

F.J.P. - BIBLIOTECA



70001980

NÃO DANIFIQUE ESTA ETIQUETA

LIVIA RENATA DE OLIVEIRA COSTA

**O PAPEL DO ESTADO NA INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESAS – As políticas adotadas pelas províncias irmãs de
Minas Gerais e Piemonte**

Belo Horizonte
2004

MC
1980

LIVIA RENATA DE OLIVEIRA COSTA

**O PAPEL DO ESTADO NA INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESAS – As políticas adotadas pelas províncias irmãs de
Minas Gerais e Piemonte**

Monografia apresentada em conclusão de curso para avaliação na disciplina de Estágio Supervisionado II, como etapa para formação do X Curso Superior de Administração Pública da Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho da Fundação João Pinheiro.

Orientador: Afonso Henriques Borges Ferreira
Supervisor de Estágio: Jorge Oliveira

Belo Horizonte
2004

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO	
BIBLIOTECA	
N.º	MC 1980
Vol.	Ex.
Data:	05/07/06

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, por me mostrar o valor do conhecimento e do estudo e entender meus momentos de ausência.

Ao meu orientador, Professor Afonso Henriques Borges Ferreira, cujo olhar cuidadoso e crítico foi fundamental para a conclusão desse ensaio.

Aos colegas da área de comércio exterior da Subsecretaria de Assuntos Internacionais da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, sobretudo ao meu supervisor de estágio, Jorge Oliveira, pela orientação, esclarecimentos e disponibilidade de informações fundamentais para este trabalho.

Ao responsável por informações e pesquisas da Antenna Piemonte e da Câmara de Comércio Itália-Brasil, Leonardo Freitas, pelas informações prestadas sobre a região Piemonte.

Agradeço também aos professores e colegas da Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, pelos momentos de reflexão e de auxílio que contribuíram para a elaboração da monografia.

“Em uma sociedade empreendedora, os indivíduos enfrentam um enorme desafio, desafiando este que precisam explorar como sendo uma oportunidade: a necessidade por aprendizado e reaprendizado contínuos”.

Peter F. Drucker

RESUMO

As micro, pequenas e médias empresas são unidades produtivas com considerável importância para o desenvolvimento econômico, pois ajudam a atender às necessidades do mercado, geram empregos, desempenham atividades complementares às das grandes empresas, auxiliam no desenvolvimento regional etc. Mas sua atuação não se restringe ao mercado doméstico, o crescimento dos negócios permite que elas se internacionalizem. Por não terem uma estrutura grande, são menos burocratizadas, dotadas de maior flexibilidade administrativa, o que lhes permite responder mais facilmente às mudanças do mercado, serem mais competitivas, promoverem mais inovações.

Apesar dessas vantagens, seu funcionamento é muitas vezes prejudicado pela existência de falhas de mercado – notadamente da assimetria de informações, que conduz à dificuldade na obtenção de financiamentos e crédito. A procura por financiamentos públicos ou privados no sistema financeiro tradicional nem sempre tem resultados positivos. Como o mercado não é capaz de oferecer crédito às MPMEs a baixo custo, de modo que não prejudique sua rentabilidade e perpetuação no mercado, sua existência está condicionada ao auxílio de políticas estatais e à utilização de outros meios de organização, como os clusters e consórcios. As políticas estatais realizadas em Minas Gerais têm ajudado bastante a internacionalização dessas empresas, mas outras formas de associativismo são alternativas que podem ser bem sucedidas, como na região Piemonte (são vitais na Itália, mas no Brasil ainda possuem obstáculos).

Unitermos: microempresa, pequena empresa, média empresa, intervenção estatal, internacionalização

LISTA DE SIGLAS

ACC – Adiantamento sobre Contrato de Câmbio

ACE – Adiantamento sobre Cambiais Entregues

APEX – Agência de Promoção de Exportações

APLs – Arranjos Produtivos Locais

BACEN – Banco Central

BDMG – Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais

BMF – Bolsa de Mercadorias e Futuros

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CEBRAE – Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa

CNI – Confederação Nacional da Indústria

CODEFAT – Conselho Diretor do Fundo de Assistência ao Trabalhador

EIB – Banco Europeu de Investimento

Eurostat – *Statistical Office of the European Communities*

FAT – Fundo de Amparo ao Trabalhador

FCN – Fundo Constitucional de Financiamento do Norte

FCO – Fundo Constitucional de Financiamento do Centro Oeste

FEDEREXPORT – Federação Italiana dos Consórcios de Exportação

FEDERPIEMONTE – *Federazione Regionale dei Gruppi Giovani Imprenditori Piemontesi*

FNE – Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IEDI – Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial

IG – Società per L'Imprenditorialità Giovanile

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

IPCA – Índices de Preços ao Consumidor Amplo

ISTAT – *Istituto Nazionale di Statistica*

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

MPEs – Micro e Pequenas Empresas

MPMEs – Micro, Pequenas e Médias Empresas

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio

PMEs – Pequenas e Médias Empresas

PMIs – *Piccole e Medie Imprese*

PND – Plano Nacional de Desenvolvimento

PROEX – Programa de Financiamento às Exportações

PROGER – Programa de Geração de Emprego e Renda

RMBH – Região Metropolitana de Belo Horizonte

SCMs – Sociedades de Crédito aos Microempresários

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEDE – Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico

SIMPLES – Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições

SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste

TJLP – Taxa de Juros de Longo Prazo

UE – União Européia

UFIR – Unidade Fiscal de Referência

UNIONCAMMERE PIEMONTE – Unione Camere Commercio Industria Artigianato Agricoltura del Piemonte

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Número de empresas no Brasil por setor de atividade – 2001	35
Tabela 2	Número de empresas exportadoras segundo tamanho da firma – 1990/2000	35
Tabela 3	Número de empresas exportadoras segundo tamanho da firma – 2002/2003	36
Tabela 4	Número de empresas exportadoras no Brasil – 1990/2000	36
Tabela 5	Número de empresas exportadoras no Brasil – 2002/2003	36
Tabela 6	Valores exportados segundo tamanho da firma – 1990/2000	37
Tabela 7	Valores exportados segundo tamanho da firma – 2002/2003	37
Tabela 8	Valor exportado segundo tamanho da firma – 1990/2000	37
Tabela 9	Valor exportado segundo tamanho da firma – 2002/2003	38
Tabela 10	Enquadramentos de empresas no MERCOSUL para acesso ao crédito – Indústria	42
Tabela 11	Enquadramentos de empresas no MERCOSUL para acesso ao crédito – Comércio e serviços	42
Tabela 12	Desembolsos do BNDES-exim por Porte das empresas – 1999/2001 (Em nº de operações)	48
Tabela 13	Desembolsos do BNDES-exim por Porte das empresas em valor – 1999/2001 (US\$ milhões)	48
Tabela 14	Proex: Indicadores de desempenho por porte de empresa – 1998/2001	49
Tabela 15	Utilização dos Mecanismos de Crédito à Exportação por Porte de Empresa (%)	50
Tabela 16	Desembolsos dos programas de financiamento de exportações – 1991/2001 (US\$ milhões)	51
Tabela 17	Empresas exportadoras em Minas Gerais – 2002/2003	56
Tabela 18	Exportação por porte de empresa em Minas Gerais (US\$ FOB e %)	56
Tabela 19	Número de empresas exportadoras na Itália e valores exportados – 2001	65
Tabela 20	Número de empresas exportadoras em Piemonte – 2001	75

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	2
2 POR QUE INTERVIR?	5
2.1 Introdução.....	5
2.2 O argumento teórico	6
2.3 Falhas de Governo.....	12
2.4 Informação versus capital	14
2.5 A atuação do Estado.....	17
3 AS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.....	20
3.1 A importância das micro, pequenas e médias empresas	20
3.2 Pontos fortes e fracos das MPMEs	21
3.3 As MPMEs e a atuação no exterior	23
3.4 MPMEs localizadas em arranjos produtivos locais	24
4 AS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NO BRASIL	28
4.1 Conceito.....	28
4.2 Perspectiva histórica	30
4.3 Estatísticas das micro, pequenas e médias empresas brasileiras	35
4.4 O acesso ao crédito no Brasil.....	38
4.5 Políticas de fomento de MPMEs	40
4.5.1 Os instrumentos jurídicos.....	40
4.5.2 Mecanismos de financiamento das MPMEs no Brasil.....	44
4.5.3 O sistema SEBRAE.....	54
4.6 O Estado de Minas Gerais e a promoção de Micro, pequenas e médias empresas.....	55
4.6.1 As micro, pequenas e médias empresas em Minas Gerais.....	55
4.6.2 Programas para a internacionalização das MPMEs	57
5 AS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA ITÁLIA	61
5.1 Conceito.....	61
5.2 Perspectiva Histórica	63
5.3 Estatísticas das PMIs italianas.....	65
5.4 O acesso ao crédito na Itália.....	66
5.5 Linhas de crédito para as Empresas Italianas.....	67
5.5.1 O Banco Europeu de Investimento	68
5.5.2 Mediocredito Centrale.....	69
5.5.3 Cooperativas e consórcios de crédito	70
5.5.4 O Programa da Società per L'Imprenditorialita' Giovanile (IG).....	71
5.6 O Sistema Ervet da Emilia Romagna.....	71
5.7 Os Distritos Industriais.....	72
5.8 Os Consórcios de exportação	73
5.10 A região de Piemonte e a promoção de PMIs	75
6 CONCLUSÃO	80
7 REFERÊNCIAS	83

1 INTRODUÇÃO

A promoção do desenvolvimento econômico de um país passa pela expansão comercial e pelo fortalecimento da indústria nacional. Mas existem algumas dificuldades para esse fortalecimento. A escassez de financiamento e crédito, em particular, constitui-se como entrave ao desenvolvimento e ao aumento das exportações.

Este problema é particularmente grave no caso das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs). Sem financiamento, sozinhas no mercado, sem uma orientação sistemática, estas empresas não conseguem penetração dentro do setor industrial, junto a grandes empresas de capital privado, e têm dificuldades para se tornar empresas exportadoras.

Como forma de combater tais dificuldades, a promoção do comércio exterior tem sido uma preocupação constante por parte dos governos. Como forma de auxiliar micro, pequenas e médias empresas, no caso de Minas Gerais, o estado realiza algumas políticas de promoção da exportação e criação de uma cultura exportadora, inserção de novas empresas no mercado e promoção de arranjos produtivos locais.

Apesar das dificuldades financeiras que as micro, pequenas e médias empresas enfrentam, algumas experiências de sucesso podem ser destacadas. Esse é o caso das empresas italianas, que mesmo enfrentando o problema da falta de crédito, têm conseguido êxito por meio do auxílio de programas governamentais, sobretudo de um sistema jurídico que as favorece e do desenvolvimento de formas de associativismo.

No caso brasileiro (e mineiro), essas empresas têm crescido nos últimos anos, tornando-se mais fortes e competitivas, e, assim, buscado os mercados externos. Entretanto, algumas das políticas de internacionalização de MPMEs estão, ainda, em fase de implementação, mas seu estudo se torna relevante para a compreensão da realidade econômica e do porque da intervenção estatal.

A verdade é que o mecanismo de mercado por si só não garante a possibilidade de crescimento daquelas empresas, seja em âmbito nacional ou internacional. Por esta razão é que o estado pode auxiliar na sua internacionalização. Sem a atuação do estado, como garantir

legislação específica e tributos diferenciados para as empresas em questão? Como enfrentar a competição das grandes empresas sem que sejam dadas às MPMEs ferramentas de gestão adequadas? Como atuar no mercado sem financiamento para a realização dos investimentos?

Ao responder essas perguntas, o objetivo do trabalho é discutir o por que da intervenção estatal na internacionalização das MPMEs. Pretende-se mostrar as políticas estabelecidas no estado de Minas Gerais e na Região de Piemonte, como o estado (governo regional e também nacional) tem estimulado a participação das empresas no mercado, os instrumentos creditícios destinados às MPMEs. Pretende-se, ainda, mostrar como o associativismo das empresas constitui-se como um meio de solucionar o problema causado pela assimetria de informações.

Para a análise das políticas, escolheu-se a região de Piemonte, na Itália, “Província Irmã” do Estado de Minas Gerais, com quem foi firmado, em 1993, acordo de cooperação. A região foi escolhida por ser uma experiência positiva de desenvolvimento de MPMEs, principalmente a partir dos distritos industriais e consórcios de exportação.

