecida e também conscientizar as empresas da capacidade de cada uma e que juntas elas podem fazer um trabalho melhor e mais proveitoso.³⁶

Os consórcios de exportações estão ficando cada vez mais populares, e em vários países tem despertado o interesse em vários setores, indo além do âmbito

³⁶ DIB, Anderson Jorge. *Os consórcios de exportação apoiados pela APEX contribuem para as exportações?* Brasília: 2004. 59 f. Monografia (Bacharel em Relações Internacionais) – Faculdade de Ciências Jurídicas e Ciências Sórias, Centro Unversitário de Brasília.

das micro e pequenas empresas, para as quais haviam sido proposto. Porém, apesar de possuir inúmeras vantagens, a criação de um consórcio não é algo que acontece do dia para a noite é um processo que exige que as empresas passem por varia etapas.

Na primeira etapa , é onde acontece a fase de seleção das empresas. Na segunda etapa é a constituição do consórcio, é uma fase bastante curta com o objetivo de instalar o consórcio, enfatizando as ações jurídicas e administrativas. Já na terceira e ultima fase é onde se inicia a comercialização dos produtos fabricados pelos grupos.³⁷

Sem dúvida alguma o consórcio de exportação é uma das alternativas de internacionalização mais viáveis para que as micro e pequenas empresas possam se inserir no comércio exterior brasileiro, sendo uma das formas mais conhecidas e flexíveis. Com os consórcios de exportações as micro e pequenas empresas podem alavancar os seus projetos de uma maneira mais rápida e concreta e ver os seus produtos deslanchando em outros países.

³⁷ www.abit.org.br

CAPÍTULO 7– A EVOLUÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CONTEXTO DAS EXPORTAÇÕES E DO CRESCIMENTO ECONOMICO

Neste capítulo serão apresentados os argumentos ou seja será enfatizado o objeto de estudo do presente trabalho, que é a participação das micro e pequenas empresas nas exportações brasileiras, como elas vem se desenvolvendo e se comportando nesta atual fase política e econômica do nosso país.

7.1. Evolução

Nos dias de hoje o nosso país vive um novo tempo, de estabilidade econômica interna, de abertura econômica e de inserção competitiva na economia nacional e internacional. O comércio internacional nos últimos anos tem vivido uma dinâmica sem precedentes com profundas transformações nos padrões de comércio internacional. E é justamente nesse cenário de evoluções e modificações que a presença das micro e pequenas empresas encontram uma função de complementação estratégica e na geração de novas vagas de trabalhos, dinamização do desenvolvimento e distribuição de renda.

Podemos constatar um aumento contínuo na presença das micros e pequenas empresas nas operações comerciais e econômicas internacionais. A flexibilidade deste segmento e a sua habilidade de se adaptar a transformações rápidas e frequentes, tornam as micro e pequenas empresas agentes de extrema importância e eficácia no desenvolvimento do equilíbrio das nações. Países europeus como a França, a Alemanha e a Itália, os países asiáticos e até mesmo os Estados Unidos nos últimos tempos estão dando uma crescente importância às micros e pequenas empresas tanto para aprimorar o mercado interno quanto para alavancar a internacionalização de suas empresas.

Analisando a evolução no período de 1998 – 2003, constatou –se um aumento considerável de micro e pequenas empresas exportadoras brasileiras, que era de 5.778 empresas, em 1998, passando a atingir a marca de 7.002 empresas em 2003. Esse crescimento reflete o forte incentivo a inserção de novas empresas no âmbito do comércio exterior, devido a desvalorização cambial de 1999, que aumentou bastante a competitividade das vendas brasileiras no mercado externo. Podemos destacar também as políticas que vem sendo implementadas ultimamente para a inserção de mais empresas no comércio exterior brasileiro, dentre elas programas que buscam a expansão e a promoção das micro e pequenas empresas. Em termos de evolução das exportações desse segmento nos últimos anos, podemos verificar que as vendas voltadas para o exterior aumentaram 39,1%, resultado inferior as grandes empresas que foi de 55,1%, mas superior ao das medias empresas que foi de 20,8%.³⁸

Nos países desenvolvidos é cada vez mais comum a inserção das micro e pequenas empresas nas atividades que são voltadas para o comércio exterior . No atual processo de internacionalização da economia brasileira a micro e pequena empresa possui um papel relevante e astucioso no esforço de cooperação empresarial internacional.

