



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA - PIMES

Mestrado Profissionalizante em Comércio Exterior e Relações Internacionais

**POTENCIALIDADE EXPORTADORA DAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE
PERNAMBUCO**

ALUISIO ALVES DIAS JUNIOR

Recife, Maio de 2005.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA - PIMES

Mestrado Profissionalizante em Comércio Exterior e Relações Internacionais

POTENCIALIDADE EXPORTADORA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE PERNAMBUCO

ALUISIO ALVES DIAS JUNIOR

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Economia ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Pernambuco.

Orientador: Prof. Álvaro Hidalgo, Dr.

Recife, Maio de 2005.

Dias Junior, Aluisio Alves

Potencialidade exportadora das micro e pequenas empresas do Estado de Pernambuco / Aluisio Alves Dias Junior. – Recife : O Autor, 2005. 143 folhas : il., tab., graf.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA. Economia, 2005.

Inclui bibliografia e anexo

1. Comércio internacional – Globalização da economia – Inserção do Brasil e Pernambuco. 2. Micro e pequenas empresas – Características, conceitos e importância na economia. 3. Exportação de micro e pequenas empresas – Panorama mundial, brasileiro e pernambucano. 4. Estratégias e dificuldades – Perfil do profissional. I. Título.

**339.9
382.6**

**CDU (2.ed.)
CDD (22.ed.)**

**UFPE
BC2005-381**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
PIMES/ PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA**

**PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO
DO MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA DE**

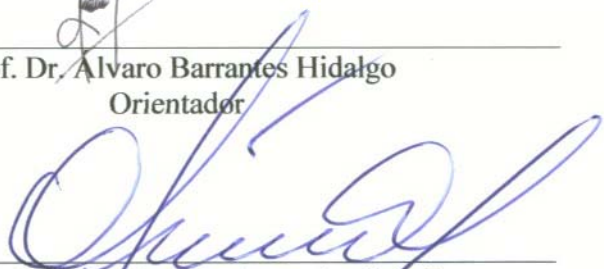
ALUISIO ALVES DIAS JUNIOR

A Comissão Examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o candidato Aluisio Alves Dias Junior **APROVADO**.

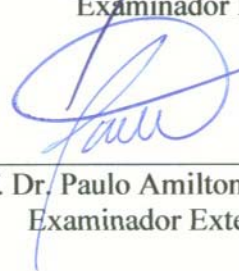
Recife, 30/05/2005



Prof. Dr. Alvaro Barrantes Hidalgo
Orientador



Prof. Dr. Olímpio José de Arroxelas Galvão
Examinador Interno



Prof. Dr. Paulo Amilton Maia Leite Filho
Examinador Externo/UFPB

À minha esposa Luciana, aos
meus filhos Olívia, Neto e Sofia
e aos meus pais.

RESUMO

A dissertação aborda a situação das micro e pequenas empresas pernambucanas diante do processo de exportação. Com base em vasta revisão bibliográfica enfocando a importância do comércio exterior nos dias atuais, a necessidade das empresas participarem desse processo, aborda também o histórico do Brasil e de Pernambuco no comércio internacional, a representatividade das micro e pequenas empresas no contexto mundial, como também a dificuldade de conceituá-las. Apresenta ainda a participação das micro e pequenas empresas brasileiras e pernambucanas no comércio internacional. A dissertação compreende uma pesquisa de campo realizada a vinte e nove micro e pequenas empresas pernambucanas que exportaram consecutivamente nos anos de 2001 a 2003, representando 85% do total das MPEs exportadoras consecutivas nesses anos, a fim de conhecer o perfil das micro e pequenas empresas pernambucanas com sucesso nas exportações. Perfil este identificado como empresas com menos de 10 anos, formadas por empresários de melhor qualificação profissional. Utilizam o transporte marítimo para exportar, onde o destino é quase sempre os EUA. Os produtos exportados são em sua maioria do setor primário da economia, entre outros. O objetivo da dissertação além de diagnosticar este perfil é identificar quais as dificuldades encontradas no processo de exportação e que estratégias são utilizadas para superar estas dificuldades. O trabalho termina recomendando algumas ações, tanto por parte das empresas como pelo governo para um maior desenvolvimento da cultura exportadora entre as micro e pequenas empresas, principalmente pernambucanas.

ABSTRACT

The dissertation addresses the situation of the micro and small business in the state of Pernambuco and the exportation process. Based on large bibliographical review dealing with the importance of the foreign commerce in the current days, the necessity of these companies to participate on that process, also addresses the history of Brazil and the state of Pernambuco in the international trade, the representation of the micro and small business in the world-wide context, as also the difficulty to appraise them. It still presents the participation of the Brazilian and pernambucanas micro and small business in the international trade. The dissertation comprehends a survey of the twenty nine micro and small business in the state of Pernambuco who had consecutively exported in the years of 2001 the 2003, representing 85% of the consecutive exporting total of this kind of business in these years, in order to successfully know the profile of these businesses in the exportations. Profile identified as business with less than 10 years, formed for entrepreneurs of higher professional qualification. They use the maritime transport to export, the destination is almost uniquely to the United States of America, and the exported products are in its majority of the primary sector of the economy, among others. The objective of the dissertation besides diagnosing this profile is to identify the major difficulties found in the exportation process and what strategies are used to surpass these difficulties. The work finishes recommending some actions, as much on the part of the companies as for the government for a higher development of the exporting culture between the micro and small business, mainly in the state of Pernambuco.

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	10
2 - A GLOBALIZAÇÃO DA ECONOMIA E O COMÉRCIO INTERNACIONAL	15
2.1 – Introdução	15
2.2 – O Papel Histórico do Comércio Exterior	15
2.3 – A Globalização e a competitividade Internacional.	18
2.4 – Blocos Econômicos e o fortalecimento da competitividade.	25
2.5 – Órgãos Internacionais e Regulação	27
2.6 – Conclusões	29
3 - O BRASIL E PERNAMBUCO NO COMÉRCIO INTERNACIONAL	30
3.1 – Introdução	30
3.2 – O Brasil no Comércio Internacional	30
3.3 – A Estrutura Institucional de Comércio Exterior no Brasil	34
3.4 – O Comércio Internacional de Pernambuco	36
3.5 - Conclusões	47
4 - A MICRO E PEQUENA EMPRESA: ASPECTOS CONCEITUAIS	49
4.1 – Introdução	49
4.2 – Conceitos e Características	49
4.3 – Importância das MPEs no Mundo	58
4.4 – Conclusões	71
5 – AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO COMÉRCIO INTERNACIONAL	73
5.1 – Introdução	73
5.2 – Panorama Mundial	73
5.2.1 A experiência Italiana	76
5.3 – As MPEs exportadoras no Brasil	82
5.4 – As MPEs exportadoras de Pernambuco	96
5.5 – Conclusões	101
6 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO	103
6.1 - Procedimento Metodológico	104
6.2 - A Amostra	105
6.3 - Perfil das Empresas Exportadoras	105
6.3.1 Número de Funcionários	105
6.3.2 Gerencia Familiar	106
6.3.3 Setor de Atuação	107
6.3.4 Tempo de Existência	109
6.4 - Características do Profissional de Exportação	110
6.4.1 Responsável pelas exportações nas MPEs exportadoras	110

6.5 - Perfil das Exportações.....	113
6.5.1 Como é feita a Exportação?	113
6.5.2 Periodicidade das exportações	114
6.5.3 Destino das exportações.....	115
6.5.4 Há quanto tempo à empresa exporta?	116
6.5.5 Região de origem dos principais concorrentes.....	117
6.5.6 Forma de Recebimento das Receitas de Exportações	118
6.5.7 Condições de Venda	119
6.5.8 Meios de transporte para exportar.....	120
6.5.9 Benefícios Resultantes da Atividade Exportadora	121
6.5.10 Influência das exportações na tomada de decisão	121
6.5.11 Incentivo governamental.....	122
6.5.12 O seguro de crédito à exportação	123
6.5.13 Valor exportado por ano	124
6.5.14 Percentual das Exportações em relação ao faturamento da empresa.....	124
6.6 - Dificuldades e Estratégias para Exportação	125
6.6.1 Maior risco na atividade exportadora.....	125
6.6.2 Estratégias necessárias para exportar	126
6.6.3 Dificuldades Locais no Processo de Exportação.....	127
6.7 – Conclusões	130
7 – CONCLUSÃO E SUGESTÕES	132
BIBLIOGRAFIA	139
ANEXO.....	143

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – EXPORTAÇÕES DO BRASIL E SUA PARTICIPAÇÃO NAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS 1994/2004	36
TABELA 2 – PRODUTO INTERNO BRUTO DO BRASIL A PREÇO DE MERCADO CORRENTE POR GRANDES REGIÕES E UNIDADES DA FEDERAÇÃO – 1998/2002.	38
TABELA 3 – EXPORTAÇÕES DE PERNAMBUCO ENTRE 1994/2004	40
TABELA 4 – PRINCIPAIS PRODUTOS DA PAUTA EXPORTADORA DE PERNAMBUCO EM 2002	40
TABELA 5 – EXPORTAÇÕES PERNAMBUCANAS SEGUNDO OS PRINCIPAIS DESTINOS – 1997/2002	41
TABELA 6 – EMPRESAS EXPORTADORAS DE PERNAMBUCO 1997/2002	42
TABELA 7 – EMPRESAS PERNAMBUCANAS EXPORTADORAS SEGUNDO FREQUÊNCIA DA FIRMA ENTRE 1997/2002 ..	42
TABELA 8 – EXPORTAÇÕES PERNAMBUCANAS SEGUNDO O TIPO DE ATIVIDADE DA EMPRESA – 1997/2002	43
TABELA 9 – EXPORTAÇÕES DE PERNAMBUCO SEGUNDO GRUPOS DE PRODUTOS – 1997/2003.....	44
TABELA 10 – EXPORTAÇÕES DE PERNAMBUCO SEGUNDO OS PRINCIPAIS SETORES – 1997/03	45
TABELA 11 - EMPRESAS PERNAMBUCANAS EXPORTADORAS SEGUNDO FAIXA DE EXPORTAÇÃO ANUAL DA FIRMA NO PERÍODO 1997/2002	45
TABELA 12 – EXPORTAÇÕES SEGUNDO O DINAMISMO NO COMÉRCIO MUNDIAL – 1997/2003	46
TABELA 13 – EXPORTAÇÕES PERNAMBUCANAS SEGUNDO O GRAU DE INTENSIDADE TECNOLÓGICA – 1997/2002 ..	46
TABELA 14 – DEFINIÇÃO DE MICRO, PEQUENA E MÉDIA EMPRESA NO MERCOSUL.	52
TABELA 15 – DEFINIÇÃO DE MICRO, PEQUENA E MÉDIA EMPRESA NO BRASIL.....	53
TABELA 16 – NÚMERO DE EMPREGADOS POR SETOR NO BRASIL.	68
TABELA 17 – VALOR EXPORTADO POR MPES INDUSTRIAIS – 1998, 2002 E 2003.....	86
TABELA 18 – EMPRESAS INDUSTRIAIS EXPORTADORAS – 1998, 2002 E 2003.....	87
TABELA 19 – EXPORTAÇÕES DAS MPES INDUSTRIAIS SEGUNDO FAIXA DE EXPORTAÇÃO ANUAL DA FIRMA – 1998, 2002 E 2003.....	88
TABELA 20 – EXPORTAÇÕES DAS MPES INDUSTRIAIS DISCRIMINADAS POR PRINCIPAIS PRODUTOS NCM-4 – 1998, 2002 E 2003.....	91
TABELA 21 – EXPORTAÇÕES DAS MPES INDUSTRIAIS SEGUNDO SETOR DE ATIVIDADE – 1998, 2002 E 2003	92
TABELA 22 – EXPORTAÇÕES DAS MPES INDUSTRIAIS SEGUNDO O DESTINO DA EXPORTAÇÃO – 1998, 2002 E 2003	94
TABELA 23 – EXPORTAÇÕES DAS MICROEMPRESAS INDUSTRIAIS SEGUNDO A UNIDADE DA FEDERAÇÃO – 1998, 2002 E 2003.....	95
TABELA 24 – EXPORTAÇÕES DAS PEQUENAS EMPRESAS INDUSTRIAIS SEGUNDO A UNIDADE DA FEDERAÇÃO – 1998, 2002 E 2003.....	96
TABELA 25 – EXPORTAÇÃO PERNAMBUCANA POR PORTE DA EMPRESA 1997/2002.....	97
TABELA 26 – VALOR EXPORTADO PELAS EMPRESAS PERNAMBUCANAS INDUSTRIAIS SEGUNDO O TAMANHO DA FIRMA E CLASSE DE PRODUTOS – 2001/2003.....	98
TABELA 27 – VALOR EXPORTADO PELAS EMPRESAS PERNAMBUCANAS INDUSTRIAIS SEGUNDO O TAMANHO DA FIRMA E CLASSE DE PRODUTOS – 2001/2003.....	99
TABELA 28 – EMPRESAS INDUSTRIAIS PERNAMBUCANAS EXPORTADORAS E VALOR EXPORTADO, SEGUNDO BLOCO ECONÔMICO DE DESTINO E TAMANHO DA FIRMA –2001/2003.....	100
TABELA 29 - EMPRESAS INDUSTRIAIS PERNAMBUCANAS EXPORTADORAS E VALOR EXPORTADO, SEGUNDO TAMANHO E SETOR DE ATIVIDADE DA FIRMA - 2001/03.....	101
TABELA 30 – PRODUTOS EXPORTADOS PELAS MPES PESQUISADAS EM TERMOS DE QUANTIDADE DE EMPRESAS.	108

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1- PARTICIPAÇÃO NO NÚMERO E NO VALOR EXPORTADO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PORTE NO BRASIL - 2002.....	82
GRÁFICO 2 – NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS POR EMPRESA.....	106
GRÁFICO 3 – GESTÃO DA EMPRESA.....	107
GRÁFICO 4 – SETOR DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS PESQUISADAS.....	108
GRÁFICO 5 – TEMPO DE EXISTÊNCIA DA EMPRESA	110
GRÁFICO 6 – FORMAÇÃO SUPERIOR E ÁREA DE CONHECIMENTO	112
GRÁFICO 7 – CAPACITAÇÃO PARA ATUAÇÃO EM EXPORTAÇÃO.....	112
GRÁFICO 8 – DOMÍNIO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS	112
GRÁFICO 9 – FORMA DE ACESSO AO MERCADO EXTERNO.....	113
GRÁFICO 10 – PERIODICIDADE DAS EXPORTAÇÕES	114
GRÁFICO 11 – DESTINO DAS EXPORTAÇÕES.....	116
GRÁFICO 12 – DESTINO DAS EXPORTAÇÕES POR BLOCO.....	116
GRÁFICO 13 – HÁ QUANTO TEMPO A EMPRESA EXPORTA?	117
GRÁFICO 14 – ORIGEM DOS PRINCIPAIS CONCORRENTES.....	118
GRÁFICO 15 – FORMA DE RECEBIMENTO DAS RECEITAS DE EXPORTAÇÃO	119
GRÁFICO 16 – CONDIÇÕES DE VENDA.....	119
GRÁFICO 17 – MEIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS	120
GRÁFICO 18 – BENEFÍCIOS DA EXPORTAÇÃO	121
GRÁFICO 19 – CONHECIMENTO E UTILIZAÇÃO DE INCENTIVOS GOVERNAMENTAIS	123
GRÁFICO 20 – UTILIZAÇÃO DO SEGURO DE CRÉDITO À EXPORTAÇÃO	124
GRÁFICO 21 – VALOR EXPORTADO POR ANO.....	124

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AEB	-	Associação de Comércio Exterior do Brasil
ACC	-	Adiantamento de Contrato de Câmbio
ALADI –		Associação Latino Americana de Integração
APEX	–	Agencia de Promoção de Exportações
BACEN	-	Banco Central do Brasil
BNDES -		Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAMEX	-	Câmara de Comércio Exterior
CCR	–	Convênio de Crédito Recíproco
CMN	-	Conselho Monetário Nacional
CNAE -		Classificação Nacional da Atividade Econômica
CNI	-	Confederação Nacional da Indústria
CONFAZ	-	Conselho Nacional de Política Fazendária
EUA	–	Estados Unidos da América
FUNCEX	-	Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior
GATT	-	General Agreement on Trade and Tariffs
IBGE	–	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICCA	-	Internacional Council for Commercial Arbitration
MDIC	-	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.
MERCOSUL	–	Mercado Comum do Cone Sul
MPEs	–	Micro e Pequenas Empresas
MPMEs	–	Micro, Pequenas e Médias Empresas.
MRE	-	Ministério das Relações Exteriores
MTE	–	Ministério do Trabalho
NAFTA	–	Tratado de Livre Comércio da América do Norte
NCM	-	Nomenclatura Comum do Mercosul
OCDE -		Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMC	–	Organização Mundial do Comércio
ONG	–	Organização não Governamental
PIB	–	Produto Interno Bruto
PMEs	–	Pequenas e Médias Empresas
PNB	–	Produto Nacional Bruto
RAIS	–	Relação Anual de Informações Sociais
RPC	–	República Popular da China
SBA	-	Small Business Administration
SBCE	-	Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação
SCORE	-	Service Corp of Retired Executives
SEAIN -		Secretaria de Assuntos Internacionais
SEBRAE	-	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECEX -		Secretaria de Comércio Exterior
SGP	-	Sistema Geral de Preferências
SGPC	-	Sistema Global de Preferências Comerciais
SIMPLES	-	Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuição das Microempresas e Empresas de Pequeno porte
SRF	-	Secretaria da Receita Federal
U.E.	–	União Européia
UNCITRAL	-	United Nations Conference on International Trade Law

1 - INTRODUÇÃO

O cenário mundial revela a importância do comércio internacional na sobrevivência e identificação de um país proativo e competitivo na seara da economia globalizada. Poucos temas gozam de unanimidade entre os economistas brasileiros, atualmente como a necessidade do país aumentar significativamente suas exportações (Melo Junior, 2003).

O Brasil, infelizmente, exporta muito pouco, sua participação no comércio internacional gira em torno de 1% do total comercializado no mundo. Aliás, o país estagnou nesse percentual tão ínfimo, muito abaixo do seu potencial, há pouco mais de dez anos, desde a abertura da nossa economia para o mercado mundial, efetuada pelo presidente Fernando Collor de Mello, e desde 1994 não conseguíamos ultrapassar esta marca, alcançando 1,11% do comércio exterior no ano de 2004.

Uma necessidade eminente para governos e empresas em todo o mundo é o desafio de pensar como se desenvolverão os mercados nos quais eles atuam, assim como as economias nacionais e internacional. Mesmo que não declarado, executivos recorrem constantemente à construção de cenários no processo de tomada de decisão. A grande diferença não está somente na utilização desta ferramenta de gestão, e sim na dedicação da construção desses cenários.

Há muito, a prática de pensar a médio/longo prazo deixou de ser comum nas empresas brasileiras. As principais razões foram o encurtamento de horizontes advindos do processo de alta inflação, irregularidade do crescimento do produto e os seguidos choques econômicos; e o intervencionismo do governo que durante muito tempo criava os cenários e decidia onde e quando investir.

O sucesso do Plano Real em reduzir a inflação para taxas anuais de um dígito e a solidificação de um modelo de desenvolvimento econômico que dá primazia ao mercado nas decisões de alocação de recursos permite resgatar a tradição de análises prospectivas de médio prazo no país, agora calcadas em outras bases filosóficas. A possibilidade de pensar horizontes mais longos também se justifica pela enorme convergência que ocorreu nos últimos anos (Dias, 2002).

A globalização, a partir da abertura da nossa economia, traz para as micro e pequenas empresas uma grande dúvida em como se preparar para introduzir-se nesse mercado internacional, como se preparar tecnicamente, financeira e administrativamente para enfrentar concorrentes de países economicamente poderosos.

Porém, o cenário mundial nos mostra a diminuição de barreiras para o livre comércio de mercadorias, serviços e capital entre os países, facilitando cada vez mais essa tendência. O impacto dessas tendências pode trazer conseqüências para aquelas empresas que não se adaptarem a um mercado muito mais competitivo e exigente.

A atitude do ser humano ao deparar-se com o novo, é quase sempre a de fugir, a mudança, na maioria das vezes é encarada como algo desagradável. Os empresários das micro e pequenas empresas têm mantido essa mesma atitude a respeito de mercados estrangeiros. Infelizmente, o mercado estrangeiro significa mercado ‘estranho’ para muitas empresas.

Apesar de existirem mais de 4 milhões de empresas no Brasil, onde as micro e pequenas empresas respondem por cerca de 98% deste total, não chega a 18.000 o número de empresas que exportaram no ano de 2003¹, ou seja, menos de 0,5% das empresas brasileiras participam do mercado internacional, do qual detém apenas 1% desse volume transacionado.

Existe um grande espaço para a inclusão de novas empresas na atividade exportadora. É imprescindível uma divulgação mais direcionada dos vários mecanismos de apoio às

¹ Fonte: SEEXEC/MDIC

exportações no país, para dar suporte de informações, estimulando as micro e pequenas a ingressar no mercado externo.

Markwald e Puga (2002), afirmam que mais de 85% das grandes empresas e cerca de 41% das médias empresas industriais já estão exportando, conseqüentemente, o grande alargamento da base exportadora deve ser através das MPEs.

Um exemplo é a China, que está consolidando seu crescimento econômico intensificando as exportações das pequenas empresas. Nos anos setenta, o Brasil exportava cerca de 40% mais do que a China. Hoje, os chineses exportam quase dez vezes mais do que o Brasil.

As empresas de pequeno porte em diversos países são responsáveis por uma grande fatia das exportações daqueles países como: Dinamarca com 46% das exportações, França 26%, EUA 30%, México 51%, dentre outros. No Brasil, as exportações das empresas de pequeno porte só representam 5% das exportações totais².

A falta de uma cultura exportadora por parte das empresas nacionais, em muito devido ao modelo de desenvolvimento econômico do passado, e os entraves nos caminhos administrativos, legais e fiscais que não estão devidamente claros, nem ajustados para as micro e pequenas empresas brasileiras iniciar-se no processo exportador, leva quase sempre a necessidade de interferência de terceiros, dificultando ainda mais a operacionalização das exportações.

Além das dificuldades para a entrada no mercado exterior, o próprio mercado interno já dificulta bastante a sobrevivência das MPEs brasileiras. Falta de recursos financeiros, altos encargos, o sistema tributário brasileiro, falta de logística, burocracia, etc. são problemas que somados ao baixo nível tecnológico e falta de capacitação por parte do material humano nas organizações fazem do sonho de exportar, um pesadelo.

² Fonte: Dados da OECD para 1997.

As micro e pequenas empresas são base fundamental para o país trilhar uma caminhada de sucesso do comércio internacional. Responsáveis por mais da metade da geração de emprego do Brasil devem ter um tratamento diferenciado para ajudar no desenvolvimento do país.

O Comércio exterior, como instrumento proativo do desenvolvimento econômico e social, fonte de geração de emprego e alicerce das modernas políticas industriais, detém posição preponderante (Moreira, 2002).

O objetivo geral desse trabalho é conhecer melhor o perfil das micro e pequenas empresas de Pernambuco que estão no caminho do processo de exportação. Como objetivos específicos temos: identificar características peculiares que estão fazendo a diferença para o seu sucesso; traçar um perfil dos profissionais que são responsáveis pelas exportações nessas empresas; identificar as principais dificuldades encontradas pelas MPEs no processo de exportação; como também quais as estratégias utilizadas para superar os obstáculos existentes.

Na primeira parte do trabalho procura-se explicar o processo de globalização da economia e o comércio internacional, expondo o papel histórico do comércio exterior, a competitividade internacional, os blocos econômicos e os órgãos internacionais envolvidos.

Em seguida, abordamos o Brasil no comércio internacional, identificando a estrutura institucional do comércio exterior brasileiro e analisando o comércio internacional de Pernambuco.

Logo após apresentamos os aspectos conceituais das micro e pequenas empresas, principalmente sua dificuldade de definição. Falamos também da importância dessas empresas no mundo.

No capítulo 5, analisamos o papel das micro e pequenas empresas no comércio mundial, discute-se a experiência delas na Itália, fechando com uma descrição das MPEs no Brasil e em Pernambuco.

No capítulo 6 é onde relatamos nossa pesquisa de campo, iniciando com os procedimentos metodológicos, a caracterização do perfil das MPEs exportadoras de Pernambuco, o profissional responsável pelas exportações, projetamos as exportações dessas empresas; na sua periodicidade, destino, origem dos concorrentes, meios de transporte, conhecimento de incentivos governamentais, etc. Finalizando o capítulo analisando as maiores dificuldades da exportação e os atributos e estratégias do sucesso no comércio internacional.

Por fim, no último capítulo, foram apresentadas as considerações finais e recomendações a partir do referencial teórico analisado e os resultados encontrados na pesquisa de campo.

2 - A GLOBALIZAÇÃO DA ECONOMIA E O COMÉRCIO INTERNACIONAL

2.1 – Introdução

Este capítulo apresenta um levantamento das informações pertinentes da globalização e sua importância para a economia de um país.

Inicialmente aborda aspectos interessantes do papel histórico do comércio exterior, desde a antiguidade com as civilizações egípcia e mesopotâmia até o final do séc. XX e início do XXI, passando pelas cruzadas da idade média, as explorações ultramarinas (séc. XVI) e a *Pax Britânica* (séc. XIX), onde houve um crescimento acelerado do comércio internacional.

Aborda também a importância e necessidade que as empresas tem de entrar no mercado internacional, principalmente devido à alta competitividade vivenciada no mundo globalizado. Enfocando a necessidade de melhorar a qualificação dos funcionários, rapidez nas respostas ao mercado, aumento de qualidade dos produtos, dentre outras, como forma de criar um diferencial competitivo no mercado internacional.

Finalizando com uma explanação sobre os tipos de blocos econômicos e os órgãos internacionais que participam do comércio internacional.

2.2 – O Papel Histórico do Comércio Exterior

Na antiguidade, o comércio internacional era incipiente. Uma das civilizações mais antigas que se conhece, a egípcia possuía um comércio exterior inexpressivo, de importações e exportações limitadas apenas aos artigos de luxo (Maia, 2003).

Os fenícios foram grandes navegadores, o que permitiu que se tornassem também grandes comerciantes. Instalaram postos de vendas em diversos pontos da Europa. A Grécia Antiga não tinha produção suficiente de alimentos. Isso fez com que ela comprasse esses produtos do exterior e pagasse com azeite e vinho (Maia, 2003).

Com a expansão do Império Romano, pode-se identificar com maior clareza um certo embrião globalizante. O domínio de Roma sobre a maior parte da Europa, a costa Africana e o Oriente próximo, banhado pelo Mar Mediterrâneo, a que se circunscrevia o mundo conhecido pelos europeus naquela época, e o intercâmbio estabelecido com e entre as diferentes áreas, impuseram aos povos dominados a Pax Romana (Brum, 1999).

Na Idade Média, a Europa viveu sob o regime feudal. Toda economia era corporativista. Nessa época ocorreram as Cruzadas. Elas estimularam o comércio com o Oriente, introduzindo na Europa bens novos e exóticos.

Nesse período, surgiram as primeiras grandes feiras internacionais, reunindo comerciantes de diversos países europeus. Isso obrigou ao aparecimento dos trocadores de moedas que, com o tempo, se transformaram nos primeiros banqueiros (Maia, 2003).

Com a invenção da caravela e da bússola, o caminho para o Oriente passou a ser feito por navios em vez de por caravanas.

O avanço marítimo no Atlântico, a descoberta por Portugal de uma nova rota para Índia, e com a descoberta da América pela Espanha, começa a se concretizar um grande salto rumo a um futuro comércio mundial no final do século XV.

As explorações ultramarinhas, zonas de colonização e feitorias comerciais dos dois países ibéricos, além de um incremento do comércio entre países europeus, deram início a um intercâmbio mundial de mercadorias, incorporando-se novas regiões ao comércio originário da Europa, constituindo-se, a partir daí, de fato uma economia-mundo. (Dias; Cassar; Rodrigues, 2002).

A doutrina econômica do início da globalização, o mercantilismo, adotado pela maioria das monarquias européias para estimular o desenvolvimento da economia dos reinos, compreendia numa complexa legislação que recorria a medidas protecionistas, incentivos fiscais e doação de monopólios, para promover a prosperidade geral. A produção e

distribuição do comércio internacional eram feitas por mercadores privados e por grandes companhias comerciais (as Cias. Inglesas e holandesas das Índias Orientais e Ocidentais) e, em geral, eram controladas localmente por corporações de ofício.

Para Adam Smith, o mercantilismo priorizava o poder e o enriquecimento do Estado sobre o bem-estar do indivíduo. A exportação precisava ser maior do que a importação para a nação ter benefícios com o comércio exterior. Assim estimulava as exportações, até mesmo quando isso proporcionava prejuízos para o povo.

Durante o século XIX o comércio internacional cresceu aceleradamente. Este crescimento teve como alguns fatores as primeiras revoluções industriais, a *Pax Britânica* – imperialismo do livre comércio, sob a liderança da Grã-Bretanha - que se impôs com o final das guerras napoleônicas, a substituição dos princípios de regulamentação mercantilista por aqueles da livre iniciativa, dentre outros.

A ampla mobilidade internacional de capitais e de mão-de-obra, a extensão do padrão-ouro como sistema de pagamentos internacionais e regulamentação macroeconômica caracterizou esta época.

Entretanto, não podemos esquecer que este século(XIX) também foi marcado pelo protecionismo das nações que mantiveram a autonomia de suas tarifas, como Estados Unidos, Canadá, e muitos países latino-americanos.

Com a Revolução Francesa e a hegemonia das idéias liberais, os súditos foram promovidos a cidadãos, impondo-se no mundo a idéia de igualdade jurídica de todos os homens. Com a emergência do socialismo, buscou-se (sem êxito) a união dos trabalhadores, a nível mundial, através da I e da II Guerra Mundial. Segundo Marx, para enfrentar a hegemonia da burguesia opressora, era fundamental a união dos oprimidos (Lopes, 1996 *apud* Brum 1999).

Após a segunda guerra mundial, o processo de globalização teve um desenvolvimento mais acelerado, principalmente com a expansão das grandes corporações econômicas transnacionais através da criação de subsidiárias em diversos países e da intensificação do intercâmbio comercial e cultural.

2.3 – A Globalização e a competitividade Internacional.

Para Chesnais (1995), são raros os termos econômicos tão impregnados de ideologia quanto à palavra “globalização”. Num grau ainda mais elevado do que para a expressão “progresso técnico”, estaríamos frente a um processo em relação ao qual a sociedade mundial contemporânea, em seus diversos componentes, não teria opção a não ser se adaptar. Trata-se de uma palavra-chave que constitui hoje em dia verdadeiro *slogan* das organizações econômicas internacionais. No alvorecer do século XXI, a globalização constituiria a própria expressão da “modernidade”, notadamente por ser o resultado das “forças do mercado”, finalmente liberadas, pelo menos parcialmente, das correntes nocivas com que o Estado lhes manifestou durante meio século.

Investir em novos mercados é também uma característica de evolução da empresa, permitindo o aumento de sua capacidade de produção, sua organização logística e investimentos em qualidade e recursos humanos especializados. (Tomelin, 2000).

Hoje, este processo de globalização está muito mais difundido e todas as empresas além da concorrência interna, disputam mercado com as de países vizinhos bem como com empresas do outro lado do mundo.

A partir do final do século XX, grandes mudanças começaram a ocorrer em todo o mundo. Em decorrência do processo de globalização da economia mundial, diversas partes do globo integraram-se econômica e financeiramente.

O mercado globalizado, a crescente competição entre as empresas e as oportunidades apresentadas pelos diversos mercados mundiais têm levado empresas a atuar fora de seu mercado de origem. Atualmente, é condição básica para o crescimento participar do comércio internacional, para países e empresas, deixando de ser apenas um diferencial.

Para se ter uma noção mais precisa, basta observar que os Estados Unidos, com todo o potencial apresentado, sendo a maior economia do planeta, representa apenas 25% do volume transacionado no mercado mundial. Isso quer dizer que restam ainda 75% de oportunidades proporcionadas pelos demais mercados. Na Europa, a Alemanha representa o maior mercado constituído por um País, mas 94% do potencial de mercado mundial para as empresas alemãs situam-se fora do País (Keegan, 1999).

Pela primeira vez na história da humanidade, é possível produzir em qualquer parte do mundo e vender em outra, totalmente distantes, podendo para a indústria buscar o menor custo de produção com resultados cada vez mais altos. Custos como transporte, comunicação e tecnologia caíram drasticamente (Thurow, 1997).

Sob a visão da empresa, a condição de globalização implica a maximização de benefícios a partir da busca da melhor localização de suas atividades em nível mundial, associada à padronização dos produtos e ao desenvolvimento de vantagens comparativas (Thurow, 1997).

As crescentes disparidades competitivas entre empresas, setores e países impuseram a necessidade de uma definição do conceito de competitividade que abordasse uma dimensão sistêmica e dinâmica do fenômeno, da mesma forma com indicadores para avaliá-la.

Dentro desta nova definição, admite-se explicitamente a influência de uma gama bastante extensa de fatores na determinação da competitividade, que vão desde os fatores internos à empresa em suas áreas de competência (gestão, inovação, produção e recursos humanos) sobre as quais a empresa tem capacidade de influir e atuar intensa e diretamente,

até os fatores sistêmicos externos à empresa, associados ao ambiente econômico e institucional em que atua a empresa, sobre os quais a empresa tem limitado ou nenhum poder de influência.

Dentre os fatores sistêmicos da competitividade destacam-se os macroeconômicos (taxa de câmbio, tamanho e dinamismo dos mercados, taxas de juros, oferta e custo de crédito, política salarial etc.), político-institucionais (política tributária, tarifária, apoio fiscal e creditício ao risco do investimento tecnológico, poder de compra de governo), legais-regulatórios (política de proteção à propriedade intelectual, de preservação ambiental, de defesa da concorrência, de proteção ao consumidor, de regulação ao capital estrangeiro), infra-estruturais (energia elétrica, transportes, telecomunicações, insumos básicos e serviços tecnológicos) e sociais (qualificação da mão-de-obra, educação, política trabalhista e de seguridade social, etc.).

