

INCENTIVOS À EXPORTAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DA INDÚSTRIA TÊXTIL

Autor: Thiago Fernandes Nascimento. **Orientador:** Prof. Ms. Sérgio Lex.

RESUMO

Considerando a importância do setor têxtil brasileiro no mundo, encontra-se nas pequenas e médias empresas têxteis uma alternativa ao desenvolvimento econômico e social do país. Assim, este estudo abordou a evolução do setor têxtil no Brasil e como ele está estruturado, as pequenas e médias empresas brasileiras e os tipos de incentivos à exportação, que são as formas de cooperação entre empresas, as linhas de financiamentos e os incentivos fiscais. Também foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa junto a empresários exportadores do setor têxtil e a representantes de entidades empresariais, com o intuito de checar a veracidade das hipóteses sugeridas neste estudo e com o objetivo de analisar a relação entre as pequenas e médias empresas exportadoras da indústria têxtil, os incentivos existentes e as dificuldades e necessidades dessas empresas nos negócios internacionais. Os resultados das pesquisas de campo indicam que os consórcios de exportação não são, aparentemente, utilizados em sua totalidade, que as linhas de financiamento não são adequadas e que os incentivos fiscais são satisfatórios, porém não são totalmente conhecidos por estas empresas.

Palavras-chave: indústria têxtil, pequenas e médias empresas, incentivos à exportação.

INTRODUÇÃO

O parque têxtil brasileiro exerce importante papel no cenário mundial, tendo atingido um faturamento de 22,7 bilhões de dólares em 2003 e uma produção anual de 7,2 bilhões de peças no setor de vestuário. Além disso, as exportações de produtos têxteis em 2003 somaram 1,656 bilhão de dólares, e isto representou 30,7% de aumento comparado a 2002 (Associação Brasileira de Indústrias Têxteis – ABIT, 2004).

A representatividade do mercado têxtil, aliada à necessidade de incentivo às pequenas e médias empresas – PMEs, como forma de aumentar a participação brasileira no comércio mundial, foram os principais motivadores deste estudo. Além disso, para a indústria de confecção, como o segmento que engloba a maior parte das pequenas e médias empresas, e cuja produção cresceu 117% de 1991 a 2001 (ABIT, 2004), a exportação apresenta-se como forma de ampliar o mercado potencial, reduzindo a vulnerabilidade dessas empresas.

Sobre o tema, Markwald e Pessoa (2003) acreditam ser necessário que se conceda maior importância à adoção de iniciativas e de programas destinados ao fortalecimento dos exportadores iniciantes, particularmente dos exportadores prematuros, com o intuito de evitar as desistências ou a descontinuidade na atividade exportadora. Dentre as principais medidas preconizadas pelos autores estão as alianças estratégicas e outras formas de cooperação entre empresas, os financiamentos e os incentivos fiscais à exportação à

Neste estudo, questionou-se qual a relação entre o uso dos incentivos às exportações disponíveis para as PMEs do setor têxtil e o seu desempenho nas exportações. Assim, definiu-se o objetivo de pesquisar como as PMEs da indústria têxtil utilizam os incentivos à exportação existentes, verificando se estes são satisfatórios, e também as dificuldades e necessidades das

mesmas neste processo. As hipóteses de trabalho formuladas foram três: as PMEs têxteis que se organizam sob a forma de consórcios de exportação conseguem melhor desempenho do que se exportassem por conta própria; a utilização de financiamentos disponíveis através das instituições bancárias e órgãos governamentais fazem com que o desempenho das PMEs melhore; e os incentivos fiscais disponíveis não permitem melhoria significativa no desempenho exportador das PMEs do setor têxtil.

Foram abordadas, neste estudo, as várias formas de incentivo à exportação e de cooperação entre empresas que estão sendo adotadas pelas pequenas e médias do setor têxtil.

Na coleta de dados, foram consultadas as PMEs têxteis exportadoras participantes de consórcios de exportação e as que exportam por conta própria. Assim, foram verificadas quais as dificuldades e limitações destes dois grupos de empresa e a adaptação dos incentivos para vencer estas dificuldades, com o intuito de permitir o efetivo aumento das exportações do setor têxtil brasileiro.

REFERENCIAL TEÓRICO

As políticas econômicas e cambiais adotadas desde o início da década de 90 afetaram sobremodo o mercado têxtil em relação às exportações e importações, não só no que tange ao comércio exterior como também toda a estrutura do parque industrial têxtil e de confecções. As grandes empresas, expostas à competição internacional estavam mais preparadas às novas condições do mercado. No entanto, as pequenas e médias empresas foram amplamente atingidas pelo aumento das importações, principalmente de produtos provenientes dos países asiáticos.