Com isso as micro e pequenas empresas deixam de ser apenas meros coadjuvantes no processo do desenvolvimento interno e também do processo de internacionalização e passam a ser um dos atores principais desempenhando um papel central, na interiorização do desenvolvimento econômico, no resgate da marginalidade econômica de áreas deprimidas, e principalmente na conquista de novos espaços tanto no mercado nacional quanto no internacional e com competitividade,eficácia, qualidade e produtividade.

O Brasil tem hoje mais de 2 milhões de micro e pequenas empresas, que empregam 46 de cada 100 trabalhadores. A importância delas para a economia do Brasil aumenta cada vez mais. Pequenos negócios, franquias e até mesmo empresas

³⁸ www.sebrae.com.br

instaladas nos fundos dos quintais são responsáveis por cerca de 20% da riqueza do país. Elas vêm investindo e se modernizando pesado em tecnologia, equipamentos, serviços e, sobretudo em gente. ³⁹ Estamos no começo de novos tempos, e como no Japão, na Europa e nos EUA depois da guerra, as micro e pequenas empresas funcionaram como valiosos instrumentos de retomada da economia, e com certeza desenvolverão a mesma função no Brasil, aumentando a oferta de serviços e produtos, e gerando mais renda e empregos.

Apesar de toda a importância econômica e social das exportações realizadas pelas micro e pequenas empresas brasileiras elas ainda apresentam pouca expressividade no total das exportações brasileiras, razão pela qual a importância econômica de sua atividade exportadora deve ser vista também por outros ângulos. Além da agregação ao esforço exportador brasileiro, a exportação traz várias vantagens, como a ampliação as opções de mercados, a viabilização de maiores volumes de produção; adiciona novas tecnologias, padrões de qualidade e processos produtivos modernizados, com as exigências do mercado internacional e também induz ao aperfeiçoamento da qualificação da mão-de-obra, dentre diversas outras vantagens trazidas pela exportação. Por essas e outras razões, os instrumentos de apoio às vendas voltadas para o mercado externo das micro e pequenas empresas devem representar um ponto importante e crescente no contexto das políticas de exportação do país.

7.2. As micro e pequenas empresas e os Blocos Econômicos

O mercado latino americano (Aladi e Mercosul) apresenta um grande significado para as micro e pequenas empresas, indicando facilidades para as empresas de menor porte no estabelecimento de laços comerciais com as regiões importadoras mais próximas. Contudo, observa-se que os dois segmentos de empresas foram fortemente afetados pela crise econômica da Argentina, conforme se verifica nos dados referentes a 1998. Mas mesmo com a crise, o MERCOSUL ainda é um mercado

³⁹ COLOMBINI, Leticia. *Caia na real : apostar numa micro ou pequena empresa pode ser uma ótima idéia, desde que você saiba exatamente como elas funcionam*. São Paulo : Você S.A, 2002.

propulsor e só depende do interesse das micro e pequenas empresas para que elas possam vir a participar do MERCOSUL. Porém atualmente o principal bloco de destino das exportações brasileiras é a União Européia, correspondendo por 24,8% das exportações. As divisas geradas pelas exportações das micro e pequenas empresas, em 2003 tiveram como principais origens a União Européia, com participação de 28,3% e os Estados Unidos com 23,0%. O MERCOSUL já ocupou um melhor desempenho no que se refere ao destino das exportações brasileiras das micro e pequenas empresas, porém no ano de 2003 representou uma participação equivalente a 12,8%, participações bastante próximas com a Ásia e os demais países da ALADI, que corresponderam respectivamente por 12,3% e 11,7%. Já quanto as participações da África com 3,4% e do Oriente Médio com 1,1% no valor das exportações das micro e pequenas empresa foram bem menos expressivas.⁴⁰

7.3. Origem das exportações

Um outro dado estatístico importante em relação as exportações das micro e pequenas empresas é em relação a origem das exportações das micro e pequenas empresas industriais segundo os Estados onde são produzidas as mercadorias exportadas ou onde é realizada a transformação principal. Os estados da região Sudeste e Sul tradicionalmente são os que concentram o maior número de empresas exportadoras. As exportações das micro e das pequenas empresas estão bastante concentradas, em cinco estados São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais. Esse resultado reflete, em boa medida, a própria concentração das exportações das empresas industriais no país — os cinco principais Estados exportadores (quatro dos cinco citados, e o Rio de Janeiro, que substitui Santa Catarina por pequena margem) são responsáveis por mais de 70% das vendas no mercado externo. Contudo, reflete também a importância relativa das exportações das micro empresas em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul e das pequenas empresas nesses Estados e no Paraná.