Segundo Sarti(2001), haveria um outro grupo de fatores determinantes da competitividade associados ao setor e mercado de atuação das empresas (fatores estruturais). Nesse caso se enquadram os fatores relacionados à oferta (estrutura patrimonial, escalas de produção, grau de concentração técnica e econômica, grau de verticalização e diversificação, distribuição espacial da produção, relações na cadeia produtiva, entre outros) e os fatores relacionados à demanda (tamanho e dinamismo de mercados específicos; distribuição geográfica, poder aquisitivo e grau de exigência da demanda; possibilidade e frequência de acesso ao mercado internacional, entre outros), interagindo com as diferentes intensidades de progresso técnico e de esforço em pesquisa e desenvolvimento(P&D) em cada setor.

Competitividade é definida como a capacidade da empresa de formular e implantar estratégias concorrenciais, que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado. A competitividade depende da criação e renovação das vantagens competitivas por parte das empresas em consonância com os padrões de

concorrências vigentes, de acordo com cada setor da estrutura produtiva. (Haguenauer, Ferraz et Kupfer apud Baumann, 1996).

A competitividade de um país depende da capacidade de sua indústria de inovar e melhorar. São constatadas disparidades marcantes no padrão de competitividade entre empresas, não sendo possível competir em todos e nem mesmo na maioria dos setores. Porter (1999) cita os custos de mão de obra, as taxas de juros, as taxas de câmbio e as economias de escala como os determinantes mais poderosos da competitividade.

A competitividade internacional consiste na capacidade adquirida pelos agentes econômicos para acompanhar o ritmo do progresso técnico e utilizar eficientemente o acervo de conhecimentos disponível pela sociedade contemporânea. Além dos investimentos realizados em capital humano, os níveis de competitividade de uma economia dependem de uma estreita articulação entre as estratégias adotadas pelos agentes privados e a conduta do governo. (Baumann, 1996).

Porter (1999) afirma ainda que as empresas que atuam no mercado internacional atingem vantagem competitiva através de suas iniciativas de inovação. A inovação se manifesta no novo desenho do produto, no processo de produção, na nova embalagem de marketing ou nos novos métodos de treinamento. Boa parte das inovações são triviais, que dependem mais da acumulação de pequenos *insights* do que um grande avanço tecnológico.

Através da exportação as empresas adquirem novos conhecimentos, principalmente no que diz respeito à qualidade, criatividade e profissionalismo, adaptando-se a diferentes estruturas de demanda e novas dimensões culturais. Tornando-a, no seu próprio mercado doméstico, uma empresa mais competitiva.

A competição existente no comércio internacional faz com que as empresas exportadoras tendam a ser mais criativas e inovadoras que as não exportadoras, desenvolvendo um número maior de processos produtivos, adquirindo know how e obtendo

melhoria da qualidade e apresentação do produto. Aplicam mais recursos no desenvolvimento do seu quadro de pessoal, oferecendo melhores salários e benefícios diretos e indiretos (Leonardo Jr, 2002).

Serio e Duarte (apud Andrade, 2004) afirmam que dois aspectos são fundamentais para as empresas permanecerem competitivas no mercado atual: tempo e flexibilidade. Fatores como: globalização, melhora tecnológica, informação/comunicação, aumento da competitividade mundial e mercados cada vez mais exigentes têm provocado nas empresas uma incessante busca por soluções inovadoras que agilizem todos os seus ciclos produtivos.

O conceito de especialização flexível surge da constatação de que o antigo regime fordista de produção em massa e verticalização, está sendo substituído por outro baseado na produção flexível, no sentido de que tanto o capital quanto a mão de obra, deverão se prestar a propósitos cada vez mais gerais e ser capazes de operar dentro de contextos que exigem rápidas mudanças, para a criação de novos produtos, novos processos e novos métodos de organização (Galvão, 2000).

Já não basta para as empresas competirem apenas baseadas em custo e qualidade. A evolução da competitividade nos mostra que a rapidez de resposta e a flexibilidade para atender a exigências cada vez mais específicas dos clientes são fundamentais para a sobrevivência das empresas.

O sucesso ou fracasso de uma organização depende de sua habilidade em atingir uma vantagem competitiva perante as condições de similaridade de requerimento dos recursos, de densidade e de diversidade organizacional, em termos de produtos, serviços e padrões de consumo. As organizações se sujeitam, assim, a processos de seleção e de exclusão competitiva, o que estimula a busca de novos métodos de fabricação e de gestão, de arranjos estruturais cada vez mais eficientes.

Albuquerque (1992) define a competitividade como “a capacidade da empresa formular e implementar estratégias concorrenciais que lhe permitam obter e manter, no longo prazo, posição sustentável no mercado”.

Minervini (1997) destaca as principais necessidades que levam as empresas para o mercado internacional. A necessidade de operar em um mercado de volumes, as dificuldades de vendas no mercado interno, o melhor aproveitamento das estações, a possibilidade de preços mais rentáveis, o prolongamento do ciclo de vida do produto, a busca de equilíbrio com outros concorrentes no mercado interno são alguns dos itens que a empresa analisa para determinar uma nova estratégia de desenvolvimento.

Para conquistar um determinado mercado, as empresas precisam atuar de maneira constante, estando sempre preparadas para atender às demandas dos seus clientes. A concorrência se deve ao fato de existir significativo número de vendedores oferecendo seus produtos para um menor número de compradores. Mesmo que a empresa não esteja momentaneamente com interesse no comércio internacional, deve dispensar atenção especial aos seus clientes, sendo rápida no retorno das informações requeridas e sempre com o canal aberto para possíveis vendas futuras.

Este conceito corresponde à nova distribuição histórico-geográfica e político-cultural das estratégias da divisão social e Benko (1999) distingue quatro características dessa evolução: 1) a mobilidade do capital acelerada a um ritmo sem precedentes; 2) a concorrência entre espaços nacionais, blocos inter-regionais e empresas transacionais de forma mais aguda; 3) a crescente transnacionalização das economias e da produção acompanhadas de uma globalização espetacular dos mercados e do comércio internacional e 4) o ambiente econômico se tornando cada vez mais global, sem fronteiras.

O Comércio Internacional são relações comerciais entre as nações. O Comércio Internacional pauta-se por tratados, acordos e outros dispositivos institucionais, os quais,

quando firmados e ratificados pelos governos nacionais, aplicam-se igualmente a todos os participantes, extrapolando e sobrevivendo sobre as leis internas dos países signatários. O ambiente do comércio internacional é macro-econômico (Tavares *apud* Cáceres, 2001).

A globalização em determinado nível trata-se de uma crescente interação entre os povos do mundo, facilitada pela revolução tecnológica na comunicação, sobre a visão de união numa aldeia global. Em outro nível, trata-se de um campo de estruturada relação de poder entre nações-estado e classes de pessoas, bem como por intermédio de nações-estado, ou em outras palavras, sobre hegemonia, hierarquia e exclusão.

O comércio exterior constitui um segmento da economia nacional do país, regulamentada legalmente pelas autoridades competentes. As empresas fazem “comércio exterior”, isto é, elas se dedicam à importação e/ou exportação de mercadorias. O ambiente econômico do comércio exterior é interno, situa-se dentro das fronteiras do país, embora possa vir a sofrer influências da macro-economia, notadamente nesses tempos de ampla globalização da economia (Cáceres, 2001).

A exportação pode ser direta e indireta, a direta é quando o fabricante exporta diretamente para o importador no exterior, e o exportador é responsável por todo o processo. A exportação indireta se dá quando o fabricante contrata uma empresa no mercado interno para intermediar a venda de seu produto no mercado externo, podendo utilizar consórcios de exportação, *trading companies*, agentes de comércio exterior, empresas comerciais exportadoras etc. (APEX, 2004).

Seguindo exemplo de países desenvolvidos, nos últimos tempos, governos de países emergentes têm direcionado o foco de suas ações para a inserção das micros, pequenas e médias empresas no Comércio Internacional.

2.4 – Blocos Econômicos e o fortalecimento da competitividade.

Para se desenvolver economicamente, ou seja, alcançar uma melhor distribuição de renda, um baixo índice de desemprego, um acesso à educação democratizada e satisfazer as necessidades básicas da população, os países têm recorrido a diversas modalidades de acordos comerciais ou constituindo blocos comerciais. Os acordos podem se dar desde a definição de Áreas de Livre Comércio, União Alfandegária, Mercado Comum até a União Econômica, conforme descrito a seguir:

- Áreas de Livre Comércio – trata-se de um acordo em que os países participantes concordam em remover as barreiras internas existentes no comércio entre eles. Porém cada país tem autonomia na administração de sua política comercial, inclusive na adoção de políticas diferenciadas no comércio com países fora do bloco. Para identificar os produtos de cada País membro, emite-se Certificado de Origem, documento que atesta o País de origem de determinado produto, evitando o desvio do comércio para países membros que pratiquem tarifas de importação mais baixas e a posterior remessa a outros países membros do bloco onde as tarifas de importação sejam mais elevadas. O NAFTA por exemplo.
- União Alfandegária – também conhecida por União Aduaneira, é o estágio posterior à Área de Livre Comércio, pois, além de se eliminar as barreiras internas ao comércio dos países membros, permite-se a livre circulação intrabloco de bens e serviços. A política comercial é uniformizada e os países utilizam uma tarifa externa comum, além da adoção de barreiras externas comuns.

Na América do Sul, temos o MERCOSUL – Mercado Comum do Cone Sul e teve início em 26.03.1991, através do Tratado de Assunção. Foi constituído com a finalidade de eliminar as barreiras tarifárias e não tarifárias entre os países membros, promover a definição de uma tarifa externa comum, coordenar as políticas

macroeconômicas e promover a livre circulação de bens, serviços e fatores produtivos. Seus integrantes são o Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai. Através da assinatura do Protocolo de Ouro Preto, em dezembro de 1994, o MERCOSUL adquiriu personalidade jurídica de direito internacional. O Protocolo atribuiu ao bloco competência para negociar, em nome próprio, acordos com terceiros países, grupos de países e organismos internacionais.

- Mercado Comum – é a evolução à União Alfandegária, pois além de remover barreiras internas e adotar barreiras externas comuns, os meios de produção podem circular livremente entre os países integrantes do bloco. Assim, o profissional de um País recebe tratamento idêntico ao nativo de outro País integrante do bloco, assim como tecnologia e capital, entre outros. A União Européia por exemplo.
- União Econômica – além de possuir todas as características do Mercado Comum, há um poder central formado por representantes dos países membros, bandeira e moeda única e a eliminação de quaisquer barreiras internas, adotando-se políticas externas comuns. As políticas econômico-sociais são integradas visando o desenvolvimento harmônico entre os países e um sistema previdenciário único, entre outros. As pessoas podem circular livremente e exercerem atividades profissionais em qualquer País do mercado comum. Há a adoção de uma moeda única, apenas um Banco Central. Ao atuarem de maneira organizada e corporativa, os países ganham escala, obtendo desenvolvimento integrado e sistematizado. O bloco mais desenvolvido é a União Européia.

2.5 – Órgãos Internacionais e Regulação

Diversos órgãos multinacionais têm sido criados visando incentivar o comércio internacional. Para atingir seus objetivos, essas instituições estabelecem regras para disciplinar o relacionamento comercial, tendo como premissa à isonomia, a eliminação de barreiras protecionistas, subsídios e a melhoria das condições econômicas, sociais e financeiras dos países membros. Apresentaremos as principais organizações que atuam no comércio internacional após a segunda guerra:

- GATT (*General Agreement on Trade and Tariffs*) – a assinatura de um Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio, institucionalizou, na prática, o funcionamento de uma organização atípica, por ser, ao mesmo tempo, um conjunto de normas sobre relações comerciais internacionais e um lócus de negociações, onde se exercia a diplomacia comercial e se resolviam os conflitos e as disputas na área do comércio mundial. Embora não tivesse poder coercitivo, pois uma nação derrotada tinha a prerrogativa de ignorar suas decisões, mediou um número significativo de disputas comerciais durante sua existência.
- OMC – Organização Mundial do Comércio – por ocasião da rodada de negociações multilaterais no âmbito do GATT, realizada entre os anos de 1986 e 1994, conhecida por “Rodada do Uruguai”, foi deliberada a criação da Organização Mundial do Comércio, ocorrida em Janeiro de 1995, com sede em Genebra – Suíça, para servir de fórum para as negociações relacionadas ao comércio internacional. A OMC incorporou as regras do GATT, que se restringiam ao comércio de bens, e acrescentou os setores de serviços e propriedade intelectual ao seu campo normativo. Cabe a OMC zelar pelas boas relações comerciais entre os países signatários, incentivando as correntes comerciais a circular com a maior liberdade mediante a eliminação de barreiras tarifárias e não tarifárias e assegurar

transparência e previsibilidade às normas do comércio internacional, solucionando controvérsias amparada em procedimento imparcial e fundamento jurídico.

- O Internacional Council for Commercial Arbitration – ICCA e a United Nations Conference on International Trade Law – UNCITRAL – são os principais órgãos de arbitragem do comércio internacional. Suas regras estão se tornando um padrão mundial na solução de controvérsias.
- O Sistema Geral de Preferências – SGP – foi criado em 1970, por países desenvolvidos e membros da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, a fim de promover o comércio com países menos desenvolvidos. Nesse sentido, países desenvolvidos oferecem, unilateralmente, preferências tarifárias, via redução ou isenção de impostos, para uma relação de produtos, sem exigência de reciprocidade. No Brasil, a administração do sistema é feita pela Secretaria de Comércio Exterior – SECEX, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.
- Sistema Global de Preferências Comerciais – SGPC – é um acordo comercial através do qual 48 países em desenvolvimento acordaram trocar concessões entre si. No programa, os exportadores brasileiros podem obter vantagem por intermédio de margem de preferência percentual incidente sobre produtos que constam de listas de concessões, aplicável sobre tarifas de importação em vigor no País outorgante. Adicionalmente, é necessário que o exportador satisfaça as Regras de Origem e que obtenha os Certificados de Origem junto à Federação Estadual de Indústria na qual é filiado.

2.6 – Conclusões

O comércio internacional tem um papel de fundamental importância no desenvolvimento do mundo. Desde os mais remotos tempos ele ajuda no trabalho de integração entre povos distantes territorialmente.

A rapidez com que a globalização acontece hoje faz com que as empresas, necessariamente, precisem se preparar para participar de um mercado muito mais competitivo do que elas estavam habituadas, elevando assim seu nível de qualidade, eficiência e eficácia, melhorando seus produtos e serviços. O grande problema é que são poucas as empresas que conseguiram enxergar a necessidade de entrar no mercado internacional.

Hoje os acordos comerciais são uma realidade, raros são os países que não têm nenhum acordo. A idéia central seria para através da liberação de algumas barreiras, todos os países envolvidos tirassem proveito de suas vantagens comparativas. A população, por sua vez ganharia aproveitando mercadorias e serviços de outros países que detém estas vantagens. Infelizmente nem sempre os interesses comuns levam vantagem sobre os interesses particulares de cada país.

Para ajustar estes acordos é importantíssimo a participação dos órgãos internacionais envolvidos no comércio exterior como OMC, ICCA, UNCITRAL dentre outros, sua atuação no estabelecimento de regras para disciplinar o relacionamento comercial é primordial para que todos os países envolvidos nos acordos sejam beneficiados.

3 - O BRASIL E PERNAMBUCO NO COMÉRCIO INTERNACIONAL

3.1 – Introdução

Neste capítulo abordamos a realidade brasileira no contexto do comércio internacional neste último século, descrevendo um pouco do foco da política de comércio exterior em diversos períodos, como o modelo de substituição das importações e a abertura comercial. Coloca-se também uma lista de problemas que contribuem para a baixa participação brasileira no comércio internacional.

Apresentamos a estrutura institucional do comércio exterior no Brasil, com os principais órgãos e algumas ações desenvolvidas pelo governo para elevar o número de empresas exportadoras.

Finalmente exploramos um pouco da realidade pernambucana no comércio exterior. A importância do açúcar e ao mesmo tempo seus aspectos negativos. A pouca expressiva participação de Pernambuco nas exportações do Brasil, a concentração da pauta exportadora pernambucana, os países de destino dessa exportação, a frequência exportadora das empresas pernambucanas e seu tipo de atividade e setores. O dinamismo e o grau de intensidade tecnológico dessas empresas como também a faixa anual de exportação.

3.2 – O Brasil no Comércio Internacional

A descoberta do Brasil está ligada ao processo de formação de uma economia-mundo, e a sua colonização prende-se às necessidades de articulação internacional desse capitalismo, europeu em sua origem, que utilizará a exploração colonial como alavanca para a sua expansão e consolidação. Então podemos dizer que o Brasil incorporou-se à economia mundial através do mercantilismo português, que se constituiu antes que em outros países

devido às condições diferenciadas de formação do Estado Português. (Dias, Cassar e Rodrigues, 2002).

De acordo com Brum(1999), em sua obra sobre o Desenvolvimento econômico Brasileiro “No Brasil, romanticamente, tentou-se transplantar as idéias políticas liberais mais avançadas, que expressavam a ideologia da burguesia em ascensão na Europa, mas conservaram-se as estruturas coloniais: latifúndio, monocultura, escravidão, patriarcalismo, produção primária voltada à exportação etc. No Brasil, ao contrário, a Revolução Industrial ainda não havia chegado. Não havia indústria e, portanto, nem burguesia nem proletariado. As condições eram distintas. E os resultados também o foram”.

No século vinte, até a década de cinqüenta o Brasil esteve com sua economia fechada, iniciando na década seguinte o processo de abertura, mas só a partir da década de setenta é que passou a gerar alguns benefícios ao país. Até esta época não existia uma política voltada à exportação, seja na diversificação da produção, falta de estímulos cambiais, facilidades de crédito, etc.

O aumento no grau de abertura ao comércio mundial ocorreu, principalmente, entre 1967 e 1972, com a exportação de soja, produtos manufaturados e semi-manufaturados. De forma tímida as exportações não despertaram sentimentos protecionistas nem ameaçaram os competidores. A partir desta década a pauta de exportação no Brasil passou a ser mais diversificada e ampliada. (Rocha, 1987 *apud* Tomelin, 2000).

Por cerca de 30 anos após a II Guerra Mundial, as políticas comerciais em muitos países em desenvolvimento foram intensamente influenciadas pela crença de que a chave para o desenvolvimento econômico era a criação de um forte setor industrial, e que a melhor maneira de criar o setor industrial era por meio da proteção das indústrias domésticas da concorrência internacional. (Krugman e Obstfeld, 2001).

O foco da política de comércio exterior brasileiro entre os anos de 1965 a 1980, que enfocava os incentivos e subsídios às exportações de produtos manufaturados ajudou para que os produtos padronizados fossem aceitos no mercado internacional utilizando um pouco de automação nos seus processos de produção. Porém foi incapaz de ajudar as exportações das micro e pequenas empresas que tinham e ainda têm processos produtivos diversificados. Como consequência, durante este período as exportações se concentraram em alguns poucos produtos tradicionais fabricados por algumas grandes empresas e tendo como destino grandes mercados que utilizavam tecnologia de conhecimento universal.

No passado, o modelo substitutivo de importações levava a que as empresas privilegiassem estratégias direcionadas para o mercado doméstico. O processo de abertura comercial do final dos anos 80 e o avanço tecnológico internacional, entretanto, vem aproximando os padrões de consumo e os métodos de produção entre países. Nesse contexto, são requeridas novas estratégias empresariais que permitam a atuação em mercados cada vez mais abertos à competição internacional. (Guimarães, 2002).

O Brasil foi um dos países que apostou na substituição de importações para desenvolver seu parque fabril. Sedimentando ainda mais o sentimento de que possuímos um grande mercado interno e pouca necessidade de voltarmos para a exportação.

O Brasil é um país pequeno se for levado em consideração a sua importância no total das exportações (ou importações) mundiais. Em 2000, essa participação era de apenas 0,87% do total, comparada a um pico no século 20 de 2,2% em 1952, quando os preços do café cresceram espetacularmente. É claro que no caso de produtos específicos essa participação é substancialmente maior, especialmente em alimentos (Abreu, 2002).

Não existe uma explicação concreta e convincente para o fraco desempenho do Brasil nas exportações, pelo contrário o que existe são inúmeros diagnósticos, todos parcialmente corretos, mas imprecisos.

Segundo Markwald & Puga(2002), é possível listar mais de uma dúzia de diagnósticos concorrentes ou complementares:

- a) Baixa rentabilidade da atividade exportadora;
- b) Existência de uma base exportadora excessivamente estreita;
- c) Elevada concentração das exportações em um número restrito de produtos;
- d) Escassa diversificação dos mercados de destino;
- e) Financiamento a custo elevado, além de restrito a poucas empresas e poucos setores;
- f) Ausência de coordenação das ações governamentais;
- g) Falta de prioridade política concedida ao esforço exportador;
- h) Baixa propensão a exportar das empresas nacionais
- i) Ausência de grandes empresas exportadoras de capital nacional;
- j) Baixo conteúdo tecnológico das exportações;
- k) Baixo investimento na consolidação de marcas;
- l) Ausência de uma cultura empresarial exportadora;
- m) Restrição da oferta exportável, em virtude da baixa taxa de investimento da economia; etc.

Todos os tópicos apresentados têm com certeza grande influência no baixo volume de exportações brasileiras, porém não existe um consenso sobre a importância de cada um desses diagnósticos, muito menos em qual deles devemos começar o trabalho para reverter o quadro.

O Brasil ampliou gradativamente seu grau de internacionalização desde a década de 80, diversificando sua pauta de produtos exportados, mas ainda depende fortemente de produtos de processamento industrial básico. (Baumann, 1996).

No atual quadro de aprofundamento do fenômeno da globalização, tornam-se cada dia mais relevantes as ações que promovam o aprimoramento da imagem de um país, pois a ela

estará associado o conceito universal sobre a sua respectiva sociedade e, o que é mais importante, sobre a qualidade de seus produtos de exportação, a confiabilidade de sua economia para atrair investimentos externos e a atratividade de seu turismo doméstico para estrangeiros. (Fonseca, 2003).

3.3 – A Estrutura Institucional de Comércio Exterior no Brasil

O comércio exterior no Brasil é estruturado sobre entidades governamentais e não governamentais. Através desses órgãos são definidas as estratégias, políticas, gestão das atividades relativas ao comércio exterior, promoção comercial, além da execução de programas que desenvolvam capacidade para as empresas brasileiras competirem em igualdade de condições com empresas de todo o mundo.

Congruentemente o governo oferece uma série de benefícios e mecanismos de incentivo às exportações. É imprescindível para as empresas exportadoras o conhecimento e utilização desses mecanismos que podem significar aumento de competitividade na comercialização de produtos e serviços.

Os principais órgãos que compõem a estrutura do Sistema de Comércio Exterior Brasileiro são:

- Conselho Monetário Nacional – CMN
- Câmara de Comércio Exterior – CAMEX
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC.
- Secretaria de Comércio Exterior – SECEX
- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES
- Ministério da Fazenda
- Secretaria de Assuntos Internacionais (Ministério da Fazenda) - SEAIN
- Secretaria da Receita Federal – SRF

- Banco Central do Brasil – BACEN
- Banco do Brasil S.A.
- Ministério das Relações Exteriores – MRE / Itamaraty
- Agência de Promoção de Exportações – APEX
- Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação – SBCE
- Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
- Confederação Nacional da Indústria – CNI
- Federações Estaduais
- Associação de Comércio Exterior do Brasil – AEB
- Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior – FUNCEX
- Câmaras de Comércio

O governo tem trabalhado no sentido de elevar o número de empresas brasileiras exportadoras e, conseqüentemente, o crescimento da pauta exportadora e do volume das exportações. Diversos órgãos, como a APEX – Agência de Promoção de Exportações, foram criados com a finalidade de apoiar as micro, pequenas e médias empresas no ingresso e permanência no comércio internacional. Outros órgãos como o BNDES, SEBRAE, Banco do Brasil já atuam com este propósito há um bom tempo. Para financiar as vendas de produtos e serviços brasileiros, o governo apoiou a criação da SBCE – Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação. Somando-se, em determinadas operações comerciais, o governo participa garantindo o reembolso ao exportador em caso de inadimplência do importador.

Como se pode observar, há diversas Instituições no Brasil, públicas ou privadas, com atuação voltada para desenvolver e ajudar a empresas exportadoras. Abrangendo desde a fase de prospecção de mercado, desenvolvimento de produtos e serviços, estruturação e reestruturação administrativa da empresa, participação em missões no exterior, entre outros.

Em que pese o significativo número de Instituições atuantes no fomento ao comércio internacional, alguns com atividades concorrentes, a participação do País no total do comércio mundial não tem apresentado significativo avanço, mesmo tendo um grande aumento no seu volume exportado, ficando em torno de 1% conforme tabela abaixo.

Tabela 1 – Exportações do Brasil e sua participação nas Exportações Mundiais 1994/2004

A N O S	EXPORTAÇÕES		Part. % nas Exp.Mundiais
	Valor	Var. %	
1994	43,5	12,9%	1,04%
1995	46,5	6,8%	0,92%
1996	47,4	2,7%	0,90%
1997	53,0	11,0%	0,96%
1998	51,1	-3,5%	0,95%
1999	48,0	-6,1%	0,86%
2000	55,1	14,7%	0,88%
2001	58,2	5,7%	0,97%
2002	60,4	3,7%	0,96%
2003	73,1	21,1%	1,00%
2004	96,4	31,9%	1,11%

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – SECEX/DEPLA

3.4 – O Comércio Internacional de Pernambuco

Várias razões podem ser apontadas para explicar o relativo insucesso da inserção do Nordeste no comércio exterior: a ausência de um cultura exportadora; a grande concentração das exportações em pouco número de commodities ofertadas em mercados muito competitivos; a fragilidade de grande parte do próprio setor produtivo regional, tornando-o pouco competitivo nos mercados externos; a existência de deficiências de infra-estrutura nas esferas social e econômica; a predominância de uma mão-de-obra carente das qualificações exigidas por uma sociedade moderna; a ausência de atores empresariais de porte e com agressividade suficiente para um ativo envolvimento no processo de globalização; uma diminuta presença de pequenas e médias empresas exportadoras; a ainda insuficiência de estímulos e incentivos por parte dos governos, em suas diversas instâncias; a excessiva carga tributária e de procedimentos burocráticos na esfera produtiva e principalmente com respeito

a exportações; a ausência até passado recente, de uma postura agressiva por parte dos negociadores brasileiros nos fóruns internacionais em defesa dos interesses brasileiros e nordestinos. Todos esses pontos levantados constituíram alguns, dentre tantos fatores importantes, a explicar o mau desempenho exportador da economia nordestina (Galvão e Vergolino, 2004)

A economia pernambucana por cerca de quatro séculos – 1500 a 1900 – esteve largamente fundada na exploração e desenvolvimento da atividade açucareira. Foi esta que de fato deu enorme impulso ao desenvolvimento e à ocupação econômica do seu território nos anos iniciais do povoamento e conduziu o Estado para um estágio de proeminência no quadro geral da política e da sócio-economia nacional. (Vergolino & Neto, 2002).

Segundo Vergolino e Neto(2002) com um importante produto de exportação que dava a tônica do crescimento econômico, o estado, como de resto do Brasil, logrou uma mudança da variável determinante da expansão econômica que passou, a partir de fins do século XIX a ser, a demanda interna pelo açúcar.

Porém, esta mesma atividade açucareira viria a retardar o surgimento de novas atividades produtivas que potencializassem o Estado quando o país viesse a efetivar o seu processo de industrialização.

Sendo o processo de industrialização localizado mais no Sudeste, e levando em consideração alguns aspectos da base industrial de Pernambuco, o Estado começa a sofrer com um quadro de declínio relativo nos contextos nacional e regional. Saindo de uma representatividade de 4,4% do total nacional, em 1939, para ter apenas 2,7%, em 1998.

Em 2001, Pernambuco ocupava a nona posição dos Estados com maior PIB estadual do Brasil, com R\$ 31.725 milhão e 2,6% de representatividade do Produto Interno Bruto do Brasil³, conforme mostra a Tabela nº 2.

³ Fonte: IBGE. Diretoria de Pesquisa. Coordenação de Contas Nacionais. Contas Regionais do Brasil 1998-2001

Tabela 2 – Produto interno bruto do Brasil a preço de mercado corrente por grandes regiões e unidades da federação – 1998/2002.

Grandes Regiões	1998	1998	1999	1999	2000	2000	2001	2001
Unidades da Federação	R\$ milhão	%	R\$ milhão	%	R\$ milhão	%	R\$ milhão	%
Brasil	914.187	100,0	973.845	100	1.101.255	100	1.198.736	100
Norte	40.933	4,5	43.317	4,4	50.650	4,6	57.026	4,8
Rondônia	4.611	0,5	5.023	0,5	5.625	0,5	6.083	0,5
Acre	1.454	0,2	1.557	0,2	1.703	0,2	1.921	0,2
Amazonas	15.107	1,7	15.555	1,6	18.873	1,7	20.736	1,7
Roraima	746	0,1	817	0,1	1.117	0,1	1.219	0,1
Pará	15.572	1,7	16.674	1,7	18.914	1,7	21.748	1,8
Amapá	1.501	0,2	1.584	0,2	1.968	0,2	2.253	0,2
Tocantins	1.941	0,2	2.106	0,2	2.450	0,2	3.067	0,3
Nordeste	119.319	13,1	127.673	13,1	144.135	13,1	157.302	13,1
Maranhão	7.224	0,8	7.918	0,8	9.207	0,8	10.293	0,9
Piauí	4.413	0,5	4.734	0,5	5.330	0,5	5.575	0,5
Ceará	18.836	2,1	19.511	2,0	20.800	1,9	21.581	1,8
Rio Grande do Norte	6.844	0,7	7.648	0,8	9.293	0,8	9.834	0,8
Paraíba	7.262	0,8	7.937	0,8	9.238	0,8	10.272	0,9
Pernambuco	24.810	2,7	26.021	2,7	29.127	2,6	31.725	2,6
Alagoas	6.141	0,7	6.429	0,7	7.023	0,6	7.569	0,6
Sergipe	5.031	0,6	5.434	0,6	5.921	0,5	8.204	0,7
Bahia	38.759	4,2	42.040	4,3	48.197	4,4	52.249	4,4
Sudeste	531.663	58,2	567.221	58,2	636.394	57,8	684.730	57,1
Minas Gerais	89.490	9,8	93.748	9,6	106.169	9,6	113.530	9,5
Espírito Santo	17.369	1,9	18.772	1,9	21.530	2,0	22.538	1,9
Rio de Janeiro	100.651	11,0	114.419	11,7	137.877	12,5	148.033	12,3
São Paulo	324.152	35,5	340.281	34,9	370.819	33,7	400.629	33,4
Sul	159.774	17,5	172.856	17,7	193.534	17,6	213.389	17,8
Paraná	56.798	6,2	61.724	6,3	65.969	6,0	72.770	6,1
Santa Catarina	32.434	3,5	35.682	3,7	42.428	3,9	46.535	3,9
Rio Grande do Sul	70.542	7,7	75.450	7,7	86.138	7,8	94.084	7,8
Centro-Oeste	62.498	6,8	62.779	6,4	76.542	7,0	86.288	7,2
Mato Grosso do Sul	10.050	1,1	10.901	1,1	11.861	1,1	13.736	1,1
Mato Grosso	9.901	1,1	11.701	1,2	13.428	1,2	14.453	1,2
Goiás	17.428	1,9	17.920	1,8	21.665	2,0	25.048	2,1
Distrito Federal	25.119	2,7	22.256	2,3	29.587	2,7	33.051	2,8

Fonte: IBGE. Diretoria de Pesquisa. Coordenação de Contas Nacionais. Contas Regionais do Brasil 1998-2001

Vergolino e Neto(2002) elaboram uma pergunta que para iniciar este estudo é imprescindível sua resposta: “é possível essa sociedade, assentada em uma estrutura econômica caracterizada por elevada concentração de renda e riqueza, permeada por um oceano de indivíduos vivendo abaixo da linha de pobreza, crescer economicamente com base nas suas próprias forças produtivas ou, numa linguagem típica do economista, crescer

endogenamente, a taxas elevadas, de tal sorte que, num reduzido período de tempo, seja possível provocar uma diminuição significativa dos pobres e miseráveis?”.

Os próprios autores respondem a questão colocando que as evidências teóricas e as experiências do mundo real indicam que a solução endógena, do tipo pura, isto é, abdicar do mercado externo e contar somente com o interno, não se sustenta em longo prazo. Neste contexto, fica bastante claro o caminho que deve ser seguido pela sociedade caso ela eleja o crescimento rápido e sustentado como solução para os problemas do Estado.

Hidalgo e Mata (2003) mostram que a economia de Pernambuco tem-se caracterizado pelo seu relativo fechamento ao comércio internacional. O coeficiente de abertura, definido como exportações mais importações como proporção do Produto Interno Bruto(PIB), situa-se por volta de 5,0%. Por outro lado, a pauta de exportações é relativamente concentrada em poucos produtos primários e o desempenho dos manufaturados parece estar muito aquém do desejado. Parece faltar, ao nível do estado, um projeto de inserção internacional.

A trajetória do crescimento econômico do Estado passa, sem sombra de dúvida, por uma maior inserção nas linhas de comércio internacional, quer a estratégia de crescimento desenhada pela sociedade local esteja embasada numa cesta de produtos agrícolas, industriais ou de serviços. As evidências indicam que nem o mercado pernambucano, nem o nordestino são capazes de gerar a necessária sinergia que permita dar sustentabilidade ao crescimento do Estado em curto prazo, devido à perversa distribuição de renda e riqueza que caracteriza a sócio-economia local.

O desempenho das exportações tem ficado abaixo do apresentado pelo Brasil ou mesmo pelo do Nordeste. No período de 1996-2002, o valor absoluto das exportações de Pernambuco teve queda, enquanto no Brasil as exportações aumentaram 26,4% (Hidalgo e Mata, 2003).