De 1990 a 1994, apesar das incontáveis medidas que o Governo tomou, tentando conter a inflação, o setor têxtil conseguiu apresentar importantes superávits comerciais. Entretanto, a partir de 1994, após a implantação do Plano Real e a conseqüente valorização da moeda nacional, as importações foram favorecidas, iniciando-se um período de déficits da balança comercial. De 1994 para 1995 as importações aumentaram 100% e as exportações se mantiveram praticamente estáveis nesse período.

O déficit comercial atingiu o ápice em 1997: de 1994 a 1997 as exportações diminuíram 10%, enquanto as importações cresceram 80%. No entanto, como pode ser acompanhado na **Tabela 1**, a abrupta desvalorização do real em 1999, desestimulou as importações e a balança comercial do setor têxtil, acompanhando o resultado comercial do país, voltou a apresentar superávit a partir de 2001.

TABELA 1 - BALANÇA COMERCIAL TÊXTIL - 1990 a 2003

(em US\$ 1.000.000)

ANO	EXPORTAÇÃO	IMPORTAÇÃO	SALDO
1.990	1.248	463	785
1.991	1.382	569	813
1.992	1.491	535	956
1.993	1.382	1.175	207
1.994	1.403	1.323	80
1.995	1.441	2.286	-845
1.996	1.292	2.310	-1.018
1.997	1.267	2.416	-1.149
1.998	1.113	1.923	-810
1.999	1.010	1.443	-433
2.000	1.222	1.606	-384
2.001	1.306	1.233	73
2.002	1.185	1.033	152
2.003	1.656	982	674

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio - MDIC, 2004

Analisando-se o comércio exterior brasileiro de produtos têxteis por regiões mundiais, o Ministério da Indústria e do comércio destaca que o Brasil exporta mais para os países da América do Norte e da América Latina, com 69,70% do total de exportações em 2002, e importa mais dos países asiáticos, com 49,40% do total de importações feitas no mesmo ano (MDIC, 2004). Segundo a mesma fonte, os itens de confecção respondem por 37,64% do total exportado em 2003, com ênfase nos produtos de cama, mesa e banho, com 18,23% do total. Os itens de tecidos vêm em segundo lugar, com 19,12%, com destaque para os tecidos de algodão, 14,47%.

Sobre a organização do mercado têxtil mundial, as indústrias têxteis e de confecções passaram de um regime de mercado vendedor para mercado comprador. A questão da relação com o consumidor tornou-se o ponto crucial na competição pelos mercados têxteis. Os países desenvolvidos foram se desfazendo gradualmente das operações de menor valor agregado e passaram a se concentrar mais nas atividades de *marketing*, *design* e desenvolvimento de produtos, terceirizando a produção.

Desistindo de concorrer nas faixas dominadas pelos artigos de pequeno valor agregado provenientes, em sua maioria da Ásia, Guimarães (2002) indica que estes países se especializaram em nichos de maior rendimento. Eles apostaram em técnicas de diminuição do tempo de concepção, produção e comercialização dos artigos têxteis, de modo a permitir que a produção fosse “puxada” pelas demandas voláteis da moda que passaram a predominar neste setor. Nesse novo contexto, as cadeias produtivas têxteis passaram a serem comandadas pelos compradores. Os grandes varejistas, os comercializadores e os fabricantes de marcas globais desempenham papéis centrais, organizando redes de produção descentralizadas.

As cadeias comandadas pelo comprador não derivam da escala, do volume e dos avanços tecnológicos, mas sim de combinações únicas de pesquisa de mercado, *design*, vendas, comercialização e serviços financeiros de alta qualidade. Neste contexto, o papel das pequenas e médias empresas na transformação e no incremento das exportações brasileiras tem sido expressivo. Porém, quando exportam, tendem, em geral, a deixar com o importador a gerência de suas exportações. A pequena e média empresa, geralmente, não suporta os custos envolvidos na colocação de sua produção em linha com os requisitos do mercado internacional. Assim, com frequência elas se deparam com dificuldades para especificar o seu produto de exportação, fixar o melhor preço e cuidar da distribuição no mercado externo. (GUIMARÃES, 2002)