A pesquisa documental foi a base para o estudo. Para a análise da experiência mineira, foram utilizados os documentos provenientes da Assessoria de Assuntos Internacionais da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico (SEDE), responsável por programas relativos à internacionalização das empresas. As fontes de dados sobre as MPMEs foram o SEBRAE, o BNDES, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), e o *site* AliceWeb.

As informações sobre a Itália foram obtidas por meio dos contatos realizados com o governo da região e com sua representação em Belo Horizonte – Antena Piemonte –, destinada à promoção comercial e internacionalização das empresas italianas. Os dados foram obtidos nos relatórios do Governo da Região de Piemonte, na Agência ISTAT (órgão responsável pela produção de informação estatística na Itália) e na Agência Eurostat (órgão responsável pela produção de informação estatística na União Européia).

O trabalho está dividido em 5 Seções. Na seção 2, procura-se fazer uma discussão teórica sobre qual o papel do estado na economia, qual o argumento teórico que justifica a sua intervenção.

Na seção 3, serão discutidas as micro, pequenas e médias empresas, sua importância, atuação no exterior, as alternativas de sobrevivência no mercado via associativismo.

Na seção 4, se trata das MPMEs no Brasil, da inexistência de uma definição única, seu desenvolvimento no decorrer dos anos, as exportações brasileiras, as políticas de fomento – os instrumentos jurídicos e os mecanismos de financiamento e acesso ao crédito. Outros instrumentos e instituições de apoio também estarão descritos. Por fim, serão apresentados os programas do governo do estado de Minas Gerais para impulsionar as exportações.

A seção 5 apresenta as *picolle e medie imprese* (PMIs) italianas, sua trajetória, o acesso ao crédito no país e as formas de associativismo que auxiliam no bom desempenho econômico das empresas e uma visão sobre as políticas que a região de Piemonte realiza para facilitar o acesso ao crédito e a internacionalização das empresas.

Por fim, estarão serão apresentadas as observações finais do trabalho, a conclusão sobre a matéria estudada.

2 POR QUE INTERVIR?

2.1 Introdução

Qual a real necessidade da intervenção do Estado na economia? Essa pergunta tem sido feita ao longo dos anos por vários teóricos que se esforçam em encontrar razões plausíveis para a intervenção estatal. Sabe-se que essa preocupação ganhou importância no campo econômico principalmente após a Segunda Guerra Mundial, quando a ação estatal ativa foi necessária para a reconstrução de alguns países.

A história do pensamento econômico revela, ao contrário, uma série de teorias que partem da idéia oposta, ou seja, cabe ao mercado funcionar sem a interferência de um agente externo. A economia política clássica parte do pressuposto de que o mercado é um sistema econômico fechado para as relações sociais, auto-suficiente (CARVALHO, 1998?:11). Adam Smith, em seu livro “A riqueza das nações” tenta mostrar a desnecessidade de consideração de aspectos exógenos ao mercado, como forças políticas, sociais, culturais etc, afinal, o que importa à economia são as suas próprias leis.

Para Smith, a tutela do Estado sobre os agentes econômicos era desnecessária, até mesmo prejudicial (justificava-se para afirmar privilégios). Por essa razão, a ordem econômica se construiria por si só, a partir da interação dos diversos interesses privados, em livre arena, isoladamente das variáveis extra-econômicas. Os monopólios eram frutos da ação do Estado, o que significava dizer que a diminuição da ação estatal na economia eliminaria o problema de monopólios.

Essa visão cética e por vezes negativa da ação estatal permaneceu sem maiores questionamentos por muito tempo.

Com a evolução das análises sobre formação de preços, verificou-se a existência de falhas de mercado, o que, por si só, não bastaria para justificar a posição ativa do Estado, como interventor direto na economia. O que se vislumbrou foi a necessidade de criação de regras, não o posicionamento do Estado como novo ator participante direto do mercado, isto é, o Estado

empresário, ou o Estado protecionista, que participa ativamente da economia. Dessa abordagem, surgiu a idéia de que às vezes o mercado se mostra ineficiente na geração de informações que traduzam os reais custos e/ou benefícios envolvidos. Entretanto, a intervenção estatal justificada por essa razão acabou sendo questionada, pois se nem os agentes são capazes de reconhecer seus interesses, de obter informação, por que o Estado seria mais eficiente e melhor informado?

Em verdade, como argumenta Carvalho (1998?), podia-se compreender que as economias clássica e neoclássica ignorassem papel ativo do Estado, já que, na Inglaterra, parecia inexistir, um grande papel a cumprir. Aparentemente, não havia razão para sua ampliação, posição essa que começou a mudar com o Keynesianismo. Após a Segunda Guerra Mundial, pela primeira vez, via-se a necessidade de ações que fossem além do mero acompanhamento, constituindo-se, assim, uma política econômica.

Mas o que se pode concluir disso? Que os Keynesianos estão certos e que cabe ao governo *intervir diretamente em situações nas quais há um risco para a economia como um todo?* Ou estariam os conservadores corretos ao idolatrar o livre mercado na organização da vida econômica? Não é objetivo aqui provar que uma visão é correta, enquanto que a outra deva ser desconsiderada. A teoria é construída em um momento histórico e leva consigo as considerações daquele momento. A idéia é vislumbrar as hipóteses nas quais a ação governamental pode ser adequada ao funcionamento do comércio exterior, notadamente, qual sua função no comércio exterior das micro, pequenas e médias empresas.

2.2 O argumento teórico

Continuando a busca por respostas, qual seria o papel do Estado na internacionalização das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs)? Por que deveria o Estado ajudar no seu crescimento, no processo de aumento das exportações? Não seria o caso de deixá-las andar com suas próprias pernas? Quais seriam as vantagens da exportação das micro, pequenas e médias

empresas, ou melhor, de onde vem a necessidade de vender produtos em terras estrangeiras, além de no mercado doméstico?

Na verdade, a primeira pergunta a ser respondida é por que as empresas exportam. Muitos são os motivos para justificar a exportação, o que não quer dizer que todas as empresas exportem pelos mesmos motivos. A primeira idéia é a de que exportando, uma empresa acaba por consolidar algumas vantagens sobre concorrentes internos:

- a. Ao produzir para exportação, provavelmente, uma empresa utilizou melhor sua capacidade ociosa, reduzindo, dessa forma, custos operacionais e financeiros;
- b. A qualidade de produtos tende a melhorar, já que a empresa irá vender em um ambiente geralmente mais rigoroso, irá seguir padrões internacionais de qualidade, competindo com outras empresas;
- c. Amplia-se o mercado consumidor, o produto passa a ser vendido continuamente. O ciclo de vida do produto também se amplia, novos mercados começam a ser explorados;
- d. Com o aumento de produção e as tentativas de melhoria, novas tecnologias surgem e vão sendo incorporadas ao processo produtivo. Surgem inovações capazes de baratear custos, reduzir o tempo de produção de determinados bens. A melhoria também acontece em relação aos métodos organizacionais e administrativos;
- e. Resolve-se com as exportações o problema de produtos sazonais, que seriam vendidos em apenas uma parte do ano e podem ser escoados com a inversão das estações;
- f. A empresa adquire maior respeito no mercado interno, junto aos financiadores, fornecedores e consumidores.

Em segundo lugar, controvertidamente, as empresas podem se valer das exportações nos tempos em que há recessão interna e que seus produtos têm uma certa rejeição nesse mercado. Entretanto, há que se olhar com cautela essa última razão, já que muitos dos exportadores que se utilizam dessa política acabam por vender produtos no exterior apenas quando necessitam, não se

importando com a demanda, e retornando ao mercado interno quando do fim de seus problemas. Esse tipo de atitude é indesejável à maioria dos promotores de comércio exterior e põe em risco a credibilidade da empresa e do empresariado brasileiro no que respeita o cumprimento dos contratos e a atenção com os consumidores.

Dadas as razões pelas quais uma empresa deve exportar, a pergunta que ganha corpo é “por que o Estado deve promover a exportação de determinadas empresas?”. Por que não deixar que apenas as grandes empresas, que possuem economias de escala o façam, já que têm *know how*, capital e controlam fatores de produção? Por que não deixar, como os conservadores sugerem, que a economia se guie sem maiores intervenções? Qual seria o papel estatal nesse sentido?

Markwald e Puga (2002:103) respondem em seu texto a primeira das perguntas feitas acima. O custo de entrada das empresas no mercado seria o elemento chave. Assim, o estado deveria canalizar seus esforços na construção de políticas que reduzissem os custos de entrada na atividade exportadora, aumentando os lucros dos potenciais exportadores. Mais,

os custos iniciais dos novos exportadores, embora expressivos, declinam à medida que um número maior de firmas passa a se envolver na atividade exportadora. Essa redução é explicada pelas externalidades de informação, bem como pela maior eficiência dos serviços especializados de apoio à exportação quando proporcionados em larga escala. É possível imaginar, portanto, um círculo virtuoso: a política pública, por meio de ações horizontais, reduz os custos de entrada na exportação, facilitando o acesso ao mercado externo das firmas não-exportadoras ‘maduras’, processo que contribui, por sua vez, para baixar ainda mais esses custos, em benefício das empresas não exportadoras menos preparadas ou retardatárias.

Entender o papel do Estado na economia requer um pouco de reflexão. Principalmente quanto à compreensão dos modelos que defendem a “mão invisível”, tal como propôs Adam Smith. Em verdade, a não intervenção é baseada em um mundo onde a concorrência é perfeita, o que não traduz a realidade como um todo. As suposições básicas desse modelo não são capazes de explicar certas situações. Alguns pressupostos do modelo básico de concorrência perfeita são:

- a. Decisões de firmas e pessoas (tomadores de preço), por estas serem pequenas em relação ao mercado, não afetam o preço de mercado;

- b. Indivíduos e firmas têm informação perfeita sobre qualidade, disponibilidade e preços dos bens;
- c. Ações isoladas dos indivíduos e firmas não afetam uns aos outros diretamente, mas apenas os preços (não há externalidades);
- d. Bens podem ser desfrutados apenas pelo comprador, se alguém compra um bem, esse fica indisponível para outrem (os bens são rivais no consumo) (STIGLITZ, 2003:188-190).

Essas suposições podem ser discutidas porque, freqüentemente, a competição não é perfeita. Inicialmente, os mercados não são tão competitivos como se prevê no modelo básico de concorrência perfeita. Nele, são descritos produtos como trigo ou ferro-gusa, que apesar de produzidos por diferentes firmas, são substitutos perfeitos entre si. Se uma firma aumenta os preços mais que outras, está fadada a perder seus clientes. Nesse universo, não há espaço para marcas, o que não condiz com a realidade de hoje. Além disso, atualmente, as firmas não tomam simplesmente os preços como dados, mas são agentes formadoras desses.

Outro ponto colocado por Stiglitz (2003:188-190), assim como mencionado anteriormente por Markland e Puga, é a questão da *informação*. Bem se sabe que compradores e vendedores não possuem informações completas que os façam conhecer plenamente o mercado, não têm noção do conjunto de oportunidades, muito menos do que se encontra disponível e a que preço.

Em terceiro lugar, o modelo não considera que os agentes do mercado – firmas ou consumidores – sofrem, sim as conseqüências de suas ações. Essas afetam a todos. Como exemplo, temos as externalidades, efeitos externos às firmas ou às famílias que interferem no bem estar. Finalmente, a questão da oferta de bens desconsidera a existência de bens públicos, para os quais não há rivalidade no consumo, nem exclusão (STIGLITZ, 2003:188-190).

Se o mercado não tem condições de se auto-regular, é porque existe algum tipo de imperfeição que o impede de fazê-lo. As falhas de mercado são efeitos que fazem com que o Estado venha a intervir. Em um mundo ideal, os mercados competitivos funcionam eficientemente, basta que se assegurem os requisitos de competição. Essa é a premissa conservadora. Entretanto, ela pode ser colocada em xeque. Em outra abordagem, acredita-se que

esses requisitos para competição não se sustentarão, sendo, portanto, necessários, mecanismos para tratar falhas de mercado (PYNDICK & RUBINFELD, 2002:596). Como os preços não dão sinais adequados aos agentes do mercado, torna-se necessário algum tipo de regulamentação.