⁴⁰ MDIC/ SECEX/ APEX, *Exportação Brasileira por Porte de Empresa*.

7.4. Valores exportados

As micro e pequenas empresa exportaram US\$ 132,4 milhões e US\$ 1.382,8 milhões em 2003, respectivamente, o correspondente a 0,2% e 2,2% das exportações da totalidade das empresas industriais no ano - em conjunto responderam por cerca de 2,0% total das exportações do país. Tais cifras refletem crescimento de 4,8% e de 13,0% do valor exportado por esses segmentos de empresas.⁴¹

Tabela 1
Valor exportado por empresas industriais classificadas segundo o tamanho da firma – 1998, 2002 e 2003

Tamanho	Valor (US\$ Milhões)			Participação (%)		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Micro industrial	102,8	126,3	132,4	0,2	0,2	0,2
Pequena industrial	984,1	1.223,2	1.382,8	2,3	2,4	2,2
MPE industrial especial	2.335,6	1.744,5	2.251,2	5,4	3,4	3,6
Média industrial	7.974,4	7.755,9	9.637,5	18,5	14,9	15,4
Grande industrial	31.682,3	41.089,4	49.128,0	73,5	79,1	78,6
Empresa industrial não classificada	37,7	2,6	0,7	0,1	0,0	0,0
Total das empresas industriais	43.116,9	51.941,9	62.532,7	100,0	100,0	100,0
Memo:						
Empresas não industriais	7.979,6	8.350,6	10.259,8			
Empresas não identificadas	3,2	10,3	188,0			
Total das empresas exportadoras¹	51.099,7	60.302,9	72.980,5			

Fonte: SECEX/MDIC, RAIS/MT e IBGE (PIA e Cadastro Central de Empresas).

Nota: (1) Exclui exportações realizadas por pessoas físicas (identificadas por seus CPFs).

O crescimento do valor das exportações das empresas de menor porte entre 1998 e 2002 decorre basicamente do aumento do número de micro e pequenas empresas exportadoras entre aqueles anos, uma vez que o valor médio das exportações dessas empresas permanece praticamente estável ao longo desse quadriênio (um crescimento anual de apenas 0,6% e 0,9%, respectivamente). Apenas em 2003, o valor médio das exportações das micro e pequenas empresas experimentou um aumento mais significativo.⁴²

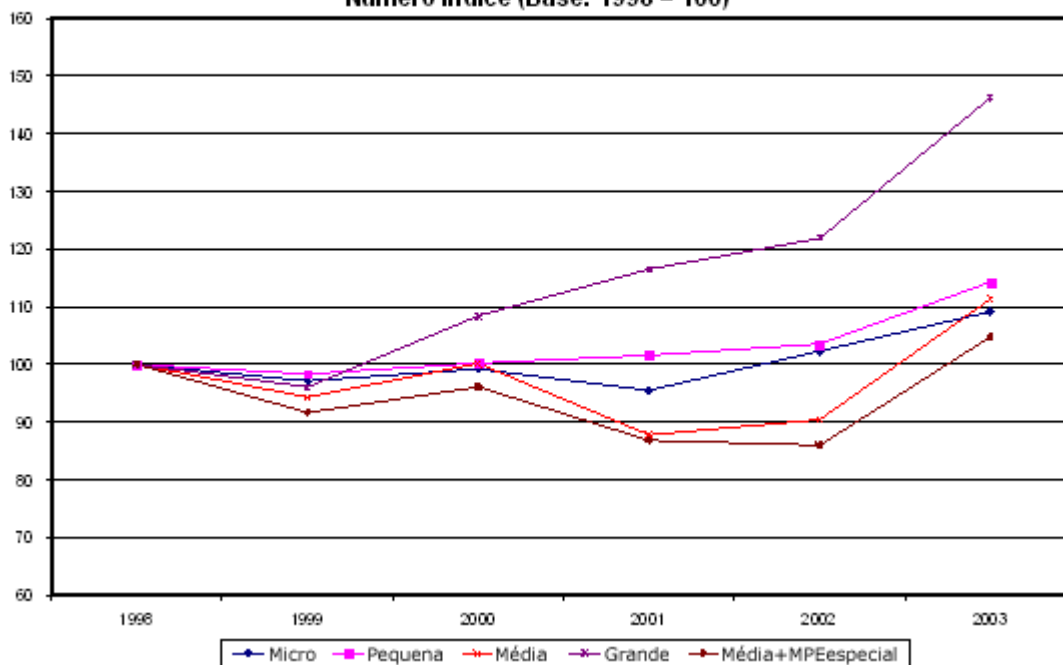
Durante vários anos os empresários brasileiros, puderam presenciar uma grande transformação na economia, devido ao processo de internacionalização