É importante ressaltar as inúmeras dificuldades e problemas, tanto de ordem financeira como técnico-organizacional e gerencial, que as PMEs devem superar, a fim de que possam tornar-se viáveis e competitivas, em face da tendência de globalização das economias nacionais e regionais, principalmente no caso dessas empresas atuarem de forma isolada em seus respectivos mercados. (AMATO NETO, 2000)

Vários elementos, entre os quais as reduzidas dimensões produtivas, a frequentemente limitada capacidade financeira, a escassa disponibilidade de investir em Pesquisa e Desenvolvimento e as carências operativas sobre a comercialização dos produtos, representam os fatores discriminantes neste processo de internacionalização, levando a reavaliar a opção da colaboração. Na maior parte das hipóteses, de fato, somente mediante o instrumento das alianças pode-se aspirar a inserir-se em um espaço realmente internacional, de forma rápida e com um empenho de recursos relativamente contidos. (PEREIRA NETO, 1995)

Algumas dessas características como: o poder de negociação, a imagem dos produtos, o crescimento dos mercados externos, a representatividade internacional, a distribuição dos produtos no seu país-destino, e outros, segundo Amato Neto (2000), ganham forças em

estratégias definidas por ações compartilhadas por pequenas e médias empresas com intersecções de objetivos no mercado estrangeiro.

Nota-se, conforme dados elaborados pela Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior – Funcex, em estudo desenvolvido por Makwald e Pessoa (2003), que as micro e pequenas empresas exportadoras representam mais de 70% do total de exportadores brasileiros, mas respondem por menos de 14% das exportações totais do país. Essa participação se reduz para pouco mais de 5% com a exclusão de um seletivo grupo de pouco mais de 200 empresas, constituído principalmente por *trading companies* e outras MPEs altamente exportadoras. A rigor, a MPE “típica” exporta apenas US\$ 40 mil/ano. A comparação com as empresas de porte médio e grande salienta algumas diferenças importantes: as MPEs enfrentam maior dificuldade para sustentar um desempenho exportador continuado, são tecnologicamente mais frágeis e destinam uma parcela maior de suas vendas externas aos mercados vizinhos.

As alianças estratégicas e as formas de cooperação entre empresas, como *franchising*, consórcio de exportação, *joint ventures*, fusões e aquisições e *clusters* regionais se apresentam como ferramentas para a exportação das PME, segundo Malkwald e Pessoa (2003). Essas alianças são derivadas das dificuldades enfrentadas por determinados segmentos produtivos para reagir espontaneamente à intensificação da concorrência internacional, incendiada tanto pela globalização econômica quanto pelo processo de abertura comercial, a adesão da política nacional foi essencial para o sucesso destes.

No setor têxtil, em segmentos ligados às PME, como as confecções e as malharias, o sistema mais usado de associação tem sido o Consórcio de Exportação. Segundo INFORME Banco do Brasil S.A., edição 32, “as pequenas e médias empresas começam a perceber as vantagens da participação em consórcios de exportação”. Isso porque, devido à competitividade internacional, o exportador necessita de iniciativas como a articulação dos integrantes da cadeia produtiva.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo analisou as pequenas e médias empresas - PME exportadoras do setor têxtil localizadas na cidade de São Paulo. Foram verificados quais os incentivos utilizados para exportação destas empresas e quais as dificuldades para a alavancagem de suas exportações.

Com base nas informações pesquisadas para compor o Referencial Teórico deste estudo, verificou-se que as PME têxteis exportadoras têm perfis semelhantes. O potencial exportador das PME têxteis e a importância do desenvolvimento das PME para a Indústria Têxtil brasileira, tanto com relação ao incremento das exportações do país quanto com relação à geração de empregos, levaram ao seguinte problema de pesquisa: **qual é a relação entre o uso dos incentivos às exportações disponíveis para as PME do setor têxtil e o seu desempenho nas exportações?**

O objetivo geral desta pesquisa foi identificar o uso que as PME têxteis da cidade de São Paulo fazem dos incentivos à exportação existentes e quais as dificuldades e necessidades dessas empresas na exportação.

Para alcançar este objetivo geral, foi necessário atender a objetivos específicos tais como: conhecer as PME têxteis brasileiras atuantes no mercado internacional; verificar a influência dos diferentes tipos de incentivo nas exportações das PME têxteis, identificando as possíveis melhorias de desempenho destas empresas após o uso desses incentivos.

Como variáveis independentes foram considerados os três tipos de incentivos às exportações das PME, mais citados pelos autores consultados: cooperação entre empresas,

financiamentos à exportação concedidos por instituições financeiras e pelo Governo Federal, e incentivos tributários concedidos às empresas exportadoras, buscando reduzir a carga tributária incidente sobre o preço do produto.