As falhas de mercado podem ocorrer em diversas situações. Stiglitz (1988:71) descreve seis condições básicas, razões pelas quais o equilíbrio de Pareto¹ é quebrado, ocorrendo falhas de mercado e tornando justificada a ação do Estado.

A primeira razão dada é a falha na competição. Segundo o autor, para que a “mão invisível” funcione, tem que haver competição, o que não se verifica, entretanto, em alguns setores econômicos nos quais há poucas firmas dividindo o mercado em clara situação de monopólio ou de oligopólio². Para Pyndick e Rubinfeld, esse problema se traduz como poder de mercado. Significa dizer que existe uma distorção da igualdade do mercado, podendo gerar monopólios, oligopólios, cartéis etc.

A segunda razão para o surgimento das falhas de mercado é a questão dos bens públicos. Aqui, o desvio de eficiência ocorre porque o mercado não consegue ofertar certas mercadorias demandadas por muitos consumidores, ou, se oferta, não é em quantidades satisfatórias. Nesse caso, a oferta dos bens não depende do número de indivíduos atendidos, não sendo possível a aplicação do princípio de exclusão e nem a idéia de rivalidade. Como não se pode excluir indivíduos, o sistema de mercado acaba por oferecer quantidades insuficientes de bens públicos, cabendo ao governo fazer a correção por meio de oferta direta ou estímulo a empresas privadas (STIGLITZ, 1988:74-75).

A terceira razão são as externalidades, efeitos externos ao mercado, que surgem quando as atividades de produção ou consumo geram efeitos indiretos (custos, quando negativas e benefícios, quando positivas) não refletidos diretamente nos preços de mercado. Os governos podem contornar o problema intervindo de diversas maneiras, via regulação, estabelecimento de certos padrões, impondo penalidades e incentivos (STIGLITZ, 1988:75-76).

¹ O ótimo de Pareto refere-se a um tipo de alocação de recursos eficiente em uma economia competitiva.

² Stiglitz comenta que a existência de poucas firmas não necessariamente implica em falta de competitividade. Por exemplo, se há um certo número de potenciais entrantes nesse mercado, as poucas empresas já existentes podem não agir monopolisticamente e essas novas empresas poderão colocar os preços no seu nível competitivo (1988:71-72). O autor relembra também a existência de certos monopólios criados pelo governo, decorrentes de economias de escala e dos monopólios naturais, para os quais o governo intervém através de regulamentação.

Ainda conforme Stiglitz, os mercados incompletos são causas para a falha do mercado. Um mercado completo proveria todos os bens e serviços por um custo que os indivíduos concordariam em pagar. Essa situação não ocorre principalmente quando se fala em seguros e seguridade, que o mercado não se dispõe a oferecer em determinadas situações. Como o mercado perde eficiência para prestar tais serviços em razão dos riscos corridos, o governo pode criar uma série de programas destinados a prover seguros, estabilizando preços e reduzindo riscos. O mesmo pode ocorrer com mercados de capitais.

Outro problema de mercados incompletos refere-se à existência de determinados bens cuja venda depende da disponibilidade de outros bens no mercado, necessitando apenas coordenação. Como exemplo, tem-se componentes de produtos; artigos específicos sem os quais o primeiro produto não é vendido, como hardware e software, ou aparelhos eletrônicos³. Nesse caso, o estado não precisaria intervir, o mercado por si só está apto a coordenar as ações. Entretanto, em países menos desenvolvidos, por vezes faz-se necessária coordenação, sendo utilizado o planejamento governamental (STIGLITZ, 1988:76-78).

Assim como nas outras causas, as informações incompletas ou assimétricas dão racionalidade à ação estatal. Elas fazem com que os agentes do mercado ajam parcialmente, sem o conhecimento da real situação que os envolve, impedindo, assim, a operação eficiente do sistema. Quantidades insuficientes ou excessivas de determinados produtos podem ser ofertadas, pode haver limitações no crédito, desconfianças acerca de determinados produtos etc (PYNDICK & RUBINFELD, 2002).

Nos Estados Unidos, durante algum tempo, o recurso informação foi inclusive motivo de regulação em comissões federais. Os opositores dessas comissões, por sua vez, apresentavam os argumentos de que elas eram desnecessárias – pois o mercado competitivo incentivava a divulgação de informações relevantes –, os consumidores é que prestavam pouca atenção. Para o governo, entretanto, informação é em muitos aspectos um bem público a ser livremente disseminada, o que o mercado, por si só, não faria (STIGLITZ, 1988:78-79).

³ A explicação aqui é bastante simples: de nada adianta existir CDs ou DVDs se não há no mercado, disponível para venda, CDs players ou DVD players. O mesmo acontece com software e hardware: não se vende um programa se não há um computador no mercado com memória disponível para sua instalação.

A última razão apresentada diz respeito ao desemprego, inflação e desequilíbrio, problemas históricos da economia capitalista. Para alguns economistas, altos níveis de desemprego revelam que algo no mercado não funciona bem, evidenciando possíveis falhas. Nos casos citados acima, o governo poderia intervir de alguma forma para buscar equilíbrio, mas esse tipo de falha, não é alvo desse estudo.

Para esse trabalho, as falhas de informações serão a razão mais explorada ao se considerar o papel do Estado junto a MPMEs. Afinal, a questão da assimetria de informações está muito presente quando se fala em dificuldades enfrentadas por pequenos empreendimentos, principalmente no que respeita o acesso ao crédito.

Por outro lado, a ação estatal abre margem para a existência de falhas de governo, pois nem sempre a intervenção na economia, no mercado, produz os resultados inicialmente esperados. É o que se procura discutir na próxima seção.

2.3 Falhas de Governo

Na elaboração desse trabalho, considerou-se o pressuposto de que o Estado pode auxiliar micro, pequenas e médias empresas em sua internacionalização. O ponto de partida foi o de que, existindo entraves no mercado, o Estado tem o poder de ação para que esses sejam minimizados. O papel articulador do Estado, sua possibilidade de auxílio à obtenção de crédito, à cooperação técnica, aumentaria a possibilidade de êxito dessas empresas. Nessa perspectiva, o Estado teria um papel primordial.

A intervenção estatal pode ser, assim, justificada pela existência das falhas de mercado, sobretudo da imperfeição das informações. Para corrigir problemas informacionais, o Estado é chamado a interferir no funcionamento do mercado, promovendo eficiência. Mas muitos são os argumentos contrários a essa premissa e esse ponto de vista não é unânime entre economistas. Alguns argumentos contrários serão destacados.

Mankiw (2001) defende a idéia de que dizer que o Estado pode melhorar resultados do mercado não significa dizer que o fará. A questão básica aqui é saber quando uma política pública se torna justificável para promover eficiência ou equidade.

Os defensores do papel limitado do Estado argumentam que o governo não consegue corrigir problemas de mercado e ainda piora a situação. Muitos problemas existentes no setor privado estão presentes na esfera pública, que tem alguns problemas adicionais. Existem, nesse sentido, falhas sistêmicas de governo que comprometem a ação estatal. Elas seriam decorrentes de problemas com incentivos e restrições, problemas orçamentários, informação e a natureza da tomada de decisões políticas (STIGLITZ, 2003:278).

Como o governo possui poder de coerção – e nele tem implícito o potencial para abusos – criam-se regras e procedimentos para proteger o público em geral. Esse é o devido processo, que impõe limites à ação estatal, constituindo um máximo até onde o Estado pode ir. Além dos limites do devido processo, o governo tem como restrição a dificuldade de assumir compromissos de longo prazo, ainda que obrigatórios⁴. Sua eficiência pode ser minada também em razão de pressões políticas inerentes ao processo democrático (por exemplo, com as políticas clientelistas).

As restrições orçamentárias são outro motivo de ineficiência. Esse tipo de situação enfraquece os incentivos para que o serviço público seja eficiente. O processo de alocação das verbas também tem problemas, já que limita-se aos projetos de curto prazo, sendo ineficiente no longo prazo, não tendo flexibilidade para investimentos. Quanto aos procedimentos de controle, muitos são bastante burocráticos (no sentido negativo do termo), tendo efeitos contrários ao da eficiência (STIGLITZ, 2003:278-279).

No que diz respeito às informações, quais são as evidências de que o governo será sempre melhor informado do que o mercado? Nem sempre o governo tem o conhecimento do todo, mais apurado do que outros segmentos. Podem existir conseqüências não intencionais, não

⁴ Não há interesse em fazer políticas de longo prazo. Como exemplo, tem-se o caso de se manter baixa a inflação. Isso pode ser um compromisso de campanha, mas o político não tem controle do que ocorrerá na próxima eleição. Certos desse fato, investidores fazem a própria avaliação de risco inflacionário, o que pode interferir na eficácia da ação estatal hoje. Stiglitz 2003:278-279.

previstas, que se tornam adversas, mesmo nos programas mais bem intencionados. E esses efeitos acabam não sendo discutidos com a população. Muitas vezes o governo não têm interesse em revelar as reais intenções de determinada política.

Por fim, quando se fala em falhas de governo, deve-se admitir a dificuldade existente no processo de decisões coletivas. As escolhas do governo não refletem as preferências de um indivíduo, mas de um grupo. Por essa razão, nem sempre sua atuação poderá evitar incoerências. As inconsistências geradas no processo de decisão das melhores políticas adotadas em cada situação são inerentes a esse. Inconsistências não seriam geradas apenas se um indivíduo decidisse, mas, obviamente, esse não seria um processo democrático (STIGLITZ, 2003:279-280).

Como a intervenção estatal na economia estaria ligada à obtenção de informações e crédito, os diagnósticos que têm sido feitos em relação à oferta e demanda de serviços financeiros têm conclusões que são muito divergentes sobre a causa da pouca disponibilidade das formas de financiamentos de empreendimentos de micro, pequeno e médio portes. O argumento utilizado nesse sentido é o de que, por vezes, os problemas são decorrentes da presença excessiva e ineficiente do governo. Fontes públicas de financiamento podem desestimular o desenvolvimento de crédito privado de longo prazo, sendo a expectativa de apoio do Banco Central (BACEN) um estímulo à ineficiência e à acomodação das instituições privadas⁵.

2.4 Informação versus capital

Há que se observar que a informação não é conhecida da mesma forma por todos os agentes. Tomadores de empréstimo, desejosos de acesso ao crédito sabem muito bem de sua situação, o que não se pode afirmar para as instituições bancárias. Em verdade, se se observar

⁵ Essas são duas suposições feitas por Carvalho e Abramovay (2004:39). Entretanto, a sua interpretação em relação à ação do Estado não é completamente negativa. Segundo eles, não há garantia de que a liberalização maior aos bancos privados traga melhoria na oferta de crédito, os bancos podem se apropriar dos ganhos adicionais gerados. Caberia

com cuidado, o fato de uma empresa pedir empréstimo, por si só, já é um indicador de insuficiência de fundos, ou seja, um sinal que, se não visto negativamente, merece grande atenção. Ainda que seja para investir na produção, não existe nenhuma garantia de que o negócio irá ser bem sucedido. A situação mais comum é que os bancos, mediante os riscos enfrentados, acabem por cobrar altos prêmios e garantias para a concessão de empréstimos.

Beluzzo (2004) sugere que a assimetria de informações é inerente à relação credor-devedor à medida que o objeto da transação não é valor real disponível, mas apenas uma promessa de quitação. Aos emprestadores, torna-se difícil a avaliação da possibilidade de pagamento e por isso é que o custo do crédito fica elevado. Essa cadeia causal abre espaço para a seleção adversa⁶ e para o risco moral⁷. Como não há como saber se o devedor irá cumprir o contrato e, menos ainda, supervisionar se o dinheiro foi investido corretamente para o motivo pelo qual o crédito foi emprestado e de forma adequada, o prêmio de risco fica muito alto.

O valor pago pelo crédito aumenta, pois o próprio mercado, deparando-se com uma demanda excessiva de crédito, e buscando auto-regulação, acaba por subir a taxa de juros cobrada nos empréstimos como forma de dar novo equilíbrio à oferta e demanda de créditos. Só que os próprios bancos podem achar que o valor a ser pago nesse novo equilíbrio não equivale ao risco, já que a taxa alta de juros aumenta a possibilidade de inadimplência, pois os bons devedores não ficarão atraídos por tais taxas. Os bancos poderiam, por essa razão, rejeitar clientes, supondo que esses não teriam como cumprir suas obrigações.