Estado de Pernambuco registrou, no ano de 2003, exportações no valor de US\$ 410 milhões, representando apenas 0,56%⁴ das exportações totais do Brasil. Esse péssimo desempenho das exportações pernambucanas, apesar do crescimento econômico vivido durante o período, parece estar relacionado ao não aproveitamento das vantagens comparativas regionais.

Tabela 3 – Exportações de Pernambuco entre 1994/2004

Ano	Valor (US\$ 1.000) Fob	Variação
1994	372.737	**
1995	574.321	54,08
1996	341.005	-40,62
1997	372.580	9,26
1998	362.257	-2,77
1999	265.878	-26,61
2000	283.947	6,8
2001	334.964	17,97
2002	319.826	-4,52
2003	410.707	28,42
2004*	419.271	16,11

* Janeiro a Novembro

Fonte: SECEX/MDIC

A concentração da pauta em poucos produtos primários, a baixa participação dos manufaturados e a falta de estratégia de inserção no comércio exterior podem estar limitando o crescimento econômico (Hidalgo e Mata, 2003). Em 2002 apenas cinco categorias de produtos da pauta exportadora de Pernambuco foram responsáveis por mais de 50% do volume exportado. Tendo destaque a queda da exportação do açúcar de cana bruto.

Tabela 4 – Principais produtos da pauta exportadora de Pernambuco em 2002

		2002 (Jan/Dez)	
		US\$ F.O.B.	Part%
	Total de Pernambuco	319.825.849	100
1	OUTS.ACUCARES DE CANA, BETERRABA, SACAROSE QUIM	56.989.600	17,82
2	ACUCAR DE CANA, EM BRUTO.	52.133.486	16,3
3	GOIABAS, MANGAS E MANGOSTOES, FRESCOS OU SECOS.	22.703.777	7,1
4	CANHOES ELETRONICOS P/TUBOS CATODICOS	17.199.183	5,38
5	UVAS FRESCAS	13.787.604	4,31
TOTAL		162.813.650	50,91

Fonte: SECEX/MDIC

⁴ Fonte: MDIC/SECEX

Mais de 50% das exportações de Pernambuco tem como destino os países da União Européia e do NAFTA. Sendo os Estados Unidos o principal país de destino das exportações pernambucanas com um volume de US\$ 74.188.301, representando 23,2% do total das exportações. E o NAFTA como o bloco econômico de maior destino das nossas exportações com um volume de mais de US\$ 116 milhões, representando 28,3% do total das exportações pernambucanas.⁵

Tabela 5 – Exportações Pernambucanas segundo os principais destinos – 1997/2002

Em US\$ milhões							
Bloco	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Mercosul	42,7	41,6	40	39,3	40,7	42,3	42,3
Aladi	22,7	17,1	16	19,3	20,6	36,7	36,7
Nafta	63,8	64,3	47,6	82,2	71,8	116	116
U.E.	63,9	59,2	56,3	75,5	78,1	113,9	113,9
Asia	19,6	6,6	12,3	7,2	3,8	8	8
Demais	159,8	173,5	93,7	60,4	120	93,7	93,7
TOTAL	372,6	362,2	265,9	283,9	319,8	410,7	410,7

Em %							
Bloco	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Mercosul	11,5	11,5	15,1	12,1	7,7	10,3	10,3
Aladi	6,1	4,7	6	6,2	7	8,9	8,9
Nafta	17,1	17,8	17,9	21,4	24,8	28,3	28,3
U.E.	17,2	16,3	21,2	23,3	26,9	27,7	27,7
Asia	5,3	1,8	4,6	1,1	4,1	2	2
Demais	42,9	47,9	35,2	35,8	29,6	22,8	22,8
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

Nota: Nafta = EUA + Canada; Aladi exclusive Mercosul.

Conforme foi verificado, as exportações do estado de Pernambuco são muito concentradas, tanto em nível de produto quanto em nível de países de destino. Um país com estrutura de exportação pouco diversificada, e até restrita a poucos produtos primários, pode apresentar desequilíbrios estruturais graves, diante de mudanças no mercado. A concentração pode gerar instabilidade da receita de exportações. Argumenta-se que nessas condições o setor

⁵ Fonte: SECEX/MDIC

externo pode representar uma restrição severa ao crescimento, quando a sua dinâmica não é capaz de gerar os recursos para o crescimento (Hidalgo e Mata, 2003).

Entre 1997 e 2002 a base exportadora de Pernambuco saltou de 207 empresas para 263, o que representa um aumento de mais de 27% porém pela quantidade de empresas – 56 – é muito pouco em 5 anos. Outra característica que fica evidenciado nesses cinco anos em relação a nossa base exportadora é que muitas empresas estão entrando no comércio internacional por ano, o problema fica por conta da saída, pois em média nesses cinco anos 65 empresas iniciaram-se no comércio internacional e 54 saíram desse mesmo comércio⁶, como demonstra a tabela 06.

Tabela 6 – Empresas exportadoras de Pernambuco 1997/2002

Ano	Antigas	Estreantes	Total	Varição
1997	148	59	207	nd
1998	160	47	207	0
1999	152	60	212	5
2000	165	67	232	20
2001	167	69	236	4
2002	181	82	263	27

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

Outra característica dessas empresas exportadoras é a falta de continuidade no processo de exportação, ou seja, apenas pouco mais de 30% das empresas exportadoras de 2002, são empresas que exportaram por mais de 4 anos seguidos até 2002.

Tabela 7 – Empresas pernambucanas exportadoras segundo frequência da firma entre 1997/2002

Frequência	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Contínuas	63	75	86	86	86	86
Descontínuas	41	54	67	114	86	44
Iniciantes	0	0	0	32	64	51
Estreantes	0	0	0	0	0	82
Desistentes	103	78	59	0	0	0
TOTAL	207	207	212	232	236	263

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

⁶ Fonte: SECEX/MDIC – Elaboração Funcex.

Devido à grande influência da cana de açúcar no Estado, no período (1997/2002) estudado a maior parte das empresas exportadoras eram empresas não industriais, porém o maior valor (US\$) exportado sempre foi das empresas industriais mesmo em menor número. Só em 2002, 149 empresas não industriais exportadoras com US\$ 167,7 milhões exportados superaram as 111 empresas industriais que exportaram US\$ 142 milhões.⁷

Tabela 8 – Exportações Pernambucanas segundo o tipo de atividade da empresa – 1997/2002

Porte	Número de Empresas e US\$ Milhões											
	1997		1998		1999		2000		2001		2002	
	Nº	Valor	Nº	Valor	Nº	Valor	Nº	Valor	Nº	Valor	Nº	Valor
Industrial	95	222,1	101	197	97	135,6	98	158,8	101	184,8	111	142
Não Industrial	108	147,6	104	163,9	112	129	132	109,7	133	141,4	149	167,7
Agropecuária	32	55,9	23	25,1	21	20,4	30	13,5	34	58,9	29	36,1
Comercial	70	84,7	73	126,2	84	104,9	93	88,4	93	78,6	107	119,9
C. Civil	3	4,8	3	3,3	2	0,6	3	3,3	2	3,2	2	5,7
Serviços	3	2,3	5	9,2	5	3,1	6	4,4	4	0,7	11	6
Ñ Identificada	4	2,8	2	1,3	3	1,3	2	15,4	2	8,7	3	10,1
TOTAL	207	372,5	207	362,2	212	265,9	232	283,9	236	334,9	263	319,8

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

Os produtos agrícolas são disparados os mais exportados por Pernambuco, sejam como produtos primários (28,3%) ou como semimanufaturados – capital intensivo – (25,1%), representam mais de 50% das exportações por grupo de produtos, o equivalente em 2003 a mais de US\$ 223 milhões.

⁷ Fonte: SECEX/MDIC – Elaboração Funcex

Tabela 9 – Exportações de Pernambuco segundo grupos de produtos – 1997/2003

Em US\$ milhões							
Grupos	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Produtos Primários	18,4	24,5	27	49,8	62,5	82,4	136,5
Agrícolas	18,3	24,5	26,8	49,4	62,4	78,7	116,1
Minérios	0,1	0,1	0,2	0,4	0,1	1	1,7
Energéticos	-	-	-	-	-	2,8	18,7
Produtos Industrializados	346,3	331,2	231,9	223,5	265,6	233,4	269,7
<u>Semimanufaturados</u>	<u>245,8</u>	<u>227,4</u>	<u>137,1</u>	<u>114,7</u>	<u>166,8</u>	<u>136,4</u>	<u>150,3</u>
Agrícolas mão-de-obra intensiva	3,8	6,5	4,9	3,7	4,3	6,8	3,9
Agrícolas capital intensivo	201,5	192,6	103,9	74	135,3	110,3	103,1
Minérios	40,6	28,3	28,2	37	27,2	19,2	43,3
Energéticos	-	-	-	-	-	-	-
<u>Manufaturados</u>	<u>100,5</u>	<u>103,8</u>	<u>94,8</u>	<u>108,7</u>	<u>98,8</u>	<u>97,1</u>	<u>119,4</u>
Industriais intensivas em trabalho	44	36,4	30,7	37,9	32,1	31,3	53,3
Industriais intensivas em econ.de escala	24,2	24,7	25,3	28,4	32,3	24,2	32,4
Fornecedores especializados	29,2	39,6	29,8	27,5	22,8	23,8	25,7
Indústrias intensivas em P & D	3	3,1	9,1	14,9	11,6	17,8	8
Outras não classificadas	7,9	6,5	7	10,8	6,9	4	4,6
TOTAL	372,6	362,3	265,9	284	335	319,8	410,7

Em %							
Grupos	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Produtos Primários	4,9	6,8	10,2	17,5	18,7	25,8	33,2
Agrícolas	4,9	6,7	10,1	17,4	18,6	24,6	28,3
Minérios	0	0	0,1	0,1	0	0,3	0,4
Energéticos	-	-	-	-	-	0,9	4,6
Produtos Industrializados	92,9	91,4	87,2	78,7	79,3	73	65,7
<u>Semimanufaturados</u>	<u>66</u>	<u>62,8</u>	<u>51,6</u>	<u>40,4</u>	<u>49,8</u>	<u>42,6</u>	<u>36,6</u>
Agrícolas mão-de-obra intensiva	1	1,8	1,9	1,3	1,3	2,1	1
Agrícolas capital intensivo	54,1	53,2	39,1	26,1	40,4	34,5	25,1
Minérios	10,9	7,8	10,6	13	8,1	6	10,5
Energéticos	-	-	-	-	-	-	-
<u>Manufaturados</u>	<u>27</u>	<u>28,6</u>	<u>35,7</u>	<u>38,3</u>	<u>29,5</u>	<u>30,4</u>	<u>29,1</u>
Industriais intensivas em trabalho	11,8	10	11,5	13,3	9,6	9,8	13
Industriais intensivas em economia de escala	6,5	6,8	9,5	10	9,6	7,6	7,9
Fornecedores especializados	7,8	10,9	11,2	9,7	6,8	7,4	6,3
Indústrias intensivas em P & D	0,8	0,9	3,4	5,2	3,4	5,6	2
Outras não classificadas	2,1	1,8	2,6	3,8	2,1	1,2	1,1
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

Segundo os principais setores, Pernambuco mostra mais uma vez um dos grandes problemas da pouca exportação, que é a sua pauta exportadora. Apenas um setor – produtos alimentares – representou no triênio 2001/03 em média 45% das exportações do Estado.

Tabela 10 – Exportações de Pernambuco segundo os principais setores – 1997/03

Em US\$ milhões

No	Descrição	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Média 2001/03		
									Valor	Part(%)	Acum(%)
1	Produtos Alimentares	212	208	119	103	171	154	154	159,8	45	45
2	Química	59	41	42	53	41	31	69	47,1	13,3	58,3
3	Agropecuária e extrativa vegetal	11	14	16	22	29	39	66	44,4	12,5	70,8
4	Material elétrico e de comunicação	27	35	32	36	30	38	28	31,6	8,9	79,7
5	Têxtil	28	25	19	22	23	14	30	21,9	6,2	85,8
6	Metalúrgica	5	8	12	12	15	12	23	16,6	4,7	90,5
7	Couros e peles	15	10	10	10	5	7	8	6,5	1,8	92,3
8	Vestuários, calçados e artefatos de tecidos	1	1	1	4	3	7	9	6,4	1,8	94,1
Demais gêneros		15	19	16	21	19	19	24	20,9	5,9	100
TOTAL EXPORTADO		373	362	266	284	335	320	411	355,2	100	

Obs: Foram selecionados 8 de um total de 2 gêneros. Foram selecionados os produtos com valor na média 2001-2003 acima de US\$ 6 milhões

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

Através da tabela 11 podemos observar que a maior parte das empresas exportadoras de Pernambuco – de 40% a 45% - se concentra na faixa de exportação anual de até US\$ 50 milhões.

Tabela 11 - Empresas pernambucanas exportadoras segundo faixa de exportação anual da firma no período 1997/2002

Faixa de Exportação anual da firma(US\$ Mil)	1997		1998		1999		2000		2001		2002	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
> 20.000	2	1	2	1	2	0,9	1	0,4	2	0,8	1	0,4
> 10.000 até 20.000	9	4,3	8	3,9	6	2,8	7	3	8	3,4	7	2,7
> 5.000 até 10.000	15	7,2	17	8,2	6	2,8	8	3,4	7	3	10	3,8
> 1.000 até 5.000	26	12,6	27	13	30	14,2	30	12,9	33	14	44	16,7
> 500 até 1.000	10	4,8	15	7,2	10	4,7	17	7,3	20	8,5	15	5,7
> 100 até 500	45	21,7	40	19,3	43	20,3	46	19,8	44	18,6	45	17,1
> 50 até 100	16	7,7	13	6,3	25	11,8	18	7,8	25	10,6	24	9,1
> 10 até 50	40	19,3	39	18,8	39	18,4	52	22,4	49	20,8	54	20,5
Até 10	44	21,3	46	22,2	51	24,1	53	22,8	48	20,3	63	24
TOTAL	207	100	207	100	212	100	232	100	236	100	263	100

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

Em relação ao dinamismo das empresas pernambucanas exportadoras no comércio exterior, vemos que em 2003 quase 70% do volume exportado foram em empresas classificadas como em regressão ou decadência.

Tabela 12 – Exportações segundo o dinamismo no comércio mundial – 1997/2003

Em US\$ milhões							
Descrição	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Muito dinâmicos	5,2	17,2	16,8	15,8	10,1	11,5	13,4
Dinâmicos	18,2	18,7	24,5	30,7	28,8	37,5	65,2
Intermediários	32	32,4	39	57,7	47,1	53,4	55
Em regressão	55,3	38	42,4	70,2	82,1	79,4	123,5
Em decadência	254,2	249,4	136,2	98,9	160	134,1	149
Não classificados	7,6	6,5	7	10,8	6,9	4	4,6
Total Exportado	372,8	362,3	265,9	283,9	335	319,8	410,7

Em %							
Descrição	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Muito dinâmicos	1,4	4,7	6,3	5,6	3	3,6	3,3
Dinâmicos	4,9	5,2	9,2	10,8	8,6	11,7	15,9
Intermediários	8,6	8,9	14,7	20,3	14,1	16,7	13,4
Em regressão	14,8	10,5	15,9	24,7	24,5	24,8	30,1
Em decadência	68,2	68,9	51,2	34,8	47,8	41,9	36,3
Não classificados	2,1	1,8	2,6	3,8	2,1	1,2	1,1
Total Exportado	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

Quanto ao grau de intensidade tecnológica das empresas pernambucanas exportadoras temos 33,9% de empresas não industriais e das empresas industriais, 40,9% são de baixa intensidade tecnológica.

Tabela 13 – Exportações pernambucanas segundo o grau de intensidade tecnológica – 1997/2002

Categorias de Intensidade Tecnológica	Em US\$ milhões						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Não Industriais	23,9	28,6	32,6	59	67,5	85,4	139,4
Industriais	348,7	333,6	233,3	225	267,5	234,5	271,3
Baixa	251,7	240,9	145,3	121,5	183,5	154,7	168,2
Média-baixa	42,7	41,5	42,1	43,1	35,8	30,5	54
Média-alta	54,1	49	37,2	46,7	37,7	32,2	42,3
Alta	0,1	2,2	8,7	13,7	10,4	17,2	6,9
Total	372,6	362,3	265,9	283,9	335	319,8	410,7

Categorias de Intensidade Tecnológica	Em %						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Não Industriais	6,4	7,9	12,2	20,8	20,2	26,7	33,9
Industriais	93,6	92,1	87,8	79,2	79,8	73,3	66,1
Baixa	67,6	66,5	54,7	42,8	54,8	48,4	40,9
Média-baixa	11,5	11,5	15,8	15,2	10,7	9,5	13,2
Média-alta	14,5	13,5	14	16,4	11,3	10,1	10,3
Alta	0	0,6	3,3	4,8	3,1	5,4	1,7
Total	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: SECEX/MDIC. Elaboração Funcex

A globalização obriga o estabelecimento de processos eficazes de manutenção de um alto nível de competitividade, não somente das empresas, mas do sistema econômico total.

A nível internacional, as histórias bem sucedidas de crescimento econômico envolveram uma industrialização baseada na exportação de manufaturados. Apesar dos ganhos de competitividade das exportações brasileiras nos últimos anos, tendo em vista a desvalorização do real, e as melhorias no setor logístico do estado, como é o caso da construção do porto de Suape, as exportações de Pernambuco não têm respondido. Parece faltar no âmbito do estado uma estratégia de inserção internacional que permita o aproveitamento das oportunidades que o comércio internacional oferece para o crescimento econômico, para a geração de emprego e para a melhoria do bem-estar da população (Hidalgo e Mata, 2003).

3.5 - Conclusões

Temos visto que no Brasil, grande parte das empresas de grande porte já estão participando do comércio exterior e mesmo assim não conseguimos nos destacar, com grandes volumes. Nossa aposta é que através da inclusão das micro, pequenas e médias empresas, principalmente por serem responsáveis por mais da metade dos empregos formais e informais do Brasil e serem mais de 90% do total de empresas, neste comércio internacional o Brasil comece a atingir maiores patamares, bem como haja um maior desenvolvimento econômico através da geração de empregos e elevação da renda.

Em Pernambuco a necessidade de trabalhar o processo de exportação é evidente, principalmente como estratégia de crescimento econômico na tentativa de diminuir as desigualdades sociais. A baixa representatividade das exportações na economia de Pernambuco, a concentração da pauta exportadoras, a baixa participação dos produtos manufaturados e a concentração dos mercados de destino criam problemas que devem ser

discutidos com bastante interesse para uma inclusão maior do Estado no comércio internacional.

É clara a necessidade de ações pelo governo e atitude pelos empresários, para que juntos possamos superar estas dificuldades e gerar um crescimento de nossas exportações, principalmente baseadas nas micro e pequenas empresas.

4 - A MICRO E PEQUENA EMPRESA: ASPECTOS CONCEITUAIS

4.1 – Introdução

Inicialmente este capítulo relata a dificuldade na conceituação do que seria micro empresa e empresa de pequeno porte, suas diversas classificações baseada em critérios distintos, que na maioria das vezes está relacionada às condições gerais do país em que atuam, ou, como no Brasil, aos órgãos que se relacionam.

Apresenta as classificações mais utilizadas no Brasil, a Resolução GMC nº 59/98 do Mercosul, a do Estatuto de MPE e a do SEBRAE. Como também cita padrões de diversos países. Analisando sempre as implicações de cada classificação.

Aborda também, um relato da importância das micro e pequenas empresas para diversos países do mundo, praticamente em todos os continentes. Descrevendo em números a seriedade do potencial dessas empresas.

Por fim, analisa a importância das MPEs para o Brasil, desde a geração de empregos ao crescimento econômico do país. E a necessidade de políticas governamentais voltadas para o desenvolvimento dessas empresas.

4.2 – Conceitos e Características

Para analisar as micros e pequenas empresas (MPEs), torna-se muito importante primeiramente esclarecer em que consiste uma empresa e também sua classificação por tamanho. Vale salientar que diversos critérios são usados para esta classificação, esses critérios levam a uma definição diferenciada de categorias. É notória a grande dificuldade em classificar as Micro e Pequenas empresas de maneira precisa e pertinente.

Franco (1991 *apud* Vieira 2002) admite que empresa consiste em toda atividade econômica com fins lucrativos, pois é basicamente isto que as diferem dos demais tipos de

organizações. Para a autora, toda entidade constituída sob qualquer forma jurídica para exploração de uma atividade econômica, seja mercantil, industrial, agrícola ou prestação de serviços, pode ser entendida como uma empresa.

Um dos grandes problemas que uma empresa enfrenta, segundo Tachizawa e Faria (2002), é a visão extremamente segmentada, setorializada que a maioria das empresas têm delas mesmas. Isso leva a conflitos e divergências operacionais que minimizam o resultado dos esforços. Portanto, a empresa deve buscar uma visão sistêmica, global, abrangente e integrada, que possibilite visualizar as relações de causa e efeito, o início, o meio e o fim, ou seja, as relações entre os recursos captados e os valores obtidos pela empresa. Para os autores, empresa deve ser considerada como um conjunto de partes em constante interação, constituindo-se num todo orientado para determinados fins, em permanente relação de interdependência com o ambiente externo. A adoção do enfoque sistêmico, que vê a organização como um macrosistema aberto interagindo com o meio ambiente, pode ser entendida como um processo que procura converter recursos em produtos (bens e/ou serviços), em consonância com seu modelo de gestão e os objetivos corporativos.

De uma forma geral as MPEs surgem da iniciativa do(s) seu(s) idealizador(es), e que cresce com o espírito empreendedor do(s) seu(s) fundador(es). Com o crescimento das atividades e das operações empresariais, surge a necessidade de um número maior de pessoas para conseguir realizar todo o trabalho existente na empresa. Os familiares são os primeiros a se integrarem neste contexto empresarial, por motivos como proximidade, confiança, semelhança de hábitos, costumes e valores.

Hoje, muitas pessoas estão optando pela abertura de pequenas empresas por motivação ou empurradas pelos processos de terceirização e planos de demissão voluntária (PDV's). São fatores da transferência de mão-de-obra das grandes para as pequenas empresas: reestruturação dos negócios (terceirização), necessidade profissional (demissões), motivação,

imagem das grandes empresas (algumas falências), empreendedorismo (sonho), tecnologia (conhecimento) e crescimento do terceiro setor (ONG's).

Tanto no Brasil quanto em qualquer parte do mundo as conceituações e as classificações de empresas são bem variadas, com critérios bastante diversos. Especificar qualquer padrão de tamanho para definir pequenas empresas é algo necessariamente arbitrário porque são adotados padrões diferentes para propósitos diferentes.

Segundo Da Silva(2001), geralmente, essa variedade de critérios e referências à pequena empresa obedece, entre outras, as seguintes condições:

- Propósito do usuário ou órgão interessado diretamente nos critérios;
- Região e país em que opera;
- Peculiaridades e estágio de desenvolvimento econômico.

Existe uma heterogeneidade entre os critérios para a classificação do porte das empresas. Segundo o autor, isso se deve ao fato de que a definição do porte das empresas está diretamente ligada às condições gerais do país em que atuam. Nesse sentido, indústrias consideradas pequenas em alguns países podem ser consideradas médias em países menores. Essa mesma situação pode ocorrer também dentro de um país com grandes dimensões territoriais, como é o caso do Brasil (Vieira, 2002)

Alguns países, como por exemplo, os Estados Unidos, a França, o Japão, a Itália e a Espanha, utilizam certos elementos para a classificação das empresas, como empregados, faturamento, capital, patrimônio. Estes elementos podem ser utilizados em conjunto ou isoladamente. Não há, portanto, uma definição da classificação das empresas aceita universalmente.

Segundo Becherer e Maurer (1999 *apud* Vieira 2002), alguns autores acreditam que é possível uma definição mais específica do significado dos termos grande, média e pequena, e estes, normalmente, se valem das variáveis emprego e investimento para identificá-las. Por

outro lado, há os que utilizam as variáveis volume de vendas e consumo de energia, na tentativa de obter um conceito mais exato.

É imprescindível, do ponto de vista legal, o enquadramento das empresas em microempresas, pequenas, médias ou grandes empresas, devido ao fato de que a obtenção de créditos e incentivo, a isenção de impostos, programas de apoio à exportação, etc., ocorre em função do porte da empresa.

Para definições internacionais de Micro, Pequenas e Médias Empresas, levam-se em consideração critérios quantitativos, como número de empregados ou faturamento anual bruto. As duas principais normas que estabelecem classificações de firmas segundo o porte empresarial no Brasil são a Resolução GMC nº 59/98 do MERCOSUL e o Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (Lei 9.841/99).

No MERCOSUL, a Resolução Mercosul GMC nº 90/93, que institui a política de apoio as MPMEs, traz os parâmetros de definição para essas empresas, diferenciadas por setor: (i) indústria e (ii) comércio e serviços. A Resolução Mercosul GMC nº 59/98, que dispõe sobre a Etapa II da referida política, mantém os mesmos parâmetros, a saber:

Tabela 14 – Definição de micro, pequena e média empresa no Mercosul.

	Microempresa		Pequena Empresa		Média Empresa	
	Indústria	Comércio e Serviços	Indústria	Comércio e Serviços	Indústria	Comércio e Serviços
Nº de Empregados	1 – 10	1 – 5	11 – 40	6 – 30	41 – 200	31 – 80
Faturamento Anual (US\$)	400 mil	200 mil	3,5 milhões	1,5 milhões	20 milhões	7 milhões

Fonte: MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

As MPMEs não deverão estar controladas por outra empresa ou pertencer a um grupo econômico que em seu conjunto supere os valores estabelecidos. Além disso, deixarão de pertencer à condição de MPMEs se durante dois anos consecutivos superarem os parâmetros estabelecidos.

No Brasil, além dos parâmetros Mercosul, utilizados para fins de apoio creditício à exportação, a Constituição Federal brasileira estipula a adoção do conceito de MPEs fundado na receita bruta. Mas, são constantemente alterados os limites da receita, sua forma de cálculo, seus indexadores e outros aspectos que confundem e contribuem para aumentar os problemas de regulamentação das MPEs.

Existe ainda a definição do Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 9.841/99) e do SIMPLES (Lei nº 9.317/96), que usam o critério da receita bruta anual, estabelecidos na Constituição, além dos critérios utilizados pela RAIS/MTE (Relação Anual de Informações Sociais) e pelo SEBRAE, nos quais o tamanho é definido pelo número de empregados:

Tabela 15 – Definição de micro, pequena e média empresa no Brasil.

	Microempresa	Pequena Empresa	Média Empresa
Estatuto MPE Receita bruta anual	R\$ 244.000	R\$ 1.200.000	---
SIMPLES * Receita bruta anual	R\$ 120.000	R\$ 1.200.000	---
RAIS/TEM nº de empregados	0 – 19	20 – 99	100 – 499
SEBRAE Indústria	0 – 19	20 – 99	100 – 499
SEBRAE Comércio e serviços	0 – 9	10 – 49	50 – 99

Fonte: MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

* Essencialmente um sistema de simplificação tributária, o SIMPLES prevê restrições à inclusão de inúmeros segmentos de MPEs, não se aplicando, pois, a todo o universo de MPEs do Brasil. Deve-se considerar este fato ao se trabalhar com as estatísticas obtidas por meio deste sistema.

Nos termos dos arts. 170 e 179 da Constituição Federal é assegurado às microempresas e às empresas de pequeno porte tratamento jurídico diferenciado e simplificado nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial, em conformidade com o que dispõe esta Lei e a Lei no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e alterações posteriores.

Parágrafo único. O tratamento jurídico simplificado e favorecido, estabelecido nesta Lei, visa facilitar a constituição e o funcionamento da microempresa e da empresa de pequeno porte, de modo a assegurar o fortalecimento de sua participação no processo de desenvolvimento econômico e social⁸.

Nos Estados Unidos os padrões determinados pela *Small Business Administration* (o principal órgão americano de apoio as MPMEs) para os quais o tamanho de um empreendimento é medido, são expressos em termos de número de empregados e do volume de vendas, setorizados.

Outro Exemplo é na Indonésia onde as PMEs apenas podem operar nos seguintes setores: agricultura, mineração, eletricidade, água, gás, construção, comércio, transportes, comunicações, finanças e serviços gerais. A Lei nº 9/95, daquele país, estabelece que as PMEs são aquelas com patrimônio inferior a US\$ 21 milhões e faturamento de até US\$ 100 milhões por ano. Seus proprietários têm de ser indonésios e as empresas não podem ser filiadas a grandes grupos nacionais ou internacionais.⁹

Deve ser ressaltado que a maior controvérsia na definição de um conceito para definir micro empresa, pequena, média e grande empresa está, principalmente, na determinação de qual variável utilizar para a conceituação, e não na fixação de parâmetros para a variável ou variáveis escolhidas.

Diante do exposto, observa-se que não existe um critério ideal para essa classificação. No entanto, para se chegar a uma definição coerente sobre o tamanho da empresa, torna-se necessário selecionar a variável mais adequada ao propósito da classificação, e estabelecer parâmetros para essa análise.

O esforço de caracterização, segundo o porte, decorre principalmente da necessidade de aplicação de medidas de incentivo que conduzam a seu fortalecimento e expansão. Para

⁸ (LEI No 9.841, DE 5 DE OUTUBRO DE 1999, que institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte).

⁹ Fonte: MDIC – Secretaria do Desenvolvimento da Produção/ Departamento de Micro, Pequenas e Médias Empresas.

diminuir as distorções deve-se levar em consideração as diferenças regionais, nacionais e setoriais da empresa que se almeja classificar, como também é importante que o sistema de classificação esteja de acordo com o objetivo a que ela se presta, como fomento ou pesquisa.

Na bibliografia brasileira sobre o assunto há definições baseadas em parâmetros díspares e nem sempre suscetíveis de correlação, segundo Saldini (2001). De modo geral, os órgãos oficiais no Brasil normalmente se valeram das variáveis faturamento e mão-de-obra ocupada para classificar as empresas segundo o porte.

Alguns autores colocam que as classificações baseadas na quantidade de funcionários precisam de algumas ressalvas, pois estão admitindo, implicitamente, a premissa que esse fator (quantidade de empregados) é condicionador da produtividade, e essencial para a avaliação do desempenho da empresa, da indústria e da economia global.

O critério de classificação pelo faturamento ou lucro também pode, segundo os autores, gerar distorções, uma vez que uma cifra numérica, por si só, não indica qual a estrutura empresarial e administrativa que foi necessária para consegui-la, além de ser um índice que pode variar, dependendo do ramo de atuação da empresa (Vieira, 2002).

Outras conceituações como a de Oliveira (1999), encontradas na literatura, que identifica uma nomenclatura singular: a de empresa familiar, caracterizada pela sucessão do poder decisório de maneira hereditária a partir de uma ou mais famílias.

O SEBRAE tem também uma classificação somente para caracterizar as empresas de pequeno porte, que se relaciona aos “estágios de desenvolvimento”, os quais implicam em certas características específicas. Os estágios são:

- futuros empresários: pessoas físicas que se interessam em ter um negócio próprio, mas que ainda não o iniciaram. Necessitam de informações básicas sobre legislação, mercado, investimentos, créditos e tecnologia;

- empresas informais: negócios que já exercem suas atividades, mas ainda não formalizados legal e juridicamente. Requerem também informações básicas sobre legislação, mercado, investimentos, crédito e tecnologia, mas voltadas a buscar benefícios da formalização;
- empresas jovens: empresas com até dois anos de vida, requerem informações ligadas a mercado, oportunidades de negócios, crédito e capacitação empresarial básica;
- empresas em consolidação: com idade entre dois e cinco anos, são negócios que já agregaram experiência, mas ainda precisam de informações sobre crédito, parcerias, acessos a novos mercados e tecnologias e capacitação empresarial específica;
- empresas maduras: com mais de cinco anos de vida, precisam para sua expansão conhecimentos sobre o desenvolvimento de novos produtos, mercados e processos, além de associação e capitalização. (Vieira, 2002).

Algumas características são peculiares às micro e pequenas empresas como: os recursos são limitados; a estrutura organizacional é simples e, muitas vezes, não está claramente definida; número reduzido de funcionários; a margem de erro aceitável é bem reduzida; dificuldade ou inexistência de acesso às fontes de capital de giro e às inovações tecnológicas; são criadas e, na maioria das vezes, operam à imagem e semelhança do empreendedor; satisfazem mais facilmente as necessidades de especialização; dificuldade no recrutamento e na manutenção de mão-de-obra especializada; administração centralizada.

A fluidez das informações está diretamente associada às estruturas adotadas pelas micro e pequenas empresas; a inexistência de níveis hierárquicos intermediários permite o contato direto com e entre os empregados, o que facilita o desenvolvimento de informações muito importante; a utilização de nomes pessoais e o tratamento informal ilustram essa

realidade. Essa aproximação ajuda a formação e a evolução de forte cultura organizacional na empresa, à medida que cada um possa progredir com esse crescimento (Bilessimo, 2002).

A maturidade organizacional é muito baixa. Não existe planejamento. Talvez por existir uma distância pequena entre o sócio proprietário e seus empregados, o que possibilita um redirecionamento momentâneo.

O ambiente das MPEs pode ser visualizado através de uma análise do macroambiente e do microambiente. No macroambiente tem-se maior a amplitude das forças externas e das variáveis não-controláveis que afetam todos os agentes no meio ambiente da organização, sejam elas as econômicas, demográficas, físicas/ecológicas, tecnológicas, político-legais ou socioculturais. Tais entidades externas operam num macroambiente cujas forças e megatendências criam oportunidades e ameaçam a organização. Trata-se de variáveis não-controláveis, que a organização deve monitorar e com as quais vai interagir. Em relação ao microambiente, devem-se analisar os concorrentes, os órgãos normatizadores, assim como os fornecedores e clientes. Quanto aos concorrentes, devem-se identificar suas origens e sua segmentação, e também os esforços de vendas em termos de propaganda, prazo de atendimento, distribuição, garantia e assistência técnica, segmentação de mercado e inovação de produtos. Quanto aos órgãos normatizadores, é importante observar a sua influência no comportamento da organização. Quanto aos fornecedores, devem-se mapear as principais matérias-primas, o potencial humano, a tecnologia e a escala mínima econômica e/ou requisitos/especificações técnicas. E, quanto aos clientes, deve-se levantar suas necessidades, para que se possa atendê-las (Tachizawa e Faria, 2002).