⁴¹ www.sebrae.com.br – Estudo realizado em conjunto pelo SEBRAE e pela FUNCEX

⁴² www.sebrae.com.br – Estudo realizado em conjunto pelo SEBRAE e pela FUNCEX

das empresas e nos últimos anos os empresários vem participando ativamente desse processo. Inicialmente esse processo começou com as grandes empresas, mas logo em seguida as empresas de menores portes também partiram para descobrir novos mercados. É muito importante deixar claro que a exportação somente deve acontecer depois de muito planejamento e de muita pesquisa, e que jamais pode acontecer por uma simples falta de opção, mas sim por ser uma escolha consciente.

Gráfico 3
Valor médio das exportações por empresas, segundo classe de tamanho
Número índice (Base: 1998 = 100)



Esses resultados caracterizam, no entanto, que a atividade exportadora vem mobilizando um contingente crescente de micro e pequenas empresas que orientam, de forma mais permanente, uma parcela de sua produção para o mercado externo. Resultados que só vieram para confirmar que cada vez mais a maioria das micro e pequenas empresas estão se inserindo de forma permanente e mais frequente no mercado internacional.

7.5. Análise das exportações por porte de empresa

A análise das exportações brasileira por porte de empresas mostra que dos 19.796 estabelecimentos que exportaram em 2003, 47,9%, dessas empresas são de micro e pequeno porte ou seja corresponde a 9.479 empresas. A categoria que apresentou a maior evolução na comparação 2003 sobre 2002 foi a de micro e pequenas empresas, o que indicou uma maior inserção desse segmento nas exportações brasileiras. Do ingresso líquido de 456 empresas exportadoras no mercado brasileiro, 342 são micro e pequenas empresas. Em valor, as exportações das micro e pequenas empresas registraram a maior variação relativa por porte de empresa. Assim a representatividade das micro e pequenas empresas no valor exportado aumentou de 2,2% em 2002, para 2,4% em 2003.⁴³

Na categoria das micro e pequenas empresas, o principal produto exportado é a madeira e as suas obras, que correspondem por 16,3% das exportações desse segmento de empresas, seguido por máquinas e equipamentos (10,5%), pedras ornamentais (6,6%), móveis e mobiliário médico cirúrgico (5,3%), frutas (3,9%), calçados (3,9%), metais preciosos e suas obras (3,6%), pescado (3,1%) e máquinas e material elétrico (3,1%). Esses principais produtos, juntos foram responsáveis por 56,2% das exportações das micro e pequenas empresas.⁴⁴

Diante dos dados citados realmente podemos afirmar que os pequenos querem o mercado mundial. Além das exportações desse segmento estarem aumentando, eles ainda se articulam para crescer mais. Na realidade o que está faltando para as empresas de micro e pequeno porte se desenvolverem com um sucesso ainda maior é um maior estímulo do governo, na teoria até já existem bastante projetos desenvolvidos, mas na prática a situação é bem mais complicada. Além disso é preciso ter bastante paciência e cautela quando se trata da legalização de um produto. Uma redução de impostos e uma política mais agressiva auxiliaria bastante esse segmento a dar um salto definitivo para o sucesso.

⁴³ MDIC/ SECEX/ APEX, *Exportação Brasileira por Porte de Empresa*.