Essa é a hipótese dada por Stiglitz e Weiss. Para eles,

ao governo, então, dinamizar programas de microfinanças e de inclusão bancária como forma de romper a inércia de bancos privados. Assim, não é a intervenção estatal que deve ser “combatida”, mas a ineficiência do governo.

⁶ Pindick e Rubinfeld definem seleção adversa como uma forma de falha de mercado decorrente das informações assimétricas que consideram amostras enviesadas. No caso das companhias de seguro, que guarda grande proximidade com o da busca de crédito por micro, pequenas e médias empresas, as companhias acabam por cobrar um prêmio único por não poder distinguir o risco entre os indivíduos. Ou seja, o valor geralmente é aumentado em função dos mau pagadores, que não são, necessariamente, a maioria, mas que influenciam grandemente o estabelecimento do valor a ser pago pelo seguro. Assim, conforme Santos (2004:63), “a cada aumento das taxas de juros, os projetos a serem financiados se tornam menos rentáveis. Os projetos mais seguros (de menor rentabilidade) não são mais realizados. Aumenta o número de tomadores de crédito de maior risco e piora a qualidade da carteira de crédito.”

⁷ Risco moral diz respeito a ações ou omissões ocorridas em função da alteração do comportamento dos agentes envolvidos no processo não esperada quando da realização do contrato. Nesse caso, significa dizer, “que os tomadores de crédito de baixo risco (*ex-ante*) podem ser estimulados à inadimplência pelos altos custos financeiros do empréstimo (*ex-post*).” Ver: Santos, 2004:63.

banks might not increase the interest rate they charged even in the face of an excess demand for funds, for to do so might reduce their expected rate of return because the probability of default would increase. Two reasons were presented for the possible inverse relationship between the rate of interest charged and the expected return to the bank: higher interest rates reduce the proportion of low risk borrowers (...) and higher interest rates induce borrowers to use riskier techniques (...) Increasing collateral requirements makes borrowers less willing to take risks, which increases the return to the bank (...) (STIGLITZ & WEISS, 1992:162).

Esses problemas informacionais acabam por dificultar a entrada e/ou perpetuação das micro, pequenas e médias empresas no mercado exportador. No caso das duas primeiras, esse problema atinge sua sobrevivência no plano doméstico, inclusive. Além do custo do crédito, segundo Carvalho e Abramovay (2004:14), outra razão que limita o crescimento das MPMEs é a transferência significativa da parcela da renda ao setor bancário na rolagem de dívidas.

Para Santos (2004:63), a situação pode se agravar em função da informalidade e precariedade das informações contábeis (fatores que potencializam a assimetria de informações nas operações de crédito). A avaliação do risco de contratação de crédito de baixo valor e custos altos para a oferta de crédito são grandes entraves. Na verdade, quanto menor o crédito, mais caro ele fica⁸. Diante dessas limitações do mecanismo de preços para equilíbrio de oferta e demanda, o aumento do acesso de micro, pequenas e médias empresas ao crédito pressupõe a redução de assimetria de informação e a possibilidade de operações em maior escala, o que reduziria os custos operacionais de créditos de pequena monta.

Portanto, a escassez de capital constitui entrave desde o início do negócio. A capitalização precária significa curto horizonte temporal de investimento. Por essa razão, a existência de retorno rápido condiciona a sobrevivência das organizações, pois, na maioria dos casos, as exigências de investimento de curto prazo inviabilizam os lucros. O capital para reinvestimento fica prejudicado, tornando impossível o crescimento das empresas (SOLOMON, 1986: 271).

⁸ Note-se aqui que, para os bancos, é muito mais fácil e menos custoso, operacionalmente falando, conceder um crédito de um milhão de reais do que cem créditos de 10 mil reais. O monitoramento dos contratos é mais simples, a avaliação do risco também.

2.5 A atuação do Estado

Segundo Porter (1993:164), que estudou a competitividade das empresas, alguns estudiosos encaram o governo como um agente que deve contribuir diretamente para o desenvolvimento de vantagens competitivas, o que impulsiona o comércio exterior. Outros, por sua vez, aceitam a visão de livre mercado. Mas ambos estariam errados em suas considerações. A visão do Estado como interventor desconsidera que muitas das medidas diretas tomadas na melhoria da competitividade acabam por gerar prejuízos no longo prazo, podendo criar apenas a necessidade de mais intervenção. Aos que acreditam no papel reduzido do governo, o autor critica o fato de se ignorar papel legítimo dado ao Estado de manutenção do contexto institucional que envolve as empresas e da criação de um ambiente que as estimule na obtenção de vantagens competitivas.

Porter (1993:164) afirma que o governo não deve intervir diretamente no setor industrial, mas também não deve ter função de mero espectador. Seu papel, inerentemente parcial, é mais indireto que direto, o que não significa inexistente. Na busca de vantagens competitivas, que tornariam as empresas aptas a exportar, cabe ao governo encorajar mudanças, promover rivalidade doméstica e estimular inovação. Nesse sentido, as políticas a serem adotadas devem:

- a. Ter foco na criação de fatores especializados, por meio de programas de aprendizagem e esforços de pesquisa;
- b. Não intervir nos mercados de fatores e de divisas, evitando, assim, políticas contraproducentes e prejudiciais;
- c. Exigir padrões rígidos em relação ao produto, à segurança e ao meio ambiente;
- d. Promover metas que conduzam ao investimento sustentado;
- e. Limitar a cooperação direta entre rivais industriais;

- f. Implantar políticas domésticas anti-truste;
- g. Rejeitar o comércio internacional gerenciado (*managed trade*).

Um governo pode atuar de outras formas, mais ativas, na tentativa de ajudar na competitividade da indústria nacional: políticas de preços mínimos, quotas de produção, programas de incentivos, quotas e tarifas de importação, impostos e subsídios. Entretanto, há que se notar que a participação governamental de forma ativa, principalmente no que se refere às políticas de proteção, muitas vezes resulta em perda de bem estar geral, o que se torna desinteressante para a economia como um todo. Nesse sentido, Abreu (2002:30) menciona que

a economia política da proteção reflete não apenas o poder de barganha setorial diferenciado, que a experiência tem demonstrado ser distribuído de forma muito heterogênea entre os setores, mas também o preço que a sociedade está disposta a pagar pela adoção de políticas que redundam na queda de seu nível de bem estar e que não alcançam necessariamente os objetivos inicialmente propostos.

Porter (1993), no mesmo sentido, defende a idéia de que muitas ações de auxílio às empresas tomadas pelo Estado podem ser prejudiciais no longo prazo. Na etapa de capitalização das empresas, bem como no enfrentamento dos riscos, pela imposição de garantias, na influência para aquisição de tecnologia estrangeira, no estímulo a novos entrantes, o Estado vai se portar como um dos principais promotores do desenvolvimento empresarial. Mas, passada a etapa do investimento, o papel do governo deve ser indireto, pois seus primeiros instrumentos perdem eficiência e tornam-se contraproducentes. O Estado deve interromper o papel de ator e tomador de decisões e passar a ser facilitador, sinalizador e estimulador.

A melhoria da economia depende da existência de capital, distribuído eficientemente, a baixo custo, como forma de gerar e apoiar investimentos, mas o envolvimento do governo na distribuição do capital só se sustenta e serve para o crescimento de um setor industrial até certo ponto. Além desse nível, assumir esse papel é tarefa do mercado. Os governos apenas deveriam intervir diretamente nas áreas em que as empresas não poderiam atuar (p.e. política comercial) ou em áreas em que externalidades levam as empresas ao subinvestimento.

A concessão de subsídios diretos, instrumento utilizado e justificado pelos governos como forma de influenciar custos de fatores e melhorar a competitividade, acaba por minar o desenvolvimento da economia no longo prazo. As empresas passam a perder em inovação e podem criar situações de dependência.

Krugman (1997), quando fala de aumento de exportações, em sua análise sobre comércio estratégico, expõe que o governo pode utilizar-se da concessão de subsídios, fomentando uma política de comércio exterior estratégico, pois, em algumas ocasiões, o apoio estatal seria decisivo na indústria doméstica contra competidores estrangeiros. Entretanto, como o próprio autor frisa, tal política pode “abrir portas para uma firme justificativa econômica das políticas de comércio internacional que não apenas são intervencionistas como também envolvem um elemento de confronto internacional”. O resultado poderia ser indesejado, causando a fragmentação dos mercados.

O governo tem, portanto, um papel indireto, ligado à promoção das vantagens competitivas, ao estímulo do dinamismo e ao aprimoramento da produção. Quanto à questão da informação, um papel importante dado ao Estado é a questão da sinalização, da disseminação de informações relevantes às empresas, despertando-as às tendências e problemas que surgem no *ambiente externo, estimulando sua reação.*

3 AS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

3.1 A importância das micro, pequenas e médias empresas

O que são as MPMEs? Qual sua importância? Qual a real necessidade de induzi-las a exportar? Essas são perguntas recorrentes nesse trabalho. A definição de um conceito único para o que são as micro, pequenas e médias empresas é um tema controverso, não havendo uma única, clara e fechada definição.

Há certo desacordo entre os estudiosos, sendo critérios quantitativos muitas vezes diferentes. Em uma definição mais qualitativa, Bolton (Apud ROBERTSON E MONKHOUSE,1995:196) afirmava, em 1971, que,

em primeiro lugar, em termos econômicos, pequena empresa é aquela que tem uma parcela relativamente pequena de seu mercado. Em segundo, uma característica sua essencial é que ela é gerenciada por seus proprietários de forma personalizada e não através de uma estrutura gerencial formalizada. Terceiro, ela também é independente, no sentido de não fazer parte de um empreendimento maior e dos proprietários-gerentes deverem estar livres de controles externos quando tomam suas decisões mais importantes.

Pode-se notar, entretanto, que muito mudou desde a época em que o autor propôs tal definição, o que pode reduzir a validade do conceito. Empresas muito pequenas (em número de trabalhadores) são hoje capazes de faturar volumes impensáveis há 30 anos em razão do desenvolvimento tecnológico. Assim, o problema de definição continua existindo. O que importa saber é que a definição dos termos pequenas empresas ou pequenos negócios, pode ser empregada por alguns autores para análise de pequenas e médias empresas. Ou seja, por vezes, quando se fala de “pequenos negócios” ou de “empreendimentos de menor porte”, pode-se compreender inclusas as micro, pequenas e médias empresas.

Na verdade, as definições variam em cada país e ao longo do tempo⁹ e para cada instituição que faz a classificação, sendo utilizados hoje, no Brasil, como principais critérios, o

⁹ O próprio conceito mudou ao longo do tempo. Na verdade, até a década de 90, o conceito de micro, pequenas e médias empresas não era popularizado. A definição anterior se referia ao agrupamento de pequenas e médias empresas, mas acredito que não desconsiderava empreendimentos micro. Uma explicação que pode ser dada a esse

número de empregados e receita operacional. Mas não são os únicos critérios. Instituições financeiras, como comentam Leite, Melo e Silveira (1980:11), podem eleger como critérios de classificação os indicadores de investimento, faturamento, origem do capital e das vendas, estilo de administração etc.

As MPMEs são empreendimentos importantes, pois geram desenvolvimento regional, originam novos negócios, servem como produtoras de insumos para as grandes empresas, têm grande contribuição para o crescimento do mercado de trabalho. Em alguns países são consideradas como o motor do desenvolvimento da economia, podendo se constatar:

- a. Presença predominante em todos os países, em todas as regiões;
- b. Presença na maioria dos setores industriais, independente da complexidade tecnológica que envolve a indústria;
- c. Em certos setores, podem apresentar maiores índices de produtividade do que a grande empresa;
- d. São, em sua maioria, propriedade do empresariado nacional, representando, assim, a formação de uma classe empreendedora no país (BARROS, 1973:23).