Verifica-se também que elas atuam em mercados com grande número de empresas de mesmo tamanho e pequenas diferenças nos produtos e serviços. Além disso, apresentam estrutura, capacidade produtiva e financeira bem semelhantes.

As micro e pequenas empresas, normalmente, trabalham em nichos pouco desenvolvidos por empresas maiores. Considerados como mercados imprevisíveis, as MPEs procuram ocupar esse espaço vazio deixado no mercado pelas grandes empresas. Esse processo está mais presente no setor de serviços e nas indústrias com pouca demanda tecnológica (Da Silva, 2001).

As MPEs têm, portanto, inegável importância para o desenvolvimento econômico e social de qualquer país.

4.3 – Importância das MPEs no Mundo

Apesar da dificuldade para o estabelecimento dos critérios de classificação das empresas por tamanho e da problemática vivida pelas empresas de pequeno porte, é indiscutível a participação destas empresas no desenvolvimento mundial.

A importância histórica das MPEs é inegável em quase todos os países do mundo, especialmente quando vinculados ao desenvolvimento do capitalismo moderno alicerçado no crescimento dos pequenos negócios.

Em 1973, Schumacher ressaltava, em seu livro *Small is beautiful*, que “o negócio era ser pequeno”. A tese do estudo estava no “problema da produção”, pois, segundo o autor, o processo de produção capitalista devorava sua própria base, os recursos naturais e humanos. As micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) seriam uma das alternativas a esse modelo, ao produzirem com tecnologias alternativas e menos agressivas ao meio ambiente. (Puga, 2003).

Para Porter (1986, *apud* Vieira, 2002), as MPEs têm grande importância dentro dos países em via de desenvolvimento, pois geram, rapidamente, postos de trabalho, capacitam trabalhadores locais e trazem recursos técnicos, ajudando, de certa forma, para que não haja escassez de recursos.

As micros e pequenas empresas há alguns anos vêm sendo descobertas como setor de sucesso para alavancagem da economia. Em todo o mundo vem aumentando o espaço disponibilizado para estas empresas, destacando-se com sua especialização, flexibilidade e empreendedorismo no seguimento dos negócios.

Segundo Melo Junior(2003), nas últimas décadas, o mundo assistiu a um forte ressurgimento da importância das MPEs. A multiplicação de registro de abertura e de geração de empregos por parte dessas empresas não parou de crescer, ao passo que, do lado das grandes corporações, os postos de trabalho declinaram continuamente e o processo de fusões e incorporações se aprofundou.

Estudo da OECD (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) destaca que a grande maioria das empresas nos países da Organização é de pequeno e médio porte, totalizando cerca de 19 milhões somente na União Européia, representando 98% dos empreendimentos e que, embora as grandes empresas desempenham funções importantes, o peso das menores na economia deverá crescer. Contraditoriamente, no entanto, constata que o tamanho das grandes corporações vem se reduzindo em decorrência do downsizing (reestruturação organizacional) e terceirização. Nas nações desenvolvidas a participação das pequenas empresas é bastante expressiva e seu papel é mais relevante, tanto no plano econômico, como no social em comparação aos países em desenvolvimento (Melo Junior, 2003).

Para podermos ter compreensão do tamanho da importância das micro e pequenas empresas observaremos dados em nível internacional, apresentados pelo MDIC – Secretaria do Desenvolvimento da Produção/ Departamento de Micro, Pequenas e Médias Empresas referente à participação das MPEs em diversos países:

CHILE

Em 1999, havia no Chile 535.000 microempresas, 94.000 pequenas empresas, 13.164 médias empresas e 6.066 grandes empresas.

Segundo dados da consultoria privada “Intelecta”, elaborados com base em informações fornecidas pelo “Serviço Nacional de Aduanas”, em 2001, 22 grandes empresas foram responsáveis pela geração de 49,8% do total das receitas de exportação do Chile (17,64 bilhões de dólares). Apesar de não existirem estatísticas oficiais precisas sobre o assunto, estima-se que as micro, pequenas e médias empresas alcancem, em conjunto, participação que oscilaria entre 15% e 20% do PIB e cerca de 80% do total da força de trabalho do país.

VENEZUELA

Conforme dados do Banco Central da Venezuela e do Instituto Nacional de Estatística, no mês de junho de 2001 as PMEs compreendiam 56,8% dos estabelecimentos industriais do país.

ESTADOS UNIDOS

A *Small Business Administration* (SBA) é o principal órgão americano de apoio as MPMEs e tem por uma de suas responsabilidades definir quais são os limites máximos para classificar uma empresa como pequena, além de oferecer treinamento, consultoria, auxílio legal e financeiro às MPMEs. A SBA mantém programas de assistência como, por exemplo, o SCORE (*Service Corp of Retired Executives*), no qual executivos aposentados prestam serviços a pequenos negócios.

De acordo com dados da SBA, as pequenas e médias empresas americanas empregam 51% da mão-de-obra do setor privado (38% no segmento de alta tecnologia), respondem por 75% dos novos postos de trabalho, contribuem com 51% da produção de bens e serviços do setor privado e representam 96% dos exportadores de bens.

MÉXICO

As microempresas empregam 1.079.220 pessoas (25,4% do total); as pequenas empresas, 500.379 pessoas (11,8%); as médias empresas 1.178.433 pessoas (27,8%); e as grandes empresas 1.474.290 pessoas, o equivalente a 34,8% do total. Juntas, as micro, pequenas e médias empresas empregam 65% da mão-de-obra mexicana.

UNIÃO EUROPEIA

Mais de 99% dos 18 milhões de empresas existentes na UE nos vários setores de mercado, exceto o agrícola, são PMEs. Estas empresas empregam 66% da força de trabalho e geram 55% do volume de negócios total.

DINAMARCA

Em 1998, as MPEs participaram com 38% no comércio exterior do país, representaram 44% do PIB e foram responsáveis por 36% do pessoal empregado na Dinamarca.

ESPANHA

Em 2000, o segmento respondeu por 60% das exportações espanholas e por 79,8% do emprego. Não há dados conclusivos sobre a participação do segmento no PIB espanhol. As estatísticas indicam, contudo, que 62% do total das vendas no mercado interno e externo são provenientes de micro, pequenas e médias empresas.

GRÉCIA

De acordo com a Organização Helênica de Pequenas e Médias Empresas e Artesanatos, predominam na Grécia empresas muito pequenas, mas intensivas em mão-de-obra, característica essa responsável, em parte, pela baixa produtividade e pelo menor PIB da União Europeia. Existem aproximadamente 746.000 empresas. Dessas, as pequenas empresas representam 53,5% e as microempresas 44,1%.

Em 1997, 86,4% do pessoal estava empregado em PMEs, dos quais 25,4% como autônomos, 30,5% em microempresas, 17,5% em empresas pequenas e 13,0% em médias. A Grécia tem a taxa de emprego mais elevada no setor primário (17,8%) de todos os países da União Européia, 23% da mão-de-obra está no setor secundário e 59,2% no terciário.

IRLANDA

Do total das empresas irlandesas 98% são classificadas como micro e pequenas empresas, as quais empregam 70% da mão-de-obra no setor privado e 50% nos setores público e privado juntos.

REINO UNIDO

No Reino Unido, existem 3,7 milhões de PMEs, representando aproximadamente 40% do PIB. Esse segmento apresenta um faturamento anual de 1 trilhão de libras e emprega mais de 12 milhões de pessoas (56% da força de trabalho). Entre 1995 e 1999, foi esse segmento responsável por 85% dos 2,3 milhões de empregos extra criados no setor privado e por mais de 50% dos 3,5 milhões de empregos resultantes da expansão ocorrida no mesmo período.

SUÍÇA

As micro, pequenas e médias empresas representam 99% do número total de empresas da Suíça. São responsáveis por cerca de 3/4 dos empregos do país e a quantidade crescente delas se deve particularmente às microempresas que, de 1985 a 1998, registraram um aumento de 36%, passando de 203 mil para 276 mil unidades. No mesmo período, as pequenas empresas e as médias tiveram diminuição respectiva de 5% e 7%. Poucas PMEs são ativas no comércio internacional, 86% não exportam e 79% nada importam.

IRÃ

As MPMEs que fabricam produtos alimentícios, tapetes, têxteis, material de escritório, assim como outros bens de consumo duráveis respondem por 7% do comércio exterior. As

microempresas empregam 7.830.955, as pequenas empresas 5.011.739 e as médias empresas 1.531.000 trabalhadores. Sua produção alcança 12,9% do PIB iraniano.

TURQUIA

As pequenas e médias empresas representam 99,5% de todo o segmento manufatureiro industrial e agrícola e empregam 61,1% do total da força de trabalho empregada por aqueles setores. Quanto à importância para o PIB, a participação da pequena e média empresa chega a 27,3%.

AUSTRÁLIA

Especificamente, as pequenas empresas exportaram 13% e as médias 38% do total. As PMEs constituem a maioria esmagadora das empresas australianas não-agrícolas, ou seja, mais de 99% de 980 mil empresas (93,4% são empresas pequenas e 6,2% são médias); foram responsáveis por 57% da produção industrial australiana em 99/00; e respondem por 71% do emprego industrial.

CHINA

Os atuais parâmetros, estabelecidos em 1998, dizem respeito a indústrias compreendidas em 154 setores, agrupadas em quatro categorias (megaempresas, grandes, médias e pequenas empresas), e estão baseados no faturamento e nos ativos de cada empresa. Os novos critérios deverão compreender uma gama maior de empresas e estarão baseados no seu faturamento e patrimônio total.

Segundo o "Relatório sobre o Desenvolvimento das Pequenas e Médias Empresas" do Instituto Nacional de Estatística da RPC, publicado em 30 de agosto de 2001, há cerca de 8 milhões de PMEs em atividade na China, o que representa cerca de 99% do total de empresas chinesas. As PMEs contribuem com cerca de 60% do PNB e são responsáveis por 40% do faturamento e da arrecadação fiscal. As PMEs foram também responsáveis por três quartos da oferta de emprego nas cidades no período entre 1976 e 2000, coincidente com as

transformações econômicas mais importantes que a China vem atravessando, tendo criado cerca de 230 milhões de empregos.

Atualmente, cerca de 75% dos empregos do país estão vinculados às PMEs.

O mesmo relatório classifica as PME chinesas em quatro categorias, de acordo com seu faturamento: de US\$ 24,09 milhões a US\$ 60,24 milhões; de US\$12,05 milhões a US\$ 24,09 milhões; de US\$ 6,2 milhões a US\$12,05 milhões; e de US\$602.000 a US\$6,2 milhões.

CORÉIA DO SUL

Empregam 83,9% da força de trabalho (62,6% em empresas pequenas e 21,3% em empresas médias).

HONG KONG

Em Hong Kong, as PMEs, consideradas as empresas manufatureiras com até 100 empregados ou as não-manufatureiras com até 50 empregados, são responsáveis por 98% (cerca de 300 mil) dos estabelecimentos empresariais e por 60% (1,4 milhão) da força de trabalho do setor privado, segundo o Departamento de Indústria e Comércio de Hong Kong.

INDONÉSIA

O número total de PMEs é de 14.980.438, sendo que apenas 20.454 contam com atividades de comércio exterior. Estima-se que empregam 27 milhões de pessoas, isto é, 45% da mão-de-obra total do país.

MALÁSIA

As PMEs são responsáveis por uma faixa de 28 a 30% do PIB malaio e por 60 a 65% da mão-de-obra.

SINGAPURA

Há cerca de 92 mil pequenas e médias empresas registradas no país, empregando aproximadamente 52% da mão-de-obra total. Estima-se que as PMEs sejam responsáveis por 30 a 40% do valor total das exportações de bens produzidos no país (ou “domestic exports”).

TAILÂNDIA

As pequenas e médias empresas representam aproximadamente 85% dos estabelecimentos da Tailândia, empregando mais de 60% da mão-de-obra.

Deve-se levar em consideração a dificuldade de conciliar diferentes critérios para classificar as MPMEs, as comparações internacionais são dificultadas pelo fato de que, estatísticas disponíveis referem-se aos estabelecimentos. Como também existem divergências quanto às classificações nos setores da economia e ao período utilizado para coletar tais informações. (Puga, 2000).

A identificação da importância das MPMEs somente começou a mudar no final dos anos 80 e início dos anos 90. Birch (1981 *apud* Puga, 2003) apontava que “o que quer que seja que as grandes firmas estejam fazendo, elas não são mais as principais fornecedoras de novos empregos para os americanos”.

De acordo com Longenecker *et al* (1997) uma forma simples de medir a importância relativa das pequenas empresas é comparar o número de empregados que trabalham em pequenas empresas com o número de empregados que trabalham em grandes empresas. Essa análise pode ser feita para cada setor e para a economia como um todo.

Todavia, outros fatores representativos conjugados podem dar uma noção mais realista do papel das micro e pequenas empresas no contexto nacional. Assim, quanto à contribuição para o bem-estar econômico, político e social de uma nação, as pequenas empresas oferecem inúmeros benefícios excepcionais, tais como:

- Novos empregos: Fornece muita das oportunidades de emprego de que uma população e uma economia em crescimento precisam, pois novos empregos surgem, basicamente, do nascimento de novas empresas e de sua expansão subsequente;

- Inovação: Novos produtos originados em laboratórios de pesquisa prestam uma contribuição valiosa para o padrão de vida da sociedade. Mas, Segundo Longenecker *et al* (1997) os registros comprovam que a maioria dos avanços científicos foram originados por inventores independentes e pelas pequenas empresas. Do mesmo modo, Longenecker *et al* (1997) diz que “pesquisas recentes sugerem que a atividade inovadora tende a diminuir, à medida que o nível de concentração em um setor se eleva, confirmando assim a importância da inovação das pequenas empresas”.

- Estímulo à competição econômica: A adoção de medidas para incentivar a formação de pequenas empresas é utilizada por muitos países como meio para estimular o crescimento econômico, aumentando a competitividade, a produtividade e o padrão de vida da sociedade.

- Auxiliando a grande empresa: Como algumas funções são desempenhadas com mais eficiência pelas pequenas empresas, elas podem contribuir para o sucesso das grandes empresas.

Longenecker *et al.* (1997) afirmam que as MPes contribuem para o bem-estar econômico e produzem uma parte substancial do total de bens e serviços. Desta forma, pode-se considerar que sua contribuição econômica geral é similar àquela das grandes empresas, além de oferecerem contribuições excepcionais na medida em que oportunizam novos empregos, introduzem inovações, estimulam a competição, auxiliam as grandes empresas e produzem bens e serviços com eficiência.

As pequenas empresas prestam contribuições singulares à economia. Fornecem uma parte desproporcional de novos empregos necessários para uma força de trabalho em crescimento. São responsáveis pela introdução de muitas inovações e originam avanços científicos. Além disso, as pequenas empresas podem produzir bens e serviços com mais eficiência em algumas áreas, atuar como concorrentes econômicas vigorosas e desempenhar

algumas funções nos negócios - como distribuição e fornecimento - com mais experiência que as grandes empresas (Longenecker *et al*, 1997).

Os setores em que as MPEs têm alcançado êxito são os mais variados. Segundo Vieira (2002), em especial, as MPEs apresentam bom desempenho nas atividades em que há inovação tecnológica. Segundo o autor, as MPEs tendem a desenvolver atividades com alta intensidade de mão-de-obra; apresentam melhor desempenho nas atividades que requerem habilidades ou serviços especializados; apresentam bom desempenho em mercados pequenos, isolados, despercebidos ou imperfeitos; operam em mercados pouco conhecidos ou instáveis ou atende a uma demanda marginal e flutuante; sobrevivem por estar mais perto do mercado e responder rápida e inteligentemente às mudanças que nele ocorrem; sobrevivem criando seus próprios meios para contrabalançar as economias de escala.

A importância das MPEs vai além dos aspectos já mencionados, pois proporcionam também oportunidades para que as iniciativas individuais se desenvolvam. Segundo Batalha e Demori (1990 *apud* Vieira, 2002), assegurando-se o sucesso de empreendimentos menores, garante-se a criação de novos empregos, a geração de riquezas e a dinamização da economia como um todo. O autor admite que um ponto importante a ser destacado é o fato de que a flexibilidade da MPEs, aliada à sua natural predisposição para inovações, permite que elas sejam agentes de mudanças, ocasionando o aparecimento de novos serviços e produtos.

As MPEs desempenham um papel de grande importância no desenvolvimento e maturação de uma economia saudável. No processo de desenvolvimento, é significativa a contribuição que elas prestam na geração de oportunidades para o aproveitamento de uma importante parcela de força de trabalho e ao incentivarem o desenvolvimento empresarial.

No Brasil a importância das micro, pequenas e médias empresas na geração de empregos é fundamental, pois mais de 65% dos postos de trabalhos são gerados por elas, como mostra o quadro abaixo.

Tabela 16 – Número de empregados por setor no Brasil.

PORTE	INDUSTRIA %		CONST. CIVIL %		COMÉRCIO %		SERVIÇOS %		AGROPECUÁRIA %		TOTAL
	QTDE		QTDE		QTDE		QTDE		QTDE		
MICRO	1.054.827	19,6	279.913	24,7	1.941.176	43,3	1.711.067	11,3	456.889	42,1	5.443.87
PEQUENA	1.389.571	25,8	350.187	30,9	1.580.943	35,2	2.149.424	14,2	259.248	23,9	5.729.37
MÉDIA	1.522.807	28,2	311.125	27,5	388.378	8,7	969.615	6,4	84.222	7,8	3.276.14
GRANDE	1.423.727	26,4	191.730	16,9	576.507	12,8	10.264.893	68	285.365	26,3	12.742.22
TOTAL	5.390.932	100	1.132.955	100	4.487.004	100	15.094.999	100	1.085.724	100	27.191.61

Fonte: SEBRAE/PE (a partir de dados da RAIS/MTE – 2001)

De acordo com Marshall (1920 *apud* Puga, 2003), ressurgem com vigor as teorias que apontam para os ganhos de eficiência associados ao agrupamento setorial e regional de empresas (economias externas).

Também segundo Porter (1986 *apud* Puga, 2003) a concentração geográfica de empresas leva a vantagens competitivas.

É introduzido o conceito do modelo de especialização flexível, em oposição ao modelo de organização fordista. Este caracterizado pela produção em escala centrada em poucas grandes empresas, enquanto o primeiro se distingue pela existência de um aglomerado de empresas de menor porte com forte cooperação entre elas e capacidade elevada de adaptação a mudanças nas exigências dos consumidores (Piore e Sabel *apud* Puga, 2003).

As MPEs industriais também possuem uma considerável relevância para o fortalecimento industrial. Segundo Paleta (2001, *apud* Vieira, 2002), estudos realizados no Brasil e no exterior comprovam que a atividade das empresas de pequeno porte industriais é responsável por mais de 50% do valor da transformação industrial e nível de emprego total de qualquer país, independentemente do grau de desenvolvimento que eles se encontram.

Como as MPEs são mais ágeis e flexíveis do que as grandes e podem corresponder mais rápido às demandas de mudanças externas, Naisbitt (1994, *apud* Da Silva, 2001) defende um paradoxo global no qual, na medida em que cresce a economia mundial, mais poderosos vão se tornando seus protagonistas menores, havendo a tendência de existirem atores menores em maior número e ênfase tribal num mundo cada vez mais globalizado. Como exemplo desta

posição ele cita que 50% das exportações americanas e alemãs são geradas por empresas com 19 empregados ou menos.

Mesmo considerando-se que as grandes empresas representam uma característica do estágio moderno de desenvolvimento industrial, um país pode apresentar uma estrutura industrial mais produtiva quando há uma combinação ideal de pequenas e grandes unidades produtivas, onde o papel de cada uma é determinado com base na eficiência econômica dos fatores de produção de cada setor.

O associativismo aparece como uma grande oportunidade principalmente no que tange às MPMEs, a cooperação tende a viabilizar a realização de determinados investimentos em capital fixo; contribui para a difusão de inovações; aumenta o poder de barganha com fornecedores; reduz custos relacionados à estocagem, comercialização e distribuição de mercadorias; permite o atendimento de grandes encomendas; e aumenta a influência política das empresas. A proximidade geográfica contribui para o desenvolvimento tecnológico, para o estabelecimento de instituições de apoio e treinamento de mão-de-obra. A criação de uma identidade cultural da região, por sua vez, contribui para o reconhecimento do produto. Finalmente, a associação entre as empresas minimiza problemas de assimetria de informação, contribuindo para o acesso ao crédito. (Puga, 2003).

Segundo dados do IBGE, no ano de 2000 existiam cerca de 4,1 milhões de empresas no Brasil, onde as MPE respondem por cerca de 98% deste total. Em relação ao mercado de trabalho, existiam cerca de 30,5 milhões de trabalhadores no Brasil, nas empresas formais, onde as MPE respondem por cerca de 45% deste total, sendo que na indústria a participação era de 46.20%, no comércio 79.73%, e nos serviços 28.96%.¹⁰

As pequenas empresas, ao contrário das grandes empresas, têm menos capacidade de utilizar seus recursos para operar alterações no seu meio ambiente, de forma a torná-lo mais

¹⁰ Fonte: IBGE 2000

favorável à satisfação de suas necessidades. Grandes empresas, por exemplo, podem utilizar propagandas persistentes para modificar a atitude do mercado consumidor em relação a seus produtos, serviços e imagem, enquanto as empresas de pequeno porte sofrem restrições na formação de sua imagem e exposição de seus produtos ou serviços. As grandes empresas dispõem de mais tempo disponível para dedicar-se à compreensão das mudanças ambientais; por outro lado, as pequenas despendem seu tempo com todo tipo de trabalho ligado à ação.

Segundo dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), que reúne o total de empresas formais no Brasil, de 1995 a 2000, as empresas de 100 ou mais funcionários criaram apenas 88100 empregos. No mesmo período, as empresas de até 99 funcionários, considerados pequenos criaram 1,9 milhão de empregos.

Mas há ainda quem discorde da importância das MPEs. Um exemplo é citado por Saldini (2001), no qual comenta-se que não necessariamente “*small is beautiful*”. Uma das grandes vantagens da MPEs está na sua agilidade. Mas, com a globalização e a complexidade crescente do mundo dos negócios, passa a ser a capacidade de associação entre empresas uma das maiores virtudes, pois permite a criação de redes virtuais de negócios mais competitivos. No entanto, acredita-se que este trabalho também pode ser realizado pelas MPEs mas é claro, que as grandes empresas possuem uma vantagem, pois conseguem estabelecer *networks* e com isso, mantêm os seus ganhos de escala.

Reeb (1999 *apud* Vieira, 2002), salienta que as políticas governamentais podem estar direcionadas ao provimento de infra-estrutura necessária ao desenvolvimento das empresas e, principalmente, propiciar um sistema educacional capaz de preparar as pessoas para se adequarem às mudanças impostas pela evolução tecnológica. As políticas governamentais representam o maior fator de interferência externa para as MPEs. Elas se diferenciam em grau de contribuição de país para país, embora os problemas internos, associados as MPEs sejam similares em todo o mundo.

As medidas de apoio para o fortalecimento das MPEs devem estar incluídas no âmbito do papel do Estado centrado em proporcionar condições necessárias à formulação e execução de uma política econômica estável que assegure o fortalecimento destas empresas, incentivando a produção nacional e a mais valia nos mercados. Essa idéia suscita discussão na medida em que as economias emergentes, ao mesmo tempo em que repudiam a excessiva presença do Estado nos negócios, ainda não encontram alternativas para libertar-se dessa presença.

Pode-se salientar que as MPEs são elemento decisivo na composição do parque empresarial de qualquer país. À medida que os países avançam em seu processo de desenvolvimento, as MPEs não são substituídas simplesmente por empresas maiores, pois elas possuem características próprias que asseguram o seu lugar.

Partindo desse princípio, quanto mais complexas forem as variáveis que comandam as mudanças na economia global, maiores são as oportunidades para as MPEs, principalmente para o posicionamento de novos processos e tecnologias envolvidos em novos nichos de mercado.

4.4 – Conclusões

Podemos observar a importância irrestrita das micro e pequenas empresas no desenvolvimento econômico de um país. Citamos diversos exemplos onde a economia é alavancada por estas empresas.

No Brasil, o governo nos últimos anos tem trabalhado bastante com projetos e ações para o desenvolvimento do empreendedorismo e capacitação desses pequenos empresários.

Porém, pela participação na geração de empregos e importância na economia, esses projetos ainda são insuficientes.

A necessidade de massificação dessas ações, e um planejamento em longo prazo para acompanhar e capacitar esses empresários para sobreviverem no mercado, é indispensável para um maior desenvolvimento sustentável da economia do país.

5 – AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO COMÉRCIO INTERNACIONAL

5.1 – Introdução

Neste capítulo relatamos a situação das micro e pequenas empresa no comércio internacional. Inicialmente abordamos a participação das MPEs nas exportações de diversos países.

Focamos na experiência dos distritos industriais italianos por ser referência no mundo todo. O distrito industrial foi um dos grandes impulsionadores do desenvolvimento italiano, desde o pós-guerra até hoje. Um trabalho desenvolvido pela comunidade e o governo no sentido de gerar desenvolvimento para áreas que eram bastante prejudicadas economicamente.

Abordamos também a realidade das MPEs no Brasil, fazendo uma análise de estudos de Markwald e Puga sobre a evolução das exportações de MPEs no Brasil de 1997-2002, como também do Boletim do desempenho exportador das MPEs brasileiras elaborado pela FUNCEX a pedido do SEBRAE. Apresentamos algumas ações do governo federal no “Programa de Exportações 2001”

E por fim, apresentamos uma análise da realidade das micro e pequenas empresas exportadoras de Pernambuco, baseado nos dois estudos já mencionados anteriormente.

5.2 – Panorama Mundial

Segundo Rossetti (1990) várias questões motivam o comércio internacional. Desde a sobrevivência de uma nação até a satisfação de necessidades menos vitais.

A forma como cada país implementa as suas políticas de apoio as MPEs varia em função dos diferentes enfoques dados aos papéis dessas empresas em função das condições econômicas enfrentadas (Peterli, 2001).

Segundo Melo Junior(2003), nos Estados Unidos, é enfocada a importância dessas empresas para assegurar o livre mercado. Na Itália, devido ao significativo diferencial no desempenho econômico entre o Norte e o Sul do país, o incentivo as MPEs é considerado importante para diminuir as desigualdades regionais. Em Taiwan, tais empresas são vistas principalmente como estruturas capazes de responder rapidamente a mudanças na demanda mundial, gerando inovações. Na Espanha, as MPEs participam ativamente na oferta de empregos diretos e indiretos, sendo referencial na Comunidade Européia. No Japão, a principal economia asiática, a participação das MPEs na economia é invejável, contribuindo significativamente para o incremento das exportações e do emprego. Assim, enquanto nos Estados Unidos busca-se garantir acesso ao crédito a todas as empresas que apresentem projetos rentáveis, na Itália, são incentivadas as regiões menos desenvolvidas do país. Em Taiwan, sobressaem os esforços para transferir tecnologia para as MPEs e o apoio à criação de parques científicos.

A crença generalizada sobre o mercado internacional, que é dominado exclusivamente por grandes corporações, por multinacionais, é falha. O processo de exportação em uma empresa não está vinculado as suas dimensões. Na realidade, em dezenas de países, micro e pequenas empresas - MPEs impulsionam os fluxos de exportação.

Países como Itália, Dinamarca, Coreia, Suécia e EUA, após o desenvolvimento de programas de incentivo, têm nas pequenas empresas exportadoras um grande amenizador de diferenças econômicas regionais.

As pequenas e médias empresas responderam por 46% das exportações de manufaturados na Dinamarca, 22% em Israel, 26% da França, 30% nos EUA, 35% na Índia, 36% na Coreia do Sul, 40% na Coreia, 30% na Suécia, 50% no México, 51% na Austrália,

53% da Itália e 60% na Alemanha¹¹. No Brasil, as pequenas e médias empresas (MPEs) isoladas participaram com apenas 5% do comércio exterior¹².

A internacionalização das micro e pequenas empresas pode trazer como resultado o desenvolvimento e crescimento social e econômico regional.

O comércio exterior, como instrumento proativo do desenvolvimento econômico e social, fonte de geração de emprego e alicerce das modernas políticas industriais, detém posição preponderante. (Moreira, 2002).

Consideradas simples coadjuvantes no desenvolvimento econômico e social brasileiro, as MPMEs têm sido crescentemente reconhecidas em seu papel de representarem a imensa maioria do número de empresas do País e serem as principais empregadoras e responsáveis pela geração de emprego e renda.(PUGA, 2003).

Conforme Pastore(2001):

“Nos países desenvolvidos, predominam as exportações que são intensivas em capital, enquanto que nos países em desenvolvimento predominam as que são intensivas em trabalho. Por isso, o potencial de emprego das exportações entre nós é bem mais alto do que nas nações altamente industrializadas. Há estimativas que chegam a antever a criação de 80 mil novos postos de trabalho para cada US\$ 1 bilhão exportado[...]Ademais, é importante notar que os efeitos da expansão das exportações no nível de emprego tendem a ser cumulativos e em cascata. Na medida em que o país vai vendendo para o exterior, vão sendo ampliadas às atividades de apoio às exportações, em especial nos setores de comércio e serviços. Tais impactos produzem um grande efeito final sobre o nível de emprego, como ocorre, aliás, com a própria produção industrial.”.

Através da análise do texto de Pastore, é possível conjecturar que o desenvolvimento dessas empresas acarretaria uma elevação da oferta de emprego, como também a melhoria da qualidade de vida, através do crescimento social e econômico.

No comércio internacional, a comercialização exige elevados investimentos em recursos humanos, viagens internacionais, remessa de amostras, participação em feiras e missões comerciais, preparo de embalagens, adequação do produto, etc. Todas estas

¹¹ Fonte: MDIC – Secretaria do Desenvolvimento da Produção/ Departamento de Micro, Pequenas e Médias Empresas.

¹² Dados da OECD para 1997.

atividades exigem investimentos elevados que a maioria das empresas nacionais, principalmente de pequeno porte, não estão em condições de suportar. Daí a idéia de unir esforços através da criação de consórcios. (Tomelin, 2000).

5.2.1 A experiência Italiana

Em 1998, segundo estimativas do *Istituto Italiano per il Commercio Estero*, o número de empresas exportadoras italianas aproximava-se de 171.000. Cerca de 98% delas tinham menos de 250 empregados. Estimativas mais recentes apontam para a existência de 165 mil PMEs exportadoras, responsáveis por cerca de 38% da exportação total do País. Menos de 5% das exportadoras, as quais participam de consórcios de exportação, são responsáveis por $\frac{1}{4}$ das exportações de PMEs.¹³

Após mais de cinquenta anos em que o pensamento econômico se caracterizou pela hegemonia de um estilo empresarial em que o paradigma da modernidade e eficiência industrial se associava exclusivamente às grandes empresas tayloristas e fordistas, chega-se hoje à convicção de que o porte de uma empresa não representa, isoladamente, indicador inequívoco de eficiência e competitividade, e que numa era da globalização, e de uma crescente variedade tecnológica, a diversidade cultural e a multiplicidade de experiências históricas das comunidades industriais constituem uma fortaleza irrenunciável. Por isso mesmo, os distritos industriais não encerram uma única dimensão econômico-produtiva: constituem-se, antes, em realidades sociais que envolvem uma comunidade de pessoas e uma população de empresas de pequeno e médio porte dedicadas a um mesmo processo produtivo. (PROMUS, 2003).

Ao aumentar o tamanho de uma empresa, por exemplo, o problema de comunicação interna cresce a uma proporção ainda maior, induzindo ao surgimento de hierarquias sempre mais complexas e difíceis de administrar. Cria-se, assim, uma organização problemática que

¹³ Fonte: MDIC – Secretaria do Desenvolvimento da Produção/ Departamento de Micro, Pequenas e Médias Empresas.

se traduz em maiores custos e, sobretudo, em menor rapidez de resposta às mudanças do mercado. Por outro lado, uma empresa de pequeno porte, isoladamente tomada, não é capaz de competir de modo estável com outra grande, salvo em casos particulares. Nada impede que, vinculando-se a outras, segundo uma política de integração e/ou complementaridade, um grupo de pequenas empresas organizadas possa competir com organizações de maior porte. Quando a integração e a complementaridade entre empresas individuais não resultam de acordos formais entre as firmas, mas sim de um misto de concorrência e cooperação fundada na contigüidade espacial, configura-se o caso de um distrito industrial.

O fato de a literatura econômica mostrar que os distritos industriais podem ser, e de fato o são, eficientes e competitivos, e, mais contemporaneamente, colaborativos, vem alterar a posição das pequenas empresas no debate econômico-social.

Principalmente na última década verifica-se, de forma permanente, a convicção de que as pequenas e médias empresas – PME - desempenham um papel determinante em prol do desenvolvimento econômico, garantindo uma maior estabilidade social às comunidades onde surgem. Na base dessa constatação encontram-se exemplos de sucesso individual em diversos países, dentre os quais se destaca, em particular, o caso dos distritos industriais italianos.

Em diversos países, a partir dos anos sessenta, verificou-se o desenvolvimento de importantes redes de negócios de base territorial, as quais associaram uma restrita área geográfica à produção de um bem específico ou insumo pertencente a um mesmo setor de mercado. É o caso, dos distritos manufatureiros. Na Itália, contudo, sua tradição tem feito prevalecer, na verdade, os distritos manufatureiros, onde se fabricam produtos de baixo teor tecnológico, porém pelo emprego de processos de produção que incorporam alta tecnologia.

