

**UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO**

MURILO OLIVERIO LELIS

**O PAPEL DAS POLÍTICAS DE APOIO E FOMENTO PARA EXPORTAÇÃO DAS
MICROS E PEQUENAS EMPRESAS DE SEMI JOIAS DE LIMEIRA – SP**

PIRACICABA
2013

MURILO OLIVERIO LELIS

**O PAPEL DAS POLÍTICAS DE APOIO E FOMENTO PARA EXPORTAÇÃO DAS
MICROS E PEQUENAS EMPRESAS DE SEMI JOIAS DE LIMEIRA – SP**

PIRACICABA
2013

MURILO OLIVERIO LELIS

**O PAPEL DAS POLÍTICAS DE APOIO E FOMENTO PARA EXPORTAÇÃO DAS
MICROS E PEQUENAS EMPRESAS DE SEMI JOIAS DE LIMEIRA – SP**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Administração, à Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Administração.

Campo do Conhecimento:
Marketing e Estratégia.

Orientador: Prof. Dr. Christiano França da Cunha

PIRACICABA
2013

Lelis, Murilo Oliverio.

O papel das políticas de apoio e fomento para exportação das micro e pequenas empresas de semi joias de Limeira - SP / Murilo Oliverio Lelis - 2013. 80 f.

Orientador: Christiano França da Cunha

Dissertação (mestrado) - Faculdade de Gestão e Negócios - Universidade Metodista de Piracicaba.

1. Micros e pequenas empresas (MPE's). 2. Exportação. 3. Políticas e órgãos de apoio à exportação. I. Cunha, Christiano França da II. Dissertação (mestrado) - Universidade Metodista de Piracicaba III. Avaliar o papel das políticas de apoio e fomento para exportação das micros e pequenas empresas exportadoras de semi joias de Limeira

MURILO OLIVERIO LELIS

**O PAPEL DAS POLÍTICAS DE APOIO E FOMENTO PARA EXPORTAÇÃO DAS
MICROS E PEQUENAS EMPRESAS DE SEMI JOIAS DE LIMEIRA – SP**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Administração, à Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Administração.

Campo do Conhecimento:
Marketing e Estratégia.

Data da Aprovação:

____/____/____

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Christiano França da Cunha
(Orientador)

Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Dr. Mário Sacomano Neto

Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Livre Docente Eduardo Eugênio
Spers

Escola Superior de Propaganda e
Marketing

Sr. Rodolfo Mereb Jr

Presidente da Associação Limeirese de
Joias (ALJ)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente vão para os meus pais Luiz Eduardo e Sandra, base mais do que sólida dos meus sonhos. Sempre com amor me incentivando incondicionalmente em todos os meus passos! Esta é mais uma conquista de vocês!

À minha eterna namorada e para sempre companheira Aline, simplesmente por estar ao meu lado e por me fazer uma pessoa muito melhor e feliz! Obrigado pelo incentivo em mais uma empreitada.

Aos meus irmãos Olavo e Afonso por compartilharem momentos inesquecíveis em nossa infância, os quais sempre levarei comigo.

Aos meus avós, tios e demais familiares e amigos por sempre torcerem pelo meu sucesso.

Ao meu orientador Prof. Dr. Christiano França da Cunha, pela dedicação, “paciência” e compreensão nos momentos difíceis desta jornada.

Aos profissionais das empresas entrevistadas, pela atenção e ímpeto em ajudar que com suas informações tornaram possível este estudo.

Aos professores do programa de mestrado em Administração da UNIMEP, pelos conhecimentos compartilhados que me auxiliaram em meu desenvolvimento acadêmico e profissional.

Por fim, porém não menos importante ao eterno capitão tricolor, o M1TO Rogério Ceni modelo de dedicação e foco no trabalho.

SUMÁRIO

RESUMO.....	10
ABSTRACT.....	12
LISTA DE QUADROS E FIGURAS	12
1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Contextualização do estudo	12
1.2 Objetivos.....	13
1.2.1 Objetivo Geral.....	13
1.2.2 Objetivos Específicos.....	13
1.3 Justificativa.....	14
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	15
2.1. As características das MPE's exportadoras brasileiras e suas dificuldades.....	15
2.2. A importância das MPE's exportadoras no cenário nacional	19
2.3 O APL de Limeira e sua importância	21
2.4 O processo de exportação para as MPE's	23
2.5 A exportação do setor de Semi Joias	25
2.6. O processo operacional de exportação para MPE's e suas particularidades...	28
2.7. Órgãos e entidades de apoio as exportações das MPE's de Semi Joias do APL de Limeira	30
2.8. Programas e políticas de suporte as exportações das MPE's aplicáveis ao APL de Semi Joias de Limeira.....	33
2.9. Papel das instituições nas ações da organização.....	36
2.10. A importância do Estado e as vantagens no Comércio Internacional	41
2.11 Cases de exportação de MPE's	45
3 METODOLOGIA.....	47

3.1 Definição da amostragem e área estudada.....	47
3.2 Definição e etapas da metodologia.....	48
3.3 Apresentação dos Casos e análise dos resultados.....	49
3.3.1 A empresa “A”	49
3.3.2 A empresa “B”	51
3.3.3 A empresa “C”	52
3.3.4 A empresa “D”	53
3.3.5 ALJ - Associação Limeirense de Joias.....	54
4. ANÁLISES DOS DADOS E SUGESTÕES DE MELHORIA.....	577
4.1 Análises dos dados averiguados	577
4.2 Sugestões de Melhorias.....	657
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
BIBLIOGRAFIA	68
Anexo 1 - Questionário a ser aplicado nas MPE's exportadoras.....	799

RESUMO

O Brasil a cada dia que passa consolida sua postura como país com grande potencial exportador, porém as Micros e Pequenas Empresas (MPE's) nacionais, mesmo representando mais de 99% das empresas devidamente registradas no Brasil e correspondendo a mais de 40% do total de empregos gerados no território nacional, não possuem representatividade expressiva das exportações nacionais (SEBRAE, 2011). Quando se trata do cenário das exportações, a presença das MPE's no cenário internacional é muito pequena, do volume total das exportações nacionais as MPE's atingem apenas 1% deste montante (MDIC / SECEX, 2010).

O setor abordado nesta dissertação foi o de semi joias do pólo da cidade de Limeira, em virtude de seu perfil exportador e importância no cenário nacional.

No ano de 2011, as exportações deste pólo corresponderam a 50% das exportações brasileiras (IBGM, 2012). Este presente trabalho tem como objetivo avaliar o papel das políticas de apoio e fomento para exportação das micros e pequenas empresas exportadoras de semi joias do pólo de Limeira, sendo o espaço amostral composto por quatro empresas que já atuam com exportações aliado a associação representativa do setor (ALJ). Desta forma busca-se entender qual a real relação entre as dificuldades destas MPE's exportadoras e as políticas de apoio e fomento a exportação já existentes. O método de pesquisa é de natureza qualitativa por meio de levantamento de dados primários coletados através de estudos de casos com MPE's exportadoras deste segmento do pólo de Limeira e também através de dados secundários oriundos de órgãos governamentais e literatura da área.

Palavras-chave: Micros e pequenas empresas (MPE's); Exportação; Políticas e órgãos de apoio à exportação e semi joias.

ABSTRACT

Brazil each day is consolidating his position as a country with great export potential, but the Micro and small national companies (MSC), even representing 99% of companies registered in Brazil and more than 40% of total employments, have no significant representation in the segment of exportation (SEBRAE, 2011). When analyzed the exports scenario, the presence of MSC in the international market is very small, considering the total volume of national exports, MSC reach only 1% of this amount (MDIC / SECEX, 2010). The sector covered in this dissertation was the semi jewelry from city of Limeira, due its export profile and importance on the national scene. In 2011, exports from this pole corresponding to 50% of Brazilian exportation (IBGM, 2012). This present study aims to evaluate the role of support policies and export promotion of micro and small companies exporting semi jewelry pole Limeira, the sample is composed with four companies that already operate with exports, which are associated in a coupled with association that representing the sector (ALJ). Thus we seek to understand what is the real relationship between these difficulties MSE exporters and policies to support and promote the existing export. The method is a qualitative survey using primary data collected through case studies with MSE export this segment pole Limeira and also through secondary data from governmental agencies and literature.

Keywords: Micro and small enterprises (MSEs); Export; Policies and export support agencies and semi jewels.

LISTA DE QUADROS E FIGURAS

QUADROS

Quadro 1: Perfil de Gestão MPE's brasileiras	16
Quadro 2: Principais destinos das Semi Joias	26
Quadro 3: Os Maiores Consumidores de Joias no Mundo por tonelada	27
Quadro 4: Órgãos de apoio as exportações das MPE's de Semi Joias do APL de Limeira.....	32
Quadro 5: Políticas de apoio as exportações das MPE's	34
Quadro 6: Utilização de ACC pelas MPE's X empresas de grande porte em % ..	35
Quadro 7: As empresas e suas necessidades principais.....	56

FIGURAS

Figura 1: Setores de atuação das MPE's exportadoras	18
Figura 2: Exportação brasileira por porte de empresa em % em 2010.....	19
Figura 3: MPE's que utilizam algum programa de exportação	20
Figura 4: Destinos das exportações das MPE's	23
Figura 5: Município de Limeira	47

1. INTRODUÇÃO

Neste capítulo, serão descritos a situação problemática e as devidas justificativas desta dissertação, com a finalidade de esclarecer sua importância, além de pontuar o contexto deste trabalho e mencionar os objetivos desejados e as delimitações deste estudo.

1.1 Contextualização do estudo

A cidade de Limeira, localizada no interior paulista, atualmente é referência nacional quando se trata da produção e exportação das chamadas “semi joias”, que seriam as joias folheadas e bijuterias de metais. O Arranjo Produtivo Local (APL) é formado por mais de 500 empresas formais, representando aproximadamente 90% da produção no Estado de São Paulo e 50% das exportações brasileiras, além de proporcionar mais de 45 mil empregos diretos e indiretos na região (ALJ/ IBGM, 2012).

Décadas atrás esta região era considerada a “capital da laranja”, mas esta cultura está em declínio na região e hoje além de Limeira ser a referência nacional no segmento de semi joias, atualmente este setor corresponde a principal referência econômica do município (DI GIULIO, 2007).

Nos últimos anos, principalmente devido ao aquecimento da economia e as tendências de globalização, às micro e pequenas empresas locais identificaram a possibilidade de aumentar suas receitas aproveitando oportunidades no cenário internacional. Neste sentido, a utilização de políticas de apoio e fomento para exportação faz-se necessárias para ampliar e garantir a competitividade destas empresas (RAMOS, 2008).

Segundo Robbins (2002), as organizações enfrentam um ambiente cada vez mais complexo e dinâmico e são obrigadas a se adequar aos novos ambientes mais multiculturais e multifuncionais, ainda mais quando se tratam de exportações, que normalmente lidam com culturas diferentes.

Porém para estas empresas se adequarem e serem competitivas não é uma tarefa fácil, visto que as MPE's normalmente operam com poucos recursos

financeiros e operacionais e não possuem muito conhecimento de mercado, nem detalhes do processo de exportação (LONGENECKER; MOORE e PETTY, 2004).

Evidentemente que para efetuar uma análise do desenvolvimento das empresas, vinculado suas características-chaves ao seu perfil exportador, não é uma tarefa nada fácil e faz-se necessário uma ampla verificação de variáveis gerenciais destas empresas e do seu mercado de atuação (GUIMARÃES, 2002).

Buscando ampliar a base de conhecimento para realização desta dissertação, foram consultados estudos já realizados, análises e dados governamentais, literatura nacional e internacional, além da coleta de dados primários oriunda de uma pesquisa através de estudos de casos com MPE's exportadoras do pólo de Limeira.

Desta forma, este presente trabalho pretende avaliar se as políticas de exportações existentes em relação as MPE's do setor semi joias na região do APL de Limeira. Será que estas políticas estão sendo utilizadas por estas empresas? Estas políticas estão conseguindo estimular o crescimento das exportações destas empresas?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O presente trabalho tem como objetivo geral avaliar o conhecimento das MPE's exportadoras do setor de semi joias do pólo de Limeira a respeito das políticas de apoio e fomento para exportação.

1.2.2 Objetivos Específicos

A seguinte dissertação tem como objetivos específicos a análise dos seguintes pontos:

- a) Identificar e analisar as políticas de exportações existentes em relação as MPE's para o setor de semi joias na região estudada;
- b) Averiguar as razões e fatores da utilização ou não das políticas de exportações existentes pelas MPE's da região estudada,;e,

c) Levantar as possibilidades de melhorias nestas políticas, para ampliar o acesso deste tipo de empresas.

1.3 Justificativa

Esta dissertação faz-se importante em vários aspectos, primeiramente por ampliar o conhecimento de donos ou gestores destas MPE's, permitindo assim que os mesmos expandam as possibilidades de geração de receitas através do aumento das exportações da empresa. Ainda existe uma eminente qualificação da empresa, com o melhoramento do seu produto, processo produtivo, aspectos gerenciais e etc, deixando a empresa mais preparada para os desafios até mesmo em seu mercado tradicional (WAGNER, 2002).

O presente trabalho traz benefícios ao cenário econômico nacional, devido ao país ter uma oportunidade de gerar mais divisas provenientes do exterior e podendo melhorar o saldo na balança comercial nacional, visto que quanto maior o volume de receitas de exportações geradas, mais tributos são arrecadados e mais moeda estrangeira ficando em poder do governo, para ações de controle econômico (CASTRO, 2009).

A presente dissertação também poderá fomentar na comunidade acadêmica e demais interessados o debate, visto que temas relacionados a exportação de MPE's é algo recente a realidade brasileira e amplamente carente de maior discussão (RUIZ, 2005).

Trata-se também um dos primeiros trabalhos em relação ao estudo da eficácia da atuação dos órgão competentes e de suas políticas de apoio e fomento para MPE's.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo é apresentado um levantamento da literatura a cerca do tema desta dissertação.

2.1. As características das MPE's exportadoras brasileiras e suas dificuldades

Primeiramente deve ser compreendido o método de classificação empresarial aplicado para esta dissertação, foram utilizados dados oriundos do decreto federal nº 5.028/2004 de 31 de março de 2004, no qual se tomou por referência os critérios de renda bruta anual e o número de funcionários (SEBRAE, 2011). Sendo eles:

Micro empresa: receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinqüenta e cinco reais e quatorze centavos), ou que possua até 19 funcionários na indústria e construção ou até 09 funcionários nas áreas relativas ao comércio e serviços (SEBRAE, 2011)

Empresa de Pequeno Porte: receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais) ou que possua na indústria e construção de 20 a 99 funcionários e no comércio e serviços de 10 a 49 colaboradores (SEBRAE, 2011).

Além destas características técnicas, as MPE's no mundo e principalmente no Brasil têm características bem peculiares, habitualmente são versáteis, mais flexíveis e adaptam-se com mais agilidade as mudanças, porém devido às limitações de seu porte, normalmente carecem de um suporte especial (MARKWALD e PESSOA, 2003).

Características especiais estas, que ocorrem principalmente no perfil de gerenciamento destas empresas, visto as MPE's normalmente operam com condições financeiras "limitadas" e, portanto sem a opção de contratação de pessoas talentosas, mais "caras" no mercado, o que torna o seu staff gerencial menos "preparado" (LONGENECKER; MOORE e PETTY, 2004). Pode-se identificar mais claramente este perfil no Quadro 1:

Quadro 1 – Perfil de Gestão MPE's brasileiras

Especificidades Organizacionais	Especificidades Decisórias	Especificidades Individuais
pobreza de recursos;	tomada de decisão intuitiva;	onipotência do proprietário/dirigente;
Gestão centralizadora;	horizonte temporal de curto prazo;	dependência perante "alguns" funcionários
fraca maturidade organizacional;	inexistência de dados quantitativos;	identidade entre pessoa física e jurídica
fraqueza das partes no mercado;	Alto grau de autonomia decisória;	influência pessoal do proprietário
estrutura simples e leve;	racionalidade econômica, política e familiar	simbiose entre patrimônio social e pessoal
ausência de planejamento;		propriedade dos capitais;
fraca especialização;		propensão a riscos calculados.
sistema de informações simples.		

Fonte: Adaptado de LEONE (2009)

Visto estas características de gestão e atuação das MPE's, aliadas as dificuldades habituais inerentes das operações de comércio exterior, fica evidente a necessidade de um suporte adequado dos órgãos competentes. Ainda mais porque das dificuldades encontradas pelas MPE's exportadoras, muitas estão fortemente relacionadas a falta ou desconhecimento de entidades que prestam este apoio (MDIC, 2011).