3.2 Pontos fortes e fracos das MPMEs

Quais seriam as vantagens da existência da MPMEs? Por que a pequena empresa é capaz de sobreviver em certas atividades e em outras não? Quais as razões para a prosperidade delas? Essas empresas puderam atuar em atividades para as quais conseguiram desenvolver capacidades como eficiência complementar da escala de produção de organizações de grande

respeito encontra-se no texto de Solomon (1986:30), que separa as pequenas empresas em duas categorias: a microempresa, na qual o proprietário é o principal trabalhador e a pequena empresa, na qual o proprietário dirige seus empregados. Essa idéia explicaria o fato dos estudos anteriores aos anos 90 utilizarem a sigla PME e não a sigla MPME, como atualmente.

porte. Como muitas delas são dotadas de uma estrutura mais flexível, menos burocratizada e hierarquizada e operam próximas ao mercado, as MPMEs podem reagir rapidamente às mudanças que nele acontecem.

A importância das MPMEs na economia estaria ligada a sua contribuição no atendimento das necessidades de consumo da população, no desempenho de atividades complementares às das grandes organizações, na geração de empregos, na identificação das oportunidades regionais e conseqüente fixação de renda nas áreas menos desenvolvidas (Pacheco, 1984:10).

Solomon (1986:44-48) destaca outras características que podem se aplicar a empreendimentos de pequeno porte. O melhor desempenho em atividades especializadas é uma delas. No caso de produtos e serviços específicos, as MPMEs são mais capazes de prestar um bom atendimento aos clientes. Para o autor, grandes empresas, por sua vez, se mostram mais preparadas para tarefas onde os procedimentos são padronizados.

Outra característica refere-se ao “bom desempenho em mercados pequenos, isolados, despercebidos ou ‘imperfeitos’” (SOLOMON, 1986:44-48). Nesse sentido, as MPMEs podem preencher nichos de mercado, aproveitando demandas não atendidas por grandes empresas. Isso acontece principalmente em regiões mais isoladas, onde os custos de transporte dos produtos provenientes das grandes indústrias são mais onerosos.

Da mesma forma, essas empresas podem atender mercados instáveis e a demandas marginais e flutuantes. Grandes empresas, antes de investir recursos em determinada área, buscando mercado, fazem estudos sobre os potenciais resultados. Se o mercado não é considerado promissor, não há investimento. Quanto aos mercados instáveis, cujas flutuações e incertezas quanto aos lucros e às perdas são recorrentes, há restrições no interesse das grandes empresas em sua atuação.

Outra característica peculiar das MPMEs é que elas podem criar meios de aproveitar economias de escala, via associativismo¹⁰. D’Antonio (2002:15), ao comentar a estrutura produtiva baseada em pequenos negócios e distritos industriais, como a italiana, apresenta como

vantagens a flexibilidade, a possibilidade de adaptação às mudanças do mercado, a forma de produção, baseada em uma cadeia simples e direta permite o aproveitamento das oportunidades e uma melhor resposta às condições adversas.

Entretanto, apesar da reconhecida importância e das vantagens existentes, essas empresas são dotadas de maior fragilidade do que aquelas grandes. Os principais pontos fracos, além da questão da pequena escala, são a análise inadequada da escolha inicial do ramo de negócio, a capacitação gerencial fraca e a insuficiência de capital e financiamentos (SOLOMON, 1986:270). Para contornar tais dificuldades, é que o auxílio governamental é tão importante. Tornar o ambiente econômico propício ao crescimento de MPMEs é um desafio ao Estado.

3.3 As MPMEs e a atuação no exterior

No caso das MPMEs com atuação no exterior, o empenho em exportar, por si só, não constitui fator de sucesso. Tais empresas são as que mais encontram dificuldades para obter competitividade, já que são limitadas suas possibilidades de agregação de fatores, capacidade gerencial, acesso à tecnologia, infra-estrutura, informações e crédito. A pequena escala agrava essa situação. Sem capital, informações e capacidade gerencial, essas empresas tendem a se aglomerar, elaborar consórcios de exportação na busca de diminuição de riscos, contratação de seguros, desenvolvimento de infra-estrutura, busca de tecnologia (PINHEIRO, 2002:14-15).

De modo geral, a atuação de MPMEs de forma isolada dificulta sua perpetuação no mercado internacional. Muitas delas não suportam os custos de colocação de produtos a venda no exterior. Essas dificuldades têm sido contornadas por meio de empreendimentos conjuntos. Segundo Guimarães (2002:456),

A evidência tem demonstrado que, para responder de forma ampliada ao mercado externo, a empresa não consegue ser bem-sucedida agindo isoladamente, frente ao crescente número de restrições impostas pelos parceiros comerciais .

¹⁰ Essa questão, será melhor abordada nas seções 3.3 e 3.4 onde estão expostas as economias baseadas em aglomerações de empresas.

A resultante lógica foi de que a criação de novas forças competitivas encontrava-se na possibilidade de movimentos e ações compartilhados entre atores com objetivos convergentes. O alcance da competitividade relacionou-se, assim, às novas formas de organização industrial.

Via formação de aglomerações industriais, as empresas diminuem os custos de transação, as distâncias e, com elas, os problemas informacionais. São os chamados clusters, grupos de empresas associadas geograficamente localizadas, que, competem entre si e ao mesmo tempo cooperam para o incremento da produtividade da região.

Assim, abrem-se novas oportunidades de inserção das empresas no ambiente internacional, encurtam-se as distâncias e o déficit informacional e fortalecem-se capacitações tecnológicas entre empresas. De forma cooperativa, elas podem exercer maior pressão sobre o Estado para instrumentalizar seus projetos.

3.4 MPMEs localizadas em arranjos produtivos locais

A idéia de concentração de empresas especializadas localizadas geograficamente não é nova. Marshall, já em 1920, menciona a possibilidade de ganhos de eficiência do pequeno empresário via agrupamentos de empresas, aproveitando as economias externas. Porter (1993) também aponta a existência de aglomerações de indústrias quando trata de competitividade. É dele a definição de cluster¹¹ como uma concentração geográfica de empresas relacionadas. Segundo o autor, a concentração geográfica é importante, pois as empresas passam a atuar com apoio mútuo, facilitando o fluxo de informações, a coordenação e a confiança.

Campos (1998:29) define aglomerações industriais como “a concentração geográfica da produção industrial, podendo ser mais ou menos especializadas em determinadas atividades”. Tais aglomerações poderiam compreender empresas localizadas em uma área de até 50 km, ou

composta por um único município. Com diferentes graus de concentração, esse modelos de organização podem ser classificados em quatro tipologias:

O primeiro tipo é a aglomeração exclusiva de PMEs atuando em uma mesma atividade ou em atividades conexas – o modelo comunitário; o segundo é aquele em que as PMEs gravitam em torno de uma grande empresa – modelo de coordenação; o terceiro caracteriza-se pela presença de PMEs em um mesmo espaço geográfico, beneficiando-se difusamente de economias de aglomeração que não são específicas de uma atividade; o quarto, as aglomerações formadas por uma ou mais grande empresa, em que as PMEs são pouco expressivas e pouco articuladas à grande empresa (CAMPOS, 1998:29).

Segundo Puga (2003:8), arranjos produtivos locais (APL) são “uma concentração geográfica de empresas e instituições que se relacionam em um setor particular”, onde participam pequenas e médias empresas, e inclui fornecedores especializados, universidades, entidades de classe, instituições governamentais e organizações ligadas à educação, informação e apoio técnico. Bedê (2002:15) entende que os APLs são clusters, espaços nos quais as empresas têm proximidade física e mesma dinâmica econômica. Podem realizar as mesmas atividades, ou utilizarem-se de mesma mão-de-obra qualificada localizada em região específica, ou as mesmas matérias-primas, ou serem fornecedoras de um mesmo cliente ou terem processos culturais comuns. Certo é que, independente da dinâmica, a concentração geográfica é fator primordial para a consideração de um *cluster* ou APL¹².

O associativismo é uma importante forma de cooperação entre as empresas. Se um dos entraves para a sobrevivência de micro, pequenas e médias empresas e a exportação de seus produtos é a dificuldade de acesso ao crédito, decorrente da disseminação de informações deficiente, o APL pode ser considerada uma solução para o problema e uma alternativa para as empresas. Através de clusters, a informação é melhor disseminada, as empresas tornam-se mais competitivas. Puga (2003:9) argumenta que:

¹¹ “Clusters are a geographic concentrations of interconnected companies, specialized suppliers, service providers, and associated institutions in a particular field that are present in a nation or region” (Porter, apud Puga, 2003:8).

¹² Inexiste uma uniformidade nos conceitos de APL e clusters, tidos como o mesmo tipo de organização. Segundo Jorge Oliveira (informação verbal), no Brasil, fala-se de arranjos produtivos locais, dando-lhes significado comum ao de clusters, mas há uma pequena diferença entre as duas definições. O APL existente em alguns lugares do Brasil não necessariamente é um Cluster. Como visto no conceito de Porter, cluster envolve todo o processo de produção, desde o abastecimento de matérias primas, até sua produção final. Em algumas aglomerações aqui existentes, as empresas dedicam-se a apenas uma atividade, não havendo indústrias correlatas em toda a atividade de produção. Apesar de tal observação, para esse trabalho, há que se considerar o conceito de APL como cluster.

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

Os arranjos produtivos locais são uma alternativa para os problemas criados pelas falhas de mercado, no que respeita às informações e externalidades. Isto significa dizer que através dos APLs, se consegue encurtar as distâncias entre empresas, disseminando melhor informações e favorecendo o crédito. Nesse sentido, não necessariamente, o Estado tem de estar presente para a correção das falhas. Ao contrário, os clusters nascem da união das empresas por vontade própria, não pela intervenção estatal. A atuação do Estado nos arranjos produtivos é posterior ao seu surgimento. O apoio estatal só se verifica após ser detectado o potencial que essas empresas possuem atuando em conjunto.¹³

Puga (2003:17) propõe que o desenvolvimento desses clusters deve ser de baixo para cima, pois “em lugar de uma concessão unilateral de créditos pelo setor público, as políticas de incentivo aos APLs (...) passam pela mobilização das próprias empresas, sendo co-responsáveis pelos programas de apoio”. Casarotto Filho e Pires (1998:19) afirmam que a retirada do Estado da economia leva à atuação de outras forças privadas para assumir os antigos papéis estatais. E é nesse contexto que surgem as redes de pequenas e médias empresas capazes de potencializar os recursos existentes. A análise dos autores indica, ainda, que, mesmo depois da falência do estado assistencialista, há condições de competição em nível global com garantias de qualidade de vida e emprego. Nesse sentido, o exemplo da região italiana de Emilia Romagna é ilustrativo, pois as empresas têm alcançado ótimo desempenho, motivadas pelo aumento da competitividade.

¹³ Essa posição do Estado é importante em minha opinião. Na verdade, o Estado não é o empresário, se as empresas têm capacidade de se organizar por si mesmas, é melhor que o façam. O papel do Estado é posterior porque, vendo o potencial de mercado das MPMEs e que elas podem crescer muito, começar a exportar e consolidar a marca, o governo busca prestar auxílio através de programas, estímulo a financiamentos.

Se de um lado, nessa nova organização das empresas, elas se tornam mais competitivas e desenvolvem melhores condições de concorrer no mercado global, de outro, o processo de abertura do mercado não elimina a ação estatal. Cabe ao Estado reestruturar o ambiente institucional, dando condições de reorganização das empresas. Além disso, algumas políticas industriais locais (basicamente ações de *networking*) podem ser empreendidas como forma de gerar oportunidades de crescimento (CASAROTTO FILHO E PIRES,1998:95-96).

4 AS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NO BRASIL

4.1 Conceito

Como exposto anteriormente, micro, pequenas e médias empresas é um nome utilizado para definir uma classe de empreendimentos, um conjunto de atividades econômicas¹⁴ que não se enquadram naqueles grandes e que não operam em grandes escalas, mas que possuem fragilidades em comum. Esse conceito é matéria controversa, varia através dos tempos, de acordo com os países nas quais se localizam e a instituição que faz a classificação.

No Brasil, não há um critério único para definição e enquadramento das empresas como micro, pequena ou média. Os critérios mais utilizados levam em consideração o número de empregados de cada estabelecimento, a receita operacional e o ativo imobilizado¹⁵. A utilização do critério referente aos recursos humanos, segundo Leite, Melo e Silveira (1980:11), “tem se mostrado consistente quando relacionada com dados de ordem econômica”. A conclusão é que o “aumento do número de empregados das indústrias pesquisadas é acompanhado pelo aumento de seu valor de produção médio”¹⁶.