A evolução histórica do modelo dos distritos industriais conheceu, na Itália, múltiplas fases: após o processo de gradual emergência da agregação espontânea que lhe deu origem, no início dos anos sessenta, a consolidação se deu por meio da especialização por fases de

processo produtivo (a chamada fábrica difusa), mas de modo convergente com estratégias comuns de expansão. Quando da “crise” do começo dos anos oitenta, a resposta mais eficaz foi o crescimento de relações formais entre vários tipos de empresas, agregadas em torno de uma empresa-guia, expandidas a uma dimensão intermediária. A realidade dos distritos, sobretudo no quadro de concorrência muito acirrada oriunda da última década, foi aos poucos se conformando à imagem e à organização da empresa em rede, capaz de manter a flexibilidade, e determinar, ainda, os momentos de fragmentação do processo produtivo, mas ao mesmo tempo mantendo coeso e compacto o sistema, graças às relações estreitas (e também exclusivas, de trocas e de serviços) entre componentes diversos e heterogêneos (PROMUS, 2003).

O grande sucesso do sistema de distritos produtivos italianos pode se explicar, ainda, pelo fato de ser estruturado sobre o princípio da auto-organização das comunidades locais, auto-organização essa que, em muitos casos, tem sua origem histórica no tradicional artesanato local das comunidades. Modelo esse, que se fundamenta nas pequenas e médias empresas, quase sempre localizadas a certa distância dos grandes centros urbanos, distribuídas, de maneira “espontânea”. O desenvolvimento desse tipo de localismo não foi na verdade promovido por políticas industriais específicas, que na Itália privilegiaram sempre setores caracterizados pela presença de grandes ou enormes empresas.

Os distritos industriais nasceram para favorecer a criação e o desenvolvimento de atividades produtivas nos setores de indústria e serviços. Sua introdução formal na Itália ocorreu em 1991, por meio da aprovação de uma lei que delegou às regiões a competência sobre esses sistemas produtivos locais. Tal legislação, contudo, não sugere medidas específicas de intervenção, nem tampouco disponibiliza os recursos financeiros necessários.

Muitas regiões, por sua própria iniciativa, ou em resposta a solicitações específicas, já haviam se oferecido a realizar uma série de iniciativas visando à promoção e ao

desenvolvimento dos sistemas econômicos locais. Entre essas, encontramos a Região da Lombardia, cujo papel se evidenciou na identificação dos distritos industriais, sua promoção e a realização de programas específicos de desenvolvimento para cada distrito em particular, com especial referência a projetos inovadores envolvendo muitas empresas, e à constituição e ao desenvolvimento de consórcios e centros de serviço.

Exatamente para satisfazer essa necessidade de atenção e representação “política”, constituiu-se, em 1994, uma associação intitulada “O Clube dos Distritos”, que tinha por objetivos:

- promover a ligação, a troca de informações e experiências entre os vários sistemas econômicos italianos que tenham a característica de um distrito industrial;
- promover as relações com os centros decisores da política industrial, em nível nacional e comunitário;
- promover o desenvolvimento de relações internacionais com outros distritos, organizações econômicas e culturais;
- promover estudos e pesquisa no campo econômico, além de ligações entre operadores institucionais, econômicos, culturais, científicos, com o fito de difundir a necessidade política de desenvolvimento dos sistemas locais;
- promover a imagem e comunicar a realidade da economia italiana baseada nos distritos industriais;
- promover iniciativas e serviços comunitários de interesse dos sócios.

Segundo algumas pesquisas, na Itália existiriam, no momento, cerca de mais de 200 distritos industriais, que empregam mais de 2 milhões de unidades – aproximadamente 40% do total nacional. Esses localismos produtivos quase sempre ocupam, além disso, posições de destaque em nível mundial em seus respectivos setores, que respondem por mais de um terço de todas as exportações italianas. Os maiores distritos, como o distrito cerâmico de Sassuolo

(Módena) ou o distrito Prato, de tecidos, geram faturamento superior aos 5 bilhões de euros. E são acompanhados por dezenas de distritos com faturamentos compreendidos entre 500 milhões e um bilhão de euros, seguidos de dúzias de outros cujo faturamento gira entre 100 e 500 milhões. Descobriu-se, assim, que as províncias italianas exportam mais quando podem confiar na presença, em seu território, de um distrito. A classificação de exportações de base provinciana, calculada em valores per capita, evidencia o papel propulsor dos distritos: entre as primeiras 20 províncias italianas desse *ranking*, cerca de 18 têm forte presença de arranjos produtivos e contam com um ou mais distritos. (PROMUS, 2003).

O distrito industrial foi um dos grandes impulsionadores do desenvolvimento italiano, desde o pós-guerra até hoje. E a força dos distritos, a despeito de alguns problemas resultantes de alterações do cenário econômico mundial, não parece ter-se exaurido, expressando, um dinamismo em muitos casos superior, àquele da economia italiana como um todo.

Na origem desse sucesso colocam-se, evidentemente, os pontos fortes, em grande parte legados por características operacionais peculiares às pequenas empresas, que formam a base dos distritos: capacidade de produção; especialização produtiva e amplo recurso aos relacionamentos de sub-contratação; rápida circulação de informações, com a conseqüente formação, na área, de um patrimônio comum de conhecimentos; difusão informal da tecnologia por meio de relações diretas entre os agentes; alta qualificação de mão-de-obra, adquirida, sobretudo, por meio de experiência de campo.(PROMUS, 2003).

Graças a esses pontos fortes, que se traduzem em tantos outros fatores de competitividade, o distrito industrial se eleva, também, à condição de modelo, como atitude produtiva mais idônea a garantir o deslanche das áreas industriais menos desenvolvidas, sobretudo nos países emergentes.

Para compreender a importância dos distritos, talvez seja preciso um exemplo. Os 19 principais sistemas especializados em tecidos para vestuários contam com um total de 486 mil

funcionários, contra 462 mil da Fiat; os 23 principais sistemas especializados na produção de máquinas contam um total de 203 mil funcionários, contra 196 mil da Eni e da Pirelli.(PROMUS, 2003).

Os principais fatores críticos de sucesso das localidades distritais em que se adensa a presença de setores particulares são: a elevada especialização, a flexibilidade produtiva, a competição entre as empresas, o profissionalismo da mão-de-obra, os investimentos nos processos, a interação entre fabricantes de equipamentos e seus usuários, a elevada rotatividade das empresas, a alta mobilidade social, a cooperação com as economias externas e a formação de um capital social distrital.

Nos distritos, de fato, o ciclo produtivo é decomposto em um certo número de fases. Empresas de pequeno ou médio porte podem se especializar por fases ou componentes e, por conseguinte, lograr a recuperação de economia técnica de especialização, que em nível territorial se reverte em economias de escala em cascata. Quanto à flexibilidade – trata-se de um dos aspectos centrais que caracterizam os distritos – nos distritos industriais é possível encontrar-se a máxima flexibilidade, até mesmo na utilização de recursos de trabalho. Por outro lado, tal característica é garantida também pela forte rotatividade das empresas, isso é, pela capacidade de se criarem empresas.

Além disso, mais do que os produtos, no âmbito interno dos distritos, “criam-se” também empreendedores: o fruto principal dos distritos é o empreendedorismo. No distrito de Lumezzane, por exemplo, há uma empresa manufatureira para cada doze habitantes. Isso tem uma implicação também sobre a flexibilidade do sistema, porque a aspiração do trabalhador é a de se lançar por conta própria: para enfrentar a aventura empresarial, ele se dispõe a sacrifícios e a um ritmo de trabalho que exigem muito empenho. Uma vez transformado em empreendedor, o trabalhador se torna um componente que confere ainda mais flexibilidade ao sistema, porque se especializa e progride adicionalmente. Nos sistemas distritais, até cerca de

poucos anos, a aventura empresarial estava ao alcance de todos, o que permitia uma forte mobilidade social, com reflexos até mesmo político.(PROMUS, 2003).

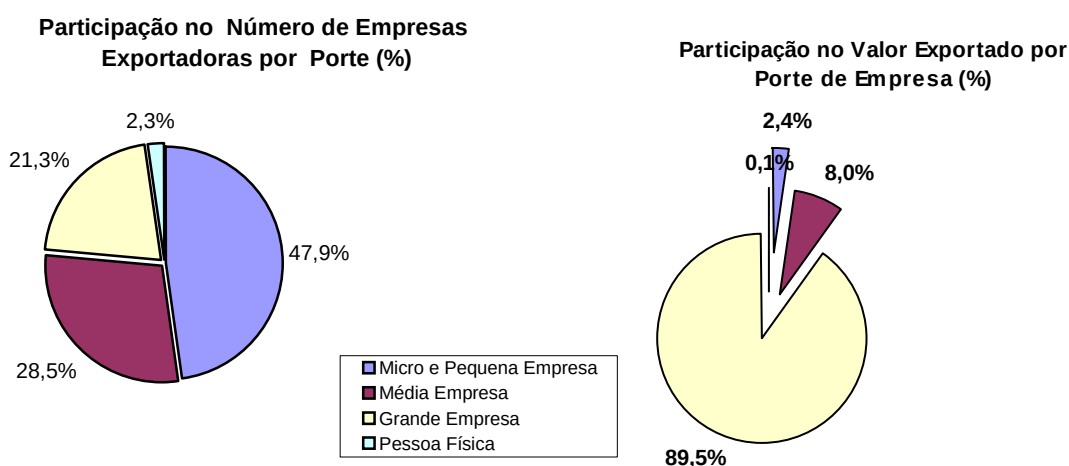
5.3 – As MPEs exportadoras no Brasil

De acordo com Cáceres(2001), as micro e pequenas empresas, pelas suas características, como: flexibilidade, rapidez de resposta a qualquer estímulo fiscal, financeiro, e, principalmente ao seu número – mais de 4 milhões em todo país, são apontadas como o segmento empresarial que pode contribuir significativamente para incrementar as exportações brasileiras.

No Brasil, as micro e pequenas empresas têm tido um papel quase que insignificante no incremento das exportações, muito devido aos seus produtos fabricados em escalas reduzidas de produção, como também ao próprio foco das vendas, quase sempre destinadas ao mercado interno.

Em 2003, 19.796 empresas exportaram, sendo 47,9% desse total micro e pequenas empresas (9.479). Porém em volume exportado, as micro e pequenas empresas representaram apenas 2,4% do total de mais de US\$ 73 milhões.¹⁴ Conforme mostra o gráfico 1.

Gráfico 1- Participação no número e no valor exportado de empresas exportadoras por porte no Brasil - 2002



Fonte: SECEX/MDIC

¹⁴ Fonte: SECEX/MDIC

Segundo Leonardo Jr(2002), as variáveis que dificultam o ingresso das MPE's brasileiras no comércio internacional são: falta de cultura organizacional para elaborar planejamento de médio e longo prazo; falta de recursos para investir no desenvolvimento de novos produtos e serviços, além do não cumprimento de exigências impostas por países desenvolvidos, como a observância de leis de preservação ambiental e preceitos internacionais de direitos humanos.

Segundo Frischtak & Pessoa(1999), são geralmente as grandes empresas com capacidade de ação global que podem alavancar as exportações no curto prazo. As MPEs com potencial exportador, sem dúvida necessitam de apoio, mas os resultados dessas ações somente serão percebidos a médio e longo prazo.

Mais de 85% das grandes empresas industriais e cerca de 41% das médias empresas industriais nacionais já são exportadoras, conseqüentemente, nessas faixas de empresas o espaço para o alargamento da base exportadora é mais reduzido, contribuindo para as MPEs obterem destaque na expansão da base exportadora brasileira. (Markwald e Puga, 2002).

O governo federal vem praticando uma série de ações, para viabilizar a inserção de pequenas empresas no comércio exterior. Desde 2001 com o denominado "Programa de Exportações 2001" que visava reduzir os custos tarifários, estimular o desenvolvimento de estratégias empresariais e a difusão da cultura exportadora, através de onze medidas abaixo citadas.

- **Criação do Reporto**
- **Criação de Documento Fiscal único para o transporte multimodal**
- **Dinamização do Seguro de Crédito à Exportação**
- **Ação ampliada do BNDES-Exim**
- **Redução de Alíquota do Imposto de Renda**
- **Implantação do Sistema de Exportação em Consignação**

- **Reexame da Fórmula do Crédito Presumido de PIS/Confins**
- **Criação dos Aeroportos Aduaneiros Industriais**
- **Exporte Fácil**
- **Progex Nacional**
- **Marca Brasil**

Porém na sua grande maioria, as MPE's não sabem como exportar, desconhecem os instrumentos de apoio disponibilizados, os programas de exportação e linhas de financiamento específicas, não acreditam na política governamental a ponto de investir no desenvolvimento de produtos, serviços e construção de plantas industriais voltadas para o comércio internacional.

Markwald & Puga(2002), em seu trabalho sobre política de promoção a exportação, expõem que as empresas exportadoras iniciantes precisam superar obstáculos importantes para se consolidar no mercado externo. Na sua pesquisa, os exportadores iniciantes¹⁵ quando indagados sobre quais seriam os principais requisitos para poder exportar, as respostas apontam, em primeiro lugar, a busca de parceiros para comercializar e distribuir os produtos e, em segundo, a adoção de normas de qualidade específicas. Quando solicitados a destacar as principais dificuldades associadas à atividade exportadora, os procedimentos burocráticos e administrativos ocupam o primeiro lugar, e a obtenção de informações sobre regras que afetam o acesso aos mercados externos, o segundo. À pergunta sobre quais as principais barreiras à entrada na exportação, os exportadores iniciantes respondem: (i) acumular informação sobre mercados, clientes e concorrentes; e (ii) a falta de recursos gerenciais e/ou organizacionais para lidar com as exportações. Finalmente, o principal risco associado à

¹⁵ As empresas exportadoras iniciantes foram definidas como sendo os exportadores efetivos de um determinado ano cujo CNPJ não consta nos registros de exportação da série histórica precedente, partir de 1994.

exportação é o elevado grau de competição, muito superior à eventual inadimplência dos clientes.

Os exportadores iniciantes são alvo de programas de assistência governamental em quase todos os países desenvolvidos. O amplo predomínio das micros, pequenas e médias empresas e as barreiras à entrada na atividade exportadora são as justificativas mais freqüentes para o desenvolvimento dessas ações. No Brasil, a elevada taxa de desistência entre os exportadores iniciantes parece-nos uma justificativa mais do que adequada. Muitos dos fatores que levam à desistência podem ser contornados.

Markwald & Pessoa(2003) fazem um retrato do universo das Micro e Pequenas Empresas exportadoras e mostram a evolução de seu desempenho no período de 1997-2002. Abordando os seguintes tópicos:

- Caracterização da base exportadora;
- Dinâmica da base exportadora;
- Freqüência exportadora;
- Intensidade tecnológica dos produtos industrializados exportados; e
- Mercados de destino das MPE exportadoras.

Observou-se que apenas 5% do incremento líquido da base exportadora observada(1997-2002) é devido à incorporação de firmas de médio ou grande porte, ou seja, 95% são micro e pequenas empresas. Neste mesmo período os exportadores estreantes responderam em média por 22% da base exportadora anual, cerca de 90% dos exportadores estreantes são MPE, o grande problema é a desistência e/ou a descontinuidade na exportação. O perfil exportador das MPE brasileiras, do ponto de vista tecnológico, mostra-se menos sofisticado que o das empresas de maior tamanho e os avanços observados são relativamente

modestos. A União Européia é o principal destino para as exportações das MPE brasileiras, respondendo em média, por 28% das vendas externas dessas empresas.¹⁶

Um recente estudo¹⁷, elaborado pela FUNCEX a pedido do SEBRAE, que leva em consideração a estratificação das empresas segundo tamanho, não só o número de pessoas ocupadas como o volume de exportação da empresa¹⁸, analisa as MPEs industriais¹⁹ exportadoras no Brasil.

Para se ter uma estratificação por volume de exportação, foi tomado como referência os limites de estratos previstos pelo Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte para fim de apoio creditício à exportação das micro e pequenas empresas industriais.

Em 2003 as microempresas industriais brasileiras exportaram US\$ 132 milhões, enquanto as pequenas empresas somaram um volume de US\$ 1.383 milhões, respondendo por 0,2% e 2,2%, respectivamente, das exportações brasileiras feitas por empresas industriais no ano de 2003. Esses valores representam um crescimento de 4,8% e de 13% em relação às exportações dessas empresas em 2002, taxas bem menores que as registradas pelas empresas industriais de grande porte (24,3%)²⁰.

Tabela 17 – Valor exportado por MPEs industriais – 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	1.223,20	1.382,80	2,3	2,4	2,2
Total das Empresas Industriais	43.116,90	51.941,90	62.532,70	100	100	100
Total das Exportações ¹	51.099,70	60.302,90	72.980,50			

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

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

¹⁶ As estatísticas apresentadas utilizam a definição adotada pelo Sebrae para as micro e pequenas empresas industriais, mas a estendem às demais atividades econômicas (agropecuária, comércio, serviço, transporte, construção e outras), sem qualquer discriminação.

¹⁷ Elaborado no primeiro semestre de 2004.

¹⁸ Microempresas – empresas industriais com menos de 20 funcionários e exportações anuais até US\$ 300mil; Pequena Empresa – empresas industriais com menos de 100 funcionários e exportações anuais até US\$ 2.500 mil, excluídas aquelas classificadas como microempresas.

¹⁹ A exclusão das MPEs não industriais decorre da pequena relevância dessas empresas no tocante ao valor das exportações (0,7% em 2002). Por conseguinte, o cômputo conjunto das empresas industriais e não industriais pouco acrescenta à análise.

²⁰ Fonte: SEBRAE

De acordo com o boletim do SEBRAE, em 2003 as micro e pequenas empresas industriais brasileiras representaram quase 63% da quantidade total de empresas industriais exportadoras no Brasil. Entretanto no período 2002/2003 houve uma diminuição de microempresas exportadoras e um aumento de apenas 2,4% nas empresas exportadoras de pequeno porte.

Em relação ao valor médio exportado por empresa no ano de 1998, as microempresas tiveram um crescimento de 9% e as pequenas empresas de 14.2%, enquanto as grandes empresas obtiveram um aumento do seu valor médio em torno de 46% em 2003.

Tabela 18 – Empresas industriais exportadoras – 1998, 2002 e 2003

Tamanho	Número de Empresas			Exportação Média por empresa (US\$ mil)		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Micro industrial	2.222	2.674	2.627	46,2	47,2	50,4
Pequena industrial	3.556	4.271	4.375	276,7	286,4	316,1
Total das Empresas Industriais	9.728	11.164	11.271	4.432,20	4.652,60	5.558,10

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

Outro dado interessante é que entre 1998 e 2002 o aumento nas exportações das micro e pequenas empresas decorreu praticamente do aumento do número de empresas que exportou, pois o valor médio por empresa nesse período permaneceu basicamente o mesmo. Tendo um crescimento considerável apenas no ano de 2003, 6,7% para as microempresas e 10,4% para as pequenas empresas.

Na tabela 19 podemos notar que a distribuição das micro e pequenas empresas segundo faixas do valor anual de suas exportações. Constatamos que em relação ao volume exportado por cada empresa, a grande maioria das MPEs se concentra em exportações de pequeno volume: 69% das microempresas exportaram menos de US\$ 50 mil anuais e 78% das pequenas empresas menos de US\$ 500 mil. Também nos mostra uma certa estabilidade nas distribuições por faixas, ou seja, o número de empresas cresce em ritmo semelhante nas faixas. Da mesma forma que o valor médio por faixa também apresenta relativa estabilidade.

Tabela 19 – Exportações das MPEs industriais segundo faixa de exportação anual da firma – 1998, 2002 e 2003

Tamanho e Faixa de exportação anual (US\$ mil)	Número de Empresas			Valor (US\$ milhões)		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Micro Industrial	2222	2674	2627	102,8	126,3	132,4
> 100 até 300	331	422	438	57,3	74,1	77,0
> 50 até 100	317	348	371	22,3	24,6	26,9
> 10 até 50	805	955	976	19,8	23,6	24,8
Até 10	769	949	842	3,4	4,1	3,8
Pequena Industrial	3556	4271	4375	984,1	1223,2	1382,8
> 1000 até 2500	295	383	433	447,1	594,0	673,5
> 500 até 1000	343	433	503	245,3	312,5	359,3
> 100 até 500	913	972	1128	235,3	249,6	285,2
> 50 até 100	407	483	473	29,1	34,5	33,9
> 10 até 50	936	1151	1097	24,1	28,7	27,4
Até 10	662	849	741	3,2	3,8	3,5
Total (Micro + Pequena)	5.778	6.945	7.002	1.086,80	1.349,50	1.515,20

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

O estudo salienta que a relativa estabilidade do valor médio das exportações das MPEs, evidenciada pelos resultados da tabela acima, pode encobrir um comportamento mais dinâmico desse segmento. Esse seria o caso se a expansão das exportações de algumas dessas empresas implicassem a sua promoção para estrato de tamanho superior, sendo essas empresas substituídas nos seus estratos por novas empresas que estariam iniciando sua atividade exportadora. A averiguação dessa possibilidade dependeria de estudo específico. Não existem, no entanto, indícios de que tal movimento venha ocorrendo de forma significativa, de modo a compatibilizar um possível aumento do valor das exportações das MPEs exportadoras com a estabilidade dos valores médios apontados acima (SEBRAE, 2004).

A parcela das exportações das MPEs que, a cada ano, são realizadas por unidades que iniciam naquele ano suas atividades exportadoras é muito significativa no caso das microempresas: em 2003, 30% das empresas que exportavam estavam estreando no comércio exterior, essas empresas estreantes responderam por 21% das exportações das microempresas. No caso das pequenas empresas, a participação de empresas estreantes é menos relevante: 12% estavam exportando pela primeira vez e foram responsáveis por 5% das exportações.²¹

²¹ Fonte: SEBRAE – Desempenho Exportador das Micro e Pequenas empresas Brasileiras.

O boletim do SEBRAE revela um aumento sistemático do número de micro e pequenas empresas que têm se dedicado à atividade exportadora de forma contínua: no caso das micro empresas, esse número cresce de 381 para 1.303 entre 1998 e 2003; no caso das pequenas empresas, o aumento é de 1.410 para 2.899 empresas. As empresas contínuas²² correspondem a uma parcela crescente do número de empresas exportadoras (49,6% das Micro e 66,3% das Pequenas em 2003), como também, mais significativa é sua parcela no valor das exportações de menor porte: 64% no caso das micro e 88% no caso das pequenas empresa em 2003(percentagem significativamente superiores às observadas cinco anos atrás, 28% e 63%, respectivamente).

De acordo com estes índices, caracteriza-se um aumento nas MPEs exportadoras que direcionam uma parcela de sua produção, de forma mais contínua, para o mercado internacional, ou seja, empresas que produzem direcionado para clientes fora do Brasil, já de acordo com as exigências daquele mercado.

Constata-se que todos os anos uma parcela significativa das empresas que haviam exportado no ano anterior se retiram, temporária ou definitivamente, do mercado externo; essa parcela tem oscilado, nos últimos cinco anos, entre 40% e 44% no caso das micro (1.100 empresas em 2003) e entre 20% e 25% no caso das pequenas empresas (937 empresas em 2003). No caso das microempresas, o conjunto de empresas desistentes em um ano havia correspondido no ano anterior por uma parcela significativa do valor das exportações das empresas desse estrato, essa parcela tem oscilado entre 25% e 28% desde 1999. No caso das pequenas empresas, essa parcela é menos expressiva e apresenta tendência declinante, chegando a 6% em 2003(SEBRAE, 2003).

A composição das exportações das MPEs industriais segundo a classe de produtos, revelando a forte predominância dos manufaturados que respondiam por 82% e 77% do valor

²² Exportadora contínua: empresa que exportou sem solução de continuidade após sua estréia no mercado externo.

das exportações desses estratos. Da parcela restante os semimanufaturados respondem por 11% e 15% respectivamente, cabendo aos produtos básicos as percentagens de 7% e 8% (SEBRAE, 2004).

A tabela 20 mostra os produtos exportados pelas MPes industriais em 2003, destacando os cinco principais produtos segundo Nomenclatura Comum do Mercosul, a quatro dígitos. Nas microempresas esses cinco produtos são responsáveis por 20% das exportações e por 30% das realizadas pelas pequenas empresas. Havendo um declínio no peso desses cinco produtos na pauta exportadora no caso das pequenas empresas ao longo do período analisado.

Outra constatação é a baixa relevância das exportações desses cinco produtos pelas microempresas na participação das exportações brasileira de cada produto. Já as pequenas empresas respondem por mais de 20% das exportações brasileiras de “madeira serrada ou fendida longitudinalmente, cortada em folhas” e de “pedras de cantaria ou de construção e suas obras”.

Tabela 20 – Exportações das MPEs industriais discriminadas por principais produtos NCM-4 – 1998, 2002 e 2003

Classe de Produto (NCM-4)	Valor (US\$ milhões)			Valor (em %)			Participação (%) no total das exportações brasileira do produto		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Micro Industriais									
Madeira serrada ou fendida longitudinalmente, cortada em folhas, mesmo aplainada, de espessura superior a 6mm.	7,5	11,7	9,4	7,3	9,3	7,1	1,8	2	1,4
Pedras preciosas (exceto diamante) ou semipreciosas, mesmo trabalhadas ou combinadas, mas não enfiadas, nem montadas, nem engastadas.	4,7	6,2	5,8	4,6	4,9	4,4	8,8	7,6	8
Calçados com sola exterior de borracha, plástico, couro natural ou reconstituído e parte superior de couro natural.	5,3	4,6	4,9	5,1	3,6	3,7	0,5	0,4	0,4
Pedras de cantaria ou de construção (exceto as de ardósia) e suas obras	4,5	6,3	4,8	4,4	5	3,6	2,5	2,6	1,9
Outros móveis e suas partes	3,8	3,4	4,3	3,7	2,7	3,2	1,4	0,7	0,8
Demais produtos	76,9	94,1	103,1	74,9	74,5	78	0,2	0,2	0,1
Total micro industriais	102,8	126,3	132,4	100	100	100	0,2	0,2	0,2
Pequenas Industriais									
Madeira serrada ou fendida longitudinalmente, cortada em folhas, mesmo aplainada, de espessura superior a 6mm.	79,7	142	152,9	8,1	11,6	11,1	19,5	24,6	23,6
Outros móveis e suas partes	47,1	71,3	81,7	4,8	5,8	5,9	17,1	15,6	14,7
Pedras de cantaria ou de construção (exceto as de ardósia) e suas obras	39,8	59,4	57,3	4	4,9	4,1	21,7	24,7	22,7
Madeira compensada (contraplacada), madeiras folheadas e estratificadas semelhantes.	22,4	49,1	57,1	2,3	4	4,1	11,2	11,2	9,7
Calçados com sola exterior de borracha, plástico, couro natural ou reconstituído e parte superior de couro natural.	47,4	45,9	55	4,8	3,8	4	4,1	3,6	4,4
Demais produtos	747,6	855,2	979	76	69,9	70,8	1,5	1,5	1,4
Total pequenas Industriais	984	1.223	1.382,8	100	100	100	1,9	2	1,9

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

Os setores de atividades, segundo a Classificação Nacional da Atividade Econômica 2-dígitos (divisões), nos quais se concentram as atividades das micro e pequenas empresas industriais exportadoras em 2003. Foram explanadas as cinco divisões²³ com maior volume de exportações de MPEs, sendo 55% a representação destas na microempresa e 59% nas pequenas empresas no comércio internacional. Observa-se que as três principais divisões coincidem, e respondem por mais de 40% do total das exportações de cada um dos estratos.

²³ A CNAE é composta de 27 divisões.

Também é relevante que a “preparação de couros e fabricação de artefatos de couro, artigos de viagem e calçados”, é comum dentre os cinco em cada estrato (SEBRAE, 2004).

Tabela 21 – Exportações das MPEs industriais segundo setor de atividade – 1998, 2002 e 2003

Setor CNAE	Número de Empresas			Valor (US\$ milhões)			Valor (%)		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Micro Industrial									
Fabricação de Máq. e Equip.	345	432	455	14,3	17,6	21,6	13,9	14,0	16,3
Fabricação de Produtos de Madeira	180	238	200	13,5	19,2	16,0	13,1	15,2	21,1
Fabric. De móveis e indústrias diversas	266	326	312	13,6	13,7	15,7	13,2	10,9	11,8
Preparação de couros e fabricação de artefatos de couro, artigos de viagem e calçados.	181	201	198	10,0	9,8	10,3	9,7	7,8	7,8
Confecção de artigos do vestuário e acessórios	100	248	218	2,8	9,9	9,4	2,8	7,8	7,1
Demais setores	1150	1229	1244	48,6	56,0	59,5	47,3	44,4	44,9
Total Micro Industria	2222	2674	2627	102,8	126,3	132,4	100,0	100,0	100,0
Pequena Industrial									
Fabricação de Máq. e Equip.	321	466	476	149,6	256,4	293,5	15,2	21,0	21,2
Fabricação de Produtos de Madeira	563	576	600	129,4	137,9	157,2	13,1	11,3	11,4
Fabric. De móveis e indústrias diversas	311	424	438	87,3	120,9	140,4	8,9	9,9	10,2
Fabricação de Produtos químicos	287	355	351	92,1	108,9	122,5	9,4	8,9	8,9
Preparação de couros e fabricação de artefatos de couro, artigos de viagem e calçados.	288	299	338	116,8	103,4	107,2	11,9	8,5	7,8
Demais setores	1787	2151	2172	409,0	495,8	562,1	41,6	40,5	40,6
Total Pequena Industria	3556	4271	4375	984,1	1223,2	1382,8	100,0	100,0	100,0

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

Em relação à intensidade tecnológica dos produtos exportados, o boletim do SEBRAE classificou-os em cinco classes de produtos: os de alta, média-alta, média-baixa, baixa intensidade tecnológica e os não industrializados.

Onde os produtos exportados pelas micro e pequenas empresas que não são industrializados, representam 6,2% e 7,1% respectivamente, percentuais bastante próximos. E a grande maioria dos produtos industrializados se encontram na classificação de baixa e média-baixa intensidade tecnológica - cerca de 80% em 2003 -, tanto nas micro como nas pequenas empresas.

O boletim também classificou as MPEs exportadoras segundo o dinamismo do mercado mundial dos produtos exportados²⁴. As vendas das MPEs de bens classificados como produtos em decadência, em regressão e intermediários têm, nos três casos, pesos semelhantes no valor total das exportações das duas classes de empresas em 2003. Assim, eles têm em conjunto, participações de 75%, 80% nas exportações das MPEs, respectivamente. A distinção entre as diversas classes de tamanho de empresas está localizada na parcela de 20%-25% destinada aos mercados mais dinâmicos: enquanto o peso dos produtos muito dinâmicos no total das exportações é de 12% para as médias e grandes empresas, essa participação é da ordem de 3% para as MPEs (SEBRAE, 2004).

A tabela 22, apresenta o destino geográfico das exportações das MPEs industriais. Constata-se que, em 2003, para a maioria das micro e pequenas empresas industriais exportadoras os países da América latina foram o destino mais comum, porém o NAFTA é o bloco que recebe o maior volume de exportações com 21,7% , o que representa US\$ 28,8 milhões no caso das microempresas e 27,8% (US\$ 384,6 milhões) para as pequenas empresas.

Vale salientar que o Mercosul perdeu consideravelmente mercado no período analisado. Sua representatividade que chegou a 31,3% para as microempresas em 1998, caiu para pouco mais de 14% em 2002, enquanto para as pequenas empresas saiu de 26% para 10,1% em 2002. Em 2003 houve um pouco de recuperação. A crise da Argentina tem forte influência nessa queda.

²⁴ Esse dinamismo foi avaliado com base na taxa anual de crescimento médio do valor das exportações mundiais dos produtos entre os biênios 1997/98 e 2000/01. Considerou-se como produto em decadência aquele que apresentou declínio no volume de comércio, no período considerado; como produto em regressão aquele com taxa de crescimento anual entre 0% e 3%; como intermediário aquele com taxa entre 3% e 6%; como dinâmico aquele com taxa entre 6% e 12%, e muito dinâmico aquele com crescimento superior a 12% (o total de importações de todos os produtos cresceu a um ataxa de 4,6% ao ano entre os biênios apontados).

Tabela 22 – Exportações das MPEs industriais segundo o destino da exportação – 1998, 2002 e 2003

Destinos	Número de Empresas ¹			Valor (US\$ milhões)			Valor (%)		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Micro Industrial									
Mercosul	1024	782	1021	32,1	18,1	24,3	31,3	14,3	18,4
ALADI (exclusive Mercosul)	643	841	1094	16,6	24,9	24,4	16,1	19,7	18,4
UE (15 países)	375	626	638	15,5	29,4	27,6	15,1	23,2	20,9
NAFTA (exclusive México)	516	669	879	23,4	28,4	28,8	22,7	22,5	21,7
Ásia	165	248	307	7,5	11,3	10,4	7,3	8,9	7,9
Resto do Mundo	242	439	676	7,7	14,3	16,9	7,5	11,3	12,8
Total Micro Industria	2965	3605	4615	102,9	126,4	132,4	100,0	100,0	100,0
Pequena Industrial									
Mercosul	2145	1730	2540	255,8	123,5	164,6	26,0	10,1	11,9
ALADI (exclusive Mercosul)	1415	1914	3512	129,8	195,5	209,3	13,2	16,0	15,1
UE (15 países)	819	1312	1603	193,0	327,0	352,2	19,6	26,7	25,5
NAFTA (exclusive México)	1019	1383	2871	274,8	344,0	384,6	27,9	28,2	27,8
Ásia	369	572	1044	57,2	116,3	129,4	5,8	9,5	9,4
Resto do Mundo	700	1137	2792	73,6	116,0	143,1	7,5	9,5	10,3
Total Pequena Industria	6467	8048	14362	984,1	1223,2	1383,2	100,0	100,0	100,0

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

Nota: (1) Há múltipla contagem, pois as empresas podem exportar para mais de um destino.

Vale salientar que os estados de Santa Catarina, São Paulo e Rio Grande do Sul, são responsáveis por mais de 65% do número de microempresas industriais exportadoras e mais de 60% do volume exportado por esta classe no Brasil. Esses mesmos estados acrescidos do Paraná representam mais de 70% do número de pequenas empresas industriais exportadoras e quase 70% do volume exportado por essas empresas.

Os Estados de Roraima (14,8%) e o Distrito Federal (13,6%) são onde as microempresas têm maior participação nas exportações do seu Estado. Em relação às pequenas empresas, o Acre se destaca por ter 94,6% das suas exportações feitas por essa classe.