Já segundo Ruiz (2005), as dificuldades das MPE's exportadoras estão ligados aos aspectos culturais, de infra-estrutura e mercadológicos, além dos fatores ligados a própria empresa (internos da firma), como a competitividade e produtividade.

Fatores estes que também podem estar ligado ao sistema de gestão da MPE, muitas vezes a empresa pode possuir uma gestão familiar ou totalmente centralizadora, sem uma perspectiva inicial de imersão internacional, dificultando o desenvolvimento de uma estratégia adequada (NIETO e FERNANDEZ, 2005).

Ainda reforçando as dificuldades encontradas pelas MPE's exportadoras, cabe destaque a que foi um trabalho elaborado pelo MDIC (2011) que analisou 131

MPE's exportadoras, identificando as principais dificuldades para se atuar no exterior:

- a) Preços - 8%,
- b) Como acessar mercados - 8%
- c) Canais de comercialização - 7%,
- d) Tributos - 6%,
- e) Câmbio - 6%,
- f) Acesso a financiamento - 5%,
- g) Trâmites alfandegários - 5%

Outro dado alarmante em relação a estas empresas, diz respeito ao desconhecimento da legislação de comércio exterior, na qual 45% das MPE's entrevistadas afirmar não ter nenhum conhecimento deste tema e 37% não fizeram nenhuma adequação dos produtos às exigências do mercado externo (CAVALCANTE, 2011).

Ainda segundo dados do trabalho de Cavalcante (2011), fica evidente a necessidade de uma ação junto a estas empresas exportadoras, pois o existe também uma grande falta de conhecimento a cerca dos mecanismos de exportação:

- a) 30% para o programa Exporta Fácil
- b) 45% para o exportações por courier (remessa expressa)
- c) 44% para a exportação indireta via comerciais exportadoras
- d) 63% para o Brasil Web Trade

Uma possibilidade que poderiam amenizar estas dificuldades, seria o apoio através das respectivas entidades de classe das MPE's, porém conforme estudo realizado, de um grupo de MPE's exportadoras, 57% afirmaram que sua entidade de classe não tem nenhum programa de suporte ou promoção a exportação, 4% não souberam responder e apenas 39% afirmam existir algum tipo de iniciativa a exportação (MDIC, 2011).

Esta "falta de ação" das entidades de classe pode ser explicada pela vasta quantidade de MPE's e sua pulverização de atuações, ou seja, muitas vezes as MPE's tem atuações de negócios completamente distintas e para estabelecer

tipologias com possibilidade de contemplar essa vasta diversidade deve haver uma grande quantidade de estudos (MARTINELLI e JOYAL, 2004).

Estes diferentes perfis de MPE's, operam com exportações nos mais variados segmentos. Para melhor ilustrar estes setores de atuação pode-se observar a Figura 1:

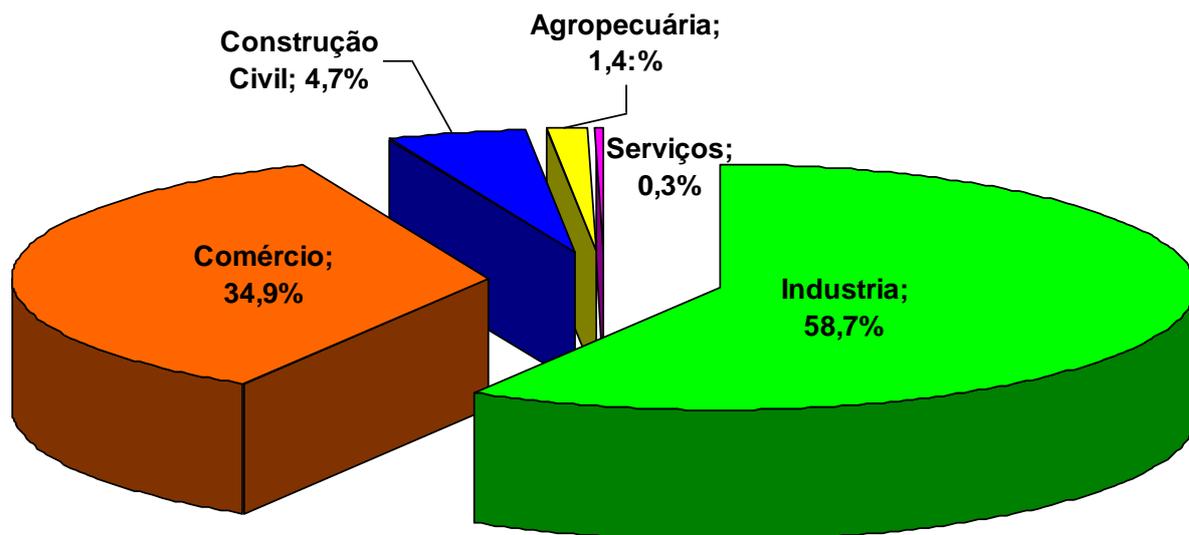


Figura 1: Setores de atuação das MPE's exportadoras

Fonte: MDIC/FUNCEX(2011)

Além destas dificuldades já citadas, o processo operacional de exportação nacional é de burocracia excessiva e demonstra a fraqueza do governo, existe uma infinidade de procedimentos com diversas naturezas, gerando uma grande dificuldades a competitividades das empresas nacionais (MOREIRA, 2004).

O conhecimento dos aspectos práticos e operacionais na exportação, pode definir o sucesso ou total fracasso das operações, por isso recomenda-se o maior nível de aprofundamento possível em relação a sabedoria deste processo (GAMA e LOPES, 2007).

2.2. A importância das MPE's exportadoras no cenário nacional

As MPE's são de extrema importância para o cenário da economia nacional, visto que corresponderem à maioria esmagadora das empresas nacionais, representando mais de 99% das empresas devidamente registradas no Brasil e garantindo mais 40% do total de empregos formais em nosso território, mas quando se trata do cenário das exportações a atuação das MPE's ainda é irrisória. (SEBRAE, 2011).

Apesar de 10.150 empresas classificadas como MPE's terem atuado com comércio exterior no ano de 2010, em termos de valor exportado esta importância despenca significativamente correspondendo a apenas 1% das exportações nacionais com um volume exportado de US\$ 1,964 milhões (SECEX/MDIC, 2010), conforme demonstrado na figura 2:

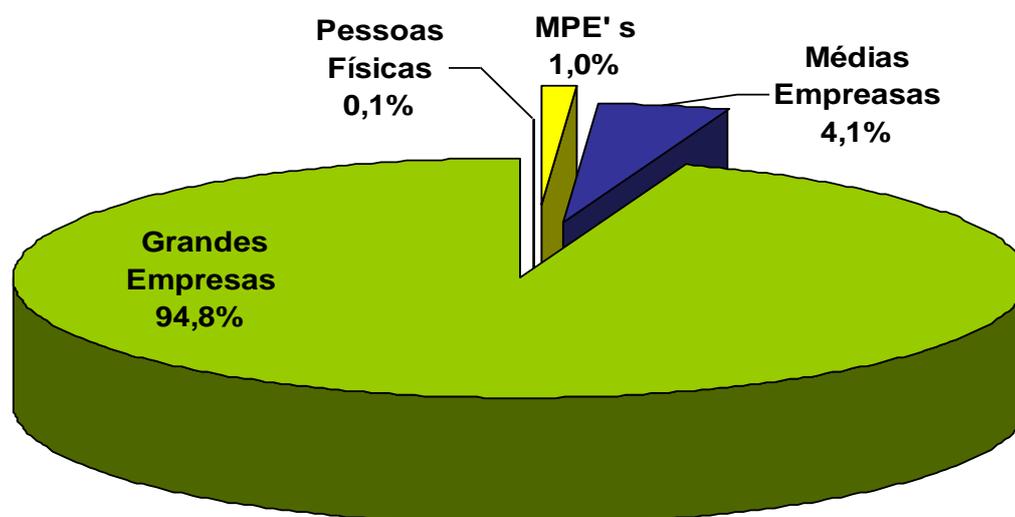


Figura 2: Exportação brasileira por porte de empresa em % em

Fonte: MDIC/SECEX (2010)

Segundo Guimarães (2002) o papel das MPE's no mercado internacional é relativamente sem destaque no Brasil, as mesmas pouco contribuem para o saldo da balança de exportação brasileira, seja por estas empresas privilegiar somente o

mercado interno, ou por atuarem no mercado internacional “sem suporte” e apenas atuar escoando os excessos de produção esporadicamente.

Visto esta situação, levanta-se o questionamento se estas políticas estão realmente atingindo suas expectativas em relação as MPE's. Seguindo nesta linha, conforme dados da figura 3, que contém informações oriundas de um questionário aplicado a 131 empresas para a avaliação dos gargalos às exportações das MPE's realizado pelo MDIC (2011), diagnosticou-se que a maioria destas empresas não utilizam os programas de exportação existentes.

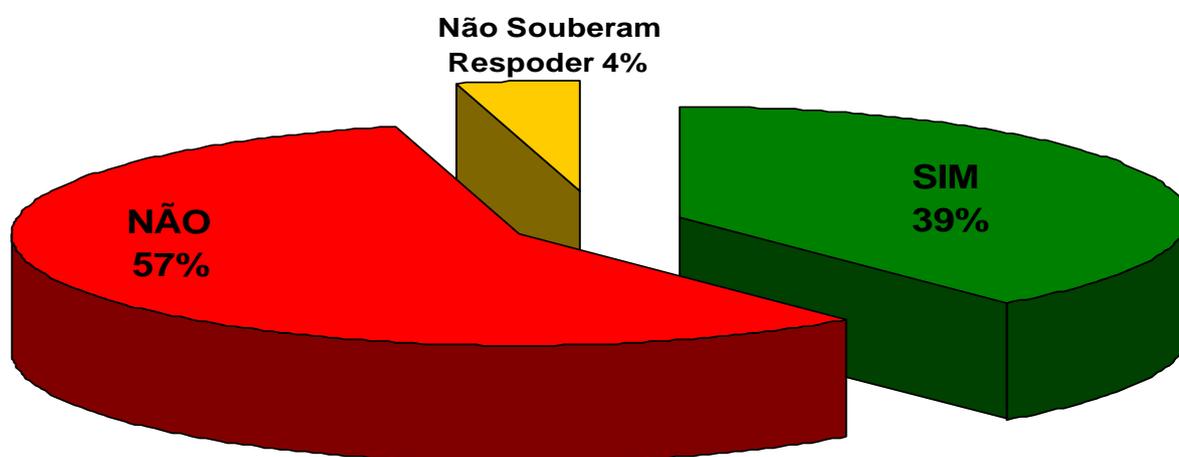


Figura 3: MPE's que utilizam algum programa de exportação

Fonte: MDIC (2011)

Conforme pode ser percebido no figura 3, mais da metade das MPE's ainda não utilizam nenhuma política de comércio exterior e as razões desta não utilização devem ser melhor entendidas para uma adequação pelos órgãos competentes.

No APL de Limeira, já existe uma cultura exportadora, visto que este pólo correspondeu a aproximadamente 50% das exportações nacionais dentro do segmento de semi joias no ano de 2011 (ALJ/ IBGM, 2012). Por isso a análise destas políticas dentro deste segmento e região podem melhorar a capacidade de entendimento deste tema.

2.3 O APL de Limeira e sua importância

Primeiramente algumas considerações sobre o pólo produtivo de Limeira, o APL de Limeira esta localizado a 154 km da capital paulista, o município é responsável por 60% de toda a produção nacional de joias folhadas ou “semi joias”, atualmente estes produtos são exportados para países da América Latina, América do Norte, África e Europa. Estes produtos são compostos por anéis, brincos, pulseiras pingentes, e etc (FIESP, 2012).

Este pólo de Limeira é composto é formado por mais de 500 empresas formais, sendo mais de 400 classificadas como micros e pequenas, representando aproximadamente 90% da produção no paulista e 50% das exportações brasileiras, além de gerar mais de 45 mil empregos diretos e indiretos na região (ALJ/ IBGM, 2012).

Atualmente este segmento é um dos mais importantes da cidade, visto o número de empregos gerados e historicamente esta importância se deu após a queda da cultura da citricultura (década de 1960), e também a diminuição da fabricação de equipamentos agrícolas e máquinas-ferramenta (década de 1990) (DI GIULIO, 2007).

Com o declínio dessas atividades, gerou-se uma mão de obra ociosa porém com m hábil na produção de equipamentos e de máquinas-ferramenta, ou seja competente tecnicamente, com isso alavancou à indústria de semi joias. O aumento desta atividade também ocorreu devido novas técnicas de "folheação", e tem virtude das facilidades de importação da Europa dos equipamentos necessários para execução deste processo produtivo (SAMPAIO, 2002).

Inicialmente o foco da produção eram joias em ouro de 18 quilates, porém devido a crise financeira que afetou o Brasil na década de 60, reduziu o poder aquisitivo dos consumidores, além de abalar estabilidade do preço ouro, com isso estas empresas começar a se introduzirem na produção de semi joia e derivados (SAMPAIO, 2002).

Segundo registros a data inicial deste pólo, ocorreu no final da década de 30, através de uma empresa que efetuava o conserto de joias e derivados e evidentemente, com o passar das décadas a região veio recebendo cada vez mais empresas neste setor. (THOMAZI, BRITOLL, MARCONDES e FERREIRA, 2009).

O processo “operacional” produtivo da semi joia não é muito complexo, primeiro molda-se a base do folheado, normalmente elaborado com latão, que posteriormente é devidamente cortando e montado, estando apto para o processo de galvanoplastia (banho, com ouro, prata ou ródio), o que leva ao produto final (THOMAZI, BRITOLL, MARCONDES e FERREIRA, 2011).

Um ponto de destaque deste APL de Limeira é que o mesmo compreende todas as etapas da cadeia, insumos (matéria-prima e ferramentas); projetos e design; obtenção serviços tradicionais ou básicos (galvanoplastia, fundição, cortes especiais e etc); canais de comercialização diretas e indiretas, como lojas especializadas de fábrica, vendas via catálogos e centros de vendas (REQUENA, 2006).

Visando estimular as vendas destes produtos, tanto no mercado nacional quanto internacional são promovidas duas feiras anuais: a Abril Fashion e a Aljoias. A Abril Fashion ocorre sempre no mês de Abril, por ser uma data estratégica (antes dos dias das mães) e destina-se para o lançamento de novos produtos, buscando consolidar esta posição de Limeira como centro nacional das semi joias e já teve sua sexta edição em 2011 (ALJ/ IBGM, 2012).

Já a Aljoias (Feira Internacional de Joias Folheadas, Brutos, Máquinas, Insumos e Serviços), além de atrair os compradores nacionais já recebe investidores do exterior, principalmente de países como México, Argentina, Peru e Espanha (ALJ/ IBGM, 2012).

Apesar do APL de Limeira já estar atraindo compradores internacionais, ainda percebe-se a falta uma política de exportação para estas empresas. Outros fatores como a valorização da moeda nacional (Real) e a falta de amparo em relação aos pagamentos internacionais, pois na inadimplência o processo de cobrança é complexo e oneroso, também ilustram a necessidade de um melhor suporte para este segmento (THOMAZI, BRITOLL, MARCONDES e FERREIRA, 2009).

Esta falta de um devido suporte para as MPE's nas operações de exportação, não é uma exclusividade para as empresas de Limeira e quando se trata do cenário internacional, a visão relacionada as exportações, deve ser de uma oportunidade de desenvolvimento e conquista e perpetuação de novos mercados, por isso que o devido suporte através de políticas adequadas de comércio exterior faz-se vital (MINERVINI, 2005).