Dentre as diferentes formas de cooperação entre empresas (as alianças estratégicas, consórcios de exportação, *joint ventures*, *clusters* regionais, *franchising*, fusões e aquisições), o presente estudo focou seu direcionamento nos Consórcios de Exportação, que é o recurso de associação entre empresas mais utilizado pelas PMEs têxteis (MALKWALD e PESSOA, 2003). Considerou-se adicionalmente que na cidade de São Paulo está o maior consórcio para exportação da área têxtil, composto por 49 empresas que exportam ativamente, chamado Tropical Spice.

Entre os financiamentos à exportação, foram analisadas todas as possibilidades disponíveis aos exportadores brasileiros, desde os mais comumente utilizados pelas PMEs, como Adiantamento sobre Contrato de Câmbio - ACC e Adiantamento sobre Cambiais Entregues - ACE, até os financiamentos de prazos mais longos, como o Programa de Financiamento às Exportações - PROEX, do BNDES, o Exim Pré-embarque e o Exim Pós-embarque do BNDES. Além disso, analisou-se o Seguro de Crédito à Exportação - SCE como forma de incentivo à exportação, pois permite ao exportador negociar seu produto com garantia de pagamento pela seguradora, auxiliando na prevenção de um não-pagamento da operação por parte do importador.

Os incentivos tributários foram distribuídos entre isenção, suspensão e manutenção do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços - ICMS e do Imposto sobre Produto Industrializado - IPI, bem como a isenção da taxa relativa ao Programa de Integração Social - PIS e da Contribuição para Financiamento à Seguridade Social - COFINS. Os demais impostos não comportam qualquer tipo de isenção ou benefício ao exportador.

Estes três fatores influenciaram diretamente a variável dependente considerada, que é o desempenho das exportações das PMEs têxteis da cidade de São Paulo. Para se avaliar o desempenho de exportação, este estudo considerou a variação do volume exportado pelas empresas após a ocorrência de algum dos três tipos de incentivo, de acordo com a visão dos entrevistados. Assim, tentou-se considerar, nas entrevistas realizadas, questões que permitissem obter conclusões para cada tipo de incentivo à exportação disponível, verificando se ele é satisfatório e melhora muito o desempenho da empresa, se ele é satisfatório e melhora o desempenho da empresa, se é indiferente e não melhora o desempenho da empresa ou se não é satisfatório e não melhora o desempenho da empresa.

Para a condução da pesquisa, foram consideradas como hipóteses:

- As PMEs têxteis que se organizam sob a forma de consórcios de exportação conseguem melhor desempenho do que se exportassem por conta própria;
- A utilização de financiamentos disponíveis através das instituições bancárias e órgãos governamentais contribuem para que o desempenho das PMEs melhore;
- Os incentivos fiscais disponíveis não contribuem para a melhoria no desempenho exportador das PMEs do setor têxtil.

Com base no problema de pesquisa e nos objetivos definidos, usou-se como base para a obtenção dos dados uma pesquisa exploratória, valendo-se de método qualitativo. Considerando as observações de Denzin e Lincoln (1998), percebeu-se que a estratégia da fenomenologia, que verifica o significado de um fenômeno baseado nas experiências do entrevistados, pôde trazer grandes contribuições ao estudo, já que utiliza como método de obtenção de dados as conversas e transcrição de experiências pessoais, coletados através de entrevistas em profundidade e com uma amostra relativamente pequena.

Escolheu-se o método qualitativo porque, além de se tratar de um universo pequeno de PMEs têxteis exportadoras, esse método permite que os entrevistados possam expor, com liberdade, seus progressos, suas inovações, suas dificuldades e suas sugestões para que o processo seja facilitado, projetando um avanço em todos os setores envolvidos na cadeia produtiva. Outros fatores que favoreceram a escolha do método qualitativo são as diferenças que existem nas estruturas das empresas, as diferenças em sua forma de atuação no mercado interno e no mercado externo, e nas diferenças entre os motivos que levaram as empresas a exportarem seus produtos.

Elaborou-se para a coleta das informações nas empresas, um roteiro para entrevista qualitativa guiada. Assim, utilizou-se uma entrevista semi-orientada que permitisse ao entrevistado, ao mesmo tempo em que abordasse os temas e assuntos relevantes ao objetivo da pesquisa, dar suas opiniões e pontos de vista com relativa liberdade. Isso fez com que a teoria apresentada durante o Referencial Teórico fosse questionada durante as entrevistas, de modo a verificar o real conhecimento e a realidade das PMEs com relação à integração e cooperação entre empresas, os tipos de financiamentos à exportação existentes e os incentivos tributários às empresas exportadoras.