Esse resultado reflete, em boa medida, a concentração das exportações das empresas industriais no país com um todo – os cinco principais estados exportadores (São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná, Minas Gerais 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 microempresas em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul e das pequenas empresas nesses estados e no Paraná (SEBRAE, 2004).

Tabela 23 – Exportações das Microempresas industriais segundo a unidade da federação – 1998, 2002 e 2003

UF	Número Empresas ¹			Valor (US\$ Milhões)			Participação (%) Das microempresas No total das exportações do seu estado		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Rondônia	16	24	20	1,2	1,3	1,5	4,6	2,8	2,5
Acre	-	1	3	-	0,2	0,1	-	12,2	7,3
Amazonas	9	12	18	0,3	0,6	0,6	0,1	0,1	0,1
Roraima	-	1	5	-	0,1	0,5	-	1,0	14,8
Pará	44	53	54	4,0	5,6	4,5	0,2	0,3	0,2
Amapá	2	2	1	0,3	0,1	0,0	0,5	0,5	0,0
Tocantins	1	-	-	0,0	-	-	0,2	-	-
Maranhão	4	5	2	0,3	0,4	0,4	0,0	0,1	0,0
Piauí	2	6	2	0,1	0,4	0,2	0,1	0,9	0,7
Ceará	24	41	39	1,4	2,2	1,1	0,4	0,5	0,2
Rio Grande do Norte	4	3	4	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1	0,1
Paraíba	4	5	11	0,2	0,4	0,6	0,5	0,4	0,4
Pernambuco	7	13	14	0,5	0,5	0,7	0,2	0,3	0,2
Alagoas	1	4	3	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1
Sergipe	2	1	1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0
Bahia	25	36	40	2,2	2,7	2,7	0,1	0,1	0,1
Minas Gerais	167	209	228	8,9	9,4	10,7	0,1	0,2	0,2
Espírito Santo	31	67	66	2,1	4,6	4,9	0,1	0,2	0,1
Rio de Janeiro	109	94	110	3,8	4,2	4,1	0,3	0,1	0,1
São Paulo	1006	1067	1039	39,0	43,5	46,5	0,2	0,2	0,2
Paraná	167	207	201	9,3	10,4	9,6	0,3	0,2	0,2
Santa Catarina	190	298	285	9,5	13,7	15,9	0,4	0,5	0,4
Rio Grande do Sul	383	500	495	15,6	18,3	21,1	0,3	0,3	0,3
Mato Grosso	16	38	27	1,0	4,1	2,2	0,2	0,4	0,6
Goiás	4	14	13	0,2	0,5	0,1	0,1	0,1	0,0
Distrito Federal	2	2	3	0,0	0,1	0,3	42,9	0,3	13,6
Mato Grosso do Sul	12	10	14	0,8	0,9	0,9	0,5	0,3	0,5
(2)	68	70	83	1,8	2,1	2,9	2,1	1,2	1,4
TOTAL	2300	2783	2781	102,8	126,4	132,4	0,2	0,2	0,2

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

Nota: (1) Há múltipla contagem, pois algumas empresas operam em mais de uma unidade da federação.

(2) Inclui mercadorias não declaradas, mercadorias nacionalizadas e reexportação.

Tabela 24 – Exportações das pequenas empresas industriais segundo a unidade da federação – 1998, 2002 e 2003

UF	Número Empresas ¹			Valor (US\$ milhões)			Participação (%) das pequenas No volume total das exportações do seu estado.		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Rondônia	28	58	57	10,3	25,4	31,6	41,6	54,0	51,5
Acre	-	8	10	-	1,0	1,6	-	64,1	94,6
Amazonas	16	38	33	7,9	12,8	9,1	3,2	1,2	0,7
Roraima	2	8	3	0,4	3,4	1,8	44,1	64,4	52,7
Pará	79	105	106	50,3	58,5	67,9	2,5	2,7	2,7
Amapá	2	4	4	1,6	3,4	1,3	2,6	21,4	6,9
Tocantins	2	1	-	2,4	0,1	-	18,6	0,3	-
Maranhão	5	7	8	4,6	5,3	3,5	0,8	0,8	0,4
Piauí	7	13	12	2,4	11,9	6,8	4,1	29,9	23,0
Ceará	36	36	34	18,0	15,6	12,5	5,9	3,5	2,0
Rio Grande do Norte	10	12	11	3,5	2,8	4,3	5,7	2,4	2,6
Paraíba	12	18	17	3,2	5,1	4,6	6,6	4,8	3,0
Pernambuco	17	28	24	8,4	6,1	6,3	3,0	3,0	2,1
Alagoas	3	4	7	2,0	1,3	0,9	1,2	0,8	0,4
Sergipe	2	5	4	1,1	1,5	0,2	3,7	4,8	0,9
Bahia	48	59	69	24,7	24,7	28,5	1,5	1,1	0,9
Minas Gerais	177	259	292	59,4	71,3	82,3	1,0	1,3	1,5
Espírito Santo	58	84	82	20,5	42,6	51,0	1,0	1,8	1,5
Rio de Janeiro	157	168	176	28,2	25,6	30,9	1,9	1,0	0,7
São Paulo	1713	2025	2046	341,5	406,2	462,6	2,1	2,2	2,0
Paraná	303	403	419	94,9	136,3	152,2	3,0	3,1	3,1
Santa Catarina	363	438	485	124,6	139,5	172,9	5,7	4,9	4,4
Rio Grande do Sul	644	643	661	145,8	142,8	170,8	3,0	2,5	2,5
Mato Grosso	28	61	74	10,3	43,6	52,4	2,4	3,9	13,5
Goiás	14	29	29	2,2	4,4	4,2	0,7	0,9	1,0
Distrito Federal	3	-	-	0,0	-	-	57,1	-	-
Mato Grosso do Sul	23	21	19	6,6	6,2	8,4	4,6	1,7	4,5
(2)	157	178	199	9,2	15,9	14,7	9,8	7,8	4,9
TOTAL	3909	4713	4881	984,1	1223,2	1383,2	2,3	2,4	2,2

Adaptado do SEBRAE: Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras - Boletim 1º semestre 2004.

Nota: (1) Há múltipla contagem, pois algumas empresas operam em mais de uma unidade da federação.

(2) Inclui mercadorias não declaradas, mercadorias nacionalizadas e reexportação.

Verificamos através desta análise do Boletim do SEBRAE, que nos últimos cinco anos as exportações das micro e pequenas empresas industriais do Brasil têm aumentado, porém abaixo da média das grandes empresas. É sabido da importância de se criar uma cultura exportadora para que as empresas passem a exportar não somente o que não conseguem vender aqui no Brasil, mas produzir já com o pensamento de exportar.

5.4 – As MPEs exportadoras de Pernambuco

A crescente automação dos processos produtivos em larga escala e a conseqüente redução dos postos de trabalho nas indústrias consideradas tradicionais têm enfatizado o papel das micro e pequenas empresas como geradoras de renda e absorvedoras de mão-de-obra.

Neste sentido, diversos organismos têm voltado sua atenção para programas de apoio às micro e pequenas empresas já constituídas e para o desenvolvimento da capacidade empreendedora visando à constituição de novos empreendimentos em bases sólidas e sustentáveis.

Segundo Markwald e Pessoa (2003), no período analisado –1997/2002, mais de 85% das grandes empresas já exportam. As micros e pequenas empresas exportadoras representam mais de 70% da base exportadora brasileira, mas responderam por menos de 14% das exportações totais do país. O fluxo de entrada de novas MPEs exportadoras é muito significativo: no período de 1997/2002, mais de 3.100 empresas fizeram anualmente sua estréia na atividade exportadora. No entanto, uma parcela reduzida dos novos exportadores consegue consolidar sua posição no mercado externo.

Nos últimos anos, como mostra a tabela 25, o número de MPEs exportadoras pernambucanas tem sido sempre superior a 70% do total. Porém o valor de exportação ainda é reduzido.

Tabela 25 – Exportação Pernambucana por porte da empresa 1997/2002

Porte	1997 Nº	1998 Nº	1999 Nº	2000 Nº	2001 Nº	2002 Nº
Micro	75	69	86	88	91	96
Pequena	45	45	41	49	47	50
Média	42	43	37	45	45	54
Grande	38	44	40	43	41	47
Ñ classificada	7	6	8	7	12	16
TOTAL	207	207	212	232	236	263

Fonte :SEXEC/MDIC – Elaboração Funcex

No estudo do SEBRAE (2003) identificamos que o volume exportado pelas micro e pequenas empresas não ultrapassou os US\$ 8,1 milhões por ano, nesse último triênio, sendo os produtos manufaturados os de maior volume sempre com mais de 50% do total.

Tabela 26 – Valor exportado pelas empresas pernambucanas industriais segundo o tamanho da firma e classe de produtos – 2001/2003

Tipo e Tamanho de Empresa	Em US\$ Milhões			
	2001			
	Básico	Semi- manufaturados	Manu- faturados	Demais
Micro Indústria	--	--	0,6	--
Pequena Indústria	0,4	1,6	5,5	--
MPE Industrial Especial	--	5,8	14,2	--
Média Indústria	--	3	47,7	--
Grande Indústria	18,9	57,7	60,3	0,7
Empresa Industrial não classificada	--	--	--	--
Total empresa industriais	19,3	68,1	128,3	0,7
Empresas não industriais	41,9	56,8	12	7,7
Total de Empresas Exportadoras	61,2	124,9	140,3	8,4
	2002			
Micro Indústria	--	--	0,5	--
Pequena Indústria	1,6	0,5	4	--
MPE Industrial Especial	--	2,9	8,1	--
Média Indústria	--	8	49,7	--
Grande Indústria	15,1	30,6	78,9	--
Empresa Industrial não classificada	--	--	--	--
Total empresa industriais	16,7	42	141,2	--
Empresas não industriais	62,2	21,7	32,1	4
Total de Empresas Exportadoras	78,9	63,7	173,4	4
	2003			
Micro Indústria	0,1	--	0,5	--
Pequena Indústria	2	--	4,3	--
MPE Industrial Especial	0,3	--	9,2	--
Média Indústria	--	9,4	53,1	--
Grande Indústria	13,2	40,2	127,1	--
Empresa Industrial não classificada	100,1	39,9	6	4,6
Total empresa industriais	115,7	89,5	200,2	--
Empresas não industriais	0,6	--	0,1	--
Total de Empresas Exportadoras	116,3	89,5	200,3	4,6

Fonte: SEBRAE

Podemos observar através da tabela 27 que a maior percentagem alcançada na participação das micro e pequenas empresas em uma classe de produtos foi em 2002 com 9,6% do total exportado de produtos básicos.

Tabela 27 – Valor exportado pelas empresas pernambucanas industriais segundo o tamanho da firma e classe de produtos – 2001/2003

Tipo e Tamanho de Empresa	2001			
	Básico	Semi- manufaturados	Manu- faturados	Demais
Micro Indústria	--	--	0,5	--
Pequena Indústria	2,1	2,3	4,3	--
MPE Industrial Especial	--	8,5	11,1	--
Média Indústria	--	4,4	37,2	--
Grande Indústria	97,9	84,7	47	--
Empresa Industrial não classificada	--	--	--	--
Total empresa industriais	100	100	100	--
Tipo e Tamanho de Empresa	2002			
	Básico	Semi- manufaturados	Manu- faturados	Demais
Micro Indústria	--	--	0,4	--
Pequena Indústria	9,6	1,2	2,8	--
MPE Industrial Especial	--	6,9	5,7	--
Média Indústria	--	19	35,2	--
Grande Indústria	90,4	72,9	55,9	--
Empresa Industrial não classificada	--	--	--	--
Total empresa industriais	100	100	100	--
Tipo e Tamanho de Empresa	2003			
	Básico	Semi- manufaturados	Manu- faturados	Demais
Micro Indústria	0,1	--	0,2	--
Pequena Indústria	1,7	--	2,1	--
MPE Industrial Especial	0,3	--	4,6	--
Média Indústria	--	10,5	26,5	--
Grande Indústria	11,4	44,9	63,5	--
Empresa Industrial não classificada	86,5	44,6	3	100
Total empresa industriais	100	100	100	100

Fonte: SEBRAE

A tabela 28 nos mostra o destino por blocos econômicos das exportações das micro e pequenas empresas industriais pernambucanas, onde coloca em primeiro lugar para as microempresa a Ásia (41,2%) seguida pelo NAFTA (35,3%) e para as pequenas empresas o NAFTA assumi a dianteira com 45,3% do volume exportado por essas empresas seguido da União Européia com 24,6%.

Tabela 28 – Empresas industriais pernambucanas exportadoras e valor exportado, segundo bloco econômico de destino e tamanho da firma –2001/2003

Blocos /Áreas	Número de Empresas ¹			Valor (US\$ milhões)			Valor (%)		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Micro Industrial									
Mercosul	1	1	1	--	0,1	0,1	--	12,2	10,3
ALADI (exclusive Mercosul)	--	1	3	--	--	0,0	--	--	1,5
UE (15 países)	3	3	5	0,2	0,1	0,1	36,1	26,5	7,4
NAFTA (exclusive México)	8	7	9	0,3	0,2	0,2	50,8	44,9	35,3
Ásia	1	1	2	0,0	--	0,3	1,6	--	41,2
Resto do Mundo	2	4	3	0,1	0,1	0,0	11,5	16,3	4,4
Total	15	17	23	0,6	0,5	0,7	100,0	100,0	100,0
Pequena Industrial									
Mercosul	8	7	8	0,7	0,2	0,3	8,6	2,6	4,3
ALADI (exclusive Mercosul)	5	8	10	0,2	0,4	0,5	3,0	6,9	8,4
UE (15 países)	10	8	9	3,3	2,2	1,6	43,6	36,9	24,6
NAFTA (exclusive México)	12	15	22	2,9	2,5	2,9	37,9	41,7	45,3
Ásia	5	5	7	0,5	0,7	0,7	6,2	11,4	11,6
Resto do Mundo	2	3	7	0,1	0,0	0,4	0,7	0,5	5,7
Total	42	46	63	7,6	6,1	6,3	100,0	100,0	100,0

Nota(1) Há múltipla contagem, pois as empresas podem exportar para mais de um bloco ou área.

Fonte: SEBRAE

Na tabela 29 encontramos o número de empresas e volume exportado pelas empresas de micro e pequeno porte nos setores que mais se destacam no comércio internacional. No ano de 2003 o setor de fabricação de produtos químicos teve 32,4% de participação nas exportações das microempresas pernambucanas, com um volume em torno de US\$ 200 mil, isto com apenas duas empresas exportadoras. Nas pequenas empresas o setor de extração de minerais não-metálicos teve a maior participação com 27% e um volume de US\$ 1,7 milhões, com quatro empresas exportadoras.

Tabela 29 - Empresas industriais pernambucanas exportadoras e valor exportado, segundo tamanho e setor de atividade da firma - 2001/03

Setor CNAE	Número de Empresas								
				Valor (US\$ milhões)			Participação		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Micro Indústria									
Fabr. de prods químicos	1	--	2	0	--	0,2	1,6	--	32,4
Extr. de min. não-metálicos	1	1	2	0	0	0,1	1,5	6	20,6
Fabr. de móveis e ind. Diversas	--	1	2	--	--	0,1	--	--	10,3
Fabr. de art. de borracha e plástico	--	--	1	--	--	0,1	--	--	10,3
Fabr. de prods de madeira	1	1	1	0	0	0,1	6,6	6	8,8
Demais	9	10	6	0,6	0,4	0,1	90,2	88	17,6
Total	12	13	14	0,6	0,5	0,7	100	100	100
Pequena Indústria									
Extr. de min. não-metálicos	4	4	4	3,5	2,4	1,7	46,7	39,1	27
Prep. de couros e fabr. de art. de couro, art. de viagem e calç.	4	4	3	1,7	1,4	1,6	22,2	23,8	26,1
Fabr. de prods alimentícios e bebidas	2	3	2	0,4	0,8	0,8	5,7	12,4	11,9
Fabr. de prods de min. não-metálicos	4	5	4	0,6	0,7	0,7	7,8	12	11,3
Fabr. de máq. e equip.	--	2	1	--	0,4	0,6	--	5,8	9,1
Demais	15	10	10	1,3	0,4	0,9	17,6	6,9	14,6
Total	29	28	24	7,6	6,1	6,3	100	100	100

Fonte: SEBRAE

5.5 – Conclusões

Citamos a experiência italiana para desmistificar e mostrar que é possível e necessário o desenvolvimento regional através do trabalho das MPEs.

Apesar de numericamente as MPEs deterem quase 50% do total das empresas exportadoras do Brasil, no valor exportado sua participação é insignificante. Evidenciando assim a necessidade de um trabalho mais planejado e segmentado nas diferentes situações vividas por elas.

Vimos que as exportações pernambucanas não têm acompanhado os índices de crescimento das exportações brasileiras. Quanto à participação das micro e pequenas empresas pernambucanas no comércio mundial é ainda mais alarmante.

A concentração da pauta exportadora, tanto em nível de produtos como em nível de países destinos, deixa o Estado em uma situação sujeita a flutuações de demanda, o que pode acarretar em mudanças rápidas nas receitas de exportação. O pouco dinamismo e a exportação de produtos com baixo conteúdo tecnológico são também fatores que ajudam para o fraco desempenho exportador do Estado e em particular envolvendo as MPEs.

Um planejamento estratégico para inserção das MPEs pernambucanas no comércio internacional é indispensável para alavancar o crescimento das exportações. Identificar as vantagens comparativas, os produtos que agreguem mais valor para as exportações, treinamentos gerenciais, dentre outros são base para a formação de uma cultura exportadora.

6 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

Este capítulo apresenta o resumo dos principais resultados de uma pesquisa de campo realizada com 29 micro e pequenas empresas exportadoras de Pernambuco. O motivo para a realização desta pesquisa foi fornecer informações quantitativas, em nível das empresas, a fim de conhecer melhor o setor, as dificuldades e que fornecesse subsídios e embasamento às análises qualitativas desenvolvidas. Reunindo assim, uma grande variedade de temas e resultados num quadro geral das micro e pequenas empresas exportadoras do estado de Pernambuco.

O questionário, apresentado no anexo 1, é composto de 47 questões divididas em quatro grupos temáticos: 1 – questões relativas ao perfil das empresas exportadoras; 2 – questões relativas ao responsável pelas exportações; 3 – questões relativas diretamente às exportações; e 4 - questões relativas às dificuldades e estratégias do processo de exportação.

Os resultados obtidos nos questionários oferecem uma grande gama de informações para análise, principalmente se levar em conta os possíveis cruzamentos dos resultados obtidos no relacionamento de duas ou mais perguntas. Este capítulo limita-se à análise dos principais resultados da pesquisa de campo.

Este capítulo está separado em seções que analisam as respostas referentes a cada um dos grupos temáticos. A segunda seção dedica-se a analisar questões relativas às empresas exportadoras, traçando um perfil, através de informações relativas ao número de funcionários, à gerencia familiar, ao setor, ao tempo de existência, etc.

A terceira seção analisa as características do profissional responsável pelas exportações nessas empresas, como seu nível acadêmico, sexo, experiência internacional, domínio de línguas, etc.

A quarta seção analisa os resultados referentes ao perfil das exportações dessas micro e pequenas empresas pernambucanas, através de informações relativas à periodicidade das exportações, ao destino das exportações, à forma de recebimento das receitas, meios de transporte utilizado, volume exportado, etc.

A quinta seção analisa as características essenciais para o sucesso no processo de exportação como também as principais dificuldades, com informações relativas às principais variáveis ligadas à exportação, as estratégias mais importantes para exportar, os maiores riscos no processo de exportação, etc. Encerra-se o capítulo com uma breve conclusão.

6.1 - Procedimento Metodológico

Esta seção do trabalho descreve os métodos utilizados para consecução dos objetivos da pesquisa, definindo um perfil das MPEs exportadoras de Pernambuco, identificando as maiores dificuldades, etc.

Segundo Marcantonio (1993, *apud* Caceres, 2001) a pesquisa científica é o planejamento prévio sobre os caminhos e instrumentos fundamentais para o levantamento, organização e interpretação dos dados conseguidos sobre o que se estuda. Uma das suas classificações, a pesquisa descritiva, se subdivide em pesquisa bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica é realizada através da consulta a documentos e serve como fundamentação teórica; a pesquisa de campo corresponde à coletânea de informações no local em que aconteceram os fenômenos. Este tipo de pesquisa observa, registra, analisa e correlaciona o objeto do estudo.

As informações pertinentes para o desenvolvimento da pesquisa tiveram origem através de duas fontes: primária (aquelas de primeira mão, coletadas pelo pesquisador) e secundária (dados já disponíveis em entidades, órgãos de pesquisa, livros, etc).

6.2 - A Amostra

Os dados primários foram obtidos a partir de um questionário (anexo 1), aplicado em 34 micro e pequenas empresas pernambucanas que exportaram até US\$ 1 milhão consecutivamente nos anos de 2001 a 2003, identificadas através da relação de empresas exportadoras de Pernambuco do MDIC.

Para esta pesquisa, o primeiro passo foi a identificação, através do site do MDIC (www.mdic.org.br), das empresas pernambucanas que exportaram em 2001, 2002 e 2003. Fazendo um cruzamento das informações obtivemos 118 empresas de PE que exportaram consecutivamente nesses 3 últimos anos. Após esta identificação, selecionamos o grupo de empresas (65) que exportaram até US\$ 1 milhão, fazendo um trabalho de contato por telefone para separar o universo da pesquisa, micro e pequenas empresas, de acordo com a definição do SEBRAE²⁵. Chegou-se ao número de 37 micro e pequenas empresas pernambucanas que exportaram consecutivamente nesses 3 anos (2001/03).

Os questionários foram aplicados no período compreendido entre os meses de janeiro a março de 2005. Houve retorno de 29 (vinte e nove) questionários, ou seja, 85% do total de micro e pequenas empresas que exportaram consecutivamente nos três anos analisados.

Três empresas não estão mais exportando e não quiseram responder o questionário e outras 5 não foi possível o contato.

6.3 - Perfil das Empresas Exportadoras

6.3.1 Número de Funcionários

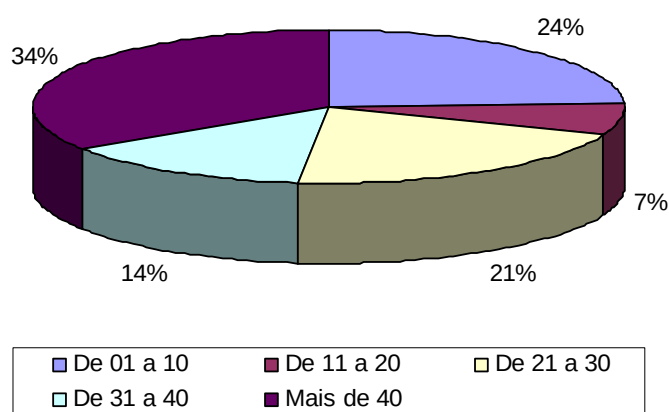
De acordo com a funcex, nos últimos anos o percentual das MPEs exportadoras em Pernambuco tem sido maior que 50% do total das empresas, porém, devido as dificuldade em tornar constante estas exportações esse número cai ao longo dos anos.

²⁵ O SEBRAE define Microempresas como sendo aquelas empresas que têm até 9 funcionários (comércio e serviços) ou até 19 funcionários (indústria); e Pequena Empresa como aquelas que têm de 10 a 49 funcionários (comércio e serviços) e de 20 a 99 funcionários (indústria).

No estudo realizado identificamos que em Pernambuco apenas 30% das empresas que exportaram no período estudado (2001/2003), estão nesta mesma classificação, MPEs. Podemos concluir então que a existência de um percentual alto de MPEs que não exportam consecutivamente, surgindo à necessidade de uma forma específica de ajuda para estas empresas a fim de se tornarem exportadoras constantes.

De acordo com o gráfico 2, a fatia representativa das micro empresas na pesquisa foi de 31%, enquanto 69% representava empresas de pequeno porte. Verifica-se que a regularidade nas exportações fica muito mais evidente nas pequenas empresas, pois nos anos de 2001 e 2002 este percentual era o de 65% para micro e 35% para pequenas²⁶.

Gráfico 2 – Número de funcionários por empresa



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.3.2 Gerencia Familiar

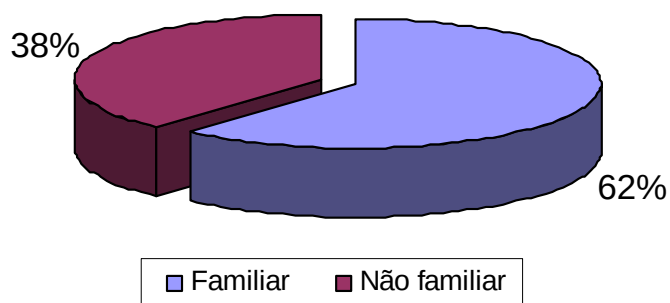
Em relação à gestão das empresas pesquisadas, o gráfico 3 mostra que em 62% das empresas, a gerência fica por conta de algum familiar, principalmente nas micro empresas, onde apenas cerca de 10% é gerenciada por profissionais que não são da família.

²⁶ Fonte: SECEX/MDIC

Esse resultado parece preocupar, pois em recente pesquisa sobre os fatores condicionantes e taxa de mortalidade das MPEs brasileiras, o SEBRAE concluiu que as falhas gerenciais são as principais causas de mortalidade das MPEs brasileiras²⁷.

A pesquisa parece mostrar que a gerência familiar é uma característica peculiar das MPEs e parece que quando existe um processo de capacitação e treinamento para exercer tal função, melhora o desempenho da empresa.

Gráfico 3 – Gestão da Empresa



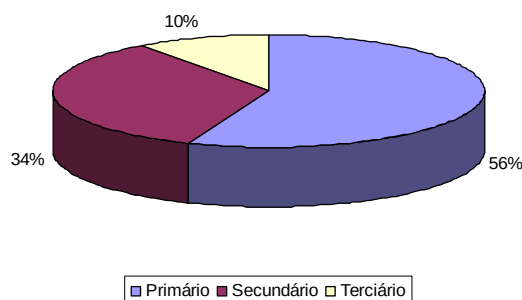
Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.3.3 Setor de Atuação

Um dos grandes problemas das exportações brasileiras é a exportação de produtos com baixo valor agregado, quase sempre produzidos no setor primário da economia, principalmente através da agricultura. No Gráfico 4 podemos identificar que nas MPEs de Pernambuco exportadoras pesquisadas (56%) se encontram no setor primário da economia. Seguido pelo setor secundário com 34% das empresas pesquisadas.

Esses dados evidenciam a necessidade de trabalharmos o nosso produto, agregando valor para depois exportá-los.

²⁷ Fonte: SEBRAE(2004).

Gráfico 4 – Setor de atuação das Empresas pesquisadas

Fonte: Pesquisa de campo do autor

A tabela 30 discrimina os produtos exportados pelas empresas pesquisadas, identificando a quantidade de empresas e seu percentual em relação ao universo pesquisado. Podemos observar uma grande diversificação de produtos, se destacando apenas a fruticultura (manga, uvas), concentrado na cidade de Petrolina, e a mineração (granito), que juntos detêm 34% das micro e pequenas empresas exportadoras de Pernambuco no período estudado.

Tabela 30 – Produtos exportados pelas MPEs pesquisadas em termos de quantidade de empresas

Produtos	Quant. De Empresas	%
Uva/Manga	7	24%
Granito	3	10%
Peixes Ornamentais	2	7%
Brinquedos para cachorro	2	7%
Serviço de Bordo	2	7%
Barbatana e Cartilagem	1	3%
Embalagem para alimentos	1	3%
Tubérculos e Hortaliças	1	3%
Alimentos (secos)	1	3%
Equipamentos Eletrônicos	1	3%
Flores Tropicais	1	3%
Portas	1	3%
Confecções	1	3%
Válvulas para Indústria	1	3%
Equi. Ortopédicos e Podológicos	1	3%
Produtos Químicos	1	3%
Meias Medicinais	1	3%
Outros	1	3%
TOTAL	29	100%

Fonte: Pesquisa de campo do autor

Os produtos apresentados na tabela 30, são em sua grande maioria produtos de baixa intensidade tecnológica, preocupando-nos em relação competitividade internacional.

De modo geral, firmas intensivas em tecnologia são mais inovadoras, utilizam seus recursos produtivos de maneira mais eficiente, pagam salários mais elevados e são mais bem sucedidas no objetivo de ampliar mercados. Adicionalmente, as indústrias altamente intensivas em tecnologia são as que mais crescem no comércio internacional e seu dinamismo contribui, ainda, para a geração de economias externas em benefício de outros setores industriais (Markwald, 2004).

Porém, como afirma Markwald (2003) entre 1997 e 2002 aumenta de forma expressiva a participação dos produtos industrializados na pauta exportadora das MPE; contudo esse incremento está fortemente concentrado na expansão das exportações de produtos de baixa intensidade tecnológica, a participação de produtos de alta intensidade tecnológica é significativamente mais elevadas nas empresas de médio e grande porte.

6.3.4 Tempo de Existência

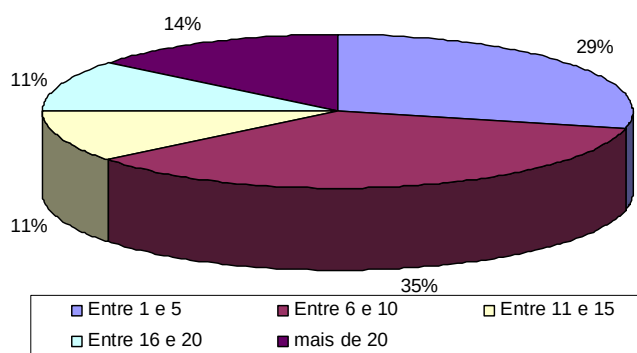
De acordo com estudos do SEBRAE, uma das principais causas do fechamento das MPEs brasileiras é a falta de planejamento, tanto na hora de sua abertura, identificando mercado alvo, necessidade financeira, etc. como também para dirigi-las, fazendo levantamento de compras, previsões de vendas, etc.

Como aponta o gráfico 5, cerca de 64% das empresas pesquisadas foram fundadas a partir de 1993, ou seja, empresas com até 10 anos de existência. Os resultados obtidos indicaram, também, que todas as empresas na área de fruticultura têm até 10 anos de existência e em média 75% do seu faturamento advém das exportações. Uma análise mais aprofundada poderia obter como resultado que estas empresas já foram criadas com o propósito da exportação, fenômeno não muito comum no Brasil, principalmente em Pernambuco.

Observa-se na pesquisa um fato bastante interessante, que poderia ser analisado com mais detalhamento em outro momento. Mais de 70% das empresas pesquisadas (MPEs) têm

mais de 5 anos de fundação. Diversas pesquisas do SEBRAE apontam que a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas chega até a 80% em cinco anos. Estaria trazendo uma maior estabilidade para as MPES o processo de exportação?

Gráfico 5 – Tempo de existência da empresa



Fonte: Pesquisa de campo do autor

Outras duas perguntas foram feitas na pesquisa para conhecer o perfil das MPES exportadoras de Pernambuco. A primeira se refere à quantidade de sócios, as respostas indicam que: em 75% das empresas existem no máximo 2(dois) sócios. A segunda se refere à existência por parte das empresas de um setor específico para resolver os problemas relacionados com as exportações. Apenas em pouco mais da metade (52%) das empresas, existe este departamento ou setor, identificando que em 48% as pessoas que desenvolvem o processo da exportação, também o fazem em relação às vendas locais.

6.4 - Características do Profissional de Exportação

6.4.1 Responsável pelas exportações nas MPES exportadoras.

As empresas que exportam estão envolvidas em um nível de competição muito maior que as empresas cujas vendas se destinam ao mercado interno. Para conseguir sobreviver no mercado internacional a qualificação das pessoas envolvidas deve estar acima da média nacional, pois o nível de exigência e a rapidez na tomada de decisões são fundamentais para o

sucesso exportador. Por isso há necessidade de capacitação das pessoas envolvidas no processo de exportação.

Essa necessidade de um profissional mais qualificado eleva a firma a um aumento de produtividade, necessária no comércio internacional, aumentando também os rendimentos dos trabalhadores. Na média, o trabalhador das firmas exportadoras ganha em torno de 70% a mais que um trabalhador representativo nas firmas não-exportadoras (Negri, 2003).

Pesquisamos sobre aquelas pessoas que são responsáveis pelas exportações nas empresas que responderam o questionário, com objetivo de traçar um perfil adequado sobre aqueles que estão à frente das exportações. A grande maioria é do sexo masculino (92%), tem curso superior (79%), de formação em Administração(30%), Engenharia(22%) e Ciências Contábeis(11%). Tem, em grande parte, uma pós-graduação (74% dos que fizeram um curso superior) e 64% fizeram algum treinamento em exportação. 62% dos responsáveis tem vivência internacional e 63% dominam pelo menos um idioma estrangeiro, sendo em sua grande maioria o Inglês com 55%, seguido do Espanhol com 26%.

Esses resultados encontrados parecem contrastar com dados para o Brasil, pois no relatório do SEBRAE²⁸, o grau de escolaridade apresentado na pesquisa indica que apenas 29% dos gerentes das MPEs tinham curso superior, o que mostra um grande diferencial para as empresas que foram objeto do nosso estudo.

²⁸ Fonte: SEBRAE (2004).