⁴⁴ MDIC/ SECEX/ APEX, *Exportação Brasileira por Porte de Empresa*

Não se pode negar que a situação melhorou nos últimos anos, mas ainda é preciso criar novas políticas de apoio e incentivo para aumentar a base exportadora das micro e das pequenas empresas, para diversificar os mercados, melhorar a qualidade dos produtos e principalmente aumentar a oferta de créditos. O comércio exterior sem dúvida é um dos maiores instrumentos de indução do desenvolvimento social e econômico, e diante dessa afirmação o Brasil não pode ficar parado e deixar passar a chance de se desenvolver, chance a qual está em grande parte relacionada as empresas de micro e pequeno porte brasileira.

CAPÍTULO 8 - CONCLUSÃO

Nos dias de hoje, poucos assuntos possuem tanta unanimidade como a necessidade de exportar. Pois exportar contribuiu para uma série de vantagens e benefícios que são extremamente relevantes para o desenvolvimento de qualquer país.

No entanto, o Brasil não possui um histórico cultural exportador. Foi somente a partir da década de 90, que as exportações passaram a ter um maior destaque e também a serem tratadas como um tema de grande importância e não somente como mais uma atividade casual.

E com os segmentos das micro e pequenas empresas esse acontecimentos não tem sido diferentes. As empresas de micro e pequeno porte também puderam perceber a tempo o quão necessário é ver os seus produtos serem comercializados em outros países. E assim o desenvolvimento e a evolução das micro e pequenas empresas, no que se refere as exportações, com o passar dos anos estão crescendo significativamente.

E por conta desses recentes acontecimentos estão surgindo uma série de incentivos para que essas empresas possam vir a desenvolver ainda mais, principalmente quando se deu o estopim da crise do real no final da década de 90.⁴⁵ As micro e pequenas empresas já são um dos principais focos desses incentivos, já que são as que encontram maiores dificuldades lá fora. Existem vários incentivos financeiros proporcionados por instituições como o Banco do Brasil, pelo BNDES entre outros. E além dos incentivos financeiros, também existem os incentivos fiscais, onde as empresas são isentas de alguns impostos.

Porém, apesar do aumento significativo do interesse dos empresários deste segmento pelo comércio exterior e do seu conseqüente crescimento e também do

⁴⁵ Para tentar alavancar o comércio.

aumento dos incentivos, as dificuldades ainda não foram totalmente superadas e os entraves que ainda existem não são poucos. Existem uma série de obstáculos pelos quais as empresas brasileiras tem que enfrentar quando decidem exportar. E essas dificuldades afetam em uma proporção muito maior as empresas de micro e pequeno porte, devido a menor quantidade de recursos que elas possuem. E sem dúvida a maior dificuldade é o acesso aos financiamentos.

Apesar de alguns obstáculos que as micro e pequenas empresas ainda encontram no âmbito das exportações, sem dúvida alguma é um segmento com um grande potencial exportador. E aos poucos o governo, as instituições e até mesmo os próprios empresários estão percebendo isso. E como no Brasil a maioria das empresas é de micro e pequeno porte, com certeza o crescimento das exportações desse segmento, é um fator extremamente relevante para o Brasil .O papel das micro e pequenas empresas é muito importante para um maior desenvolvimento do nosso país, tanto no âmbito econômico quanto no âmbito social, por isso não se pode deixar de investir nessas empresas que tanto podem fazer pelo Brasil.

Os dados do estudo do MDIC/ Ministério do trabalho indicam o crescimento da participação das micro e pequenas empresas nas exportações brasileiras. E a tendência é de que o papel dessas empresas no Brasil seja cada dia mais importante.

ANEXOS

ENTREVISTA

Nome: Álvaro Augusto Guedes Galvani

Cargo: Coordenador/Analista de Comercio Exterior

Local de Trabalho: Departamento de Micro, Pequenas e Medias Empresas / Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Data: 16/10/2004

- 1) Quais seriam as suas perspectivas em relação às micro e pequenas empresas no âmbito das exportações?

Já está razoavelmente difundida a informação de que a exportação por micro e pequenas empresas representa um percentual muito pequeno do volume total exportado pelo país. Segundo números referentes a 2003, 9.472 micro ou pequenas empresas (47,9% do número de exportadores) venderam ao exterior 1,736 bilhões de dólares - apenas 2,4% do valor total exportado. Buscando fazer uma comparação (de certa forma grosseira) com os números de outros países, podemos apontar que um nível bom de participação das MPE em exportações seria 30% do valor total exportado pelo país.