2.4 O processo de exportação para as MPE's

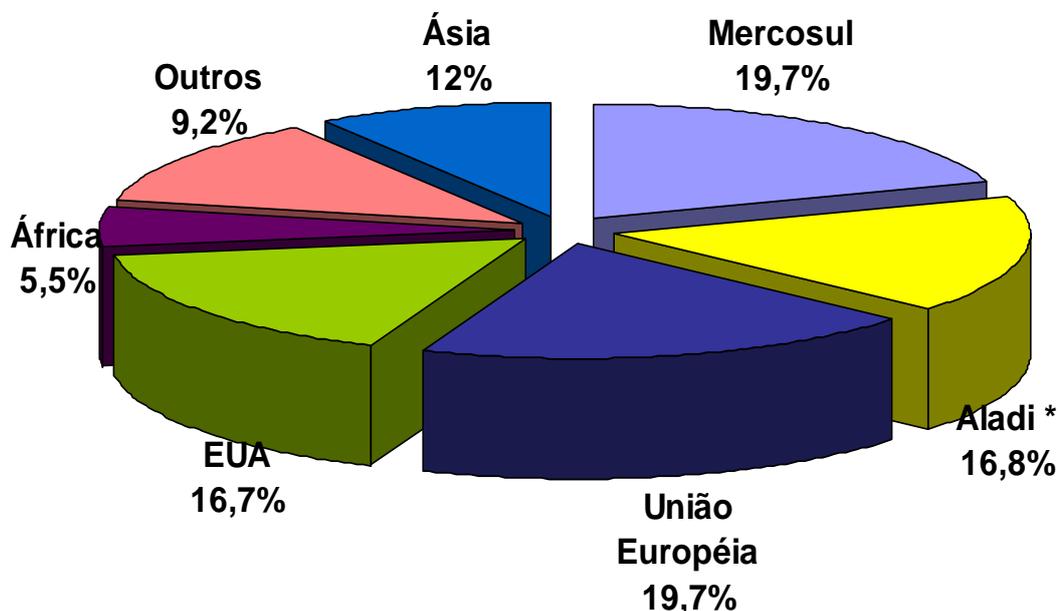
O estudo do processo de exportação foi analisado nesta dissertação, pois é o modelo mais usual para se iniciar o processo de internacionalização e desenvolver novos mercados (RUIZ, 2005). Além de já estar sendo utilizada pelas empresas do segmento e região estudada, visto que o pólo de Limeira corresponde a aproximadamente 50% das exportações nacionais no ano de 2011 (ALJ/ IBGM, 2012).

Portanto cabe ressaltar que as operações de exportação, possuem um menor custo e risco em comparação as demais opções de internacionalização, tais como: Licenciamento, joint venture e aquisição no exterior, ou seja, pode ser uma excelente opção para empresas como o perfil das MPE's (RUIZ, 2005).

Porém as MPE's não podem tratar às exportações apenas como uma operação "tapa buraco", por isso as exportações esporádicas, que são aquelas apenas para suprir excessos de produção ou em razão da diminuição de vendas no mercado interno, devem ser evitadas, pois sem uma continuidade nas operações a imagem da empresa ou produto podem ser arranhados (CASTRO, 2009).

Acompanhando a análise do perfil das MPE's, observa-se que as exportações são destinadas para países mais próximos e/ou clientes com hábitos culturais semelhantes a dos habituais clientes (HERMEL e KHAYAT, 2011).

Evidentemente que quanto mais "culturalmente distante" for o mercado pretendido, além do provável maior custo de operação, também amplia-se a possibilidade de uma maior necessidade de adaptações ao produto exportado (JOHANSON e VALHNE, 1977; LOPEZ, 2005). Estas afirmações ficam mais evidentes quando analisado a figura 4



* Descontando exportações para países do Mercosul

Figura 4: Destinos das exportações das MPE's brasileiras

Fonte: MDIC/SECEX (2011)

Além do perfil heterogêneo das MPE's, um outro fator característico das exportações destas empresas, é que na maioria dos materiais exportados, estima-se mais de 70% do total exportado, são de produtos com a percepção tecnológica considerada baixa, ou seja, são produtos commodities ou manufaturados com baixo teor de alta tecnologia (COSTA; MONTEIRO e GUIDOLIN, 2011).

Ainda nesta linha, segundo dados do SEBRAE (2010), em relação aos produtos exportados pelas MPE's nacionais, do total destas exportações, aproximadamente 80% destes materiais ainda possuem como a classificação máxima, a característica "tecnologia baixa".

Além das dificuldades de exportação comuns para todas as empresas, podem existir particularidades para cada tipo de setor, portanto é fundamental entender ao máximo o produto e mercado em questão (WANKE e HIJJAR, 2009).

2.5 A exportação do setor de Semi Joias

As empresas do setor de semi joias estão otimistas para o futuro, mas estas empresas apontam a forte concorrência internacional, principalmente da Espanha e da China, como os maiores desafios. A Espanha por possuir tradição neste segmento, já no caso da China os materiais são de qualidade inferior e sem design próprio, porém a produção em alta escala e os incentivos do governo, garantem um custo extremamente baixo e competitivo (CERRÓN 2004).

Conforme dados da ALJ (Associação Limeirense de Joias) e IBGM (Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos), no ano de 2011 o Brasil exportou mais de R\$ 75 milhões em joias folheadas, um aumento de 28% ao ano de 2010, deste montante o APL de Limeira exportou aproximadamente R\$ 37 milhões.

As exportações neste segmento ocorrem para os mais diversos países do mundo, pode-se averiguar no Quadro 2 toda esta diversidade:

Quadro 2 – Principais destinos das Semi Joias

Principais Países	2009	2010	2011	Evolução 2010 / 2011 (%)	Representação (USD / Mil)
Alemanha	10.072	15.522	25.909	67	38
Estados Unidos	11.640	16.255	16.327	0	24
Venezuela	1.813	2.925	5.624	92	8
Colômbia	3.020	2.064	3.553	72	5
Canadá	1.515	3.067	3.189	4	5
Cingapura	643	1.341	2.335	74	3
África do Sul	643	1.919	1.646	-14	2
Panamá	1.384	1.098	1.286	17	2
El Salvador	-	423	858	103	1
Argentina	659	544	754	39	1
China	72	633	593	-6	1
Guatemala	186	290	561	93	1
Suíça	376	408	537	32	1
Costa Rica	-	518	534	3	1
Paraguai	-	605	491	-19	1
México	550	430	424	-1	1
Espanha	355	353	417	18	1
Chile	-	228	308	35	0
Uruguai	-	217	294	35	0
Itália	386	-	283	0	0
Israel	26	65	175	169	0
Peru	-	157	169	8	0
Romênia	-	196	169	-14	0
Nigéria	-	111	77	-31	0
Angola	-	106	58	-45	0
Bélgica	15	26	56	115	0
Tailândia	17	19	53	179	0
Japão	40	10	48	380	0
Equador	-	575	46	-92	0
Malásia	-	110	44	-60	0
Países Baixos (Holanda)	-	17	26	53	0
França	24	15	19	27	0
Portugal	3	1	2	100	0

Quadro 2: Principais destinos das Semi Joias

Fonte: IBGM (2012)

Apesar do crescimento dos volumes das exportações este montante poderia ser ainda maior, visto o imenso potencial de mercado internacional existente, pode-se avaliar este mercado quando analisamos o Quadro 3:

Quadro 3 – Os Maiores Consumidores de Joias no Mundo por tonelada

Consumidores de Joias	2005	2007	2009
Índia	584,80	551,70	442,40
China	241,40	302,20	352,30
Estados Unidos	349,00	259,90	150,30
Arábia Saudita e Lemón	146,20	117,90	77,80
Turquia	194,90	188,10	75,20
Emirados Árabes Unidos	96,40	99,80	67,60
Rússia	64,30	85,70	62,20
Egito	75,30	67,80	56,70
Indonésia	78,00	55,20	41,00
Itália	75,30	64,90	41,00
Irã	47,80	47,40	37,50
Reino Unido e Irlanda	59,40	50,30	31,80
Paquistão	65,10	51,80	30,90
Brasil	33,30	51,80	30,90
França	35,10	28,90	23,60
México	42,40	34,90	23,50
Coreia do sul	37,60	30,30	18,80
Japão	33,50	29,10	18,70
Alemanha	25,00	21,20	16,90
Hon Kong	16,00	18,20	16,40

Quadro 3: Os Maiores Consumidores de Joias no Mundo por tonelada

Fonte: IBGM (2012)

No caso das exportações provenientes do APL de Limeira mais de 90% do valor exportado é proveniente de MPE's, porém estas MPE's nem tem conhecimento técnico das operações de exportação, não sabem como efetuar a primeira exportação, para quem recorrer em caso de problemas ou oportunidades, e em se tratando de comercio exterior mais conhecimento tiver , maiores são as chances de sucesso (CASTRO, 2009).

2.6. O processo operacional de exportação para MPE's e suas particularidades

Em se tratando de exportação, para as MPE's atualmente não existe valor de capital mínimo ou tampouco máximo para as operações no comércio internacional, evidentemente as operações deverão envolver valores compatíveis com a realidade das empresas (MDIC, 2011).

Evidentemente que quando uma empresa busca definir o modelo de entrada em um novo mercado internacional, trata-se de uma difícil decisão, esta definição se tornou objeto de várias teorias e diversos modelos foram desenvolvidos para tentar direcionar as empresas (DECKER e ZHAO, 2004).

Porém não existe uma “fórmula mágica” para esta “entrada” no cenário internacional, nem mesmo existe um consenso sobre a melhor opção, então cabe ao empresário identificar qual a melhor opção (GAMA e LOPES, 2007).

Para Castro (2009), o tipo de exportação direta caracteriza-se por ser a forma de comercialização com maior controle por parte do exportador, pois a empresa conduz todo o processo de exportação, desde o início da negociação com o importador até a conclusão da operação de venda.

Já a exportação indireta é realizada por intermédio de empresas estabelecidas no Brasil, que adquirem produtos para posteriormente exportá-los, podendo estas empresas intermediárias serem *trading company*, uma comercial exportadora, consorcio ou mesmo uma cooperativa (CASTRO, 2009).

Conforme Guimarães (2002) as empresas iniciantes na exportação, muitas vezes agindo sem as devidas informações, acabam não suportam os custos da operação na íntegra e regularmente se deparam com várias dificuldades operacionais.

Como normalmente as MPE's possuem recursos financeiros escassos e muitas vezes possuem uma vivência internacional limitada, recomenda-se inicialmente a opção por exportações indiretas, que apesar de relativamente menos lucrativas são mais “seguras” (GUIMARÃES, 2002).

Vale ressaltar que as MPE's com interesse em atuar com exportações, sejam diretas ou indiretas devem obter uma permissão no sistema RADAR (Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiros) de domínio e controle da Receita Federal, para poderem operar normalmente (MDIC, 2011).

Porém existe uma exceção para este requerimento, obtendo uma grande redução na burocracia, que seriam para as exportações com despacho simplificado através dos correios e outras remessas expressas no vinculadas no programa Exporta Fácil (MDIC, 2011).

Este programa Exporta Fácil é uma excelente opção para aumentar a competitividade das operações de exportação das MPE's, pois nesta modalidade de serviço basta contratar o serviço e efetuar o pagamento, as demais burocracias ficam todas por cargo da entidade dos correios (PIANTO e CHANG, 2006).

Para este tipo de operação o valor máximo é de US\$ 50 mil, sendo uma excelente opção para pequenas encomendas, este modelo de operação é pioneiro no fomento a exportação de baixo valor a nível global, muitos países que também sofrem com uma demasiada burocracia, já cogitam copiar este modelo de operação (CARON e ANSÓN, 2008).

As MPE's possuem também outros mecanismos que deveriam ser mais exploradas como o RES (Registro de exportação simplificado), e o DSE (Declaração simplificada de exportação) que servem para exportações de até US\$20.000, e ocorrem através de um formulário que exige menos informação que o habitual e também relaxa as restrições do câmbio com as vendas maiores (TYLER, 2006).

Existe também uma outra opção para facilitar os tramites operacionais, que seria o contrato de cambio simplificado, que facilita o recebimento dos valores envolvidos e pode facilitar o fluxo de caixa destas companhias (VIEIRA, 2008).

Estas ações foram desenvolvidas visando estimular a participação das pequenas empresas no processo de exportação, portanto estas ferramentas devem ser devidamente usufruídas (CASTRO, 2009).

Desta maneira, fica evidente a importância dos órgãos que prestam algum tipo de auxílio as operações relacionadas ao comercio exterior junto as MPE's, visto que muitas dificuldades inerentes das operações de comercio exterior poderiam ser suportadas por estes atores .

Além das dificuldades operacionais, é necessário uma atenção para as estratégias e direcionamentos políticos das empresas exportadoras, caso contrario, não serão resultados significativos (BARCLAY, 2002).

A identificação e o suporte para que estes desafios sejam superados é de extrema importância para a formulação uma adequada da estratégia de inserção

no mercado internacional (PIANTO e CHANG,2006). Visto esta importância, atualmente no Brasil existem várias organizações e instituições quem podem dar suporte e auxiliar na promoção das exportações das MPE's nacionais (MDIC, 2011).

2.7. Órgãos e entidades de apoio as exportações das MPE's de Semi Joias do APL de Limeira

Apesar de um passado conturbado em relação as exportações ate a década de 1980, quando o governo negligenciava as imersões no cenário internacional, com o decorrer do tempo incentivos às exportações através de órgão e políticas foram criadas visando a ampliação de divisas nacionais (DE NEGRI e DE OLIVEIRA, 2006).

Atualmente existem vários órgãos e entidades de apoio para as exportações das empresas nacionais, nesta dissertação foram abordadas as principais organizações em relação a possibilidade de suporte as MPE's, dentre elas:

SEBRAE - Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário, teve sua fundação no ano de 1972 e tem como principal objetivo dar suporte as MPE's e estimular seu desenvolvimento (SEBRAE, 2011).

Trata-se de uma sociedade civil sem fins lucrativos e embora operando em sintonia com o setor público, não se vincula à estrutura pública federal, seus recursos são oriundos em geral da contribuição de empresas, em média 0,6% sobre a folha de pagamento, recolhida pelo INSS (SEBRAE, 2011).

O Sebrae que está presente em todos os estados brasileiros, apesar de possuir uma atuação mais genérica, pode auxiliar a MPE's com suporte administrativo geral, no desenvolvimento de tecnologias e na busca por novos mercados, podendo assim aumentar sua competitividade (FIESP, 2004).

Outra entidade que busca estruturar ações para estimular as exportações nacionais, mesmo sabendo da dificuldade para obtenção de recursos e execução dos programas, é a APEX- Brasil (PIANTO e CHANG,2006).

APEX - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos trata-se de um órgão público que esta ligado diretamente ao MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior sua função é a atuar para diversificar e agregar valor à pauta de produtos exportados, aumentar o volume nacional comercializado (APEX, 2011).

Com uma atuação estratégica, buscando consolidar a presença de empresas brasileiras em mercados tradicionais, ou abrindo novos mercados para os produtos e serviços brasileiros, a APEX tem uma função vital para as exportações. O atendimento é para as empresas de todos os portes, e em todos os estágios de maturidade exportadora (MDIC, 2011).

Ainda sobre a APEX, para Pianto e Chang (2006) tendo em vista as constantes mudanças nas exigências da economia globalizada os países como Brasil, devem reavaliar continuamente suas políticas de promoção à exportação para sempre se manterem competitivos, por isso a atuação da APEX-Brasil se torna extremamente fundamental.

Outro órgão em destaque para uma análise das exportações é a CAMEX, visto a sua importância na interação dos atores domésticos e principalmente no processo interno de tomada de decisões (SARAIVA, 2004).

CAMEX - *Câmara de Comércio Exterior* que é um órgão interministerial e a sua secretaria está sob a responsabilidade do MDIC, que tem por objetivo a formulação, adoção, implementação e a coordenação de políticas e atividades relativas ao comércio exterior (CAMEX, 2011).

A origem da CAMEX se deu no início do governo do presidente FHC e é oriunda da necessidade da época de melhorar a coordenação institucional dos diversos órgãos com poder decisório no comércio exterior brasileiro, assim, com a sua criação visou-se alinhar todas as atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços (RAMOS, 2008).

Evidentemente que por uma “lógica e senso” de mercado, as MPE’s podem buscar apoio neste órgão, porém percebe-se que a CAMEX possui um grau de acessibilidade maior, mais em casos extremos pode ser uma alternativa podendo ser utilizada para pleitear benefícios ou mesmo reivindicações.

Existem também instituições focadas no segmento de semi joias que podem auxiliar em toda sistemática de operações .

Dentre elas pode-se citar o IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos trata-se de uma entidade nacional, é uma entidade sem fins lucrativos, criada em 1977, com sede em Brasília, e sub-sede em São Paulo, representando toda a cadeia produtiva do Setor de Gemas e joias, Bijuterias, Folheados e Relógios. (IBGM, 2012)

Esta opção pode ser utilizado pelas MPE's exportadoras de Limeira como importante ferramenta para melhoramento das técnicas e gestão, pois possui grande credibilidade no meio podendo também ser melhor explorada como fonte de informação (ABRACEX, 2011).