Gráfico 6 – Formação superior e área de conhecimento

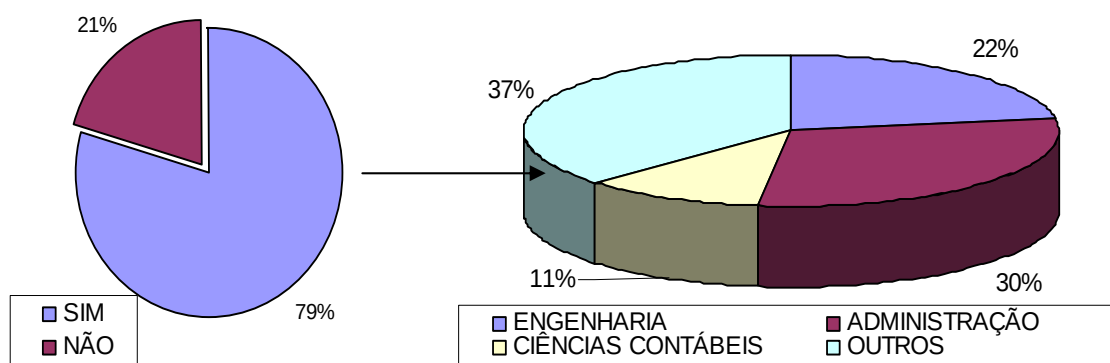


Gráfico 7 – Capacitação para atuação em exportação

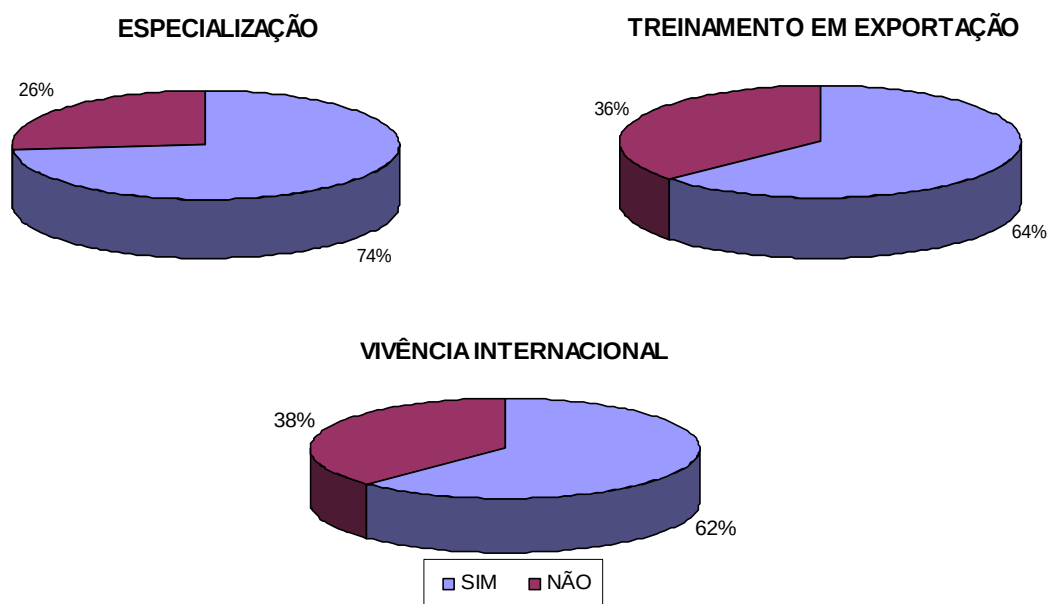
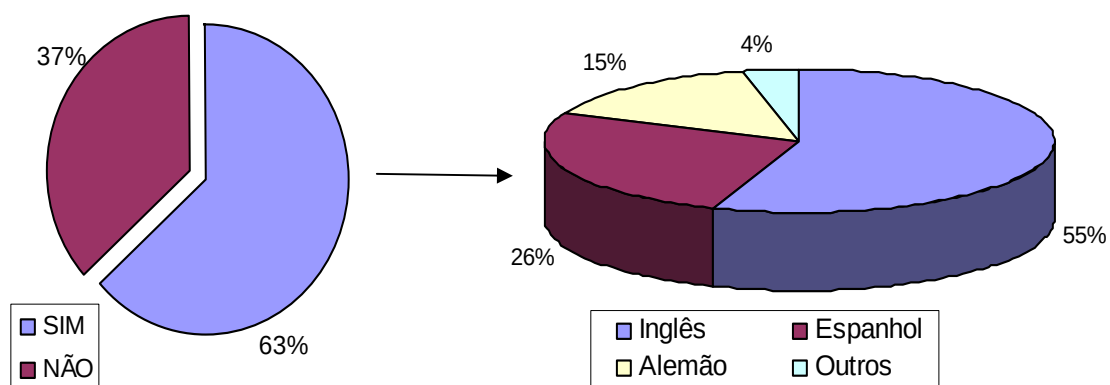


Gráfico 8 – Domínio de línguas estrangeiras



6.5 - Perfil das Exportações

6.5.1 Como é feita a Exportação?

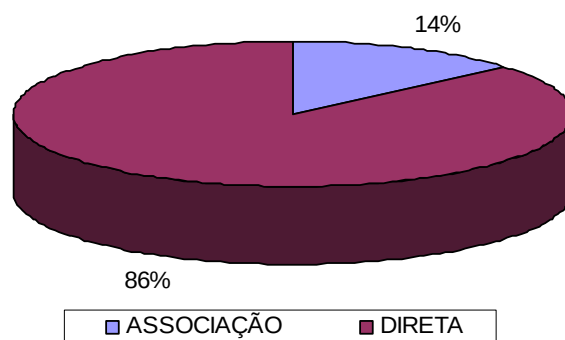
Em diversos países do mundo, onde as MPEs desempenham um papel importante no processo de exportação como na Itália, por exemplo, o trabalho para o desenvolvimento das exportações das micro e pequenas empresas através da criação de cooperativas, associações, clusters é de fundamental importância para o crescimento das exportações totais do país. A união de interesses com o intuito de redução de custos na logística, divulgação das mercadorias através de feiras, maior poder de barganha junto aos fornecedores, etc., leva ao aumento da competitividade dessas empresas, conseguindo um diferencial sobre suas concorrentes.

Nas MPEs pesquisadas, conforme mostra o gráfico 9, 86% fazem suas exportações diretamente, ou seja, sem utilizar nenhum intermediário, cooperativa, etc. Apenas as empresas que exportam uva, o fazem através de associações.

A pesquisa parece constatar que as MPEs pernambucanas precisam trabalhar melhor este processo de união para buscar o crescimento de suas exportações.

O SEBRAE/PE junto com a APEX, desenvolvem o PSI – Projeto Setoriais Integrados, nas áreas de gesso, móveis, cachaça, software e confecção, com o intuito de identificar possíveis empresas nessas áreas que poderiam exportar, municiá-las de informações e ajudar no processo de exportação dentre outras funções.

Gráfico 9 – Forma de acesso ao mercado externo



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.2 Periodicidade das exportações

Quando avaliada a periodicidade das exportações, obtivemos que 47% das empresas pesquisadas já exportam mensalmente, um número muito bom, principalmente se levarmos em consideração que grande parte das empresas dependem da sazonalidade da produção, como é o caso da atividade de fruticultura.

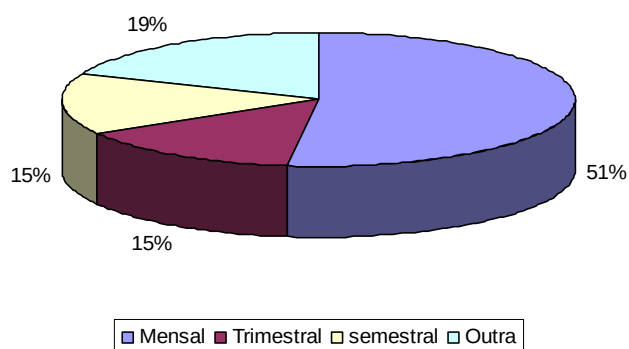
O fator preocupante é que 38% das empresas, não têm uma periodicidade definida, ou seja, mesmo elas exportando consecutivamente nos anos pesquisados, apenas destinam parte de sua produção, provavelmente o excedente interno, para as exportações.

A teoria da “saída para excedentes”, de Adam Smith, supõe que um país previamente isolado, prestes a ingressar no comércio exterior, possui um excedente de capacidade produtiva, onde a função do comércio não é tanto realocar os recursos dados, mas de prover uma nova demanda efetiva para a produção feita com recursos excedentes que teriam permanecido sem uso na ausência do comércio (Hla Myint, 1958).

Esta implicação nos conduz a acreditar que o comércio internacional para estas empresas não está ainda enraizado na sua cultura.

Das empresas que exportam mensalmente, apenas 30% estão classificadas como micro empresas, ou seja, as empresas de maior porte (pequena empresa) dominam o processo de exportação e não dependem tanto do mercado interno como as micro empresas.

Gráfico 10 – Periodicidade das exportações



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.3 Destino das exportações

É importante identificarmos para onde estão indo os produtos exportados até como forma de abrir as portas para outras empresas, no intuito de crescimento do número de empresas exportadoras.

Identificamos na pesquisa os mercados de destino das MPEs pesquisadas, onde em sua maioria exportavam para mais de um país. Os Estados Unidos como sendo o principal destino, recebendo produtos de 41% das empresas, ou seja, quase metade das empresas pesquisadas tem os E.U.A como cliente. Logo após vêm os países da União Européia, liderados por Portugal com 31%, Itália com 24% e Alemanha e Espanha com 21% cada, como mostram os gráficos 11 e 12.

Diferentemente do caso brasileiro, que tem o Mercosul como o principal destino das exportações das MPEs, na pesquisa se constata que das empresas pesquisadas que participaram do comércio exterior, 83% exportam para os países da União Européia, puxados pelos países já mencionados. Em segundo lugar vem o NAFTA (48%), principalmente devido a grande participação dos EUA como destino de nossas exportações.

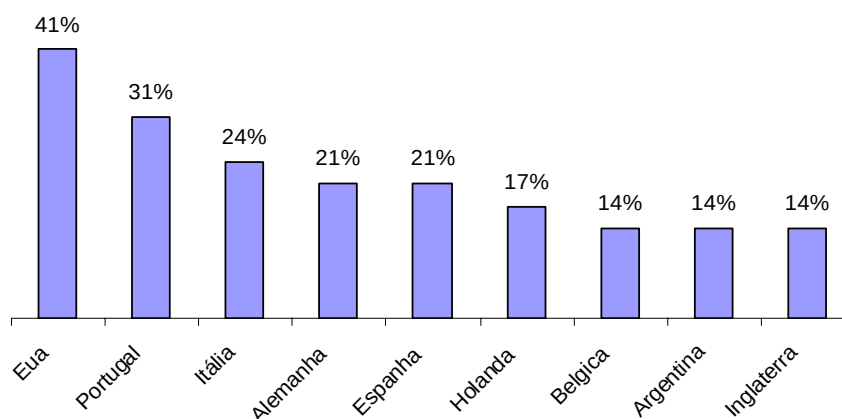
Esses dados são congruentes com os relatados por Markwald (2003) encontrando a União Européia como principal destino das MPEs brasileiras respondendo em média por 28% das vendas dessas empresas e o NAFTA em segundo lugar.

Uma análise interessante que podemos fazer da pesquisa é que menos de 30% das empresas exportam para um ou dois países, ou seja, a diversificação dos mercados de destino parece ser fator predominante dentro das empresas pesquisadas.

Porém não podemos avaliar o grau de concentração do valor de suas exportações, ou seja, mesmo tendo uma diversificação dos mercados de destino o valor destinado a cada país poderá sofrer uma concentração, direcionando uma percentagem muito alta para apenas um país.

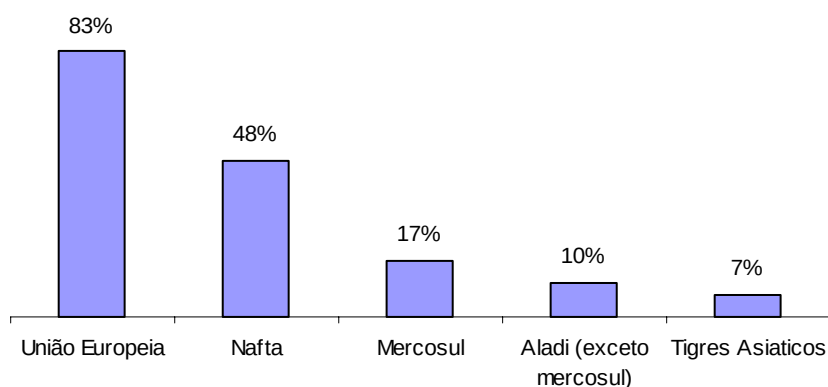
Um dos indícios para uma possível concentração do valor exportado é que apenas 10% das empresas pesquisadas tem mais de 2(dois) clientes por país, ou seja, não existe uma diversificação por clientes, fazendo com que um ou dois clientes receba todo o volume destinado aquele país.

Gráfico 11 – Destino das Exportações



Fonte: Pesquisa de campo do autor

Gráfico 12 – Destino das Exportações por Bloco



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.4 Há quanto tempo à empresa exporta?

O gráfico 13 mostra que entre as empresas analisadas, 56% estão na atividade exportadora há, no máximo, 5 anos, porém todas estas empresas têm no máximo 10 anos de

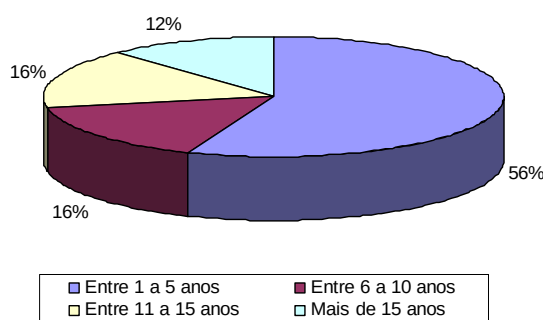
existência, ou seja, elas praticamente iniciaram suas atividade exportando ou pelo menos com a intenção de exportar.

Outra informação interessante é que quase 70% dessas empresas são de pequeno porte, e em média, mais de 50% do seu faturamento é através das exportações. Levando-nos a crer que houve um planejamento maior na sua abertura.

De acordo com Markwald (2003), o percentual das micro e pequenas empresas que são exportadoras contínuas²⁹ representa entre 23% a 30% do total dessas empresas, ou seja, a grande maioria das MPEs que exportam anualmente está na classificação de esporádica, iniciante ou desistente.

Mais uma vez o planejamento para iniciar-se no processo de exportação é de fundamental importância para o sucesso no comércio internacional.

Gráfico 13 – Há quanto tempo a empresa exporta?



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.5 Região de origem dos principais concorrentes

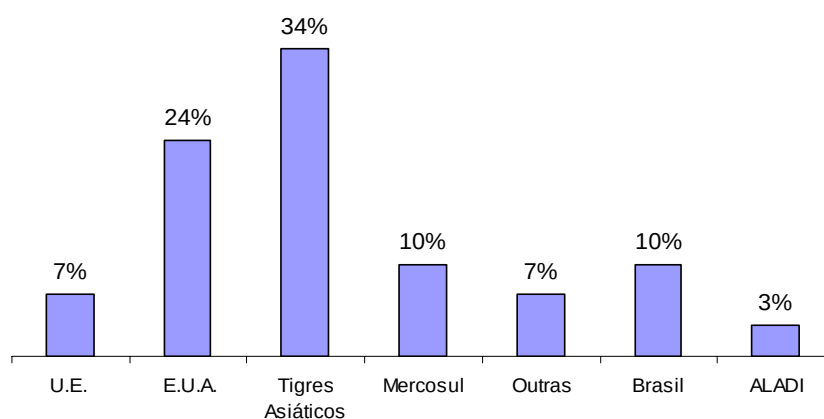
A pesquisa identifica a origem dos principais concorrentes das MPEs de Pernambuco, onde os Países Asiáticos estão liderando com 34%, devido à concorrência nos seguintes produtos: granito, brinquedos, barbatana e cartilagem, peixes ornamentais, etc., seguido dos EUA com 24%, das firmas que estão brigando diretamente com as empresas pesquisadas pelo mercado internacional, como mostra o gráfico 14.

²⁹ Exportadoras contínuas: aquelas que exportam todos os anos do período considerado.

Identifica-se ainda, que o setor de fruticultura sofre uma concorrência de empresas localizadas no México (manga), África do Sul (uva), como também existe uma grande disputa pelo mercado internacional de empresas situadas no próprio Brasil.

Outra informação interessante é que algumas empresas não responderam esta pergunta, nos levando crer a falta de conhecimento em relação aos concorrentes.

Gráfico 14 – Origem dos principais concorrentes



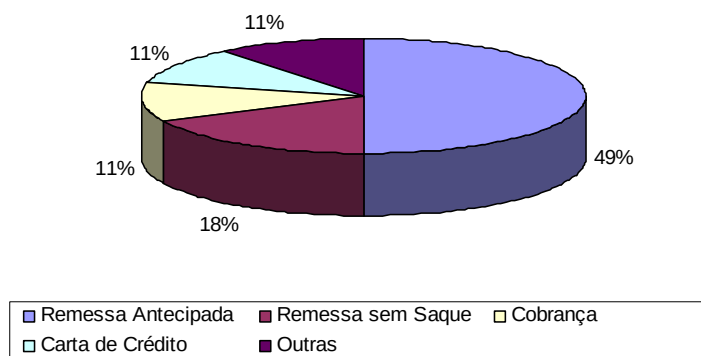
Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.6 Forma de Recebimento das Receitas de Exportações

A remessa antecipada, ocasião em que o importador remete previamente o valor da transação, é para 49% das empresas entrevistadas a forma de recebimento das vendas realizadas no exterior, conforme aponta o gráfico 15, esta forma é empregada principalmente nos casos em que haja necessidade do importador fornecer ao exportador os meios financeiros necessários para o atendimento do pedido de compra, ou caso de se tratar de mercadoria de valor reduzido reduzindo assim o risco para o exportador, pois caso não haja o pagamento, é muito mais difícil e complicado cobrar uma dívida fora do país, e pela falta de capital de giro, um dos grandes problemas das micro e pequenas empresas, necessitando muitas vezes receber para poder comprar a matéria prima.

Enquanto a remessa sem saque se destina como forma de recebimento de 18% das exportações e a carta de crédito e cobrança é feita em 11% (cada) das empresas que participaram da pesquisa.

Gráfico 15 – Forma de Recebimento das Receitas de Exportação

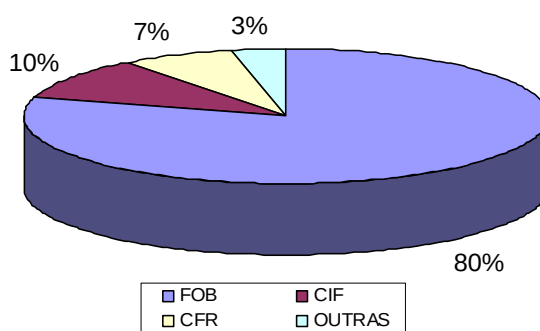


Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.7 Condições de Venda

A maior parte das exportações das MPEs Pernambucanas pesquisadas (80%), utiliza a condição de venda FOB(Free on Board – Livre a Bordo), na qual o exportador arca com os custos de colocar a mercadoria livre e desembaraçada dentro do navio, no porto de embarque definido no contrato de venda. Refletindo assim o fato de ser através de navios a maior parte do comércio exterior das empresas pesquisadas. A segunda condição é a CIF (custo, seguro e frete) com 10%, seguida da forma CFR (custo e frete) com 7%.

Gráfico 16 –Condições de Venda



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.8 Meios de transporte para exportar

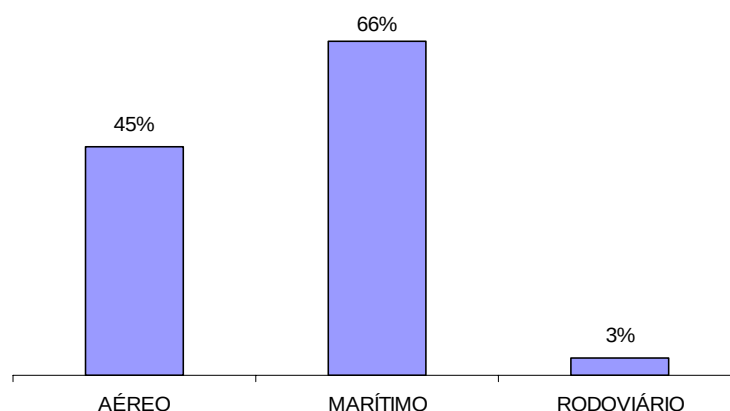
Através desta pergunta, procurou-se identificar a importância relativa dos diversos meios de transporte utilizados – marítimos, aéreos, rodoviários e ferroviários – dentro da atividade de exportação das empresas pesquisadas, levou-se em conta que cada empresa poderia utilizar mais de um meio de transporte.

Conforme mostra o gráfico 17, o meio de transporte mais utilizado pelas empresas pesquisadas é o transporte marítimo, ou seja, 66% das empresas utilizam os navios para colocar seus produtos no mercado internacional. Apesar das altas taxas cobradas pelos portos, principalmente o de Suape, ainda continua sendo o meio de transporte mais barato. Este resultado mostra a importância de ações para facilitar o acesso e diminuir os custos dos nossos portos.

Em seguida vem o meio de transporte aéreo com utilização em 45% das empresas, destacando-se as de serviço de bordo e peixes ornamentais.

Devido ao custo mais elevado, apenas um pouco mais de 20% das empresas que utilizam o meio aéreo na sua logística de exportação, são micro empresas, ou seja, por volta de 80% das empresas pesquisadas que utilizam o transporte aéreo são pequenas empresas.

Gráfico 17 – Meios de Transporte Utilizados

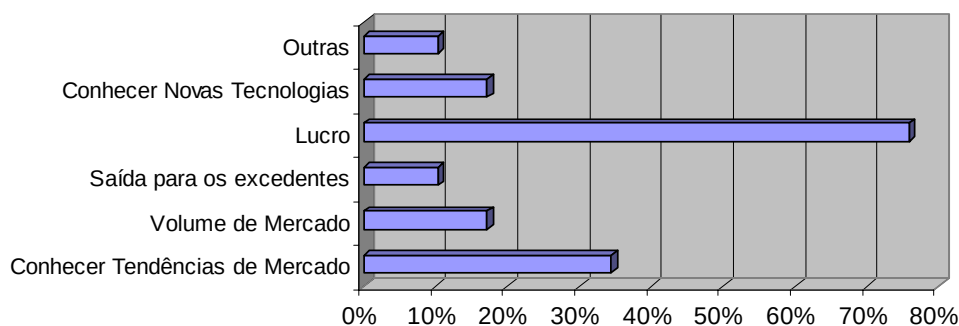


Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.9 Benefícios Resultantes da Atividade Exportadora

Conforme apresentado no gráfico 18, a visão das MPEs pesquisadas, aumentar a rentabilidade, lucro, dos negócios é o principal benefício oriundo da atividade exportadora (citado por 76% das empresas). Em seguida, por ordem de importância, a possibilidade de conhecer as tendências do mercado citado por 34%; a necessidade de conhecimento de novas tecnologias e o ganho de volume de mercado, citados por 17% das empresas.

Gráfico 18 – Benefícios da Exportação



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.10 Influência das exportações na tomada de decisão

Em relação à participação do comércio exterior na tomada de decisão da empresa, 77% das empresas pesquisadas colocaram que as exportações são um elemento importante para a tomada de decisão gerencial, especialmente no que se refere às decisões referentes à produção.

Não poderia ser diferente, pois para quase metade das empresas pesquisadas, as exportações representam mais de 50% do seu faturamento. Tornando-as fundamental nas decisões gerenciais, principalmente devido à importância para sua sobrevivência.

6.5.11 Incentivo governamental

A necessidade de aumentar a capacidade exportadora das empresas brasileiras, levou o governo a criar diversos incentivos fiscais e linhas de crédito especiais para aumentar a capacidade de competição das empresas brasileiras no mercado exterior. Incentivos que vão desde a isenção do IPI a crédito do ICMS.

Como resultado dessa preocupação tivemos um relevante processo de mudança no sistema público de financiamento a exportações na década de 1990, principalmente no âmbito do Proex e do BNDES-Exim. Além da criação de diversos programas como o Programa de Apoio a Exportações (PAE).

Porém a pesquisa retrata, (gráfico 19), primeiro a falta de conhecimento por parte das empresas de incentivos para aumentar sua capacidade de competição no mercado internacional, segundo além do desconhecimento das linhas de crédito, parece existir dificuldade de utilização deste crédito, em muito baseada nas restrições significativas para que MPES tenham acesso a essas linhas de crédito.

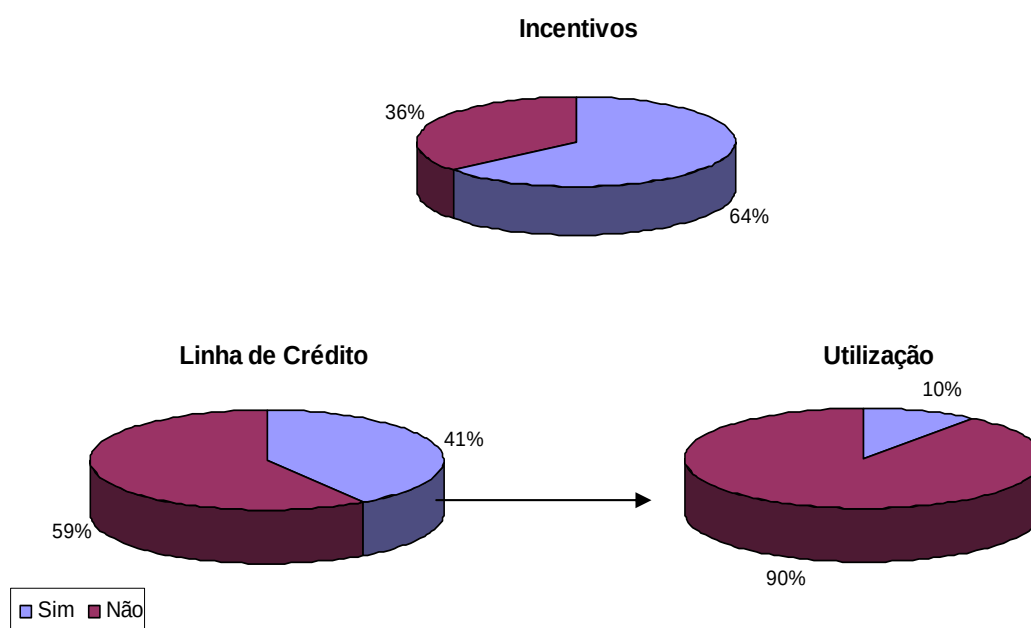
Blumenschein e Leon (2002) relatam que não se pode dissociar o acesso da pequena empresa às linhas de crédito para exportação no Brasil do acesso às demais linhas de crédito que são importantes para o processo produtivo da empresa.

A existência de falhas de mercado e de assimetrias de informação restringe significativamente a oferta de crédito para um grupo bastante expressivo de exportadores – especialmente as empresas de menor porte e aquelas que estão se iniciando na exportação ou exportam de forma irregular ao longo do tempo, como também a hipótese de que muitas empresas simplesmente não desejam ou não mostram interesse em obter financiamento (Blumenschein e Leon, 2002).

Apenas 64% das empresas pesquisadas têm conhecimento de algum incentivo governamental para ajudar o desenvolvimento das exportações. Em relação à linha de crédito

concedidas pelo governo, apenas 41% têm conhecimento e apenas 10% já utilizaram ou utilizam estas linhas de crédito. As operações de adiantamento de contrato de câmbio (ACC) é a modalidade de financiamento mais conhecida entre as empresas pesquisadas

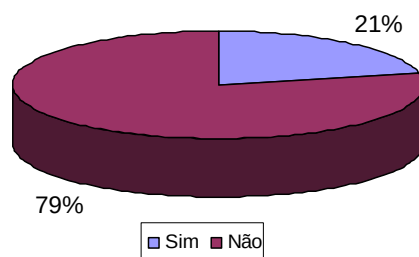
Gráfico 19 – Conhecimento e utilização de incentivos governamentais



6.5.12 O seguro de crédito à exportação

Apenas 45% das empresas que participaram da pesquisa responderam esse item, o que pode indicar um desconhecimento da existência desse seguro – fato que comprovaria ainda mais a dificuldade de informações por parte dessas empresas – ou uma falta de interesse nesse mecanismo.

Conforme mostra o gráfico 20, o seguro de crédito é utilizado apenas por 21% daquelas MPEs que responderam este item. A maior parte 79%, não utiliza o seguro.

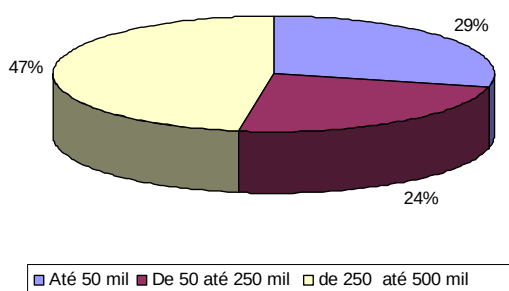
Gráfico 20 – Utilização do Seguro de Crédito à Exportação

Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.13 Valor exportado por ano

O gráfico 21 mostra a estratificação das MPEs pesquisadas por valor anual exportado. Entre as empresas que participaram da pesquisa, 47% exportaram anualmente entre US\$ 250 e 500 mil no período analisado. Para 29% delas o valor exportado foi inferior a US\$ 50 mil, e quem nesse período exportou entre US\$ 50 mil e US\$ 250 mil representaram 24% do universo da pesquisa.

A não identificação de empresas que exporta mais de US\$ 500 mil embasa a decisão do universo da pesquisa, ou seja, as MPEs dificilmente exportariam mais de US\$ 1 milhão por ano.

Gráfico 21 – Valor exportado por ano

Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.5.14 Percentual das Exportações em relação ao faturamento da empresa

Tentamos identificar na pesquisa qual o grau de influência das exportações no faturamento total das MPEs pesquisadas. Identificamos que 22% das empresas pesquisadas tem mais de 75% do seu faturamento oriundo do comércio internacional.

Interessante é que praticamente todas são empresas recentemente fundadas (a partir de 1998); são empresas de pequeno porte e exportam acima de US\$ 250 mil. O responsável pelas exportações tem curso superior, domínio de pelo menos uma língua e experiência internacional e exportam para mais de três países.

Estes dados leva-nos à percepção de que nos últimos anos têm-se identificado oportunidades específicas no mercado internacional, onde empresas têm sido criadas para aproveitar estes nichos de mercado.

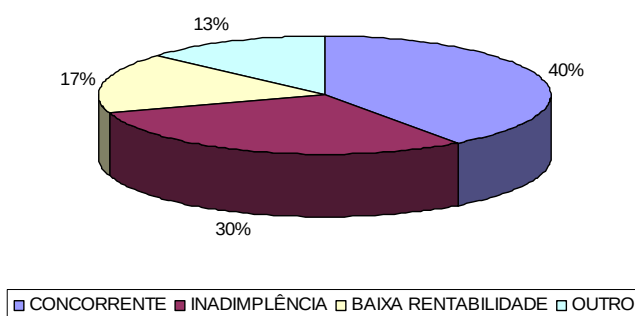
Outros 26% das empresas pesquisadas tem em seu faturamento mais de 50% advindos do comércio internacional.

6.6 - Dificuldades e Estratégias para Exportação

6.6.1 Maior risco na atividade exportadora

Na concepção das MPEs pesquisadas, o maior risco enfrentado na atividade exportadora está na possibilidade de perder mercados pela ação da concorrência (40%). Seguido da preocupação com a inadimplência de clientes com 30%.

Gráfico 22 – Maiores riscos à atividade exportadora



Fonte: [Pesquisa de campo do autor]

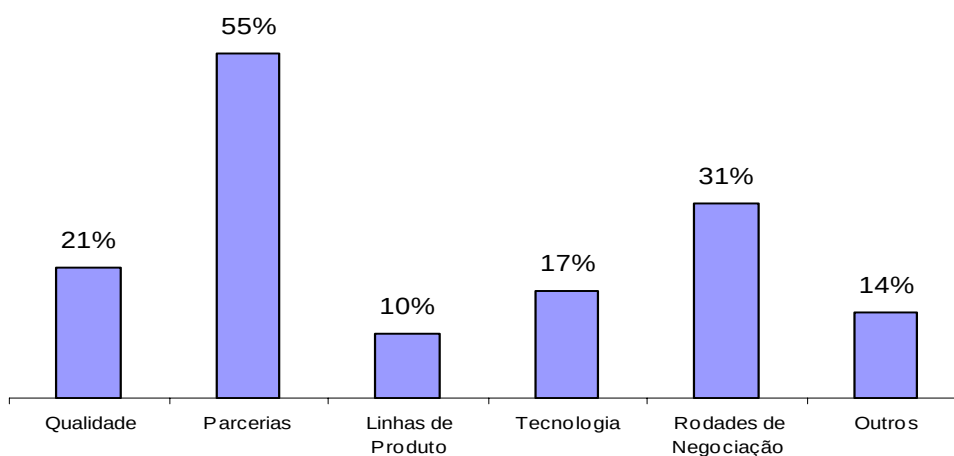
6.6.2 Estratégias necessárias para exportar

As estratégias são atividades aplicadas pelos administradores/gestores para possibilitar que suas empresas fiquem competitivas no ambiente onde atuam.

As empresas pesquisadas selecionaram uma série de estratégias necessárias para conseguir exportar, as mais citadas em ordem de preferência pelas empresas foram: constituir parcerias externas no campo da comercialização e distribuição, indicada com 55%; acompanhar e participar das rodadas de negociação comercial (31%); seguir normas de qualidade específicas (21%); adotar tecnologias de produção específicas (17%); e desenvolver linhas de produtos específicas (10%), conforme gráfico 23.

O contato entre as empresas comerciais especializadas em mercados distantes e as empresas produtoras, pode estabelecer um fluxo de informações atraente à transformação de produtos e processos de produção, na direção da maior aceitação dos produtos brasileiros nos mercados externos. Assim, as ações das empresas de menor porte no comércio internacional, quando compartilhadas com a empresa comercial no exterior, podem ser gratificantes se as relações entre ambas possibilitarem uma inserção adequada da empresa produtora nos mercados externos alvos (Guimarães, 2002).