Sobre as empresas pesquisadas, destacou-se que todas estão agrupadas no ramo de malharia e confecções e possuem estrutura de quadro de funcionários e faturamento parecidos. Essas informações permitiram traçar, através da análise das informações e dados coletados, um perfil e levantar as opiniões convergentes desse tipo de empresa.

Assim, o universo da pesquisa foi composto pelos profissionais responsáveis pelas decisões de Comércio Exterior nas empresas do setor têxtil, com maior ênfase nas pequenas e médias, além de promotores de consórcios de exportação, instituições ligadas ao setor têxtil, como a Associação Brasileira das Indústrias Têxteis - ABIT, principal responsável pelas conquistas da indústria têxtil como eliminação das quotas têxteis na União Européia e criação do Programa Estratégico para exportações da Cadeia Têxtil – TEXBRASIL, e órgãos governamentais ligados à área têxtil e que estejam em contato direto com as empresas que são alvo da pesquisa.

Foram obtidas oito entrevistas, concedidas por profissionais na área de Comércio Exterior representando empresas têxteis exportadoras e entidades e instituições que estejam em contato com essas empresas. A amostra foi formada por dois dirigentes da ABIT, identificados como entrevistados A e B; por dois dirigentes de empresas que exportam através de departamentos próprios de comércio exterior, identificados por C e D, por um especialista em comércio exterior que assessora empresas têxteis, que corresponde ao entrevistado E, por um dirigente representante do Consórcio de Exportação Tropical Spice, entrevistado F; e por dois sócios proprietários de empresas que participam do Consórcio de Exportação Tropical Spice, entrevistados G e H. Todos os entrevistados representam empresas e entidades localizadas na cidade de São Paulo, mais especificamente nas regiões do Brás e Bom Retiro, que representa um importante *cluster* regional do comércio têxtil do Estado de São Paulo

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas em profundidade abrangendo a amostra anteriormente mencionada e com a utilização de gravador para o armazenamento dos dados. As entrevistas foram transcritas para serem analisadas.

Considerando os estudos de Patton (1990), definem-se três tipos de entrevistas qualitativas: a conversa informal, na qual são feitas questões espontâneas, sem roteiro pré-determinado; a entrevista guiada, na qual é elaborada uma espécie de *checklist* supondo que todos os entrevistados podem abordar temas comuns, porém com o entrevistador tendo total liberdade na seqüência de questões e temas a serem abordados; e entrevista padrão, na qual as

questões são cuidadosamente elaboradas e são realizadas as mesmas questões na mesma seqüência para todos os entrevistados.

Analisando estes apontamentos, a opção de entrevista qualitativa que melhor atendeu as exigências dos entrevistados e do objetivo do estudo foi a entrevista guiada, já que permitiu que fossem abordados os tópicos principais da pesquisa, relacionados no *checklist*, e ainda assim deu liberdade para que os entrevistados fornecessem opiniões particulares que poderiam enriquecer os dados coletados.

Sobre este mesmo tema, Queiroz (1991) afirma que na entrevista com roteiro, ou semi-orientada, o entrevistador (ou pesquisador) segue caminho pré-determinado, porém não necessita dominar o assunto que será abordado, tomando a precaução apenas de impedir que a entrevista siga rumos diversos. Seria necessário, então, “dosar as intervenções”, utilizando-se do roteiro para administrar os assuntos a serem abordados e impor estes assuntos ao entrevistado.

Conforme opina Queiroz, este tipo de entrevista têm sido preferida ao diálogo, pois permite que se colete os dados desejados e concede maior liberdade ao informante. Além disso, a postura neste tipo de entrevista é de dominação, porém uma “dominação camuflada, que tende a dar ao informante a impressão de que ele detém pelo menos alguma liberdade na condução da fala”.

Assim, realizou-se entrevista qualitativa guiada, orientada por roteiro, em que o entrevistador permite ao entrevistado liberdade de expor suas idéias e experiências, podendo intervir para impor os assuntos que serão abordados. O entrevistado falará mais que o entrevistador, porém este terá o controle sobre toda a entrevista.

Esse controle obtido pelo entrevistador, através da elaboração do questionário ou roteiro, já realiza o papel de uma primeira delimitação tanto da realidade do informante, que deve necessariamente fazer parte da amostra da pesquisa, quanto das suas possíveis respostas.