Mais uma opção de entidade privada, seria a ALJ Associação Limeirense de Joias. cuja principal finalidade é o desenvolvimento da gestão, vendas nacionais e comércio exterior das empresas de joias do município de Limeira. (ALJ, 2012).

Pode-se citar ainda outros órgãos e instituições que podem auxiliar em geral as MPE's, dentre ele o BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, o Banco do Brasil ou instituições financeiras privadas, além das Federações Comerciais e industriais do próprio setor.

Com o propósito de facilitar o entendimento sobre estas organizações, foi desenvolvido um resumo das atividades no Quadro 4:

Quadro 4 – Órgãos de apoio as exportações das MPE's de Semi Joias do APL de Limeira

Instituição	Função principal para as MPE's	Acessória
SEBRAE	Suporte administrativo geral, auxílio no desenvolvimento de tecnologias e estratégias para aprimoramento e busca por novos mercados	Gratuita
APEX	Promoção das exportações, consultoria e apoio ao posicionamento e imagem do produto no exterior.	Gratuita
CAMEX	Pleitear melhorias na política de exportação	Gratuita
IBGM	Acessória para as exportações através principalmente de banco de dados integrado e estudos de mercado para projetos em potencial	Particular
ALJ	Acessória em geral para as exportações com informações de tendências e oportunidades	Particular

Fonte: Elaborado pelo autor

Além dos órgãos supracitados, cabe destaque aos programas para estímulo e suporte a exportação já existentes, programa estes, que podem e devem ser mais utilizados pelas empresas nacionais, pois assim impulsionaria o número de empresas em geral e principalmente MPE's atuando no mercado internacional (ROSSI e PRATES, 2009).

Pois vale notar que, muitas vezes mesmo sem alcançar as expectativas com o valor exportado, esta propensão a entrada no mercado internacional pode trazer outros benefícios, como o aumento de empregos e renda (ARAÚJO, 2006).

Por isso a importância do desenvolvimento de políticas voltadas para pequenas empresas, visto que normalmente as suas chances de crescimento estão fortemente atreladas ao seu conhecimento (LA ROVERE, 2001).

2.8. Programas e políticas de suporte as exportações das MPE's aplicáveis ao APL de Semi Joias de Limeira

Conforme o perfil das MPE's, que tem uma grande taxa de mortalidade, o problema do financiamento destas empresas deveria ser tratado de maneira mais efetiva, visto que esta liberação de crédito, afeta toda sua operação até a sua gestão empresarial (PINHEIRO, 2003).

Nos dias de hoje existem vários programas de financiamentos a exportação, sendo a maioria são acessíveis as MPE's, e que visam fomentar a participação de empresas no cenário global (MDIC, 2011). Dentre as principais opções pode-se destacar:

- a) ACC / ACE (Adiantamentos sobre Contratos de Câmbio): Trata-se é uma antecipação de recursos, feita por uma instituição bancária na moeda nacional (Reais), em detrimento de uma exportação a ser realizada no futuro (MDIC, 2011);
- b) BNDES-exim (Programa de Crédito ao Comércio Exterior): Antigo Finamex, foi instaurado na década de 90 e opera com recursos do próprio BNDES, aplica estes valores no fomento das exportações (MOREIRA, TOMICH e RODRIGUES, 2006).
- c) PROEX (Programa de Financiamento às Exportações): Visa proporcionar às exportações nacionais condições de financiamento semelhantes às do mercado internacional, via um agente financeiro da União, neste caso o Banco do Brasil S.A. (MORAIS, 2008);
- d) FAMPE (Fundo de Aval da Micro e Pequena Empresa): Implementado pelo SEBRAE, este fundo busca de complementar as garantias solicitadas por uma instituição financeira (SEBRAE, 2011);

e) FGE (Fundo de Garantia às Exportações): Foi desenvolvido visando aumentar a competitividade às exportações brasileiras, através de uma cobertura de riscos compatível com o perfil das agências de crédito internacionais (MOREIRA, TOMICH e RODRIGUES, 2006).

A melhor opção de aplicação de programa ou política de apoio vai depender do perfil, necessidade e valor requerido pela empresa, conforme pode ser verificado no Quadro 5.

Quadro 5 – Políticas de apoio as exportações das MPE's

Programa	Função para as MPE's	Parâmetro de valor
ACC / ACE	Adiantamentos dos valores exportados, antes da exportação efetivamente ocorrer, gerando antecipação das receitas e aumento do fluxo de caixa.	Adiantamento de até 100% do valor do contrato de câmbio
BNDES-Exim	Financiamento da produção de bens a serem exportados possibilitando uma alavancagem financeira.	Não têm limite mínimo ou máximo de valor
PROEX	Credito para as operações de exportação, aumentando a capacidade de recursos.	100% nas operações até 2 anos, e até 85% nas demais operações*
FAMPE	Avalizar e complementar às garantias exigidas pelo Banco para determinada ação, podendo atuar como um "garantidor" para as exportações.	Variável
FGE	Garantir e distribuir os recursos (formas de financiamento) para as operações de exportação das MPE's.	Variável

* Desde que o produto exportado apresente índice no mínimo 60% de nacionalização.

Fonte: Adaptado de SEBRAE e MDIC (2011)

Para Lopez (2005) os programas de financiamento deveriam ser melhor analisados pelas empresas, visto que estas opções, podem ser consideradas oportunidades de financiamentos mais acessíveis, podendo ser utilizados no

processo produtivo ou operacional da exportação, que pode acarretar em uma maior competitividade para as MPE's .

É notória a identificação da dificuldade enfrentada por parte das MPE's para “participar” destas políticas, principalmente financeiras devido aos tramites solicitados para obtenção destes recursos e também por desconhecimento dos projetos disponíveis (FERRARO e GOLDSTEIN, 2011).

Muitas destas políticas de financiamento as exportações já estava previsto em lei, para serem direcionadas para empresa de menor porte, visto que são as empresas com maior dificuldade para conseguirem recursos (MOREIRA, TOMICH e RODRIGUES, 2006).

Porém conforme pode-se analisar no Quadro 6, a maioria das MPE's desconhecem ou não tem interesse em utilizar estas políticas, tendo como base os mais habituais meios de financiamentos (ACC e ACE) comprova-se esta situação.

Quadro 6 – Utilização de ACC pelas MPE's X empresas de grande porte em %

	Conhece *			
	Não conhece	Utiliza	Não tem interesse em utilizar	Não consegue utilizar
Micro Empresas	11,7	41,2	30,9	27,9
Pequenas Empresas	13,4	59,9	22,5	17,6
Grandes Empresas	3,7	68,2	25,5	6,4

*Percentual sobre o total das empresas que conhecem os sistemas

Fonte: ROSSI e PRATES (2009)

Pode-se também citar o estudo de Puga (2002), que analisou as experiências e os programas de créditos das MPE's de Espanha, Japão e México e conclui que os programas de apoio a estas empresas é parte integrante, e de destaque, das políticas industriais destes países, demonstrando que nestes países as exportações das MPE's já contemplam maior destaque.

Mesmo com alguns pontos divergentes, em geral a literatura demonstra que, a utilização de políticas de apoio à exportação por parte das MPE's pode e

deve ser mais presente na rotina destas empresas (GUIMARÃES, 2002; LONGENECKER, MOORE e PETTY, 2004; SEBRAE, 2011).

Atualmente as exportações das MPE's também são importantes para reforçar o seu desenvolvimento local, visto o atual processo globalização existente, estas exigências de desenvolvimento são fundamentais para a sua melhoria e até para a sua subsistência (MARTINELLI e JOYAL, 2004).

2.9. Papel das instituições nas ações da organização

A análise da importância das políticas governamentais em relação as empresas possuem diferentes vertentes, considerando que as instituições são as “regras do jogo” enquanto as organizações são os “jogadores” no âmbito da Nova Economia Institucional cabe o entendimento da evolução das instituições, e da respectiva origem e evolução das organizações, entre as quais se destacam as firmas (NORTH, 1990).

A Nova Economia Institucional propõe duas linhas analíticas complementares e aplicáveis ao estudo das organizações. A primeira focaliza a origem, estruturação e mudanças das instituições. A segunda é representada pela economia das organizações, que estuda a natureza explicativa dos diferentes arranjos institucionais (NORTH, 2005).

No caso das MPE's exportadoras do APL de Limeira estas duas vertentes podem ser verificadas, as necessidades de alteração estruturais com o passar dos anos são evidentes, podendo ser notadas na evolução destas empresas, que hoje apesar de algumas dificuldades, já possuem processos produtivos mais desenvolvidos que já lhe propiciam a possibilidade de alçarem vôos mais altos.

Ainda nesta mesma linha, o entendimento da economia internacional e alinhamento dos arranjos institucionais, faz gerar adaptações destas firmas e para a perpetuação do crescimento destas empresas, estas adaptações devem ser projetadas visando aprimorar as estratégias de negócios e melhorar seu plano de gestão organizacional.

Um outro ponto que cabe ressalva é importância do Estado em relação ao desenvolvimento destas empresas, pois a própria definição de Estado está

originalmente ligada à idéia de direitos sobre propriedade e regras de produção (NORTH, 1981).

O Estado pode além de fazer valer os direitos de descritos nas leis, também deve possuir o papel de sinalizador, identificando e divulgando possíveis dificuldades e oportunidades as organizações além de fomentar as mudanças e adequações nas institucionais, com o propósito direcionar estas empresas as novas normas e leis desta mutante da sociedade (ZYLBERSZTAJN , 2002).

Para Santos (2002), o poder do Estado está se perdendo com passar dos tempos, a efetiva centralização das ações de iniciativa econômica e política já não possuem a abrangência de tempos passados e apesar de se tratar de uma “unidade privilegiada” suas ações não esta atingindo plenamente os seus fins.

Ainda contribuindo com esta análise Bauman (1999), já mencionava que no mundo atual que vivemos, onde o capital não tem moradia permanente e assim evidentemente os volumes financeiros estão fora de controle dos governos nacionais, as políticas internacionais já deveriam ser revistas, visto que muitas não mais funcionam.

Segundo Dupas (2007), com a globalização dos mercados a partir da década de 80, visto que o novo capital é impaciente e global, as empresas e seus investidores ficaram ainda mais exigentes com os seus lucros, portanto além das divisas os empregos começaram a cruzar fronteiras, cabendo ao Estado estimular estas firmas para que não percam sua competitividade.

Os Estados nacionais, que por quase todo o século passado tinham como um dos seus principais objetivos a promoção do bem estar social e econômico da nação e era um instrumento de defesa desta, foi se enfraquecendo a medida que avançava o processo de globalização ou de transnacionalização, reduzindo a proteção externa de suas economias, adaptando-as com as economias mundiais e diminuindo a sua capacidade de controlar os fluxos de pessoas, bens e capital.

O Estado não deve concentrar por completo seus esforços ao apoio de empresas que passam por dificuldades financeiras, mas sim ao estimo e suporte de empresas que enfrentam as dificuldades oriundas da globalização, reforçando que caso estas funções do Estado não sejam delimitadas, as empresas nacionais podem ficar excluídas deste desenvolvimento global (CARDÃO, 2010).

Evidentemente que quando trata-se do suporte do Estado, o conflito de interesses é algo potencialmente comum, para evitar que este tipo de situação

aconteça, faz-se necessário uma coordenação clara e objetiva destas ações. Estas ações e políticas podem ocorrer o por meio do direcionamento de uma constituição formada de instituições formais ou informais (BOWLES, 2004).

O setor de semi joias carece de uma maior atenção por parte do governo, visto ser um segmento que esta sofrendo com as interferências dos mercados externos, como o asiático, portanto a presença de políticas de apoio e fomento pode ser determinante para o desenvolvimento deste segmento.

Estas necessidades são evidentes, que quando analisado países que tiveram uma industrialização tardia, mas que posteriormente bem-sucedidos como EUA e Japão utilizaram o suporte do aparelho estatal para este desenvolvimento, para o sucesso de um país como o Brasil, onde o processo de desenvolvimento esta acontecendo muito tarde, é imprescindível a presença de inovações institucionais aliadas ao aparato estatal (BURLAMAQUI, 2007).

Outro exemplo positivo de interferência e suporte do Estado ocorreu na Europa, quando o Estado assumiu o papel de agente transformador e foi determinante no desenvolvimento de países “atrasados” economicamente. Isso ocorreu através do planejamento, da organização e de investimentos para uma ampla estratégia de mudanças que serviam para empresas ou mercados (PANIAE, 2007).

Ainda em relação ao Estado, historicamente é o grande agente responsável pelo desenvolvimento econômico, visto seu poder de providenciar uma estratégia, de integrar institucionalmente as habilidades para a criação das tarefas e principalmente, devido o seu poder de financiamento, investimentos estes que pode redirecionar os direitos de propriedade e se tornarem ferramentas fundamentais para aproximar e integrar o potencial isolado de firmas e mercados (KITSTEINER e OCKENFELS, 2006).

Portanto independentemente da nacionalidade, cabe ao Estado buscar orientar da melhor maneira possível, fomentar e mesmo financiar, tomando frente dos empreendimentos que forem necessários para o desenvolvimento das firmas da nação (BURLAMAQUI, 2007).

No cenário nacional retomando os argumentos de North (1990), de que as instituições são as “regras do jogo” e as organizações são os “jogadores”, pode-se avaliar que é obrigação do governo ditar estas regras e em contra partida é

necessário também proporcionar a possibilidade das empresas de realmente “jogarem o jogo”.

Em termos de políticas de exportação e inserção no mercado internacional, até mesmo para a soberania e autonomia do Brasil, é vital que sejam definidas nos planos e estratégias de governo, que gerem condições de competitividade para que as empresas possam atuar no cenário internacional (MENDES, 2010).

Segundo Barbosa (2007), o suporte do Estado é primordial e urgente visto que a política externa brasileira é um processo novo, no qual o Brasil busca consolidar sua posição exportadora porém sem estar adequadamente preparado, por isso terá de enfrentar e responder rapidamente aos desafios políticos e econômicos para auxiliar as companhias nacionais frente a concorrência internacional.

Ainda segundo Barbosa (2007) as ações governamentais devem ser ligeiras e eficientes e incluindo ações dos órgãos nacionais envolvidos como o MDIC e BNDES, através de políticas públicas com o intuito de respaldar todo o esforço do setor privado.

Porém sendo as políticas governamentais de suporte a exportação aplicadas de modo inapropriado, estas serão ineficientes, pois quanto maior a força dos governos em impor regras de apropriação dos excedentes, maior serão os desestímulos à produção de riqueza (NORTH, 2005).

Para Schwartzman (1975), para expansão e manutenção do setor exportador, é necessária uma política para que a região em questão, reúna condições e tenha competência de atender à demanda externa, sendo que uma vez integrada ao mercado externo, a região deve-se atentar em focar o dinamismo do produto de exportação, garantindo assim uma maior chance de sucesso desta base exportadora.

O que deve ficar claro, que quando defendido as políticas de suporte as exportações as MPE's de Limeira, não está sendo pleiteado uma política nacionalista e protecionista, pois no passado acreditava-se que os países subdesenvolvidos eram “reféns” de um equilíbrio de baixo nível, da qual não sobreviveriam sem a intervenção do governo (CASTELAR, 2009).

Era necessário criar desequilíbrios para atrair investimento do setor privado, e tarifas de importação elevadas, altos subsídios tributários e creditícios e políticas

de câmbio múltiplo eram instrumentos comuns para distorcer preços, gerando a falsa situação de competitividade (CASTELAR, 2009).

Atualmente a atuação do Estado deve ocorrer para “equiparar” as condições das empresas nacionais em relações a maioria das empresas estrangeiras, ainda mais quando as transações possuem altos custos, neste caso o papel das instituições torna-se ainda mais importante (COASE, 1988).

Neste sentido no Brasil existe uma grande dificuldade, visto o alto valor de financiamentos (capital) e custos básicos de produção ser exorbitantes, como os valores de energia e mão de obra (MINERVINI, 2005).

Pode-se ainda avaliar a importância da influência do governo considerando o “ambiente institucional”, que seria integrações econômicas entre agentes da mesma sociedade, sendo os principais elementos “regras” formais, restrições informais e direitos de propriedade (HOLLINGSWORTH, 2003).