No plano legal, as definições dadas para micro e pequenas empresas encontram-se na Lei nº 9841/99, o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, que concede a essas tratamento diferenciado, simplificado e favorecido. No estatuto, as classificações consideraram, até o início de 2004, os limites de receita bruta anual das empresas, como segue:

- a. microempresa: R\$ 244.000,00

¹⁴ Há um questionamento na aplicabilidade do conceito: seria certo agrupar três tipos diferentes de empresas? A produção das micro empresas, por exemplo, nada teria a ver com a produção das médias. Por outro lado, seria inegável que, independente do tipo de empreendimento (micro, pequeno ou médio), os problemas que atingem as MPMEs são os mesmos, as mesmas fragilidades. Leite, Melo e Silveira definem que o critério utilizado para definição das estruturas industriais tenham adequação de acordo com o peso da empresa na região e nos ramos de atividades presentes.

¹⁵ Esse critério (ativo imobilizado), segundo Leite, Pereira Junior e Ferreira (1994:4) era utilizado pelo Banco do Brasil, BNDES e pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste, indicando o dimensionamento físico da empresa.

¹⁶ Pastore, apud Leite, Melo e Silveira (1980:11).

b. empresa de pequeno porte: R\$ 1.200.000,00

Esses valores foram, entretanto, modificados pela publicação do Decreto nº 5.028/2004, que alterou os limites fixados anteriormente pela Lei nº 9841/99¹⁷. Assim, conforme nova redação dada no Decreto, microempresa seria aquela cuja receita bruta anual é de até R\$ 433.755,14, enquanto que a empresa de pequeno porte teria essa receita na ordem de até R\$ 2.133.222,00. Esse Decreto teria, portanto, segundo Ventura (2004), alterado o critério anteriormente vigente, enquadrando mais sociedades como empresa de pequeno porte. O grande problema referente à questão é a ausência de regulamentação explícita por parte de Secretaria da Receita Federal que subordine as outras leis (Simples – que considera outros valores – e Lei nº 9.841/99). Assim, além de não terem sido modificados os valores na prática, coexistem duas definições acerca de uma mesma matéria.

Essa questão não está ainda equacionada, mas o Sebrae tem considerado os novos valores e afirma que alguns programas federais de apoio às MPes já têm corrigido o valor (e ressalta a não aplicação no SIMPLES)¹⁸.

Atualmente, quando se fala no critério número de empregados, a classificação proveniente do SEBRAE, é a seguinte:

- a. Micro empresa: aquela que possui até 19 empregados no setor industrial e até 09 empregados no comércio e setor de serviços;
- b. Pequena empresa: aquela que possui de 19 a 99 empregados na indústria e de 09 a 49 empregados no setor comercial e de serviços;
- c. Média empresa: aquela que possui de 99 a 499 empregados na indústria e de 49 a 99 empregados no setor comercial e de serviços;
- d. Grande empresa: aquela que possui mais de 500 empregados no setor industrial e mais de 100 empregados no comércio e setor de serviços.

¹⁷ Essa atualização se faz necessária porque, em uma economia com inflação, cada vez mais empresas vão se enquadrando na definição de microempresas. É necessária a revisão de valores.

¹⁸ O site do MDIC e do BNDEs ainda não mostra os valores atualizados.

No que respeita à receita operacional, a classificação aplicável à indústria, comércio e serviços, segundo o BNDES (carta circular nº 64/02), igualmente àquela tratada pelo estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte, é a que se segue, não considerando a modificação do Decreto nº 5.028/2004 :

- a. Microempresas: receita operacional bruta anual ou anualizada até R\$ 1.200 mil (um milhão e duzentos mil reais).
- b. Pequenas Empresas: receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 1.200 mil (um milhão e duzentos mil reais) e inferior ou igual a R\$ 10.500 mil (dez milhões e quinhentos mil reais).
- c. Médias Empresas: receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 10.500 mil (dez milhões e quinhentos mil reais) e inferior ou igual a R\$ 60 milhões (sessenta milhões de reais).
- d. Grandes Empresas: receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 60 milhões (sessenta milhões de reais).¹⁹

4.2 Perspectiva histórica

O interesse brasileiro em relação às pequenas e médias empresas²⁰ não é novo. Em verdade, empreendimentos de menor porte são valorizados há muito. Na década de 50, essas empresas se consolidavam na estrutura industrial do país. Nessa época, o Governo Kubitschek buscou implementar e consolidar a indústria de bens de consumo duráveis – que estimularia a

¹⁹ Como visto, os valores ainda não estão corrigidos nos sites de todos os órgãos interessados.

²⁰ Vale lembrar aqui que a noção de micro empresa é, de certa forma, mais atual, popularizou-se na década de 90. Por essa razão, os livros editados até os anos 80, que tratam de empreendimentos que não os grandes, trazem a noção de pequenas e médias empresas, desconsiderando aquelas micro.

produção de insumos básicos e bens de capital. Nessa fase, novos produtos e processos levavam à diversificação da indústria.

Essa diversificação necessitou de um processo de concentração técnica que ampliou o número médio de trabalhadores nos estabelecimentos na indústria de transformação, junto à proliferação de pequenas e médias unidades produtivas. Assim, abria-se as portas para as PMEs, dado que as atividades estavam se diversificando e o capital concentrava-se. Esse processo, aparentemente paradoxal – pois é marcado pela ampliação do número de empregados (e conseqüente crescimento das empresas) – é explicado por Labini:

durante esse processo, a concentração das empresas vem acompanhada, por uma parte, do progressivo desaparecimento de pequenas empresas que produzem bens e que competem com os das grandes empresas; e, por outra parte, do desenvolvimento de *muitas pequenas empresas subsidiárias e satélites, seja em atividades industriais, seja nas comerciais* (Apud LEITE, MELO E SILVEIRA, 1980:12).

Essa situação foi reforçada nas décadas seguintes, especialmente no período do Milagre Brasileiro, de 1968 a 1973. Já em 1965, a SUDENE incluía em seu Plano Diretor um Programa de Assistência às Pequenas e Médias Indústrias do Nordeste. O mesmo aconteceu em outros lugares do país. Tal preocupação continuou a se verificar nas décadas seguintes, as PMEs passaram a ser instrumento de desenvolvimento econômico, constando, inclusive, no II PND (a vigorar de 1975 a 1979). A idéia era a de reafirmação do papel de destaque dessas empresas na promoção das metas nacionais. Os objetivos eram:

- a. A redução dos desequilíbrios regionais e setoriais;
- b. A distribuição mais equitativa da renda e outros benefícios do desenvolvimento;
- c. A elevação da produtividade e nível de emprego;
- d. O combate à inflação (Leite, Melo e Silveira, 1980:9).

Nessa época, o empresariado se mobilizou em debates com o governo e entidades de pesquisa para equacionar possíveis problemas. Em 1979 ocorreu o I Congresso Brasileiro da Pequena e Média Empresa, junto ao governo, técnicos de universidades e instituições de assessoria e pesquisa, representantes de classe e o governo. Como frutos desses encontros, eram

traçados os planos de auxílio às PMEs, sobretudo em relação aos recursos humanos e tecnológicos (LEITE, MELO E SILVEIRA, 1980:9).

Nesse tempo, entretanto, não havia um interesse maior – como se verifica hoje – na internacionalização dos empreendimentos. Ao contrário disso, como mencionado anteriormente, o desenvolvimento dessas empresas era geralmente justificado pela possibilidade da redução das desigualdades regionais presentes no país. As PMEs se colocariam na industrialização brasileira “não como resquício do arcaico, mas sim como expressão do moderno estágio de desenvolvimento industrial” (LEITE, MELO E SILVEIRA, 1980:12).

Leite, Pereira Junior e Ferreira (1994:2) têm uma visão mais crítica do desenvolvimento empresarial no Brasil até os anos 80. Os autores argumentam que, apesar do governo visar o desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas, na verdade, as ações empreendidas eram isoladas, situação que só mudaria na década de 80. Assim,

A política de desenvolvimento econômico, voltada para projetos de grande porte, estabelecida a partir dos governos militares pós 64, via estatal ou privada, através de conglomerados econômicos, beneficiava muito as grandes empresas. O mercado, antes propício às pequenas empresas, agora apresentava características oligopolistas, dificultando a expansão dos pequenos negócios.

Nesse período, ocorreram ações isoladas do governo, buscando o fortalecimento de pequenos empresários. Nos anos 60,70 e 80, o diagnóstico das micro e pequenas empresas evoluiu de concepções preliminares para estratégias consolidadas, com programas de financiamento específico e uma política que diferenciava pequenos e grandes segmentos. Em 1972, foi criado o CEBRAE/Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa, um elo entre as pequenas empresas e o governo (LEITE, PEREIRA JUNIOR E FERREIRA, 1994:2).

Na década de 80, a valorização das micro, pequenas e médias empresas levaria à criação de uma legislação para a matéria. Em 27/11/84, era criado o Estatuto da Microempresa, a Lei 7.256, mais tarde regulamentada pelo Decreto 90.880/84 e pela Lei Complementar nº 048, de 10/12/84, concedendo, dessa forma, “tratamento diferenciado, simplificado e favorecido às microempresas nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial” (MELCHOR, 1999?).

Transcorridos dez anos, em 1994, nova lei foi sancionada, a Lei nº 8.864, de 28 de março de 1994, inovando a matéria mediante a elevação da receita bruta anual da

microempresa²¹. Mais, contemplou a figura da empresa de pequeno porte²², conforme previsão constitucional – artigos 170, 179²³ (MELCHOR, 1999?).

A Lei nº 9.317, que estabeleceu o Simples (Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições) constituiu-se em uma conquista para micro e pequenas empresas. Nela estava também previsto o tratamento diferenciado, o que na prática se converteu em redução da carga tributária e simplificação do recolhimento dos tributos federais (MELCHOR, 1999?). Em 1999, nova Lei seria sancionada, a Lei nº 9.841, chamada de Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, que passou a tratar conjuntamente de micro e pequenas empresas. Assim, estava formado o aparato legal que amparava micro e pequenos empreendimentos.

Mas a preocupação com as micro e pequenas empresas continua existindo. A questão legal tem-se desenvolvido: com a aprovação da Reforma Tributária de 2003, dois incisos foram acrescentados ao artigo 146 da Constituição Federal, de forma a prever, também, o tratamento diferenciado e favorecido para as PMEs, incluindo um regime único de arrecadação dos impostos e contribuições da União, dos Estados e dos Municípios (*web site SEBRAE*).

A observação da história da economia brasileira revela, ainda, que, no passado, a existência de um modelo de substituição de importações direcionou a produção para o mercado doméstico. Essa situação perdurou até fins dos anos 80, quando o início da abertura necessitou de novas formas de organização e estratégias empresariais (GUIMARÃES, 2002: 450-451). Nesse

²¹ O limite de receita bruta das microempresas passou de 96 mil para 250 mil UFIRs. A empresa de pequeno porte é aquela com receita bruta igual ou inferior a 700 mil UFIRs.

²² Segundo Vilhena (1993:6-8), a classificação de empresa de pequeno porte seria resultado de um artigo proveniente na Lei 8.383, de 30/11/91. No caso específico do estado de Minas Gerais, há um artigo no Decreto 34.566, de 26/02/93, que faz menção ao estabelecimento.

²³ Esse artigo teve sua redação dada pela Emenda Constitucional 6/95.

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados nos seguintes princípios:

(...) IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país.

Art. 179. A União, os Estados o Distrito Federal e os Municípios dispensarão às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-las pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei.

contexto, as MPMEs começaram a buscar novos mercados, explorando as possibilidades de concorrência no mercado externo²⁴.

No novo quadro de estabilidade macroeconômica e da abertura do mercado interno, as MPMEs começaram a buscar novas estratégias como forma de se adaptar ao novo ambiente competitivo, modernizando, assim, sua estrutura. Rocha e Silva (2002:80) descrevem que as reformas econômicas do início dos anos 90 tiveram um forte impacto sobre essas empresas, causando uma diminuição do número de estabelecimentos, com base em informações dos censos *industrial e de população realizados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)* em 1985 e 1994, respectivamente.