Eu gostaria de ressaltar, entretanto, que o crescimento das exportações por MPE não é a panacéia do Brasil nem de qualquer país do mundo. O comércio internacional é extremamente competitivo, e a tendência é que essa realidade fique cada vez mais acentuada. Por isso, pelo que li e observei até o momento, há três perspectivas / tendências para a inserção e MPE no mercado externo: (i) exportar diretamente e individualmente, atuando em nichos de mercado bem definidos, onde seja mais difícil o surgimento de novos concorrentes; (ii) exportar diretamente em conjunto com outras pequenas empresas, por meio de consórcios ou outras formas de associativismo, ai abrangendo mercados mais competitivos e que exigem escala de

produção, facilidades de crédito, uma boa prospecção de mercado etc; e (iii) exportar indiretamente, se é que poderíamos chamar assim, por meio de vendas de componentes de produtos que serão exportados por grandes empresas. Não há caminho melhor ou pior, depende da realidade da empresa e do mercado em que se encontra.

- 2) Quais são as principais dificuldades que as empresas de micro e pequeno porte enfrentam no mercado internacional?

Embora eu não tenha um levantamento preciso dessas dificuldades, tenho a opinião pessoal de que poderíamos falar em dois grandes grupos de dificuldades:

- a. Aquelas ligadas à falta de uma estrutura administrativa / técnica adequada para enfrentar os desafios inerentes ao procedimento de exportação: prospecção de mercado, definição de preço, pesquisa de critérios/regulamentos técnicos, conhecimento do desembarço aduaneiro.
- b. Aquelas ligadas às limitações de uma pequena empresa: dificuldade de atender pedidos em grandes quantidades (grandes quantidades é quase regra no comércio internacional), dificuldade de obter créditos vantajosos por, em geral, não possuir garantias a oferecer.

- 3) Quais são os principais benefícios que as micro e pequenas empresas adquirem ao serem inseridas no mercado internacional?

A inserção no mercado internacional acaba por expor a empresa a novas realidades de consumidores ou competidores. Se essa novidade é encarada de uma maneira construtiva, a tendência é que as empresas acabem se modernizando para melhor atender ao mercado.

Outro item importante é que a exportação pode ser uma importante fonte de renda em tempos nos quais a demanda no mercado interno está reprimida (hoje, por

exemplo) ou baixa. Além do mais, o exportador muitas vezes se beneficia de uma taxa de câmbio valorizada, o que pode possibilitar a obtenção de lucros maiores pela empresa.

- 4) Em relação à frequência das exportações no universo das micro e pequenas empresas, porque as empresas de menores portes, têm a continuidade da atividade exportadora bastante reduzida se comparada às empresas de grande porte?

Em geral, a micro ou pequena empresa que consegue exportar uma vez, sente o “gostinho” de cotar seus preços em dólares a consumidores com maior poder aquisitivo e, como ainda por cima nosso câmbio vive a maior parte do tempo depreciado, isso geralmente se traduz em lucros maiores do que se fosse estipular um preço em reais para o geralmente baixo poder de compra do seu consumidor no mercado interno. Muitas vezes, essas primeiras exportações são feitas mais pela demanda do importador do que pela diligência do exportador. É a típica situação refletida na expressão “Nossos produtos [brasileiros] não são vendidos, são comprados”. Isso não é regra, nem sei se é a maioria dos casos hoje, mas já ouvi diversos relatos.

A MPE exportadora, a partir daí, quando se propõe a vender, enfrenta os problemas comuns a qualquer exportador: competição, procedimentos geralmente caros de marketing (prospectar mercado, definir preço do produto, identificar e obter certificação técnica específica, etc), maior complexidade nas operações financeiras de cobrança, financiamento etc. Adicionalmente, a empresa pode ter problemas na obtenção de financiamento ou no atendimento de cliente que fazem pedidos em largas quantidades.

- 5) Quais seriam as soluções para as micro e pequenas empresas terem mais êxitos nas atividades exportadoras?