As regras formais são compostas pelas leis, contratos e demais regras políticas e econômicas, já as restrições informais podem ser considerados os aspectos culturais como tabus, tradições e costumes. Os direitos de propriedade garantem e limitam os benefícios da propriedade em questão, sendo uma norma de conduta (KALATZIS, 2006).

No ambiente das MPE's exportadoras, estas regras econômicas devem ser o foco de estudos para estimular o crescimento destas empresas, pois existindo regras políticas e econômicas mais efetivas para estas empresas, melhor será para estas empresa e para a economia nacional (LOPEZ, 2005).

Desta forma, o desempenho econômico de uma sociedade é totalmente influenciado pelas instituições, que em contrapartida geram uma maior grau de confiança e credibilidade ao ambiente econômico, estimulando as decisões de investimento (KALATZIS, 2006).

Para realizar um estudo em que será avaliado as formas das transações entre a produção de matéria-prima e o setor de semi joias, deve-se levantar os aspectos do ambiente institucional do setor, procurando identificar as principais políticas protecionistas e de estímulo existentes no mercado convergindo com os aspectos de regulamentação estatal.

Este processo estratégico de definição, vai além da fronteira das organizações, não existe uma relação exclusiva e direta com a economia

institucional, nesta perspectiva, envolve também empreender instituições (MACHADO-DA-SILVA, 2002).

Bueno (2004) reafirma a importância do ambiente institucional para o desenvolvimento econômico de uma sociedade. As sociedades que mais se desenvolvem no decorrer dos tempos, são as que conseguem construir mecanismos institucionais que reduzem os custos das transações realizadas pelos indivíduos em uma economia de mercado.

Desta forma, o apoio do governo é fundamental para as empresas nacionais, em especial as MPE's, para que estas possam suportar as “regras do jogo” e possibilitando assim, que estas empresas aproveitem suas vantagens competitivas “naturais”.

Estas vantagens, podem ser analisadas pelo conceito das vantagens comparativas, no qual sugere que cada país ou região deva se especializar e aprimorar na produção de uma determina mercadoria em que é relativamente mais eficiente ou que tenha um custo relativamente menor, estando assim apto para exportar este produto (KRUGAN, 1980).

Estes pontos relativos a importância do Estado na economia internacional, serão mais comentados no próximo tópico.

2.10. A importância do Estado e as vantagens no Comércio Internacional

Os comentários de Adam Smith (1723 - 1790) podem ser considerados com um “divisor de águas” da economia internacional, foi um dos pioneiros ao destacar os benefícios das ações de “trocas” entre os países via o comércio internacional, baseando-se no conceito em que não se deve tentar produzir no país, se o produto o que lhe custará mais do que para comprar de outra nação.,ou seja a ideia central foi provar que o comércio entre países é lucrativo (SMITH, 2003).

Ainda segundo conceitos de Smith (2003), via o conceito de vantagem absoluta, cada região deveria canalizar seus esforços no que pode produzir a custos mais baixos e aproveitando para trocar os excedentes dessa produção por produtos que custam menos nos outros países.

Por outro lado, esse mesmo país ou região deverá comprar “importar” aqueles produtos cuja produção possuir um custo relativamente maior, ou seja a

produção é menos eficiente. Desse modo, explica-se a especialização dos países ou regiões na produção de bens diferentes, como por exemplo, a produção de semi joias pelo APL de Limeira.

Porém alguns autores clássicos como Ricardo (1821), estabeleceu uma visão diferente em relação a esta teoria e abriu a possibilidade de ganhos no comércio exterior também para nações que não tenham estas vantagens absolutas em relação a outros. Segundo Ricardo, não é esta vantagem absoluta que gera a direção e a oportunidade de se aproveitar do benefícios internacionais, mas sim a vantagem comparativa.

Considerando um sistema comercial livre, cada país naturalmente dedica seu capital e sua força de trabalho à atividade ou função que lhe seja mais conveniente, somado a uma sociedade na qual todas as nações do mundo sejam por fatores estratégicos ou econômicos possuem suas necessidades de intercâmbio, estas trocas comerciais podem ser vantajosos para ambos (CONSOLE, 2006).

Mill (1821) corroborou com este conceito sobre a vantagem comparativa, pois qualquer país mesmo com custos altos, buscaria exportar para outras nações, mesmo que estes países possam produzir com um menor custo. Alguns países, partindo do pressuposto de terem vantagem em todos os produtos, teriam vantagem maior em alguns itens do que em outros, e importariam materiais em que sua vantagem não fosse tão ampla, para que pudessem dedicar esta quantidade maior de mão-de-obra e de capital, em atividades em que a vantagem fosse máxima.

No caso das MPE's do APL de Limeira e em muitas outras situações, o auxílio do governo para estimular a produtividade é mais que necessário pois conforme comentários de Krugman e Obstfeld (2001), devido as economias de escala, fica muito difícil determinar os grandes fluxos comerciais entre os países com perfis similares de produção e negócios.

Um outro fator mencionado por Krugman e Obstfeld (2001), em relação ao comércio internacional diz respeito ao estoque, fator este não contemplado na teoria de Ricardo. Este estoque pode ocorrer devido as nações terem até tecnologia semelhantes, mas como os fatores de produção são diferentes, como recursos naturais, mão-de-obra e capital, podendo gerar esta vantagem comparativa em sua produção.

Assim quando estas forças centrífugas superam as centrípetas, há uma tendência de concentração das mesmas atividades para produção nacional e com fins de exportação, este fenômeno ocorre em varias regiões metropolitanas ao redor de todo o mundo e também pode ser percebido em Limeira (SCOTT, 2004).

Existe uma grande complexidade nas ações relacionadas ao comercio internacional e as respectivas ações de empresas e governo, para Krugman e Obstfeld (2001), há três grandes fatores que são determinantes.

O primeiro é o comércio internacional de produtos na qual a produção tem fatores de produção muito semelhantes. O segundo fator é a existência de comércio internacional entre países que já são industrializados com os mesmos fatores semelhantes e atuação global. O terceiro são as empresas multinacionais, que possuem fluxo de comércio especial, efetuando importação e a exportação entre diferentes subsidiárias de uma mesma firma em detrimento de sua própria estratégia e necessidade (e não do país).

Autores como Williamson (1989), defenderam esta ideia de modelo e considerando que esta teoria (vantagem comparativa), influenciou bastante na determinação das políticas governamentais e estratégicas, proporcionando várias formas de intervenção na economia. Evidentemente que a da razão da aplicação destas políticas era diminuir os custos relativos das empresas no seu país e ganhar competitividade internacional.

Seguindo nesta linha, pode-se citar alguns exemplos destas políticas destacados por Williamson (1989), como redução programada das taxas de juros, empenho para conter os custos salariais, subsídios governamentais, margens de depreciação especiais e financiamento e políticas especiais de exportação para setores específicos.

A atuação dos governos também deve ocorrer nos bastidores das políticas internacionais, pois pode ser solicitado a restrição voluntária às exportações, isto ocorre como um pedido da nação importador ao país exportador, no sentido de reduzir o volume exportado, a fim de manter a boa relação entre os países e para evitar maiores sanções no âmbito macroeconômico internacional (KRUGMAN E OBSTFELD, 1999).

Porter (1999), ao avaliar estas teorias clássicas, levantou uma nova abordagem, sendo mais incisivo que a vantagem comparativa, refletindo sobre os fatores de competição internacional, que avalia os mercados de forma

segmentada, com produtos diferenciados, diversidades tecnológicas e economias de escala.

Neste conceito, fatores como, a natureza da rivalidade interna das firmas, as demandas internas para os produtos ou serviços da indústria, a presença ou ausência no país, devido a já existência de indústrias correlatas também são consideradas na análise.

Ainda buscando o entendimento das formas de atingir o comércio exterior, pode ser citado Rodrik (1994), que destaca a ação dos governos, com ações intervencionistas estratégicas para estimular o crescimento das indústrias locais, porém destacando que deve existir uma análise detalhada e muito crítica para estas ações protecionistas por parte do Estado.

Já Desgardins & Lemaire (1997) fazem referência à importância do papel do Estado em relação a necessidade de estimular sua participação de forma indireta, como no investimento e da cooperação entre os centros de pesquisa e empresas, formação de mão-de-obra qualificada e organização de eventuais feiras e oportunidades de negócios.

Neste sentido, o Estado deve fomentar a formação de uma estrutura econômica que explore os aspectos sistêmicos das organizações produtivas, as políticas precisam estar imersas em ações de desenvolvimento direcionadas na busca da competitividade, diferenciais estratégicos e na busca e prática da inovação (CÂNDIDO, 2002).

Exemplos positivos da intervenção do governo, podem ilustrar a importância deste tipo de suporte e visto o perfil semelhante as MPE's do APL de Limeira, fica evidente a possibilidade desta aplicação.

Um caso que pode demonstrar este processo, é o de uma companhia produtora de máquinas para calçados, sediada na cidade de Franca interior do estado de São Paulo. Nesta região está localizado uma das mais importantes aglomerações de produtores de calçados no Brasil.

Originalmente esta empresa era para atendimento da demanda dos produtores locais, com suporte governamental a empresa se desenvolveu e além da expansão no mercado nacional, atualmente a empresa atua no cenário internacional e exporta parte significativa de sua produção (SUZIGAN, 2001).

2.11 Cases de exportação de MPE's

Apesar das dificuldades encontradas para as MPE's atuarem no cenário internacional, já existem exemplos de sucesso de atuação de empresas deste porte com comércio exterior.

O caso estudado por Raboch e Amal (2008) avaliou a internacionalização de pequenas empresas na região do vale do Itajaí, Santa Catarina no Sul do país. Neste estudo foram avaliadas diferentes modos de atuação no exterior, como exportação direta e indireta, *joint ventures*, alianças internacionais e licenciamento para MPE's catarinenses.

Neste estudo foi aplicada uma pesquisa de campo a 52 MPE's, e concluiu-se que a maioria absoluta destas empresas conta com a exportação como meio único de internacionalização e além do espírito empreendedor destas empresas é destacado a necessidade de parcerias para sucessos destas MPE's.

Efetuando um paralelo com as MPE's de Semi Joias de Limeira, apesar das diferenças de segmento e perfil de atuação, pode ser destacado a necessidade de um "suporte externo" seja governamental ou da entidade de classe para o desenvolvimento ou manutenção das exportações.

Corroborando com este comentário, pode-se mencionar o estudo de Lima (2002) que analisou MPE's exportadoras voltadas para o setor de confecções e destacou a importância do trabalho conjunto da ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuário e da APEX.

Visando o crescimento das exportações brasileiras neste segmento e buscando a ampliação das opções no mercado internacional destas empresas, este estudo verificou o universo das MPE's de diversos estados e produtoras e diferentes modelos de confecção como: São Paulo (roupa social feminina e camisas masculinas), Minas Gerais (tricot), Rio de Janeiro (moda praia), Rio Grande do Sul (ternos), Goiás (jeans) e Espírito Santo (surfware).

Neste trabalho de Lima (2002) foi destacado a importância da APEX com a criação e promoção de programas e de consórcios de exportação, suportando estas MPE's com programas específicos e melhorando profundamente as oportunidades destas empresas.

Seguindo nesta linha de trabalhos, existe o estudo de Campos (2011) que avaliou o trabalho de exportação de quatro MPE's fruticultoras situadas no Estado de São Paulo.

Um fato que pode ser destacado neste trabalho, é a conclusão de que apesar da falta de suporte e da inicial escassez de informações e experiência no mercado externo, visto a necessidade destas empresas expandirem, em todos os casos conseguiram se adequar para superar limitações técnica e operacionais para inserir suas frutas fora do país.

Os resultados destes cases são limitados ao contexto dos segmentos das empresas estudadas e apesar de não abordar diretamente as políticas de apoio a exportação podem auxiliar no entendimento do segmento das semi joias de Limeira.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo será abordado os “pilares” teóricos que dão o devido embasamento para este trabalho. Na sequência também segue o questionário (Anexo 1) que será aplicado para a obtenção dos dados.

3.1 Definição da amostragem e área estudada

Nesta dissertação será utilizada uma amostragem não-probabilística por conveniência. A amostragem não-probabilística caracteriza-se como uma técnica que não utiliza seleção aleatória, confiando nos critérios e julgamentos do pesquisador (MALHOTRA, 2001).

A escolha da amostra deve demonstrar sua população maior, assegurando uma determinada representatividade (McDANIEL e GATES, 2003). Neste estudo foi considerando o universo das MPE's exportadoras de semi joias sediadas na região de Limeira e para aplicação do questionário e estudo de caso foram eleitas quatro MPE's com tradição exportadora e a ALJ.

Cidade esta, que possui uma localização privilegiada, cercada por grandes rodovias e próxima de importantes cidades do interior paulista como Campinas, Americana e Piracicaba. A situação geográfica deste município pode ser verificado na Figura 5:



Figura 5: Município de Limeira

Fonte: SÃO PAULO (2012)

3.2 Definição e etapas da metodologia

O presente trabalho teve uma abordagem qualitativa, através de estudos de casos direcionados e uma entrevista com a entidade representativa do setor a ALJ, representada por seu presidente em exercício o Sr. Rodolfo Mereb Jr.

A abordagem qualitativa foi escolhida buscando uma compreensão mais detalhada das características situacionais ao invés de obter meramente uma medida quantitativa das dificuldades e programas apresentados (SERRA NEGRA, 2009).

Trata-se de uma pesquisa exploratória, pois com esta dissertação buscou-se proporcionar uma maior familiaridade com a situação problemática, visando uma maior compreensão do tema e possibilitando a construção de futuras hipóteses (RAUPP, 2003).

Conforme já comentado esta pesquisa exploratória assumiu a forma de estudo de caso, este método muitas vezes, é colocado como sendo o mais adequado para pesquisas exploratórias (YIN, 1991).

Ainda segundo Yin (1991) o estudo de caso é uma inquirição empírica que busca entender o fenômeno contemporâneo dentro da “realidade” da vida, em situações quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto estudo não esta tão evidente.

Com base nas informações oriundas do estudo de caso, haverá uma interpretação dos dados, efetuando as análises e inferências buscando responder às questões que inicialmente foram formuladas (CAMPOMAR, 1991).

Para facilitar o andamento desta dissertação, em uma primeira etapa, foi efetuado a revisão da literatura tendo como base os dados coletados em publicações acadêmicas, literatura da área de comércio exterior e afins e de sites governamentais e instituições do setor, sendo esta etapa vital para elucidar a situação a ser estudada.

Neste trabalho, o estudo qualitativo também será realizado através da aplicação de questionário semi-estruturado, com perguntas abertas e fechadas. O questionário é a técnica de investigação composta por um número de questões, sendo apresentadas por escrito e tendo como o seu objetivo o conhecimento de opiniões, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas (GIL, 1991).

Seguindo nesta linha, após a detalhada análise das literaturas disponíveis, em um segundo momento foi formulado o questionário (Anexo 1) e aplicado a os atores desta pesquisa. Foram aplicadas este questionário em quatro empresas selecionadas, que atendendo a solicitação das mesmas terão seus nomes mantido em sigilo por isso foram classificadas como “A”, “B”, “C” e “D” além também da ALJ - Associação Limeirense de Joias .

A escolha destas empresas ocorreram, por estas serem representativa das demais empresas do setor. No caso da escolha da a ALJ isso ocorre pois esta é a associação que naturalmente representa os interesses destas empresas e conhece profundamente as dificuldades por elas encontradas, já as empresas “A”, “B”, “C” e “D” são MPE's com tradição exportadora.

Seguindo nesta análise, na próxima etapa foram compiladas as respostas oriundas do questionário, com o propósito de esclarecer os questionamentos levantados neste trabalho, servindo de base para a preparação das considerações finais e caso seja necessário sugestões para futuros trabalhos.

3.3 Apresentação dos Casos e análise dos resultados

A obtenção dos dados foi oriunda do questionário (Anexo 1) aplicado aos dirigentes das MPE's exportadoras (“A”, “B”, “C” e “D”) e da associação ALJ que primeiramente responderam por via de correio eletrônico e posteriormente houve entrevista por telefone para esclarecimento das informações.

Os dados coletados apresentaram importantes esclarecimentos, tanto no conceito das dificuldades das exportações das MPE's, como também auxilia no entendimento dos aspectos práticos da operação.

3.3.1 A empresa “A”

A empresa “A” é especializada na fabricação e modelagem de brincos, pulseiras, pingentes, alianças e estamparias folhadas em ouro e atualmente possui uma equipe composta de 35 colaboradores.