A observação dos números obtidos no estudo revelam o novo cenário encontrado pelas MPMEs, marcado por dificuldades. A conclusão foi a de que houve decréscimo do percentual dessas empresas industriais: elas eram 16,6% em 1985 e passaram a ser 13% em 1994 do total de empresas. A mesma situação foi verificada em relação à força de trabalho industrial, já que essas empresas passaram de 60% dos empregos para 43%. A taxa de ingresso na economia seguiu a mesma tendência: a participação caiu de 59,2% para 34,8%. Por outro lado, as empresas ficaram mais competitivas, a produtividade aumentou (ROCHA E SILVA, 2002:80-82).

Se as empresas tornaram-se mais competitivas, mais produtivas, abertas a mudanças com a intenção de se adequarem ao mercado e ao comércio externo, por outro lado, seus problemas continuaram antigos. O acesso ao crédito e o sistema de financiamento continuam até hoje, em 2004, grandes entraves à sobrevivência e crescimento das micro, pequenas e médias empresas.

²⁴ Note-se aqui que, apesar das MPMEs buscarem novos mercados com a abertura comercial, não há uma relação direta entre esgotamento do mercado interno e busca de novos mercados nesse caso. Guimarães (2002:451) explica que não existe um *“trade-off puro entre a produção para atender o mercado interno e à atividade exportadora”*. A exportação não é a extensão da produção doméstica. Como visto anteriormente, algumas empresas se valem da atividade quando estão em posição desvantajosa no mercado doméstico.

4.3 Estatísticas das micro, pequenas e médias empresas brasileiras

De acordo com os dados apurados pelo SEBRAE, no Brasil, o total de empresas formais existentes é de 4,63 milhões de unidades na indústria, comércio e serviços. Desse total, a maioria delas (93,9%) é microempresa, 5,3% é pequena empresa, 0,5 % é considerada média enquanto que as grandes empresas somam apenas 0,3%. Significa dizer que o conjunto de micro pequenas e médias empresas, juntas, correspondem a 99,7% das unidades produtivas, o que revela a importância desses segmentos.

Tabela 1
Número de empresas no Brasil por setor de atividade – 2001

	Indústria		Comércio		Serviços		Total	
Micro	535.143	90,8%	2.213.328	95,5%	1.604.135	92,9%	4.352.606	93,9%
Pequena	44.175	7,5%	97.849	4,2%	102.905	6,0%	244.929	5,3%
Média	8.102	1,4%	4.676	0,2%	10.132	0,6%	22.910	0,5%
Grande	1.622	0,3%	2.776	0,1%	10.302	0,6%	14.700	0,3%
Total	589.042	100%	2.318.629	100%	1.727.474	100%	4.635.145	100%

Fonte: IBGE, elaboração do SEBRAE.

Quanto ao número de empresas exportadoras, observa-se a semelhança nos dados até o ano 2000, sendo as microempresas, a maioria²⁵. Nos anos subsequentes, aumentou o número de grandes empresas, havendo maior uniformidade por porte de empresas exportadoras.

Tabela 2
Número de empresas exportadoras segundo tamanho da firma

Tamanho da firma	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Micro	1.679	1.983	2.571	3.282	3.707	3.622	3.777	4.124	5.559	6.337	5.474
Pequena	1.681	2.043	2.867	3.502	3.868	3.614	3.697	3.977	4.111	4.439	4.718
Média	2.054	2.397	2.893	3.258	3.423	3.059	2.983	3.041	2.978	3.095	3.138
Grande	889	937	1.018	1.177	1.206	1.188	1.189	1.203	1.128	1.129	1.111
Não classificado*	2.234	2.113	2.275	2.409	2.092	1.950	1.751	1.505	190	168	1.575
Total	8.537	9.473	11.624	13.628	14.296	13.433	13.397	13.850	13.966	15.168	16.016

Fontes: Dados até 2000 provêm da Secex/Mdic, Rais/MTE e IBGE. Elaboração: Funcex

* Os valores considerados não classificado, a partir de 1994, são, provavelmente, microempresas.

²⁵ Note-se aqui que os dados da série histórica até 2000 são provenientes da Secex Secex/Mdic, Rais/MTE e IBGE. Quanto aos dados de 2002 e 2003, são provenientes do Mdic e do site AliceWeb.

Tabela 3
Número de empresas exportadoras segundo tamanho da firma – 2002/2003

Tamanho da firma	2002	2003
Micro	4.301	4.578
Pequena	4.836	4.901
Média	5.695	5.649
Grande	4.140	4.208
Pessoa Física	368	460
Total	19.340	19.796

Fontes: Mdic e Alice/Web – Elaboração SEDE/MG

Tabela 4
Número de empresas exportadoras no Brasil – 1990/2000
 Valor expresso em %

Tamanho da firma	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Micro	19,7	20,9	22,1	24,1	25,9	27,0	28,2	29,8	39,8	41,8	34,2
Pequena	19,7	21,6	24,7	25,7	27,1	26,9	27,6	28,7	29,4	29,3	29,5
Média	24,1	25,3	24,9	23,9	23,9	22,8	22,3	22,0	21,3	20,4	19,6
Grande	10,4	9,9	8,8	8,6	8,4	8,8	8,9	8,7	8,1	7,4	6,9
Não classificado*	26,2	22,3	19,6	17,7	14,6	14,5	13,1	10,9	1,4	1,1	9,8
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fontes: Dados até 2000 provêm da Secex/Mdic, Rais/MTE e IBGE. Elaboração: Funcex
 * Os valores considerados não classificado, a partir de 1994, são, provavelmente, microempresas.

Tabela 5
Número de empresas exportadoras no Brasil – 2002/2003
 Valor expresso em %

Tamanho da firma	2002	2003
Micro	22,2	23,1
Pequena	25,0	24,8
Média	29,4	28,5
Grande	21,4	21,3
Pessoa Física	1,9	2,3
Total	100	100

Fontes: Dados de 2002 e 2003 provêm do Mdic e Alice/Web

Se o número de MPMEs exportadora é bastante significativo no Brasil, o mesmo não ocorre em relação ao valor exportado. A observação dos dados mostra que quase 90% de todo o valor exportado provém das grandes empresas. Essa situação decorre, entre outras razões, da falta de financiamento e dificuldade de acesso ao crédito enfrentadas pelas MPMEs.

Por outro lado a análise da série histórica permite concluir um aumento do valor exportado de MPMEs, sobretudo nos dois últimos anos, como mostram as tabelas 6 e 7. Esse aumento pode ser decorrente das políticas estatais para a promoção das empresas, das linhas de financiamento criadas pelo governo. Em termos percentuais, entretanto, muito pouco se mudou nos últimos anos.

Tabela 6
Valores exportados segundo tamanho da firma – 1990/2000
Valores expressos em US\$ milhões

Tamanho da firma	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Micro	3.174,6	2.740,0	2.915,5	3.263,7	3.792,2	3.438,7	3.292,6	2.825,7	3.337,4	3.076,2	2.969,5
Pequena	2.479,8	2.924,5	3.325,6	4.125,8	5.073,5	4.351,2	4.346,2	5.484,1	4.465,4	4.100,8	3.865,3
Média	6.060,6	6.105,2	7.248,7	8.406,9	9.884,7	8.969,2	9.105,9	9.540,6	9.738,6	9.117,6	10.063,9
Grande	16.221,1	17.793,6	20.632,1	21.835,2	24.267,6	29.283,0	30.699,6	34.894,3	33.512,7	31.606,9	37.803,6
Não classificado*	3.477,6	2.057,3	1.671,1	1.069,9	540,3	464,2	302,3	241,3	51,9	94,0	358,4
Total	31.413,8	31.620,5	35.793,0	38.701,4	43.558,3	46.506,3	47.746,7	52.985,9	51.106,1	47.995,5	55.060,6

Fontes: Secex/Mdic, Rais/MTE e IBGE. Elaboração: Funcex

* Os valores considerados não classificado, a partir de 1994, são, provavelmente, microempresas.

Tabela 7
Valores exportados segundo tamanho da firma – 2002/2003
Valores expressos em US\$ milhões

Tamanho da firma	2002	2003
Micro	168,0	220,3
Pequena	1.165,7	1.515,7
Média	4.655,2	5.844,4
Grande	54.314,0	65.400,5
Pessoa Física	58,9	103,2
Total	60.361,8	73.084,1

Fontes: Mdic e Alice/Web

Tabela 8
Valor exportado segundo tamanho da firma – 1990/2000
Valores expressos em %

Tamanho da firma	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Micro	10,1	8,7	8,1	8,4	8,7	7,4	6,9	5,3	6,5	6,4	5,4
Pequena	7,9	9,2	9,3	10,7	11,6	9,4	9,1	10,4	8,7	8,5	7,0
Média	19,3	19,3	20,3	21,7	22,7	19,3	19,1	18,0	19,1	19,0	18,3
Grande	51,6	56,3	57,6	56,4	55,7	63,0	64,3	65,9	65,6	65,9	68,7
Não classificado*	11,1	6,5	4,7	2,8	1,2	1,0	0,6	0,5	0,1	0,2	0,7
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fontes: Secex/Mdic, Rais/MTE e IBGE. Elaboração: Funcex

* Os valores considerados não classificado, a partir de 1994, são, provavelmente, microempresas.

Tabela 9
Valor exportado segundo tamanho da firma – 2002/2003
Valores expressos em %

Tamanho da firma	2002	2003
Micro	0,3	0,3
Pequena	1,9	2,1
Média	7,7	8,0
Grande	90,0	89,5
Pessoa Física	0,1	0,1
Total	100	100

Fontes: Mdic e Alice/Web

4.4 O acesso ao crédito no Brasil

Como discutido na seção 2, um dos maiores entraves à sobrevivência de micro, pequenas e médias empresas no mercado e também à sua internacionalização refere-se à questão informacional, sobretudo no que respeita a sua influência sobre a obtenção de crédito, ao acesso ao sistema de financiamento e sua capitalização.

Quando se fala em crédito para pequenas empresas, busca-se satisfazer as necessidades ligadas ao capital de giro²⁶ e ao investimento²⁷, sem os quais fica impossível sua sobrevivência. Há necessidade de mudança do comportamento dos agentes econômicos rumo ao tratamento diferenciado, que possibilite melhor acesso das empresas.

O custo do crédito no país é muito alto. Em razão da avaliação do risco como alto, o prêmio cobrado pelos empréstimos, comparado aos outros países quase inviabiliza os investimentos em negócios de menor porte. Segundo pesquisa realizada em 2004 pelo Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial, o IEDI, a taxa média de juros reais (sem inflação) foi, em 2003, de 40,3% ao ano, a mais alta entre os 93 países analisados (CARVALHO E ABRAMOVAY, 2004:17).

²⁶ Dinheiro destinado ao atendimento de necessidades momentâneas da empresa, “como compra de matéria prima, pagamento de impostos, salários e outras despesas” (Antunes, 1999:7).

²⁷ Dinheiro necessário à expansão do negócio, incrementando a atividade produtiva, e melhoria da estrutura, na compra de máquinas e equipamentos, bens, estoques e obras (Antunes, 1999:7).

O sistema financeiro brasileiro não atende às necessidades de crédito das MPMEs, sendo o crédito bancário muito caro, desestimulando novos empresários e prejudicando aqueles já existentes. Eis uma das razões das altas taxas de mortalidade de micro, pequenos e médios empreendimentos.

A situação se mostra paradoxal, pois verifica-se, de um lado, uma grande demanda não atendida por crédito em um sistema de financiamento sofisticado, eficiente²⁸, mas cujos interesses não permitem concessão de financiamentos para certas atividades e portes de empresários; e, de outro, margens de lucro excepcionais. O sistema pode até mesmo elevar volume de crédito com rapidez, mas não rompe a barreira da exclusão financeira. Muitas das empresas que conseguem crédito ficam estranguladas em razão da rolagem das dívidas no curto prazo, comprometendo sua capacidade financeira e o próprio capital. Resta às MPMEs, muitas vezes, a busca de financiamentos não bancários.

Se o crédito é tão importante para a sobrevivência das MPMEs, seu crescimento e perpetuação no mercado, é quase impossível pensar em exportações sem a obtenção de financiamentos. O papel a ser desempenhado pelo setor público é importante e de difícil equacionamento. Dois grupos de problemas podem ser destacados, no Brasil, conforme Blumenschein e Leon (2002:177): o primeiro relacionado, de um lado, à incerteza de recursos anuais destinados ao financiamento público, vinculado ao orçamento da União e, de outro, aos mecanismos privados de financiamento, sujeitos à oferta dos bancos internacionais, provedores de *funding*.