Do ponto de vista do empresário, é fundamental ter uma estratégia para ingresso progressivo na atividade exportadora. É preciso: investir em mão de obra

qualificada, inclusive considerando quais tarefas poderiam ser terceirizadas; estar preparado para possíveis insucessos; acumular cada vez mais conhecimento sobre o mercado de atuação, para ter melhores condições de competição. É preciso analisar e decidir qual a melhor maneira de atuação: exportar isoladamente, em associação com outras empresas, ou integrar uma cadeia produtiva de mercadorias exportadas por médias ou grandes empresas.

Do ponto de vista do governo, minha opinião pessoal é de que o governo (a) precisa incentivar a articulação de micro, pequenas e médias empresas, por meio da estratégia de Arranjos Produtivos Locais, (b) precisa reformular sua estratégia para apoio às MPE do setor de serviços e (c) precisa andar mais rápido na implantação de melhorias de acesso ao crédito para os empresários (flexibilizar as exigências de garantias, capacitar melhor seus bancos públicos).

Por fim, registro que o próprio “mercado” precisa “acordar” para a grande quantidade de clientes potenciais que são as MPE. Empresas de consultoria, de serviços de exportação, escritórios de advocacia, bancos e todas as demais empresas relacionadas precisam criar produtos e serviços específicos a esse segmento. Isso já vem acontecendo em alguma medida, mas me parece que existe ainda uma longa via a se percorrer.

6) Apesar das dificuldades que as micro e pequenas empresas enfrentam ao decidirem exportar, as exportações nesse segmento estão aumentando cada vez mais, quais seriam os motivos para esse crescimento?

Segundo as estatísticas disponíveis, houve um crescimento de 30,1% no valor total exportado por micro e pequenas empresas. Em termos de número de empresas exportadoras, a variação foi positiva em 402 empresas, o que representa um percentual de 3,7% em comparação ao ano de 2002. Ressalto que essas estatísticas não incluem as exportações de serviços, em que micro e pequenas empresas também têm aumentado seu espaço.

Eu atribuiria esse aumento à importância que a atividade exportadora têm ocupado na agenda do governo e no debate sobre desenvolvimento econômico em geral. Isso se traduziu: (i) em ações de sucesso, executadas por órgãos governamentais e por entidades de apoio ao segmento de MPE ou desenvolvimento regional. Por exemplo, compare os sítios eletrônicos das páginas de entidades públicas ou privadas de comércio de diversos países do mundo e do Brasil. É impressionante o número de ferramentas que disponibilizamos aos empresários.

Não menos importante é o fato de que, em geral, as MPE que começaram a exportar têm aprendido rápido o jogo e seu esforço e criatividade têm sido o fermento para muitas histórias de sucesso, relatadas inúmeras vezes na imprensa.

7) Qual é a política do governo para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas, principalmente no que se refere às exportações?

Transcrevo abaixo parte da entrevista do Exmo. Ministro Luis Fernando Furlan, publicada na Revista Brasil há alguns meses:

“A aposta do governo do Presidente Lula em um crescimento econômico sustentável, preservando a estabilidade e conquistando progressivamente um melhor ambiente econômico para os negócios significa a base de um futuro diferente para as micro e pequenas empresas. Podemos citar outros elementos necessários à construção de um futuro promissor para o segmento. Por parte do empresário, temos assistido exemplos de sucesso de pequenos negócios não só no mercado interno, mas também na atividade exportadora. Nosso enorme potencial empreendedor, não só na criação de novos negócios, mas também na superação de dificuldades, trará ótimos resultados ao país. Por parte do Estado, é preciso ressaltar a atenção especial do governo do Presidente Lula no tratamento favorecido do segmento. Alteramos os valores de enquadramento do Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, referência fundamental para as ações governamentais de desenvolvimento do segmento, em especial aquelas apresentadas no bojo da nova política industrial, tecnológica e de comércio. Um ponto estratégico da atuação do Governo Federal nessa área consiste na adoção de ações integradas de apoio a Arranjos Produtivos Locais (APLs), de modo a aproveitar a proximidade das empresas e a possibilidade de cooperação entre elas e com instituições tecnológicas e financeiras, para a difusão de técnicas de produção e de gestão e ampliação dos negócios. Embora saibamos da dificuldade de estabelecimento de uma governança local nos APLs, estamos apoiando, juntamente com outros parceiros, a organização de empresários de micro e pequenas empresas em incubadoras e em consórcio de exportação, com o objetivo de incrementar a