Gráfico 23 – Estratégias necessárias à exportação

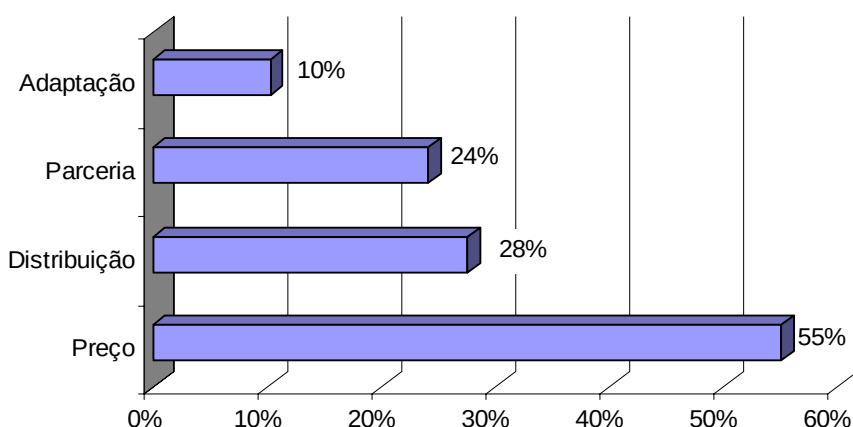


Fonte: Pesquisa de campo do autor

Conforme o gráfico 24 mostra, foi solicitado em nosso estudo que as empresas avaliassem a relevância de um conjunto de variáveis na definição de suas estratégias de exportação. A questão da fixação do preço de exportação obteve o maior índice com 55%, revelando que a concorrência via preços representa um papel muito importante na experiência exportadora das MPEs Pernambucanas.

Outra variável muito importante para as MPEs Pernambucanas foi a distribuição e marketing no mercado de destino com 28% de indicações, seguido pela parceria com produtores locais, facilitando assim a entrada de suas mercadorias no mercado externo, com 24% e a adequação de produtos e linhas de produção para atender as demandas de mercados específicos (10%), conforme gráfico 25.

Gráfico 24 – Variáveis relevantes à estratégia de exportação



Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.6.3 Dificuldades Locais no Processo de Exportação

Foi solicitado às empresas identificarem os maiores entraves enfrentados pelas MPEs nas fases de entrada e consolidação de suas atividades exportadoras.

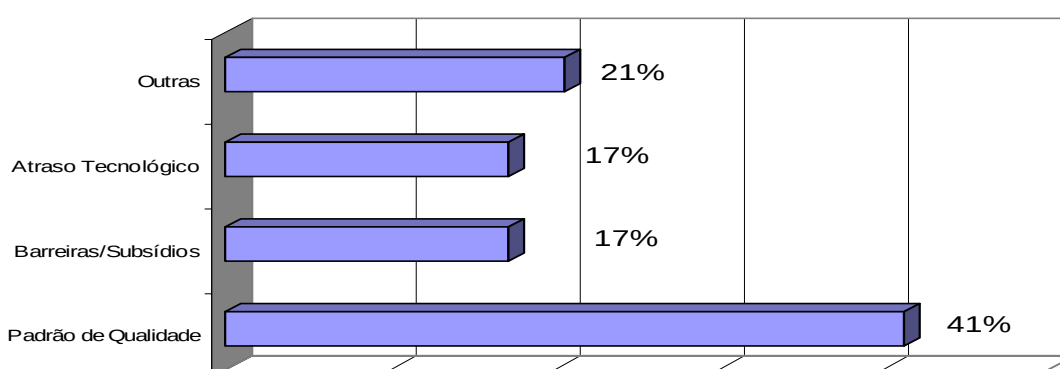
Na fase de entrada no comércio internacional as dificuldades das empresas mais apontadas foram: a exigência do padrão de qualidade necessário para a aceitação dos produtos, com 41%. O alto padrão de qualidade exigido pelo mercado internacional tem

dificultado a entrada das MPEs no comércio exterior, principalmente devido à falta de capital para investir em equipamentos com alto nível tecnológico, funcionários capacitados, etc., que permita melhorar os padrões de qualidade.

Em segundo lugar foram citadas as barreiras/subsídios e o atraso tecnológico de grande parte de nossas empresas, com 17%. Barreiras estas impostas pelos países ricos aos produtos das nações em desenvolvimento, sobretudo na agricultura, que segundo o relatório “*World Development Indicators 2003*”, publicado pelo Banco Mundial (BIRD), é um dos grandes obstáculos à realização dos objetivos de redução global da pobreza³⁰.

A falta de informações e o alto custo do frete foram outras dificuldades citadas pelas empresas pesquisadas. A quantidade e qualidade de informações é um fator importante para iniciar o processo de exportação. O conhecimento de linhas de crédito, incentivos governamentais, conhecimento do mercado de destino, até especificações do produto são fatores que podem diminuir a probabilidade de fracasso no comércio exterior.

Gráfico 25 – Principais dificuldades ao ingresso nas exportações



Fonte: Pesquisa de campo do autor

Na fase de consolidação das exportações, a concorrência está presente no maior número de empresas quando apontam as maiores dificuldades associadas à atividade exportadora para as MPEs Pernambucanas. Cerca de 41% de todas as empresas pesquisadas

³⁰ Fonte: SECEX/DEPLA/COPEM.

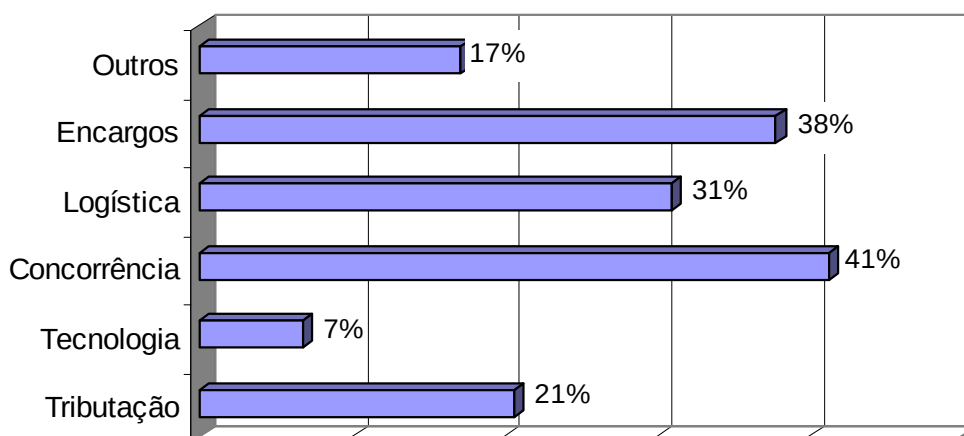
consideram a disputa com empresas de todo o mundo pelo mercado global como sendo um fator de dificuldade para a consolidação de suas exportações. Quanto mais concorrentes, mais exigentes ficam os clientes, tornando o mercado ainda mais competitivo.

Os encargos que envolvem o processo de exportação foram indicados por 38% das empresas, como uma das variáveis que mais atrapalham as exportações. Principalmente devido à problemática da logística de Pernambuco e as altas taxas do porto de Suape, chegando a ponto de empresas estarem exportando através dos portos de Fortaleza e Bahia, por se tornarem mais barato comparativamente ao Porto de Suape.

No comércio internacional, onde as vendas são feitas entre empresas muito distantes fisicamente, toda a movimentação, desde a embalagem até a entrega da mercadoria, deve ser um diferencial competitivo para ganhar mercado.

Pernambuco, mais especificamente o Porto de Suape, detém um grande diferencial de localização, principalmente pela proximidade com a União Européia. Porém este diferencial está sendo perdido devido à falta de condições da logística interna do Estado. Na pesquisa a logística foi mencionada por 31% das empresas como uma das dificuldades no processo de exportação.

A falta de uma malha ferroviária ligando o sertão ao porto de suape, o estado precário de grande parte das rodovias de Pernambuco, a dificuldade de fechar um container, a falta de tecnologia da informação aplicada à logística, estão entre os principais problemas logísticos das empresas exportadoras de Pernambuco.

Gráfico 26 – Dificuldades no processo de exportação

Fonte: Pesquisa de campo do autor

6.7 – Conclusões

Este capítulo apresentou os resultados da pesquisa de campo realizada nas MPEs de Pernambuco que exportaram consecutivamente nos anos 2001/02/03.

Os resultados obtidos parecem mostrar que os objetivos propostos foram atingidos, traduzindo a realidade das micro e pequenas empresas exportadoras de Pernambuco, identificando o perfil para aquelas que nos últimos anos estiveram exportando.

No primeiro momento as empresas da amostra foram classificadas, em sua maioria, de pequeno porte, sua gerência é familiar, empresas com menos de 10 anos de vida e do setor primário da economia.

No segundo momento foi comprovada a importância da qualificação do profissional ligado diretamente à exportação para o sucesso dessas empresas.

Posteriormente foi analisado o processo de exportação, onde quase 90% exportam diretamente, 47% exportam mensalmente, os EUA é o país de maior destino das exportações, 72% das empresas exportam há menos de 10 anos, os tigres asiáticos são os países de origem da maioria dos nossos concorrentes.

Para 49% das empresas pesquisadas a remessa antecipada é a forma de receber suas exportações, enquanto 80% das vendas são feitas na condição FOB.

O transporte marítimo é utilizado por 66% das empresas para exportar e 76% consideram o lucro como a maior contribuição das exportações para sua empresa. Por outro lado 77% disseram que o processo de exportação influencia na tomada de decisão gerencial, 64% das MPEs pesquisadas conhecem algum tipo de incentivo governamental e 41% alguma linha de crédito, porém apenas 10 a utilizam.

Finalmente caracterizamos as principais estratégias e as maiores dificuldades para se exportar. O maior medo das empresas pesquisadas é a concorrência que enfrentam; enquanto a estratégia de maior peso no processo de exportação são as parcerias externas para comercializar e distribuir os produtos; a variável preço é a mais relevante estratégia na exportação para essas empresas; a maior dificuldade para a entrada das empresas no comércio internacional é a exigência de qualidade pelos mercados destino; e novamente a concorrência é a dificuldade que precisa ser vencida no processo de consolidação.

7 – CONCLUSÃO E SUGESTÕES

A abertura econômica, a privatização e a desregulamentação da economia impuseram às empresas a necessidade de aumentarem a produtividade e a qualidade de seus produtos. As empresas que não são competitivas perdem espaço, sendo substituídas no comércio internacional pelas mais eficientes ou pelo aumento das importações dos produtos no qual o país é menos eficiente.

A contrapartida desse processo deve ser o aumento equivalente das exportações dos produtos nos quais o país é competitivo. Assim o comércio pode contribuir para equilibrar as contas do setor externo, balança comercial, o crescimento econômico e manter a consistência de longo prazo das políticas econômicas.

O ressurgimento das micro e pequenas empresas no cenário mundial é evidente, tanto no aumento numérico quanto na participação da economia, principalmente na geração de emprego e renda. Abordamos no trabalho diversos exemplos em países de todos os continentes onde o engajamento das MPEs no processo de crescimento econômico e desenvolvimento do país é importante e tem gerado muitos resultados positivos.

Com relação à inserção dessas empresas no comércio internacional, vimos que essas empresas apresentam uma capacidade de crescimento que não pode ser desprezado como fator estratégico no aproveitamento das oportunidades que o comércio internacional oferece para o crescimento e o emprego. E mais uma vez foi exemplificada a colaboração das MPEs nas exportações de países que desenvolveram ações para aguçar a participação dessas empresas, como o caso Italiano.

Além disso, a globalização tem-se tornado um fator chave de crescimento para todos os setores da indústria de um país. Portanto, como grande parte das empresas situadas no Brasil são empresas de micro e pequeno porte, o país não pode desconsiderar esse importante,

promissor e crescente mercado, que tantos empregos diretos e indiretos, impostos, benefícios sociais e receitas gera ano a ano (Dias, 2002).

O governo brasileiro tem demonstrado certa preocupação em colocar as MPEs no processo de exportação. Várias ações foram criadas para viabilizar esta inserção, como o exporta fácil ou a APEX. Porém, ainda é muito pouco o número de MPEs que praticam a exportação e este número ainda é menor quando analisamos os casos de sucesso no mercado internacional.

Os números apresentados na dissertação relatam que o Brasil tem um potencial significativo de crescimento das exportações, principalmente calcadas nas MPEs. Um trabalho de aumento da pauta exportadora, desenvolvimento tecnológico, capacitação da mão-de-obra e principalmente financiamento é primordial para que o Brasil alcance patamares maiores no comércio internacional.

As empresas que mantêm ligações com o exterior claramente têm maior facilidade em absorver as novas técnicas, devido principalmente a maior proximidade com o ambiente onde ocorre à invenção e a propagação tecnológica mundial.

A estratégia para promover a exportação das micro e pequenas empresas (MPEs), está em definir a melhor forma de aproveitar as oportunidades e superar algumas ameaças. A discussão desenvolvida neste trabalho foi dirigida no sentido de identificar as diferentes singularidades dessas empresas; estabelecendo uma reflexão no panorama de viabilidade, como também analisando as diversas dificuldades de entrada e permanência no comércio internacional, inibindo o potencial dessas empresas.

Identificamos através do MDIC as empresas pernambucanas que exportaram consecutivamente nos anos de 2001, 2002 e 2003. Das 118 empresas selecionamos 65 empresas que exportaram até US\$ 1 milhão, após esta seleção contatamos com todas elas através de telefone, e-mail ou visita em loco para identificar as MPEs.

Realizamos uma pesquisa de campo com 29(vinte nove) MPEs de Pernambuco que exportaram nos anos de 2001, 2002 e 2003 consecutivamente, com o objetivo de conhecer o perfil das MPEs de sucesso em Pernambuco, para identificar dificuldades no processo de exportação e quais estratégias estariam sendo mais importante para permanecer no comércio internacional.

Identificamos que a maior parte,(69%), das empresas exportadoras do Estado pesquisadas são pequenas empresas, percebendo assim que as micro empresas tem maior dificuldade de se manter constante no processo de exportação.

Existe claramente uma grande dificuldade das MPEs de se manterem no mercado internacional, sugerindo duas hipóteses: um grande número de empresas que exportam descontinuamente ou um grande número que entra e que sai do mercado internacional.

As micro e pequenas empresas pesquisadas são na sua maioria (56%), do setor primário da economia, destacando-se o setor de fruticultura (uva e manga) e mineração (granito).

Diferentemente do total das exportações pernambucanas envolvendo todas as empresas (micro, pequenas, médias e grandes), em 2003, quando o setor primário obteve 33,2% e o secundário 65,7% das exportações³¹.

Em muito devido à falta de tecnologia ou qualificação de mão de obra, como também aproveitando um diferencial competitivo na região do São Francisco pelo lado positivo.

Outra característica é quanto ao tempo de vida dessas empresas, 64% delas tem até 10 anos de existência, ou seja, são empresas novas que praticamente já nasceram com o direcionamento para o mercado internacional, pois na sua grande maioria mais da metade do seu faturamento advém das vendas externas. Um fator interessante observado é que mais de

³¹ Fonte: SECEX – elaboração Funcex.

50% das empresas exportam mensalmente, ou seja, dentro delas já parece existir uma cultura exportadora.

Analizamos a qualificação dos profissionais responsáveis pelas exportações nessas empresas, o resultado foi uma qualificação acima da média das micro e pequenas empresas brasileiras, isso é importante pois a qualificação profissional tanto dos funcionários de base quanto da gerência é fator preponderante para o sucesso no mercado internacional.

Vimos ao longo da dissertação diversos casos de sucesso abordando o cooperativismo, formação de clusters, etc., como chave para o processo de iniciação das MPEs nas exportações. O resultado que obtivemos da pesquisa nos remete a necessidade de se desenvolver estas associações, pois em 80% das empresas, as exportações são feitas diretamente.

Diante do cenário de competição acirrada, temos necessidade de insistir na criação e disseminação de uma cultura de cooperação, ela é essencial para que empresas do mesmo setor desenvolvam um ambiente de parceria e confiança para obter mais vantagens competitivas e conquistem o mercado internacional.

O SEBRAE já desenvolve ações com o intuito de unir estes empresários pernambucanos para a formação de cooperações, clusters, capacitando-os e minimizando os custos do processo de exportação, assim como divulgando em conjunto seus produtos e participando de feiras internacionais. Porém acredita-se que é preciso criar um processo diferenciado que possa aumentar o campo de ação desses trabalhos.

As exportações das empresas pesquisadas tem como destino, em grande parte, os E.U.A., e a União Européia, mantendo o mesmo perfil das exportações pernambucanas de modo geral. Identificamos que mais de 70% das empresas exportam para mais de 3 países, ou seja, existe uma razoável diversificação de mercado destino, porém apenas 10% dessas

empresas tem mais de 2 clientes em cada país, levando a uma concentração no que se refere a clientes.

A diversificação das exportações é essencial para dar sustentação ao processo de exportação. Através da participação em feiras, ou de missões realizadas pelo SEBRAE, FIEPE, e Governo do Estado pode-se buscar esta diversificação.

A logística do comércio exterior é fator determinante na competitividade das empresas, as empresas pesquisadas utilizam, em sua maioria, o meio marítimo para evacuar suas vendas. As vantagens comparativas da produção, muitas vezes se disseminam até chegar ao cliente devido à cadeia logística. O estado das rodovias estaduais, elevando os custos de frete e os preços praticados no porto de Suape são fatores que muitas vezes eliminam o diferencial competitivo dos nossos produtos.

Um trabalho de melhoria das rodovias, a viabilização de uma ferrovia levando cidades com potencial exportador, como é o caso de Petrolina, a redução dos custos portuários dentre outros, são fatores determinantes para alavancar o crescimento das nossas exportações, principalmente nas micro e pequenas empresas.

A primeira grande dificuldade identificada pela pesquisa realizada é à falta de conhecimento dos programas governamentais para o desenvolvimento das exportações, assim como o desconhecimento e a dificuldade de utilização das linhas de crédito para a exportação. Parece não ser suficiente à criação de incentivos e linhas de crédito, parece faltar à disseminação e tornar fácil o acesso as micro e pequenas empresas para se conseguir alcançar o objetivo do desenvolvimento das exportações. Parece faltar um planejamento mais segmentado e direcionado para cada tipo de empresa, isso poderia contribuir para uma maior inserção dessas empresas no mercado internacional.

Como resultado da pesquisa, acreditamos que é de responsabilidade do governo um programa de incremento da atividade exportadora brasileira, por meio das seguintes atitudes:

- a) informar as empresas (em especial, as micro e pequenas empresas) que não atuam ainda em transações internacionais a importância do mercado externo e o que é necessário para o início da atividade exportadora. A orientação pode ser efetuada por meio de mídia impressa e eletrônica, apoiada pelos órgãos competentes;
- b) para as empresas que já atuam nesse ramo, investir na informação e na criação de subsídios e incentivos à exportação por meio de:

- _ auxílio na divulgação dos produtos e serviços brasileiros no mercado externo, por meio de políticas, órgãos e canais competentes de comunicação e comercialização;
- _ diminuição de impostos e aumento de incentivos para quem deseja exportar produtos e/ou serviços.

Para ambas as situações (empresas que já exportaram ou que nunca exportaram), uma redução do trâmite burocrático se torna um fator-chave para o sucesso de quem deseja participar do mercado externo (Dias, 2002).

A concorrência foi indicada por 40% as empresas pesquisadas como sendo o maior risco na atividade exportadora. O mercado global traz a possibilidade de competição entre empresas de qualquer parte do mundo, aumentando também o nível de exigência dos clientes e a necessidade de inovação e evolução tecnológica da produção.

As parcerias externas na comercialização e distribuição das mercadorias e a fixação do preço de exportação foram apontadas como as mais significativas estratégias utilizadas pelas micro e pequenas empresas para conseguir entrar e se manter no mercado internacional, ou seja, é indispensável para facilitar a entrada no país destino que as empresas tenham alguém nesse país que possa facilitar o processo de venda e distribuição como também o

conhecimento de preços praticados em diversos mercados que facilitem a definição dos seus preços.

A principal dificuldade indicada pelas empresas pesquisadas no processo de exportação foi o padrão de qualidade exigido pelo mercado internacional.

Esses fatos observados mostram que é primordial criar instituições especializadas em treinamento gerencial, controle de qualidade, adequação dos produtos e embalagem, garantias de empréstimos e promoção comercial. O sucesso das micro e pequenas empresas depende muitas vezes do grau de orientação comercial, equipamentos, recursos financeiros e de equipe bem treinada.

O governo deve desenvolver ações direcionadas às MPEs, e trabalhadas de diferentes formas; seja com as empresas que irão iniciar o processo de exportação, para capacitá-las gerencialmente, desenvolvê-las tecnologicamente como também subsidiá-las com linhas de crédito especiais para exportação; ou com as empresas que já estão no mercado e precisam de suporte para diminuir os encargos gerados pela exportação, melhoramento da infra-estrutura logística do comércio exterior brasileiro ou simplesmente municiá-las de informações relativas ao mercado internacional.

BIBLIOGRAFIA

- ABREU, Marcelo de P. **Política Comercial Brasileira: Limites e Oportunidades. O desafio das exportações.** Rio de Janeiro: BNDES, 2002.
- ALBUQUERQUE, L. G. Competitividade em recursos humanos. **Revista de Administração.** São Paulo, v. 27, n. 4, p. 16-29, out./dez.1992.
- ANDRADE, Daniela. Et al. **Ciclo de vida, competição e estratégias em pequenas e microempresas.** REAd – Revista Eletrônica de Administração. Edição 39 Vol. 10 No. 3, mai-jun 2004.
- BAUMANN, Renato (org.). **O Brasil e a economia global.** Rio de Janeiro : Campus : SOBEET, 1996.
- BENKO, Georges. **Economia, espaço e globalização : na aurora do século XXI.** Tradução : Antônio de Pádua Danesi. 2. ed. São Paulo : Hucitec, 1999.
- BILESSIMO, Luciano D. **Instrumento para diagnóstico da expectativa de sucesso da micro e pequena empresa brasileira.** 2002. 164 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.
- BLUMENSCHNEIN, Fernando; Leon, Fernanda L. L. **Uma análise do desempenho e da segmentação do sistema de crédito à exportação no Brasil. O desafio das exportações.** Rio de Janeiro: BNDES, 2002.
- BRUM, Argemiro J. **O Desenvolvimento econômico brasileiro.** Ituí : Unijuí, 1999.
- CACERES, José Joaquim Aparício. **Um modelo de formação de consórcio de exportação como instrumento de inserção de pequenas empresas no mercado internacional.** 2001. 138 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- CHESNAIS, François. **A Globalização e o curso do capitalismo de fim-de-século.** Revista do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, Dezembro 1995.
- DA SILVA, Jader Julio P. **Um modelo de desenvolvimento estratégico: preparando micro e pequenas empresas para utilização de indicadores estratégicos.** 2001. 212 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício; RODRIGUES, Waldemar. **Comércio Exterior – histórias, teorias e práticas.** Campinas : Aliena, 2002.
- DIAS, Adilson L. **Reflexões e ações para internacionalização da pequena empresa brasileira.** 2002. 93f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.
- FONSECA, Roberto Giannetti. **O Brasil e sua imagem no exterior.** Revista Brasileira de Comércio Exterior, nº 76, 2003.

FRISCHTAK, Cláudio R. & PESSOA, Cristina M. S. **Política Industrial e expansão das exportações: uma proposta de ação**. Revista Brasileira de Comércio Exterior, 1999.

GALVÃO, Olímpio José A. **O nordeste e as negociações multilaterais de comércio: do GATT a OMC**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2000.

GALVÃO, Olímpio J. A., Vergolino, José R. O. **O comércio e a inserção competitiva do nordeste no exterior e no Brasil**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2004.

GUIMARÃES, Edson Peterli. **Política de Exportação Brasileira para as Pequenas e Médias Empresas. O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

HIDALGO, Álvaro Barrantes & MATA, Daniel F. G. **Estrutura e Desempenho do Comércio Internacional do Estado de Pernambuco**. Texto para Discussão 466: UFPE, Recife, 2003.

KEEGAN, Warren J. **Princípios de Marketing Global**. São Paulo : Saraiva, 1999.

KRUGMAN, Paul. R & OBSTFELD, Maurice. **Economia Internacional – Teoria e Prática**. São Paulo : Makron Books, 2001.

LEONARDO JR, Maurício Fernandes. **A situação das pequenas e médias empresas brasileiras diante do processo de exportação**. 2002. 103 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

LONGENECKER, Justin G., MOORE, Carlos W. e PETTY, J. William. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia Internacional e Comércio Exterior**. São Paulo : Atlas, 2003.

MARKWALD, Ricardo & PESSOA, Elisa. **Micro e Pequenas Empresas exportadoras: em retrato do período 1997-2002**. Revista Brasileira de Comércio Exterior, no 76, 2003.

MARKWALD, Ricardo. **Intensidade tecnológica e dinamismo das exportações brasileiras**. Revista Brasileira de Comércio Exterior, nº 79, 2004.

MARKWALD, R., PUGA, F. P. **Focando a Política Brasileira de Promoção de Exportações. O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

MELO JUNIOR, José Samuel Miranda. **A inserção das pequenas e médias empresas no comércio exterior: uma abordagem da viabilidade e do desempenho exportador**. 2003. 104f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2003.

MINERVINI, Nicola. **Exportar: competitividade e internacionalização**. São Paulo : Makron Books, 1997.

MOREIRA, Benedicto F. **Bases e fundamentos para uma política de comércio exterior para o Brasil. O novo governo e os desafios do desenvolvimento**. Rio de Janeiro : José Olympio, 2002.

MYINT, Hla. **The “classical theory” of international trade and the underdeveloped countries.** Economic Journal, nº 270, pp. 317-37, jun. 1958.

NEGRI, João Alberto. **Obstáculos ao crescimento das exportações: sugestões para uma política comercial.** Brasília: IPRI, 2003

OLIVEIRA, Djalma de P. R. **Planejamento Estratégico: conceito, metodologia e práticas.** 7ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PASTORE, José. Exportar, empregar ou morrer. **O Estado de São Paulo.** São Paulo, 28 de agosto de 2001.

PETERLI, Edson. **Política de Exportação.** São Paulo: FGV, 2001.

PORTER, Michael. **Competição = On Competition : estratégias competitivas essenciais.** Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro : Campus, 1999.

PROMUS – Azienda Speciali della Câmara di Commercio di Milano per le attività internazionali. **Distritos Industriais: a via italiana para o trabalho e o desenvolvimento.** www.sebraepb.com.br. Acesso em 23 de setembro de 2004.

PUGA, Fernando Pimentel. **Alternativas de Apoio a MPMEs Localizadas em Arranjos Produtivos Locais.** Texto para Discussão 99 : BNDES, 2003

PUGA, Fernando Pimentel. **Experiências de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas nos Estados Unidos, na Itália e em Taiwan.** DEPEC/BNDES. Textos para Discussão nº 75. RJ, fev/2000.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à Economia.** São Paulo : Atlas : 1990.

SALDINI, Renato N. **A pequena empresa.** São Paulo: M.E. Editora, 2001.

SARTI, Fernando. **Internacionalização comercial e produtiva no Mercosul nos anos 90.** 2001. 262f. Tese(Doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

SEBRAE. **Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras: boletim – primeiro semestre 2004.** Rio de Janeiro, 2004.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de mortalidade de empresas no Brasil.** Brasília, 2004.

TACHIZAWA, T. & FARIA, Marília de S.. **Criação de novos negócios: gestão de micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

TOMELIN, Letícia Búrgio. **A formação de consórcios de exportação em Santa Catarina.** 2000. 104 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

THUROW, Lester C. **O futuro do capitalismo – como as forças econômicas de hoje moldam o mundo de amanhã.** Tradução: Nivaldo Montigelli Jr. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

VERGOLINO, José Raimundo & NETO, Aristides Monteiro. **A Economia de Pernambuco no limiar do século XXI: desafios e oportunidades para a retomada do desenvolvimento.** Recife: Ed. Dos Autores, 2002.

VIEIRA, Flávia Regina C. **Dimensões para o diagnóstico de uma gestão estratégica voltada para o ambiente de empresas de pequeno porte.** 2002. 213 f. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

APEX. Disponível na internet no endereço <http://www.apex.org.br>. Consulta realizada em 13 de agosto de 2004.

SEBRAE. Disponível na internet no endereço <http://www.sebrae.com.br> Consulta realizada em 23 de setembro de 2004.

ANEXO

ANEXO I
QUESTIONÁRIO PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE
PERNAMBUCO

Sobre a empresa

- 1 - Qual o número de funcionários? ☐ De 01 a 10 ☐ De 11 a 20
☐ De 21 a 30 ☐ De 31 a 40 ☐ Mais de 40
- 2 - Esta é uma empresa de gerencia familiar? ☐ Sim ☐ Não
- 3 - Que tipo de setor a empresa atua? _____
- 4 - Há quantos anos ela existe? ☐ Entre 1 e 5 ☐ Entre 6 e 10 ☐ Entre 11 e 15
☐ Entre 16 e 20 ☐ Mais de 20
- 5 - Qual a quantidade de sócios? ☐ Um ☐ Dois ☐ Três ☐ Mais de três
- 5 - Existe um departamento específico para as exportações? ☐ Sim Qual? _____ ☐ Não
- 6 - Utiliza estagiários na área de Comércio Exterior? ☐ Sim ☐ Não

Sobre o Sócio-Gerente (entrevistado)

- 7 - Possui curso superior? () Sim Qual?_____ () Não
- 8 Possui especialização? () Sim () Em que?_____ () Não
- 9 Fez algum curso ou treinamento em exportação?()Sim ()Qual?_____()Não
- 10 Idade () anos Sexo () Masculino () Feminino
- 11 Tem vivência internacional? () Sim () Não
- 12 Domínio de idiomas? () Sim Qual (s)?__Japão_____ () Não

Responsável pelas exportações

- 13 Possui curso superior? () Sim Qual?_____ () Não
- 14 Possui especialização? () Sim () Em que?_____ () Não
- 15 Fez algum curso ou treinamento em exportação?()Sim ()Qual?_____()Não
- 16 Idade () anos Sexo () Masculino () Feminino
- 17 Tem vivência internacional? () Sim () Não
- 18 Domínio de idiomas? () Sim Qual (s)?_____ () Não
- 19 Já trabalhou com exportações em outras empresas? () Sim () Não
- 20 Se sim, os produtos têm relação com os atuais? () Sim () Não

Sobre os produtos

1 - Qual (s) o (s) seu (s) produto (s)? _____

2 - Como é feita a exportação desse produto (associação, cooperativa, direta, etc.)? _____

3 - Qual a periodicidade das exportações?

☐ Mensal ☐ Trimestral ☐ Anual ☐ Outra _____

4 Para qual (s) país (s) é (são) exportado (s)? _____

5 Qual o motivo da escolha desse(s) País(es)? _____

6 Quantos Clientes você tem desse produto nesse país? _____

7 Quais as variáveis relevantes para a estratégia de exportação? ☐ Preço ☐ distribuição e marketing no mercado local ☐ parceria com produtores locais ☐ Adaptação dos produtos

8 Há quanto tempo exporta este (s) produto (s)?

☐ Entre 1 a 5 anos ☐ Entre 6 a 10 anos ☐ Entre 11 a 15 anos ☐ Mais de 15

9 Quais as principais dificuldades para exportar este produto?

☐ Tributação	País _____
☐ Tecnologia	País _____
☐ Concorrência	País _____
☐ Logística	País _____
☐ Encargos	País _____
☐ Outros _____	País _____

10 Qual a maior dificuldade encontrada para entrar no mercado internacional?

☐ Padrão de qualidade ☐ Barreiras/subsídios ☐ Prioridade às exportações

☐ Atraso tecnológico ☐ Outra Qual? _____

11 Que região de origem de seus principais concorrentes?

☐ UE ☐ EUA ☐ Tigres Asiáticos ☐ Os países do Mercosul
☐ Outras ☐ Quais? _____

12 Qual a forma de recebimento?

☐ Remessa antecipada ☐ Remessa sem saque ☐ Cobrança ☐ Carta de crédito
☐ Outras Quais? _____

13 Qual a condição de venda?

☐ FOB ☐ CIF ☐ CFR ☐ Outras Quais? _____

14 Qual o meio utilizado para as exportações?

☐ Aéreo ☐ Marítimo ☐ Rodoviário ☐ Ferroviário ☐ Correios
☐ Outros Qual? _____

15 Qual o volume exportado do produto?

Produto	Volume em US\$
_____	_____

Exportação

1 - Qual a maior contribuição da exportação para a empresa?

- ☐ Conhecer tendências de mercado ☐ Volume de mercado ☐ Lucro
☐ Compensação do mercado interno ☐ Conhecer novas tecnologias
☐ Outras Quais? _____

2 – A exportação tem influência na tomada de decisão da sua empresa? ☐ Sim ☐ Não

3 – Qual as maiores dificuldades na exportação?

- ☐ falta de informações/regras para entrada no mercado
☐ procedimentos burocráticos/administrativos
☐ acesso às informações comerciais (mercado, concorrência, etc)
☐ requisitos exigidos para produtos e processos

3 – - Conhece algum tipo de incentivo governamental?

- ☐ Sim Qual? _____ ☐ Não

4 – Tem conhecimento de alguma linha de crédito para exportação? ☐ sim: _____ ☐ não

5 – Utiliza alguma linha de crédito para exportação? ☐ sim: _____ ☐ não

6 – Se utiliza, qual a importância para dela para o sucesso da exportação?

- ☐ muito importante ☐ importante ☐ razoável ☐ pouco importante

7 – Você utiliza o seguro de crédito ‘a exportação? ☐ sim ☐ não

8 - Qual o maior risco enfrentado na atividade exportadora?

- ☐ Concorrente ☐ Inadimplência ☐ Baixa rentabilidade ☐ Outro _____

9 – Qual a(s) maior(es) problemas em relação aos meios de transporte e logística para exportação?

10 Qual o principal atributo para conseguir exportar?

- ☐ Seguir normas de qualidade específicas
☐ Constituir parceiros externos no campo de comercialização/distribuição.
☐ Desenvolver linhas de produtos específicas
☐ Adotar tecnologia de produção específica
☐ participar de rodadas de negociação comercial
☐ Outros _____

11 Qual o volume total exportado (em US\$)?

- ☐ Até 50 mil ☐ De 50 até 250 mil ☐ de 250 até 500mil ☐ + 500 até 1 milhão

12 Qual é o percentual das exportações em relação ao faturamento da empresa?

- ☐ Até 25% ☐ Até 50% ☐ Até 75% ☐ Até 100%

Empresa: _____

Entrevistado: _____