Coletadas as informações nas entrevistas, foi necessário transcrevê-las para permitir a análise e tratamentos dos dados. Esta fase é o que Bardin (1977) chama de “preparação do material”. Foram utilizadas nesta etapa do processo, informações contidas principalmente na publicação de Queiroz (1991) na transcrição dos dados e Bardin (1977) na separação dos dados e posterior análise.

Foi definido neste estudo por “transcrição”, conforme Queiroz, “a reprodução, num segundo exemplar, de um documento, em plena e total conformidade com sua primeira forma, em total identidade, sem nada que o modifique”. Assim é importante que a transcrição seja feita pela mesma pessoa que conduziu a entrevista, considerando que, através de seus apontamentos, ele possa conferir maior riqueza de detalhes e manter o mesmo sentido das palavras e frases usadas pelo informante. Segundo Queiroz, “ouvir e transcrever a entrevista constitui, para ele (transcritor), um exercício de memória em que toda a cena é revivida”.

Considerada neste estudo a primeira etapa para a análise dos dados, a separação nos depoimentos dos “acontecimentos” e “avaliações” de cada entrevista ocorre para a distinção, como aborda Queiroz, dos “temas principais, tanto da narrativa objetiva quanto das reflexões e opiniões”. Nesta fase é necessária a “limpeza” do texto, eliminando as repetições e paráfrases, e a seleção dos temas principais para o estudo presentes na narrativa.

Esta “análise temática” também é abordada por Bardin (1977) que define esta fase como a busca de “núcleos de sentido” inseridos nas opiniões do entrevistados e cuja “frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido”.

Uma vez feito isso, buscou-se verificar, tanto nos “acontecimentos” quanto nas “avaliações”, os temas que se inserem nas variáveis independentes do estudo, como as opiniões

sobre os tipos de incentivo à exportação utilizados pela empresa, e temas ligados as dificuldades das PMEs para exportar.

O método utilizado para a análise dos dados resulta de uma adaptação da “análise de asserção avaliativa” elaborada por Osgood (in BARDIN, 1977). Nesta adaptação, foram consideradas as duas características presentes nas atitudes dos entrevistados: a direção e a intensidade. A direção indica que “a opinião pode ser positiva ou negativa”, dentro da divisão dos temas realizada na etapa da separação dos dados. A intensidade “demarca a força ou o grau de convicção expressa”.

Foram, assim, enumerados os temas relevantes ao estudo e separadas as opiniões de cada entrevistado dentro destes temas, procurando, a partir destes dados agrupados nos seus respectivos temas, serem analisados e correlacionados. O processo descrito acima representa uma adaptação do que Bardin (1977) chama de “categorização”.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

À medida que as entrevistas foram sendo feitas e transcritas, foi sendo feita a análise dos dados, com a aplicação da técnica de análise de conteúdo, seguindo as recomendações de Bardin (1977). A técnica permitiu que se identificassem as a opinião e as atitudes dos entrevistados, dentro dos temas em que suas respostas foram agrupadas em quatro níveis distintos, aplicáveis a cada um dos incentivos às exportações das PMEs:

- O incentivo à exportação é satisfatório e melhorou muito o desempenho da empresa;
- O incentivo à exportação é satisfatório e melhorou o desempenho da empresa;
- O incentivo à exportação é indiferente e não melhorou o desempenho da empresa;
- O incentivo à exportação não é satisfatório e não melhorou o desempenho da empresa.

A análise permitiu notar que os entrevistados das empresas exportadoras não associadas a consórcios de exportação, C, D e E, tendem a ter a mesma opinião sobre os mesmos temas abordados. Os entrevistados D e E consideram que os financiamentos à exportação não são satisfatórios às pequenas e médias empresas, apesar das exportações representarem cerca de 50% do faturamento total das suas empresas. Estes consideram que a tendência do mercado é de que as pequenas e médias empresas se associem ao iniciarem as suas exportações e, ao passo que adquirem experiência, façam exportação por conta própria.

Os entrevistados C, D e E consideram que os incentivos fiscais são satisfatórios às atividades exportadoras das empresas. Estes mesmos entrevistados estão muito seguros de que a melhor forma de exportar é por conta própria, e julgam que as feiras e exposições internacionais são muito importantes para as empresas estabelecerem contatos no exterior, e que os benefícios concedidos pelo Governo às grandes empresas do setor são equivalentes aos concedidos às pequenas e médias.