competitividade e a internacionalização das MPEs. Além disso, estamos implementando uma ação de caráter estruturante que possa atender às demandas das empresas de um APL, em diferentes níveis, empresarial, estrutural e sistêmico. O Projeto Extensão Industrial Exportadora – PEIEx foi concebido com o objetivo de elevar o patamar de competitividade de porcentagem significativa das MPEs, melhorando sua aptidão para ingressar ou ampliar sua presença no mercado mundial, pela melhoria de seus produtos, dos processos e da organização da produção.

(...)

O segmento da microempresa e empresa de pequeno porte é muito importante para o esforço exportador. Estimativas apontam que do volume total exportado no país, um percentual muito pequeno é feito por micro e pequenas empresas. Atentos a isso, estamos incrementando o apoio ao segmento. Além do Projeto Redeagentes e iniciativas como o Portal do Exportador, ambos no âmbito da Secretaria de Comércio Exterior, as exportações por micro e pequenas empresas, individuais ou consorciadas, produtoras de alimentos, calçados, têxteis, dentre outros produtos, são apoiadas pela Agência de Promoção das Exportações do Brasil (Apex-Brasil), vinculada ao nosso Ministério. A APEX tem hoje 150 projetos em execução, nos quais, em parceria com o setor privado, investiu R\$ 580,8 milhões no ano passado. Em 2004, a agência pretende apoiar 46 setores da economia e aproximadamente 9,2 mil empresas. A consequência da entrada das empresas no comércio exterior é, na maioria das vezes, o progressivo aumento de sua produtividade e das oportunidades de crescimento, o que influi diretamente na geração de empregos.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco do Brasil/ APEX ,*Exportando a gente cresce.*

COLOMBINI, Letícia.*Caia na real : apostar numa micro ou pequena empresa pode ser uma ótima idéia, desde que você saiba exatamente como elas funcionam.* São Paulo : Você S.A, 2002.

Confederação Nacional da Indústria, *Os problemas da Empresa Exportadora.*

CNI/SENAI, *Barreiras Técnicas às Exportações, O que são e como superá-las.*

DRUCKER, Peter. “*Um pouco da realidade brasileira*” in : *Marketing Internacional*, São PAULO: Makron Books, 2000.

International Trade Center.*Consórcios de Exportação.*FUNCEX, Rio de Janeiro,1983.

LOPES, Jose Manoel Cortinas.*Os custos logísticos do Comercio Exterior Brasileiro.*São Paulo: Aduaneiras LTDA, 2000.

MACIEL,Graccho Machado;LIMA, Leila Maria Moura.*Consórcios de exportação*,São Paulo: Aduaneiras,2002.

MDIC/ SECEX/ APEX , *Exportação Brasileira por Porte de Empresa.*

MALUF, Sâmia Nagib. *Administrando o Comércio Exterior do Brasil.* São Paulo: Aduaneiras, 2000.

MINERVINI, Nicola. *O Exportador.* São Paulo: Markron Books,2001.

MRE, *Exportação passo a passo.*

MUSSALEM, Jose Souto Maior. *Micro e pequena empresa exportadora: Um modelo comparado Brasil/ Itália*. Recife: Fecomercio, 1999.

SALVATORE, Dominick. *Economia Internacional*, São Paulo: Mcgraw – Hill, 1978.

SEBRAE /PR. *Exportar é fácil-a pequena empresa também pode*. Curitiba: SEBRAE/PR, 1993.

SISBATEC, *Barreiras Técnicas, Conceitos e informações de como superá-lãs*.

SOARES, Cláudio César. *Introdução ao Comércio Exterior: Fundamentos teóricos do Comércio Exterior*. São Paulo : Saraiva, 2004.

VOLPINI, Lina. *Exportação - Dicas para uma opção inteligente*. Belo Horizonte: Autentica Editora, 1998.

INTERNET

www.abit.org.br

www.bancodobrasil.com.br

www.bndes.com.br

www.mdic.gov.br

www.netcomex.com.br/exportação

www.revistadigital.com.br

www.sebrae.com.br

www.sebrae-sc.com.br