Foi fundada em 1980 e sua faixa de faturamento atual anual declarada é superior a R\$ 240.000,00 e inferior a R\$ 2.400.000,00, sendo desta forma classificada como empresa de pequeno porte.

A empresa em questão atua com exportações esporádicas desde o final da década de 1980, havendo uma interrupção das operações durante os anos de 1990 e 1994 devido alta das matérias primas para produção dos itens. Desde 2009 a empresa vem consolidando sua posição exportadora principalmente para itens para América do Sul.

A motivação para exportação é devido a vontade da conquista de novos mercados e para escoar os excessos de produtos no mercado local, fato este que poderia refletir na queda dos preços e evidentemente de sua lucratividade.

Ainda com base do questionário aplicado (Anexo 1) e entrevista por telefone, a empresa mencionou conhecer as empresas SEBRAE e APEX como órgãos que prestam suporte as exportações.

Quando questionado se a empresa utilizou algum órgão ou política de exportação para analisar a exportação para um novo mercado potencial, a empresa “A” comentou já ter “observado” relatórios e artigos provenientes do SEBRAE, mas alegou-se que estes dados não foram “decisórios” para escolha dos mercados internacionais.

Em relação as principais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações disponíveis (ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX, FAMPE, FGI, Drawback e FGE), a empresa em questão mencionou ter um conhecimento superficial, “ouvir falar”, de ACC, e ACE, pois instituições financeiras já ofereceram estas opções.

Mas com base nos comentários do responsável por esta empresa, estas opções mencionadas não foram consideradas por serem “burocráticas” e refletirem em perdas financeiras (gastos da operação financeira).

A empresa “A” também mencionou que considera que as atuais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações são de difícil acesso, porém não houve clareza quanto aos motivos destas dificuldades, apenas mencionando que a burocracia poderia ser diminuída.

Ainda segundo esta empresa estudada, é vital que as políticas de estímulo e suporte as exportações sejam melhoradas, visto que as políticas existentes não atendem as expectativas da companhia, sendo reforçada a necessidade de possuir uma maior acessibilidade.

Quando questionado se as semi joias de Limeira ganhariam em competitividade no cenário internacional com a melhor utilização das políticas de

exportação, além de uma resposta positiva quanto a este questionamento houve menção as políticas governamentais dos produtos chineses, que segundo a empresa “A”, coloca os produtos orientais em vantagem com os produtos nacionais.

3.3.2 A empresa “B”

A empresa “B” é especializada na produção de semi jóias em geral, com produtos para público masculino porém com foco para itens do universo feminino como: brincos, pulseiras, pingentes, gargantilhas e tornozeleiras .

Esta empresa conta atualmente com 12 funcionários em seu quadro de funcionários, sua fundação ocorreu em 1999 e sua faixa de faturamento atual anual declarada é de aproximadamente R\$ 500.000,00, por esta razão a mesma é classificada como empresa de pequeno porte.

A companhia B nos últimos três anos vem efetuando exportações para a Argentina e Chile, porém sua frequência é “inconstante” e nos recentes meses o volume importado estão sendo consideradas a baixa da media habitualmente exportada.

Tendo como base o questionário (Anexo 1) e posteriormente entrevista por telefone, a empresa mencionou conhecer as empresas SEBRAE como órgãos que prestam suporte as exportações, mas a mesma não soube identificar “todas” as funções exatas desta entidade.

Quando questionado se a empresa utilizou algum órgão ou política de exportação para analisar a exportação para um novo mercado potencial, a empresa “B” mencionou não conhecer nenhuma destes órgãos e que seria importante um devido suporte.

Em relação as principais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações disponíveis (ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX, FAMPE, FGI, Drawback e FGE), a empresa em questão também informou não conhecer nenhuma destas políticas.

A empresa “B” também comentou que considera que as atuais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações são muito complicadas e sem clareza das possibilidades de utilização.

Quando questionado se as semi jóias de Limeira ganhariam em competitividade no cenário internacional com a melhor utilização das políticas de exportação, houve uma resposta positiva e informou as empresas deste segmento teriam muito a ganhar em competitividade com políticas mais agressivas por parte do governo federal.

3.3.3 A empresa “C”

A empresa “C” é especializada na produção de concorrentes e adereços relacionados a esta linha, com produtos com design “próprio” a empresa possui um total de 29 funcionários.

Seu ano de fundação é 1992 e sua faixa de faturamento anual declarada é superior a R\$ 245.000,00 e por este fato pode ser classificada como empresa de pequeno porte.

A empresa orgulha-se por ter processo de fabricação utilizando modernas técnicas de produção e de acordo com as normas técnicas da CETESB, com avaliação periódica dos órgãos responsáveis.

A companhia iniciou seus processos de exportação com a motivação de conquistar novas oportunidades de negócios e com uma maior possibilidade de retorno e atualmente já efetuou exportações para países da América Latina e da Europa Central.

Tendo como base o questionário aplicado (Anexo 1) e posterior entrevista por telefone, a empresa declarou conhecer principalmente a empresas SEBRAE e mas também APEX como possíveis órgãos que poderiam auxiliar em operações de exportação.

A empresa “C” declarou não conhecer nenhuma política de estímulo ou suporte as exportações “específica” para o setor, e a mesma também mencionou ter conhecimento de operações de suporte do SEBRAE porém segundo esta empresa, esta operações do SEBRAE não são “dedicadas a exportação”.

Esta empresa informou que já se utilizou dos serviços prestados pelo SEBRAE para melhorar seu processo produtivo, porém nunca utilizou nenhum órgão ou política de exportação para analisar a exportação para um novo mercado potencial.

Considerando as principais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações disponíveis (ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX, FAMPE, FGI, Drawback e FGE), a empresa em questão mencionou ter um conhecimento apenas de ACC e ACE, mas estas opções nunca foram utilizadas.

A empresa “C” fez observações por considerar que as políticas de estímulo e / ou suporte as exportações não de “fácil entendimento” e são de muita burocracia para utilização.

Quando questionado se as semi joias de Limeira ganhariam em competitividade no cenário internacional com a melhor utilização das políticas de exportação, houve uma resposta afirmativa, porém a empresa expressou descrença quanto a estas políticas, declarando que estas políticas apenas “servem e servirão para grades empresas”.

3.3.4 A empresa “D”

A empresa “D” é especializada na modelagem e produção de brincos, anéis, escapulários, pingentes, alianças e estamparias folhadas em ouro e atualmente possui uma equipe composta de 60 colaboradores.

Foi fundada em 1983 e sua faixa de faturamento atual anual declarada é superior a R\$ 500.000,00 e inferior a R\$ 2.000.000,00, sendo desta forma classificada como empresa de pequeno porte.

A empresa “D” orgulha-se de produzir objetos para abrilhantar e realçar a beleza de cada momento existente na vida e por atuar com exportações desde 2003 para os EUA e Portugal.

A motivação inicial para exportação ocorreu devido a demanda de um de seus produtos (escapulário) em Portugal, a empresas aproveitou-se desta demanda e “embarcou” para este mercado, posteriormente a empresa também iniciou exportações para os EUA.

Considerando o questionário aplicado (Anexo 1) e entrevista por telefone, a empresa mencionou conhecer o SEBRAE como um órgão que possivelmente prestaria suporte as exportações.

A empresa “D” acredita que o SEBRAE pode auxiliar nas operações de comércio exterior, mas quando indagado se haveria alguma política de estímulo as

exportações de conhecimento da empresa, a mesma alegou desconhecer totalmente.

Ainda em relação as principais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações disponíveis como (ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX, FAMPE, FGI, Drawback e FGE), a empresa em questão mencionou não ter conhecimento destas operações.

A empresa “D” também mencionou que considera que as atuais políticas de suporte as exportações (se realmente existentes) devem ser de difícil acesso, pois não fazem parte da rotina destas empresas.

Quando questionado se as semi joias de Limeira ganhariam em competitividade no cenário internacional com a melhor utilização das políticas de exportação, assim como as outras empresas questionadas também houve uma resposta afirmativa.

3.3.5 ALJ - Associação Limeirense de Joias

A ALJ - Associação Limeirense de Jóias é a associação representativa das empresas do ramo de joias da cidade de Limeira, tendo como objetivo organizar toda a cadeia produtiva de folheados, desde os fornecedores de matéria prima e insumos passando pelos fabricantes de brutos, máquinas e equipamentos, banhos de galvanoplastia para terceiros, fabricantes de folheados até o produto chegar ao consumidor final, para que o setor seja forte e competitivo.

Desta forma a ALJ acredita que produzindo mais e com melhor qualidade, serão gerados mais empregos e serão criados mais divisas para Limeira e ainda trará para a cidade o reconhecimento mundialmente de “Capital da Joia Folhada”.

A associação foi representada pelo Sr. Rodolfo Dib Mereb Jr., presidente em exercício desta organização que respondeu os questionamentos do formulário (Anexo 1).

A associação evidentemente atua com exportações e conhece o SEBRAE e APEX como entidades que prestam algum tipo de suporte para ações relacionadas a exportação.

Em relação as principais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações disponíveis como (ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX,

FAMPE, FGI, Drawback e FGE), a ALJ declarou ter conhecimento das políticas PROEX, ACC, ACE e DRAWBACK, sendo que apenas as últimas três políticas declaradas foram utilizadas.

A associação declarou que nunca utilizou nenhum órgão ou política de exportação para analisar a exportação para um novo mercado potencial, muito menos acreditam ter o conhecimento adequado das principais políticas de estímulo e / ou suporte às exportações disponíveis (Exemplo: ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX, FAMPE, FGI, Drawback e FGE) por declarar que não se sabe de todos os detalhes, além destas informações serem de difícil acessibilidade.

A ALJ acredita que estas políticas de estímulo e / ou suporte às exportações podem ser melhoradas, oferecendo melhor acessibilidade às empresas do ramo e facilitando o crédito.

Quando questionado se os produtos exportados poderiam ganhar em competitividade no cenário internacional com a melhor utilização ou acesso a alguma política de exportação, a resposta foi afirmativa e declarando que muito desse sucesso depende de políticas de proteção ao produto nacional, proteção ao contrabando e subfaturamento de produtos importados, sendo estes os principais fatores de falta de competitividade das empresas representadas pela associação.

Os comentários da associação corresponderam ao último questionário aplicado e desta maneira pode-se verificar um resumo dos fatos no Quadro 7:

Quadro 7 – As empresas e suas necessidades principais

Empresas	Conhecimento a respeito das instituições:	Suporte / Políticas Utilizadas:	Necessidades principais diagnosticadas:
A	SEBRAE / APEX	Nenhuma utilização	Maior acessibilidade e diminuição da burocracia destas políticas para aumentar a competitividade internacional.
B	SEBRAE	Nenhuma utilização	Necessidade de suporte e uma política agressiva por parte do governo federal.
C	SEBRAE / APEX	Nenhuma utilização	Burocracia e dificuldade de entendimento, além de total descrença em relação: “servem e servirão para grandes empresas”.
D	SEBRAE	Nenhuma utilização	Falta total de informações e detalhes das políticas existentes.
ALJ- Associação Limeirense de Joias	SEBRAE / APEX	ACC / ACE / Drawback	Falta de detalhes das políticas existentes e dificuldade de acesso, falta de uma política específica de crédito e proteção das importações.

Fonte: Elaborado pelo autor

O fato da não utilização destas políticas por nenhuma das empresas entrevistadas, e pela mencionada falta de informações e detalhes destes suportes, corroborado pela literatura estudada (North, 1990), evidencia que as “regras do jogo” não estão “claras” e acessíveis para os “jogadores” ou empresas.

A resposta afirmativa da associação declarando que muito desse sucesso destas empresas depende de políticas de proteção ao produto nacional, condiz com o que observamos na literatura (KRUGMAN; OBSTEFELD, 2001).

No próximo capítulo serão apresentados os resultados e análises dos dados obtidos nesta pesquisa com as empresas entrevistadas supracitadas.

4. RESULTADOS DOS DADOS E SUGESTÕES DE MELHORIA

Neste capítulo serão analisados os dados e estudos de casos escolhidos, além de comentários de possibilidades e de sugestões de melhoria para estas empresas de modo a gerar embasamento para as considerações finais desta dissertação.

4. 1. Análises dos dados averiguados

Observa-se que um dos principais pontos de semelhanças entre as empresas entrevistadas referem-se a sua classificação, sendo que todas são classificadas como MPE, e também o perfil de atuação, ou seja, produção e comercialização de semi joias.

Um outro fator que foi consenso entre todas as empresas, foi o fato de tratar as exportações como uma atividade complementar. Desta forma o mercado nacional é sempre preferido, sendo que as atividades relacionadas ao comércio internacional, com exceção da empresa “A”, são para escoar excessos de produção que não foram comercializadas no mercado interno ou para aproveitar oportunidades de exportação pontuais, não existindo assim um trabalho de marketing e fidelização de cliente internacionais.

Este tipo de operação, exportação pontual, é preocupante visto que conforme abordado por Lopez (2005), normalmente estas exportações ocorrem sem um planejamento adequado e principalmente sem um trabalho de pós venda internacional, acarretando na não perpetuação da atividade.

Ainda como base dos questionários aplicados, ficou nítido a vontade de uma expansão das ações em mercados internacionais, pois todos os entrevistados mencionaram que seria benéfico a ampliação das exportações, cabendo destaque aos comentários da empresa “D”, que declara ser “um orgulho” efetuar uma exportação: “Colocar escapulários em Portugal (Europa), demonstra a nossa qualidade e dedicação, no início nunca pensamos que chegaríamos tão longe”.

Porém também ficou evidente entre as empresas entrevistadas, incluindo a ALJ, que não possuem um amplo conhecimento das instituições e suas respectivas ações de suporte e fomento ao comércio exterior, pois de todas as instituições descritas e comentadas neste trabalho e no ato da entrevista apenas o SEBRAE era de conhecimento de todas e a APEX da maioria (exceto empresas “B” e “D”).

Estas entidades deveriam atuar mais próximas destas empresas, pois empresas como SEBRAE possui ampla credibilidade entre os entrevistados, sendo que a empresa “C” destacou o seu suporte para melhorar seu processo produtivo, mas não houve nem mesmo em relação a esta entidade, declarações relacionadas a algum tipo de suporte quando se tratando de exportações.

A atuação destas entidades (SEBRAE, APEX e etc) nestas MPE's entrevistadas é muito pouca e sem um maior impacto na alavancagem e suporte destas empresas em assuntos relacionados ao comércio exterior, podendo gerar impactos negativos no desenvolvimento e sobrevivência destas empresas, podendo gerar até problemas para a economia local.

Muitas vezes os diversos produtos oriundos das MPE's passam despercebidos pela sociedade, mas muitos destes produtos podem atuar em conjunto ou como base para as grandes empresas, se tornando em muitas ocasiões vitais para o sistema econômico de sua região de origem (PIETROBELLI e RABELLOTI, 2006).

Ainda mais preocupante que a falta de conhecimento em relação as entidades que podem auxiliar no comércio internacional é o fato de que, apenas a ALJ e nenhuma das demais empresas entrevistadas utilizaram alguma das políticas governamentais ou privadas disponíveis.

Em relação a este tema, houve um enorme descontentamento entre os entrevistados que declararam que estas políticas são de difícil acesso e muito burocráticas. A ALJ mencionou que já utilizou as políticas de ACC, ACE e Drawback, porém a empresa “D” ironicamente chegou a duvidar da existência destas políticas, enquanto a empresa “C” fez menção a estas políticas como disponíveis apenas para empresas de grande porte.

Com exceção da ALJ, existe um “descrédito” destas políticas pelas empresas entrevistadas, muito deste “descrédito” pode ser oriundo da falta de conhecimento, pois a empresa “A” até declarou conhecer ACE e ACC apesar de não utilizar, porém os demais entrevistados possuem nenhum conhecimento a respeito deste tema.

A falta de conhecimento destas políticas se reflete nas respostas dos entrevistados, pois sempre que questionado os comentários das MPE's entrevistadas em relação à burocracia ou “complicação” da utilização destas

políticas, nenhuma empresa conseguiu detalhar ou esclarecer qual seria o fator problemático.

Desta forma este trabalho converge com a pesquisa de Cavalcante (2011), na qual conclui-se que a ampla maioria das MPE's entrevistadas em tal pesquisa, ainda não possuía o devido conhecimento a cerca das entidades ou órgãos que já atuam prestando suporte no comércio exterior, ou mesmo que ofereçam algum tipo de serviço nos cenários relacionados à exportação.