Por sua vez, os entrevistados F, G e H, de empresas exportadoras associadas a consórcios, têm a mesma opinião no que diz aos financiamentos para exportação, consideram que os financiamentos não ajudam as pequenas e médias empresas. Isso reforça o que o sentimento de que as grandes empresas recebem maior favorecimento em relação aos incentivos disponíveis. Estes entrevistados também estão certos de que os incentivos fiscais concedidos pelo Governo não são satisfatórios, exceto ressalvas feitas pelo entrevistado G que vê alguns pontos positivos em relação aos incentivos decorrentes da isenção do imposto ICMS.

De maneira contrária aos entrevistados C, D e E, os entrevistados F, G e H têm a convicção de que exportar através do consórcio entre empresas é a melhor forma para obter espaço no mercado externo.

CONCLUSÕES E RESTRIÇÕES

A primeira hipótese aventada supõe que as PMEs têxteis que se organizam sob a forma de consórcios de exportação conseguem melhor desempenho do que se exportassem por conta própria. A análise das pesquisas permite constatar que os consórcios de exportação parecem não exercer suas funções na totalidade, como era de se esperar que acontecesse, para justificar a sua existência. Os consórcios não incentivam a exportação como algo que deveria ser preponderante para os negócios dos seus consorciados. Há empresas consorciadas que exportam muito mais sem a utilização do nome do consórcio, porém utilizam apenas da sua estrutura para facilitar os procedimentos burocráticos. Verificou-se que o consórcio de exportação é utilizado também para assessorar as empresas e não pelo seu objetivo maior que é o de promover a sinergia do grupo e aumentar a sua competitividade, reduzindo os custos de produção, tempo e os custos da internacionalização. As empresas de pequeno e médio porte que exportam por conta própria, ao contrário do que afirma a hipótese desse estudo, mantêm bom desempenho em suas exportações até superior ao das empresas consorciadas. Constatou-se com segurança que o consórcio de exportação ajuda a PME têxtil a iniciar, a manter e a aumentar suas exportações. Quando a empresa adquire conhecimentos e experiência para se manter por conta própria, a empresa abandona o consórcio e passa a atuar de forma independente.

O consórcio de exportação parece, então, não cumprir seu papel de integrar as empresas para criar sinergia e alavancar as exportações. Essa constatação decorre da falta de informações e de conhecimentos sobre o assunto demonstrado pelo empresariado do setor têxtil, que, em geral, também não compreende os benefícios da internacionalização das suas empresas. A análise comercial e o planejamento estratégico estão pouco presentes na administração das PMEs e, por consequência, visão a longo prazo é distorcida. Esta conclusão é reforçada pela atitude da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção – ABIT, que desenvolve um programa chamado TexBrasil, cujo objetivo principal é disseminar a cultura exportadora nas PMEs têxteis.

A segunda hipótese avaliada no estudo pressupunha que a utilização de financiamentos disponíveis das instituições bancárias e órgãos governamentais faz com que o desempenho exportador das PMEs melhore. De acordo com as análises do conteúdo das entrevistas, pôde-se constatar que as linhas de crédito existentes ajudam as PMEs, porém não são satisfatórias. Um grande problema que os consorciados parecem enfrentar é a inexistência de financiamentos específicos para os consórcios de exportação. Os limites de crédito também não atendem às necessidades das PMEs. Por serem pequenas, estas empresas, muitas vezes, não conseguem garantias no exterior, por não terem conta em bancos de renome internacional, o que dificulta a obtenção de crédito para financiar suas exportações.

A terceira e última hipótese considera que os incentivos fiscais atualmente disponíveis não permitem melhoria no desempenho exportador das PMEs têxteis. Através das análises das entrevistas realizadas, observou-se que os incentivos fiscais existentes são satisfatórios às exportações das PMEs têxteis, porém as empresas não possuem conhecimento suficiente sobre a legislação tributária brasileira, o que não as leva a procurar os incentivos, acarretando

possivelmente um fraco resultado exportador. Deve-se, entretanto, destacar que os impostos incidem na cadeia têxtil sobre a produção de bens intermediários, sem que haja uma distinção dos produtos finais que serão exportados ou que serão consumidos no mercado interno. Se esta distorção, conhecida de todos os tributaristas e legisladores, fosse corrigida, os produtos brasileiros poderiam ganhar mais competitividade no mercado internacional.