Outro ponto comum entre todos entrevistados é a consciência de que com uma maior utilização das políticas de exportação as semi joias de Limeira ampliariam sua competitividade no cenário internacional.

A empresa "A" comentou que a melhor utilização destas políticas é vital para a sobrevivência destas empresas neste segmento e menciona que os produtos asiáticos sempre estarão à frente dos brasileiros neste ponto, ou seja, sempre possuirão uma política de exportação mais desenvolvida.

A ALJ além de endossar estes comentários da empresa "A" também acredita que deveria existir uma política específica de crédito e de proteção para as semi joias nacionais, além de citar o contrabando e subfaturamento dos produtos importados como outro grande fator de preocupação e de necessidade de ação corretiva por parte das entidades competentes.

Para melhor entendimento, um fator que deve ser levado em consideração refere-se às diferenças e pontos em comum entre as empresas entrevistadas, diferenças estas que evidentemente não são muito gritantes, com exceção da ALJ que é a entidade representativa deste setor e por tal razão possui um perfil completamente diferente das demais.

Todas estas empresas são de origem familiar e possuem um sistema gerencial "centralizado" ao proprietário da empresa, desta forma pode-se concluir grosseiramente que as ações principais (decisórias) destas empresas são "decisões do dono".

Outro ponto em comum é uma grande dependência das matérias primas bases, principalmente do ouro que afeta diretamente a rentabilidade e competitividade destas empresas.

Pode se notar também que nestas empresas entrevistadas, por não possuírem um faturamento muito expressivo, não possuem recursos disponíveis para o desenvolvimento de um departamento de comércio exterior, nem mesmo

existe a possibilidade de contratar uma especializada e focada para desenvolver tal função.

Infelizmente desta forma fica mais difícil à análise de oportunidades e de desenvolvimento no cenário internacional, tornado estas empresas ainda mais carentes e dependentes de um suporte do governo e entidades externas (visto que não possui na própria empresa).

Assim pode-se perceber a existência de uma grande semelhança no perfil e nas dificuldades declaradas por estas empresas, e por este motivo a acessibilidade das políticas de suporte o comércio exterior fazem-se tão importante para esta linha de empresas estudadas.

Desta maneira todas as empresas entrevistadas acreditam na necessidade de melhoria das políticas de apoio e fomento a exportação e conforme destacado pela ALJ e empresa “B” o sucesso destas ações depende também de políticas apropriadas de proteção ao produto nacional, o que também condiz com o que observamos na literatura (KRUGMAN; OBSTEFELD, 2001).

Apesar de todas as semelhanças entre as empresas já mencionadas, e seus produtos serem de uma “mesma linha e característica”, foi possível identificar algumas pequenas diferenças que merecem destaque.

O portfólio das empresas não são idênticos, e como tal afetam em seu perfil e público alvo. As empresas “A” e “C” possuem uma linha de semi joias que além de um custo acessível também privilegia modelos diferenciados e com design exclusivo, buscando agregar valor ao seu produto final e atingir um público de classe média alta.

Já a empresa “B” tem os seus esforços para atingir o menor custo final possível em seus itens, desta forma busca maximizar seus lucros através da maior quantidade vendida possível, independentemente de qualquer segmentação de público alvo, ou seja, busca “vendas em volume”.

Por fim a empresa “D” possui peças de valor um pouco mais alto se comparado às demais empresas do mercado, portanto também busca atingir um público de classe média alta, estacando-se também por possuir forte penetração no segmento religioso.

Independentemente do público alvo almejado por estas empresas e suas particularidades de atuação, ainda seguindo nesta linha de raciocínio, existe uma preocupação consensual de todos entrevistados em relação às políticas de suporte

as exportações, evidentemente que ainda existem algumas “preocupações” que são particulares de cada empresa.

Pode-se identificar que a ALJ assim como a empresa “B” possuem uma visão mais ampla da situação problemática e tem uma maior consciência dos impactos negativos da falta de suporte dos órgãos e entidades competentes, visto os seus comentários relacionados aos impactos econômicos e sociais que podem ser gerados.

Este sentimento de falta de um devido suporte e apoio as MPE's por entidades competentes é corroborado pelos comentários de alguns autores da área, sejam em relação aos “gargalos operacionais” existentes, ou das dificuldades de gestão em geral, principalmente em relação à falta de financiamentos e suporte (GUIMARÃES, 2002; CASTRO, 2009; WANKE e HIJJAR, 2009).

Já as empresas “A” e “C” até possuem conhecimento em relação dos impactos negativos da falta destas políticas em seu desenvolvimento, porém não fica claro se as mesmas conseguem vislumbrar o total potencial desperdiçado oriunda desta deficiência.

Enquanto a empresa “D” que apesar de possuir um alto valor de faturamento se comparado com as demais empresas entrevistadas, não possui nenhuma percepção definida de quanto se perde com esta situação.

Cabe novamente ressaltar que apesar destas diferenças de perfis e interpretação, foi unânime entre todos os entrevistados que o suporte e as políticas atualmente existentes não são satisfatórias e devem ser amplamente melhoradas e sua acessibilidade facilitada.

Desta forma esta falta de conhecimento destas políticas de exportação, e opções de suporte de operações internacionais vão de encontro com a literatura estudada e principalmente com as abordagens North (1991), considerando que estes órgãos, instituições e políticas nada mais são que as “regras do jogo” e estas MPE's são os “jogadores” e sem o conhecimento destas “regras do jogo” evidentemente perdem muitas oportunidades de desenvolvimento.

Assim pode-se averiguar que a postura destes órgãos e entidades e suas respectivas políticas de exportação são insatisfatórias e insuficientes para as necessidades das empresas do segmento de semi joias de Limeira.

Mas também é cabível o questionamento se estas políticas são consideradas insatisfatórias e insuficientes somente em função do Estado e seus mecanismos de atuação.

Será que a intervenção do Estado de maneira profunda nas políticas de comércio exterior, é a única opção? Será que não existe um grande despreparo e imaturidade destas MPE's para enfrentarem o cenário internacional?

Com base nos estudos de caso das empresas estudadas e principalmente da entrevista com a ALJ pode-se identificar que estas empresas que são de origem familiar e em sua maioria com origem no "chão de fábrica" não buscam aprimoramento para atuarem com exportação e tampouco possuem uma cultura exportadora.

Portanto pode-se considerar que nestes casos estudados é perceptível a existência de certa acomodação destas MPE's em relação a necessidade de um apoio e subsídios para o seu desenvolvimento e que em muitas situações transferem em sua totalidade para o Estado suas frustrações relacionadas a imersão no mercado global.

Desta forma pode-se perceber pontos de melhoria que podem ser devidamente avaliados e que conseqüentemente podem impulsionar o desenvolvimento destas empresas.

4.2. SUGESTÕES DE MELHORIA

Considerando todo o embasamento teórico estudado e as análises das empresas e entidade já mencionadas, pode-se identificar algumas possibilidades de melhoria nestes processos de órgãos e políticas de exportação.

Primeiramente, identificar claramente quais são os "níveis" e esferas de atuação dos órgãos e entidades que prestam suporte, seja ela Federal, Estadual, Municipal ou Empresarial (representativa de classe).

Estas empresas tendo isto em mente, poderão mais facilmente pleitear as suas necessidades.

Faz-se necessário uma maior "organização" dos empresários do ramo para que haja uma maior representatividade e que faça demonstrar a importância deste segmento no cenário nacional, que seja através de sua associação (ALJ), de seu sindicato (Sindijoiás) ou via alguma outra maneira estruturada.

Os empresários deste segmento não podem se dar ao luxo de permanecer desta maneira “segregados”, unidos e com mais representatividade, evidentemente ganha-se mais força junto aos órgãos competentes para pleitear melhorias e políticas dedicadas.

Porém nada disso terá efeito se os empresários não tiverem a devida consciência de que a culpa não é somente do Estado e órgãos competentes, os mesmo não podem fazer “tudo sozinhos”, cabe também ao empresário buscar este aprimoramento e maturidade.,

Pode-se observar que muitos empresários de hoje são ex ferreiros e trabalhadores braçais que montaram suas empresas no passado, e que por varias razões e dificuldades não tiveram muitas oportunidades de desenvolvimento “estratégico”.

Por isso é importante buscarem também o aprimoramento “pessoal” e gerencial, seja através de estudos, cursos profissionalizantes, palestras, graduações, pois sem conhecimento dificilmente conseguirão identificar as oportunidades e obter sucesso no segmento internacional.

Cabe ressaltar também a busca por uma “cultura exportadora” seja aproveitando-se de turismo de negócios, aprimoramento internacional ou ações correlacionas, sempre buscando as oportunidades de mercado.

Concluindo, neste próximo capítulo serão descritas as considerações finais deste trabalho.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal contribuição deste estudo para a literatura da área são as informações relativas ao desconhecimento das políticas de exportação existentes e da baixa utilização dos órgãos e entidades que possuem o intuito de apoiar as exportações das MPE's, mais especificamente do segmento de semi joias da cidade de Limeira.

Tendo como base as pesquisas aplicadas e da literatura estudada, foi possível desenvolver um trabalho no qual ficou destacado que os órgãos e entidades competentes não estão conseguindo prestar um suporte adequado e suas respectivas políticas de exportação são insatisfatórias e não atingem as necessidades das empresas de Limeira do segmento de semi joias.

Desta forma este trabalho contribui para o diagnóstico de uma situação antes não estudada para este segmento e região, além de servir como “sinal de alerta” para os órgãos e entidades competentes para a necessidade de melhoria imediata, caso exista a vontade de proporcionar políticas de exportação eficientes e efetivas para este perfil de empresas.

Apenas para elucidar estas informações, para este trabalho apenas foram selecionadas empresas classificadas como MPE's, sediadas em Limeira e que recentemente (últimos cinco anos) ou atualmente operam com exportações somadas a associação representativa destas empresas ALJ.

Tendo como base nas informações oriundas nas entrevistas da empresa A, B, C e D e como observa-se em Krugman e Obstfeld (2001), pode-se identificar que a falta de conhecimento por parte das MPE's em relação as políticas de exportação ocorrem principalmente por desconhecimento dos possíveis serviços e benefícios prestados, e quando existe este conhecimento as MPE's se esbarram nas dificuldades operacionais e burocracia para obtenção destes benefícios.

Porém ficou evidente que estas políticas são consideradas importantes por estas MPE's, pois todas as empresas entrevistadas acreditam que os seus produtos poderiam ganhar em competitividade no cenário internacional com a melhor utilização destas políticas de exportação.

Ainda considerando os comentários oriundos dos questionários aplicados ficou evidente que a entidade de maior popularidade entre as empresas é o SEBRAE, sendo destacada entre todos os entrevistados, porém mesmo em

relação ao SEBRAE as empresas entrevistadas não conhecem suas atuações em relação ao comércio exterior. Houveram também citações para a APEX, mas também sem nenhuma clareza das funções deste órgão.

Cabe destacar que apesar de algumas citações ao SEBRAE e APEX nenhuma das empresas entrevistadas, utiliza ou utilizou dos serviços prestados por estas entidades em se tratando de comércio exterior, apenas declaram ter conhecimento a cerca destas empresas mas sem uma “clara” identificação de suas atuações.

Seria importante um maior conhecimento destas políticas governamentais, pois conforme comentários de North (1991) e princípios da Nova Economia Institucional, considerando que estas instituições e políticas de exportação são as “regras do jogo” e estas MPE’s são os “jogadores” sem um conhecimento amplo das opções ou “regras do jogo” estas empresas perdem em competitividade.

Considerando as informações oriundas dos questionários aplicados, seria importante que estas MPE’s tivessem um maior conhecimento a respeito das funcionalidades de entidades como APEX, SEBRAE, CAMEX, IBGM e demais órgãos competentes, pois assim poderiam ter maiores chances de desenvolvimento e ampliação de receita.

Portanto é importante uma maior aproximação do Estado e demais entidades competentes mas também faz-se necessário uma maior maturidade destas MPE’s para que desenvolvam uma “cultura exportadora” de modo que não são acomodem perante as dificuldades e busquem adequadamente estas possibilidades de suporte.

Já em relação as principais políticas de estímulo e suporte as exportações disponíveis no mercado (ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX, FAMPE, FGI, Drawback e FGE) todas empresas declaram não ter conhecimento aprofundado de todas estas políticas e ainda alegaram ser de grande dificuldade de acessibilidade e complexidade para obtenção de maior detalhamento destas informações.

Com exceção da ALJ que utilizou-se das políticas de ACC, ACE e Drawback, nenhuma das demais empresas entrevistadas utilizou-se destes recursos.

Considerando a amostra destas MPE’s limeirenses, definitivamente estas políticas de apoio e fomento as exportações não estão atingindo seus fins, ou seja

não estão auxiliando no desenvolvimento destas empresas. O governo e suas entidades ligadas poderiam e deveriam avaliar novas ações e estratégicas, através até mesmo de intervenções na economia, para conseguir atingir efetivamente estas empresas, fato este que atualmente não ocorre.

No modelo atual estas políticas de exportação supracitadas, devido a sua “complexidade” de acessibilidade e falta informações estão sendo muito poucas utilizadas, desta forma perdem-se oportunidades do Brasil obter vantagens competitivas neste segmento e conseqüentemente gerar mais renda e possivelmente empregos.

Outro fator preocupante é o fato de nenhuma destas empresas entrevistadas ter se utilizado de órgãos ou políticas de exportação para analisar exportações para mercados em potencial, este tipo de análise poderia ser muito útil para abrir portas fora país e facilitar o planejamento e imersão destas empresas no cenário internacional.

O apoio do governo é fundamental para estas empresas, principalmente em um segmento tão concorrido quanto o de semi joias, pois assim estas MPE's possam suportar as “regras do jogo” e consigam aproveitar as suas vantagens competitivas “naturais”.

Houve também um consenso entre todas as empresas que as políticas existentes de comércio exterior devem ser melhoradas para conseguir oferecer maior acessibilidade as empresas e proporcionar uma maior liberação de crédito, com o propósito final de ampliar a competitividade destas empresas no cenário internacional.

Assim pode-se identificar que as práticas financeiras destes órgãos e entidades deveriam ser revistas, pois cabe ressaltar que quanto maior o volume exportado melhor é para a economia nacional, que passará a receber mais recursos provenientes do exterior e também solidifica estas MPE's no mercado. Evidentemente que para isso ocorrer os investimentos financeiros, principalmente governamentais devem chegar até estas empresas.

As informações oriundas das empresas entrevistadas demonstraram a necessidade de ampliar e melhorar a acessibilidade destas empresas as políticas de comércio exterior, visto que estas empresas mencionaram que poderiam ampliar sua atuação com exportações se tivessem um maior suporte.

Mas de uma maneira que não transforme estas políticas em “muletas” para estas MPE’s despreparadas, mas que garanta oportunidades justas para estas empresas competirem no mercado internacional.

Portanto pode-se interpretar que o sinal de alerta para os órgãos competentes deveria estar ligado, pois segundo os dados levantados, infelizmente os fins destas políticas não estão sendo atingidos e conseqüentemente oportunidades de negócios e de geração de renda desperdiçadas.

Desta forma a associação ALJ e demais empresas entrevistadas deram uma resposta afirmativa ao estudo e declarando que muito desse sucesso das futuras operações depende de políticas de proteção ao produto nacional, o que condiz com o que observamos na literatura (KRUGMAN; OBSTEFELD, 2001).

Finalmente este trabalho pode servir de apoio para as MPE’s do setor de semi joias da cidade de Limeira, e também para que seja chamada a atenção para melhorias necessárias em relação às políticas de exportações.

BIBLIOGRAFIA

ALJ. **Associação Limeirense de Joias**: Mercado de Semi Joias de Limeira Disponível em < <http://www.alj.org.br/site/index.php>>. Acesso em 30.mar.2012.

ARAÚJO, B. C. P. O. **Análise empírica dos efeitos ex-post das exportações sobre a produtividade, o emprego e a renda das empresas brasileiras**. Brasília: Ipea, 2006.

BARBOSA, R. **Política externa e internacionalização**. In Espaço Aberto, de 23 de outubro de 2007.

BARCLAY, B. **Redes, sí. Pero, qué redes?** Fórum de Comercio Internacional, Centro de Comercio Internacional (CCI), n. 1, 2002.

BAUMAN, Z. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar. 1999.

BOWLES, S. **Microeconomics: behavior, institutions, and evolution**. Oxford: Princeton University Press, 2004.

BUENO, N. P. **Possíveis Contribuições da Nova Economia Institucional à Pesquisa em História Econômica Brasileira: Uma Releitura das Três Obras Clássicas Sobre o Período Colonial**. Estudos Econômicos, São Paulo, 2004.

BURLAMAQUI, L.; SOUZA, J.; BARBOSA, N. **The rise and halt of economic development in Brazil, 1945-2004: industrial catching-up, institutional innovation and financial fragility**. Institutional change and economic development. Nova Iorque: Anthem e United Nations University Press, 2007

CAMPOMAR, M. **Do uso do "Estudo de Caso" em Pesquisas para Dissertação e Teses em Administração**. Revista de Administração, São Paulo, 1991.

CAMPOS, T.; LIMA E.; DUARTE R.; PEREIRA W.; **Exportação de MPE: Um estudo multicaso em empresas fruticultoras**. SEMEAD, 2011.

CÂNDIDO, G.; **A formação de redes interorganizacionais como mecanismo para geração de vantagem competitiva e para promoção do desenvolvimento regional: o papel do estado e das políticas públicas neste cenário.** READ, 2002

CARDÃO A. P. **O papel do Estado na economia globalizada.** Negócios On-Line, Lisboa, Portugal, 2010.

CARNEIRO, J.; ROCHA, A.; SILVA, J. **Determinants of export performance: a study of large brazilian manufacturing firms.** BAR Brazilian Administration Review, 2011.

CARON, J.; ANSON, J. **Trade facilitation for low-valued exports in Brazil: lessons to be learned from simplified export declarations and the use of postal networks through « Exporta Fácil »**, Universal Postal Union, 2008.

CASTELAR, A. **Sociedade e Economia: estratégias de crescimento e desenvolvimento.** Brasília: IPEA, 2009.

CASTRO, J. **Exportação Aspectos práticos e operacionais,** Editora Aduaneiras, São Paulo, 2009.

CAVALCANTE, M. **Questionário para a avaliação dos gargalos às exportações de micro e pequenas empresas:** MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Avaliação dos resultados, Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, 2011.

CERRÓN A. P. **Instituições de Apoio aos Sistemas Locais de Produção: os casos de Limeira e Santa Gertrudes.** Universidade Estadual de Campinas Instituto de Economia, 2004

COASE, R. H. **The problem of social cost In: _____. The firm, the market and the law.** Chicago: University of Chicago, 1988.

COSTA, A.; MONTEIRO, D.; GUIDOLIN, S. **Inovação nos setores de baixa e média tecnologia**, BNDES Setorial, 2011

CONSOLE, M. **Barreiras não tarifárias as exportações agropecuárias brasileiras para a União Européia**. Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

DECKER, R.; ZHAO, X. **SMEs' Choice of Foreign Market Entry Mode: A Normative Approach**. International Journal of Business and Economics, v.3, n.3, 2004.

DE NEGRI, J. A.; DE OLIVEIRA B. C. **As Empresas brasileiras e o comércio internacional**. Brasília: Ipea, 2006

DI GIULIO, G. **Pólo de joias e bijuterias cresce com informalidade e pouca inovação**. Inovação Uniemp v.3 n.2 Campinas 2007.

DUNNING, J.; LUNDAN, S. **Multinational enterprises and the global economy**, Edward Elgar Publishing, 2008.

DUPAS, G. **O futuro do trabalho** Cadernos IHU Idéias / Espaço Aberto, 2007.

FERRARO, C.; GOLDSTEIN E. **Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina**. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2011.

FERNANDEZ, Z.; NIETO, M. **Internalization Strategy of small and medium-sized family business: some influential factors**, Family Business Review, 2005.

FIESP. **Arranjo Produtivo Local de Limeira**. Disponível em <www.fiesp.com.br/competitividade/regional/joias_folhadas.aspx> . Acesso em 10.ago.2012

FILLIS, I. **Small firm internationalization: an investigative survey and future research directions**, Management Decision, Vol. 39 Iss: 9, pp.767 – 783, 2001.

FUNCEX. **Estudos de Comércio Exterior**: FUNCEX - Fundação Centro de estudos de Comércio Exterior Disponível em <<http://www.funcex.com.br/conheca.asp>>. Acesso em 27.mai.2011.

GAMA, M.; LOPES, J. **Comércio Exterior Competitivo**, São Paulo: Aduaneiras, 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GUIMARÃES; E. **Política de exportação brasileira para as pequenas e médias empresas**, BNDES, 2002.

HERMEL, P.; KHAYAT, I. **The role of resources: micro-firms internationalization in the French context**, Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 18 Iss: 2, pp.298 – 310, 2011.

HENRIQUES, H.; SOARES M. **Políticas e Ações para as Cadeias de Produtivas de Gemas e Joias**. IBGM e MDIC Brasília : Brisa, 2005.

HOLLINGSWORTH, J. R. **Advancing the socio-economic paradigm with institutional analysis**. Socio-Economic Review, v. 1, n. 1, p. 130-134, 2003.

IBGM. **Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos**: Cenários e Mercados de Semi Joias. Disponível em <http://www.ibgm.com.br/index_info.php>. Acesso em 30.out.2012.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. **The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments**. Journal of International Business Studies, Uppsala, p. 23-32, 1977.

KALATZIS, A.; ARANGO R.; PAULILO L.F. **A nova economia institucional: aspectos que influenciam na relação comercial Brasil - União Européia** SIMPEP, 2006.

KITTSTEINER, T.; OCKENFELS, A. **Market design: a selective review**. Zeitschrift für Betriebswirtschaft, v. 5, p. 121-144, 2006.

KRUGMAN, P.; OBSTEFELD, M. **Economia internacional - Teoria e Política**. São Paulo: Makron Books, 1999.

KRUGMAN, P.; **Scale Economies, product differentiation, and the pattern of trade**. American Economic Review, [S.l.], v. 70, , 1980.

LA ROVERE **“Perspectivas das Micro, Pequenas e Médias Empresas no Brasil”** Revista de Economia Contemporânea, 2001.

LEONE, N.M. **As especificidades das pequenas e médias empresas**. São Paulo: Revista de Administração, v.34, n.2, p.91-94, 2009.

LIMA, G. B., NEVES, M.F & OLIVEIRA, L. **Consórcio de Exportação como Alternativa às Pequenas e Médias Empresas: Um caso na Cadeia Têxtil - Anais do XL Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural - SOBER, 2002**.

LONGENECKER, G.; MOORE, C.; PETTY, W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Editora Makron Books do Brasil, 2004.

LOPEZ, J. **Exportação Brasileira, a real participação da empresa**, Editora Aduaneiras, 2005.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; BARBOSA, S. **Estratégia, fatores de competitividade e contexto de referência das organizações: uma análise arquetípica**. Revista de Administração Contemporânea, 2002.

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARKWALD, R.; PESSOA, E. **“Micro e Pequenas empresas exportadoras: um retorno ao período de 1997 – 2002”**. Revista Brasileira de Comércio Exterior, 2003.

MARTINELLI, P. D. ; JOYAL, A. **Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas**. São Paulo: Editora Manole, 2004.

McDANIEL, C.; GATES, R. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning. 2003.

MDIC. **Mecanismos de Apoio às Exportações de Bens e Serviços pelas MPEs**: MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, Julho 2011.

MDIC. **Modalidades de financiamento de exportação**: MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Disponível em: <<http://www.aprendendoaexportar.gov.br/sitio/paginas/plaExportacao/finProApoBanBraExportacao.html#pabbe>>. Acesso em 27.mai.2011.

MDIC. **O regime especial de drawback**: MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/drawback/regime.htm>> Acesso em 27.mai.2011.

MDIC. **Programa de Financiamento à Exportação – PROEX**: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/sain/temas_internacionais/proex.asp>. Acesso em 27.ago.2011

MENDES, Z. **Internacionalização das Empresas, a Sociedade em Rede e o Papel dos Governos**. Revista Autor, 2010.

MILL, S.; **Princípios de Economia Política – Com Algumas de suas Aplicações à Filosofia Social**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

MINERVINI, N. **O exportador: ferramentas para atuar com sucesso nos mercados internacionais**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MORAIS, J. M. “**Programas especiais de crédito para micro, pequenas e médias empresas: BNDES, PROGER E Fundos Constitucionais de financiamento**”, Brasília, 2008.

MOREIRA, B.F. **Barreiras Internas a Exportação**. XVI Fórum Nacional do Instituto Nacional de Altos Estudos (INAE). Rio de Janeiro, 2004.

MOREIRA, S. V.; TOMICH, F.; RODRIGUES M. G. **PROEX E BNDES EXIM: Construindo o Futuro**, Ipea, Texto para Discussão 1156, Brasília, janeiro de 2006.

NORTH, D.; **Institutions, Institutional Change and Economic Performance** Cambridge University Press. 152 p. 1990

NORTH, D.; **Understanding the Process of Economic Change**. Princeton University Press, 187 p. 2005.

NORTH, D. **Structure and Change in Economic History**, Norton, New York, 1981.

PANIAE, M. **Does Europe need neoliberal reforms?** *Cambridge Journal of Economics*, v. 31, p. 145-169, 2007.

PIANTO, D.; CHANG, L. **O Potencial exportador e as políticas de exportação da APEX-Brasil**. Brasília, Empresas Brasileiras no Comércio Internacional, 2006.

PIETROBELLI, C.; RABELLOTI, R. **Upgrading to Compete : Global Value Chains, Clusters, and SMEs in Latin America**, Inter-American Development

Bank, David Rockefeller Center for Latin American Studies, Harvard University, IDB Office of External Relations, 2006.

PINHEIRO, A.C. **Encarando o desafio das exportações**, BNDES: Rio de Janeiro, 2003.

PORTER, M. E. **Competição on competition: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RABOCH, H.; AMAL, M. **A internacionalização de pequenas empresas: um estudo de caso na região do vale do Itajaí**. Dynamis Revista Tecno-Científica, 2008.

RAMOS, G. **Comércio Internacional, Política Comercial Brasileira e a Atuação da Câmara de Comércio Exterior (Camex) na Condução das Políticas Para o Setor**. Dissertação de Mestrado apresentada à Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da FGV. 2008.

RAUPP, M.; BEUREN, M. **Metodologia de pesquisa aplicável às ciências sociais**. Atlas, 2003.

RECEITA FEDERAL. **Classificação das micros e pequenas empresas**. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/automaticosrfsinot/757_44_36698800.html>. Acesso em 10.jun.2011.

REQUENA W. **O papel do APL de Joias e Bijuterias no desenvolvimento urbano de Limeira – SP**. Dissertação de Mestrado – Universidade Mackenzie, São Paulo, 2006.

RICARDO, D. **Princípios de Economia Política e Tributação**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall,

2002.

RODRIK, D. **The World Bank and the East Asian Miracle**. In: MIRACLE or design: lessons from the East Asian experience, Washington: 1994

ROSSI, P.; PRATES, D. **Projeto de estudos sobre as perspectivas da indústria financeira e o papel dos bancos públicos** – Subprojeto Mercado de crédito bancário as exportações, Campinas, 2009.

RUIZ, M. **Exportações brasileiras: fatores explicativos da participação das micro e pequenas empresas (MPE)** - Dissertação (Mestrado) Faculdade de Economia e Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2005

SAMPAIO, S. E. K. **Sistemas Locais de Produção: estudo de caso da indústria de joias e bijuterias em Limeira (SP)**. 2002 Monografia (Iniciação Científica)- Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2002.

SANTOS, B. S. (org.) **A globalização e as ciências sociais**. 2. ed. SP: Cortes, 2002.

SARAIVA, J. **A busca de um novo paradigma: política exterior, comércio externo e federalismo no Brasil**. Revista Brasileira de Política Internacional, Brasília, 2004.

SCHWARTZMAN, J.; **A teoria da base de exportação e o desenvolvimento regional**. Rio de Janeiro: IPEA, 1975.

SCOTT, A. **A perspective of economic geography**. Journal of Economic Geography, v.4, n.5, 2004.

SEBRAE. **Definição de MPE e Empreendedorismo**: SEBRAE - Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário. Disponível em: <<http://www.sebraerj.com.br/main.asp?View>>. Acesso em 22.ago.2011

SEBRAE. **Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (FAMPE)**: SEBRAE - Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/uasf/onde-buscar-garantias/fampe/>>. Acesso em 30.nov.2011

SEBRAE. **Indicadores da classificação empresarial**: SEBRAE - Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/goias/indicadores-das-mpe/classificacao-empresarial>>. Acesso em 17.jun.2011.

SEBRAE. **Manual Básico de Exportação**. São Paulo: SEBRAE / FIESP, 2004. Disponível em: <http://www.fiesp.com.br/pdf/relacoes/manual_exportacao.pdf>. Acesso em 22.ago.2011

SERRA NEGRA C. A.; SERRA NEGRA E.; **Manual de trabalhos monofiguras de graduação, especialização, mestrado e doutorado**. São Paulo , Atlas, 2009

SMITH, A.; **A riqueza das Nações**. Tradução de RODRIGUEZ, A.; OSTRENSKY, E. São Paulo, Martins Fontes, 2003

SUZIGAN, W. **Aglomerções industriais como focos de políticas**. Revista de Economia Política, v. 21, n. 3 , 2001

THOMAZI, J.; BRITOLL, E.; MARCONDES, R.; FERREIRA, F. **Benefícios da aglomeração de firmas: evidências do arranjo produtivo de semijoias de Limeira**. Rev. Adm. (São Paulo) vol.46 no.2 São Paulo 2011.

THOMAZI, J.; BRITOLL, E.; MARCONDES, R.; FERREIRA, F. **Sustentação e Crescimento do Arranjo Produtivo de Semijoias de Limeira**. 2009.

TYLER, W. **A Aplicação de Métodos de E-Governo às Transações Comerciais Internacionais: o Caso do Brasil**, Conferencia Internacional de E-Desenvolvimento Rio de Janeiro, 2006

VIERA, A. **Teoria e Prática Cambial Exportação e Importação**. São Paulo, Editora Aduaneiras, 2008

WAGNER, J. **The causal effects of exports on firm size and labor productivity: first evidence from a matching approach**, Economics Letters, 2002.

WANKE, P. F.; HIJJAR, M. F. **Exportadores brasileiros: estudo exploratório das percepções sobre a qualidade da infraestrutura logística**. Produção, v. 19, 2009.

WILLIAMSON, J. A; **Economia Aberta e a Economia Mundial**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

ZYLBERSZTAJN, D. **Organização ética: um ensaio sobre comportamento e estrutura das organizações**. Revista de Administração Contemporânea, 2002.

YIN, R. **Estudo de Caso - planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Anexo 1 - Questionário a ser aplicado nas MPE's exportadoras**Dados iniciais da empresa:**

Qual o ramo de atividade da empresa?

Quantos funcionários?

1 - A empresa atua com exportações ou atuou recentemente (últimos três anos)?

() Sim () Não

2 - A empresa conhece algum órgão ou entidade que presta algum tipo de suporte para ações relacionadas a exportação?

() Sim () Não

Qual ou quais?

3 - A empresa conhece alguma política de estímulo ou suporte as exportações?

() Sim () Não

Qual ou quais?

4- A empresa já utilizou alguma política de estímulo e / ou suporte as exportações?

() Sim () Não

Caso a resposta seja afirmativa, qual ou quais?

Caso a resposta seja negativa, por quais razões?

5 - A empresa utilizou algum órgão ou política de exportação para analisar a exportação para um novo mercado potencial?

() Sim () Não

Por quais razões?

6 - A empresa acredita ter conhecimento das principais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações disponíveis (Exemplo: ACC, ACE, BNDES-exim, PROGER Exportação, PROEX, FAMPE, FGI, Drawback e FGE) ?

() Sim () Não

Por quais razões?

7 - A empresa considera que as atuais políticas de estímulo e / ou suporte as exportações são de difícil acesso?

() Sim () Não

Por quais razões?

8 - A empresa considera que, com as políticas de estímulo e / ou suporte as exportações existentes atualmente, o volume das exportações podem aumentar?

() Sim () Não

Como?

9 - A empresa acredita que estas políticas de estímulo e / ou suporte as exportações podem ser melhoradas?

() Sim () Não

Como?

10 - Os produtos exportados poderiam ganhar em competitividade no cenário internacional com a melhor utilização ou acesso a alguma política de exportação?

() Sim () Não

Como?