Além das variáveis independentes inicialmente pesquisadas, incentivos às exportações (formação de consórcios de exportação, incentivos fiscais e facilidades de financiamentos), alguns outros fatores foram identificados nas entrevistas e que têm forte influência no desempenho das PMEs têxteis, em suas tentativas de aumentar o volume exportado. Estes fatores são: a falta de infra-estrutura adequada para exportação (transporte interno, portos e aeroportos), a exagerada burocracia para se conseguir exportar e a falta de apoio governamental para desenvolver e reforçar os contatos com os clientes no exterior e assim conseguirem efetivar suas vendas. A deficiência de infra-estrutura e a burocracia são questões entendidas pelos empresários como sendo amplas e complexas e, apesar de o Governo brasileiro ter tomado várias medidas para solucioná-las, ainda tem muito a ser feito. No entanto, o terceiro entrave adicional identificado na pesquisa, a participação em feiras e exposições internacionais ajuda o pequeno empresário exportador a promover suas marcas e a buscar maior exposição no mercado mundial.

As conclusões deste estudo, entretanto, devem ser restritas às empresas situadas na região da cidade de São Paulo, cujos dirigentes podem ter visões diferentes do problema do que dirigentes de empresas de outros pólos industriais, por exemplo, no Estado de Santa Catarina. Necessário seria aplicar a mesma pesquisa em outros pólos exportadores. Em se tratando de um estudo exploratório, as hipóteses, que neste estudo foram avaliadas, poderão testadas através novas pesquisas quantitativas envolvendo variáveis métricas e procedimentos estatísticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIT. Empregos na cadeia têxtil crescem mais de 1.000% no primeiro semestre. 2004. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/content/noticia/noticia.asp?nCodNoticia=951>> Acesso em: 15 Outubro 2004.

ABRAFAS. Acordo sobre Têxteis e Vestuários. 2004. Disponível em: <<http://www.abrafas.org.br/abrafas/atuacao/atv/oatv.html>> Acesso em: 13 Novembro 2004.

AMATO NETO, J. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas, Fundação Vanzolini, 2000.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CASTRO, J. A. **Exportação – Aspectos Práticos e Operacionais**. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

COMERCIO EXTERIOR INFORME BB: MODA PRAIA. Brasília: edição 32, Dezembro. 2000. P. 6 – 13.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. **Strategies of Qualitative Inquiry**. Califórnia: Sage Publications Ltd, 1998.

FLEURY, A. A Competitividade das Cadeias Produtivas da Indústria Têxtil Baseadas em Fibras Químicas, FUNDAÇÃO VANZOLINI. 2001. Disponível em: <<http://www.vanzolini.org.br/areas/desenvolvimento/cadeias-texteis/>> Acesso em: 01 Maio 2004.

GAROFALO FILHO, E. Opinião: Perspectivas para o Comércio Exterior em 2004. Revista de Comércio Exterior Banco do Brasil, Brasília, edição 51, 2004.

GUIMARÃES, E. P. O Desafio das Exportações: Política de Exportação Brasileira para as Pequenas e Médias Empresas, BNDES. 2002. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro_desafio/Relatorio-10.pdf> Acesso em: 02 Maio 2004.

INSTITUTO de Estudos e Marketing Industrial (IEMI). Apresenta informações estatísticas sobre o setor têxtil. Disponível em < <http://www.iemi.com.br/setorialtextil.asp> >. Acesso em: 23 Janeiro 2004.

MACIEL, G. & LIMA, L. **Consórcios de Exportação**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

MAKWALD, R. e PESSOA, E. Micro e pequenas empresas exportadoras: um retrato do período 1997-2002, BNDES.2003. Disponível em: <<http://www.funcex.com.br/bases/76-MPE.pdf>> Acesso em: 28 Abril 2004.

MONTEIRO FILHA, D. C. e CORRÊA, A. O Complexo Têxtil, BNDES. 2002. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro_setorial/setorial11pdf> Acesso em: 30 Abril 2004.

PATTON, M. Q. **Qualitative Evaluation and Research Methods**. California: Sage Publications, 2nd edition, 1990.

PEREIRA NETO, Mario. **Joint ventures com a Nova União Européia**. São Paulo: Aduaneiras, 1995.

QUEIROZ, M. I. P. de, **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1991.

RASMUSSEN, U. W. **Aquisições, fusões e incorporações empresariais**. São Paulo: Aduaneiras, 1989.

RASMUNSEN, U. W. **Holdings e Joint ventures**, São Paulo: Aduaneiras, 1991.

REHDER, M. Mais de um milhão de empresas na lista do Fisco em 2 anos. O Estado de São Paulo, São Paulo, 17 outubro 2004. Economia, p. B1.

RICHARDSON, R.J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.