O segundo problema diz respeito ao acesso ao crédito propriamente dito, dado que os recursos são distribuídos de forma desigual para os diversos tipos de exportadores. Os mecanismos de financiamento (que operam segundo os princípios de gestão de risco e distribuição de produto) dão privilégio às empresas de grande porte, com menor risco do que aquelas menores, restando a essas empresas, a busca de crédito junto aos bancos privados. Como mecanismos públicos concentram-se em um grupo restrito de empresas exportadoras, há dificuldade em atingir as micro e pequenas, que seriam clientes potenciais para esse crédito.

²⁸ Carvalho e Abramovay (2004) discutem que o sistema bancário brasileiro é eficiente sob o ponto de vista microeconômico, pela capacidade de sustentação de lucros, manutenção de serviços sofisticados e posição patrimonial

4.5 Políticas de fomento de MPMEs

Para equação dos problemas informacionais, que levam à falta de financiamento e de concessão de crédito no Brasil, algumas políticas têm sido realizadas para o fomento das micro, pequenas e médias empresas.

4.5.1 Os instrumentos jurídicos

Alguns instrumentos jurídicos foram elaborados para regulamentar as micro e pequenas empresas. Quanto aquelas médias, não há uma legislação específica que as privilegie. Isso talvez decorra do fato delas serem mais sólidas do que as MPMEs, consigam obter crédito com mais facilidade e tenha um maior faturamento e número de empregados. Foram assim criados dispositivos legais que concedem vantagens apenas a esses empreendimentos de menor porte.

a) O Estatuto da Microempresa

O primeiro dispositivo criado pelo Governo Federal foi o Estatuto da Microempresa (Lei nº 7.256/84), sendo o primeiro grande passo no sentido de fortalecer e modernizar as micro e pequenas empresas (Leite, Pereira Junior e Ferreira, 1994:6). Essa lei concedia tratamento “diferenciado, simplificado e favorecido às microempresas nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial” (MELCHOR, 1999?). Durante sua vigência, esse estatuto teve alguns dispositivos alterados pelas Leis nº 8.864/94 e nº

sólida. Por outro lado, o sistema é dotado de baixa eficiência macroeconômica, já que o crédito é caro, reduzido, comprometendo a rentabilidade e capitalização das empresas.

9.317/96 (Lei do Simples), tendo sido revogado apenas com a publicação do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

O novo Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 9.841) foi sancionado no dia 5 de outubro de 1999, regulamentando, dessa forma, os artigos 170 e 179 da Constituição Federal de 1988, de forma a assegurar vantagens para micro e pequenas empresas nas áreas administrativa, tributária, seguridade social, legislação trabalhista e desenvolvimento empresarial.

A lei inovou, inicialmente, na questão conceitual. Ela trouxe novos valores para classificação de porte das empresas. Assim, as microempresas, antes consideradas pela lei anterior (Lei nº 8.864/94) como aquelas cuja receita bruta anual era de 250 mil UFIRs²⁹, passaram no novo Estatuto a ser aquelas com faturamento (receita bruta anual) até R\$ 244.000,00. No que respeita às empresas de pequeno porte, passaram de 700 mil UFIRs para R\$ 1.200.000,00³⁰.

Um ponto polêmico em relação a essa classificação é apresentado por Ventura (2004), que considera nova classificação a partir da publicação do Decreto nº 5028/04. Conforme o Decreto, microempresas teriam receita bruta anual até R\$ 433.755,14 e as empresas de pequeno porte até R\$ 2.133.222,00. Entretanto, não há uma regulamentação e os valores não foram modificados em algumas instituições, por enquanto, nas definições provenientes do BNDES, do Banco do Brasil, etc.

Quanto à questão creditícia, algumas previsões para concessão foram realizadas, necessitando, entretanto, de regulamentação. Para fins de exportação, foram utilizados critérios quantitativos e qualitativos adotados no MERCOSUL, conforme a resolução nº 59/98. No critério quantitativo, observou-se o fato de elas serem autônomas, ou seja, não poderem estar controladas

²⁹ Ufir é a Unidade Fiscal de Referência, criada pela Lei nº 8.383/91, em substituição à BTN, para servir de parâmetro de atualização monetária de tributos e valores da legislação tributária federal, multas e penalidades. Foi congelada em Setembro de 2000. Ver: GAROFALO FILHO, 2004.

³⁰ Melchor (1999?) ressalta aqui a diferença entre esses valores e aqueles da Lei do Simples, na qual "microempresa é aquela que tenha receita bruta igual ou inferior a R\$ 120.000,00 e empresa de pequeno porte que estiver entre R\$ 120.000,00 e R\$ 1.200.000,00 (exceto para os Estados e Município que aderiram ou venham a aderir ao Simples, caso em que EPP não poderá ultrapassar a R\$ 720.000,00)".

por outra empresa ou grupo econômico. No critério quantitativo, foram observados os números de empregados e nível de faturamento (MELCHOR, 1999?). A classificação é a que se segue:

Tabela 10

Enquadramentos de empresas no MERCOSUL para acesso ao crédito – Indústria

Tamanho	Pessoal ocupado	Vendas anuais US\$
Microempresa	1-10	1-400.000
Pequena	11-40	400.001-3.500.000
Média	41-200	3.500.001-20.000.000

Fonte: Resolução nº 59/98

Tabela 11

Enquadramentos de empresas no MERCOSUL para acesso ao crédito – Comércio e serviços

Tamanho	Pessoal ocupado	Vendas anuais US\$
Microempresa	1-5	1-200.000
Pequena	6-30	200.001-1.500.000
Média	31-80	1.500.001-7.000.000

Fonte: Resolução nº 59/98

Outro ponto importante abordado pelo Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte foi a criação da “Sociedade de Garantia Solidária”, com o objetivo de constituição de um fundo de aval aos empresários participantes habilitados³¹.

Junto ao Estatuto, foi colocado em prática o Programa Brasil Empreendedor, cujas ações visavam o fortalecimento da pequena empresa. Algumas das ações realizadas pelo programa foram o refinanciamento de dívidas; maior facilidade de acesso ao crédito na rede bancária estatal; e treinamento do empresários (ROCHA E SILVA, 2002:98).

³¹ Note-se aqui que essa sociedade não se confunde com a Sociedade de Crédito ao Micrompreendedor (art. 12 da MP nº 1.894-20, de 28/07/99. Não são, portanto instituições financeiras para concessão de financiamentos de para empresas de pequeno porte e microempresas. O Banco Central disciplinou sua organização e funcionamento através da Resolução nº 2.627/99. Ver Melchor, 1999?.

b) O SIMPLES

O Simples, Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, é um sistema criado pela Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996³², para o estabelecimento de tratamento diferenciado dessas empresas, suavizando a tributação de MPEs, tornando menos complexo o pagamento de tributos, e satisfazendo a condição do tratamento jurídico diferenciado como consta no artigo 179 da Constituição Federal (MARRIEL, 2004:33).

Constitui, segundo a Lei, em um pagamento mensal unificado composto por Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas - IRPJ; contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PIS/PASEP; Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL; contribuição para Financiamento da Seguridade Social - COFINS; Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI; contribuições para a Seguridade Social. Ao agregar todos esses tributos federais em apenas um documento, o Simples significou um ganho para o micro e pequeno empresário (Rocha e Silva, 2002:98), que simplificou seu recolhimento de contribuições e impostos.

Segundo MARRIEL (2004:28), um aspecto importante é que esse imposto busca criar um ambiente competitivo para a atuação dos pequenos negócios, e não a conceder privilégios aos micro e pequenos empresários: “o ingresso no regime deve ser destinado exclusivamente aos setores econômicos que estão sujeitos à concorrência assimétrica em razão da dimensão das empresas”.

Com a aplicação do SIMPLES, as empresas de micro e pequeno porte se beneficiaram com a redução da burocracia, da informalidade, diminuição da carga tributária, elevação da *longevidade das empresas e aumento da arrecadação de impostos* (MARRIEL, 2004:37).

³² Em razão do Decreto nº 5028/04, o valor do faturamento das empresas a serem enquadradas pelo Simples foi ampliado. Entretanto, a Secretaria da Receita Federal não realizou nenhuma regulamentação sobre a matéria, continuando os mesmos valores anteriormente descritos. Marriel (2004:51) aponta a existência de um projeto de lei da Senadora Lúcia Vânia (PSDB-GO) nº 146/2004 com o objetivo de correção dos valores de enquadramento das empresas no Simples, na ordem de 100%, isto é, o limite atual de faturamento seria ampliado para até R\$ 2,4 milhões anualmente.

A busca de uma tributação menos onerosa para as microempresas e empresas de pequeno porte exportadoras também é preocupação do governo atualmente. Sabendo-se que as MPEs não restringem sua área de atuação no mercado doméstico, tem-se pensado na criação do Super Simples, uma modalidade de arrecadação mais ampliada do que o SIMPLES, que envolva os impostos incidentes sobre algumas atividades exportadoras (MARRIEL, 2004:50).

4.5.2 Mecanismos de financiamento das MPMEs no Brasil

Quando se fala em financiamento de empresa, vários são os caminhos. As alternativas de financiamentos para empresas podem vir do mercado acionário, do crédito bancário, de programas específicos e de outros instrumentos, como microcrédito, sociedades e cooperativas de crédito, ONGs (CNI-SEBRAE: [200-], 100).

O mercado acionário é uma fonte bastante limitada para pequenas empresas, pois as atividades são concentradas nas aplicações de um número restrito de companhias. Como afirmam Carvalho e Abramovay (2004: 24), “ao contrário do que se supõe, não é pequeno o mercado de ações, debêntures e notas promissórias”. E continua: “trata-se de mercado restrito a empresas grandes”.

Quanto ao crédito bancário, como visto anteriormente, há vários problemas em relação ao acesso dos empreendimentos de menor porte, em função da assimetria de informações. Segundo Ximenes (2004:145), o crédito no Brasil alcança um montante equivalente a 26% do PIB, o que indica um volume de crédito pouco desenvolvido em comparação com outros países. Uma pesquisa ao IBGE, realizada em 1997, constatou o fato de 96% das microempresas estarem excluídas do mercado tradicional de crédito.

O sistema brasileiro é muito regulamentado, apesar da política do Banco Central de desregulamentação visando diminuição de spreads³³, simplificação do crédito e transparência de custos e taxas de financiamento. Ainda há muita coisa a fazer, pois além da burocracia, existem depósitos compulsórios e tributação exagerada que aumenta o custo do crédito. No Brasil, as principais instituições que prestam crédito aos empreendimentos de menor porte são os bancos estatais – BNDES, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco da Amazônia, Banco do Nordeste (CNI-SEBRAE: [200-], 100-104).

As linhas de crédito destinadas às micro e pequenas empresas podem ser provenientes do PROGER, o Programa de Geração de Emprego e Renda, do Ministério do Trabalho e do Conselho Diretor do Fundo de Assistência ao Trabalhador (CODEFAT), utilizando recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT). A finalidade dessas linhas de crédito é a concessão de recursos a empresas tradicionalmente excluídas pelo sistema financeiro cujas ações podem gerar emprego e renda. Os agentes financeiros envolvidos no processo são os bancos estatais – Banco do Brasil, Banco do Nordeste e Caixa Econômica Federal (ROCHA E SILVA, 2002:99).

Para essas linhas, as pessoas aptas a receber o crédito seriam aquelas que se encontram trabalhando de maneira informal, em negócios familiares, mas que poderiam regularizar sua situação; micro e pequenos empresários que necessitam de apoio financeiro para capital fixo ou investimento; e cooperativas de produção formadas por micro e pequenas empresas rurais.

Podem ser financiados, pelo programa, investimento fixo e capital de giro associado. É preciso ter um faturamento bruto anual de, no máximo, R\$ 5 milhões. O financiamento é de até 80% do valor do projeto, desde que o valor a ser financiado não supere R\$ 400 mil. O prazo de pagamento é de 60 meses, a carência de 12 meses, e os encargos são calculados com base na variação da taxa de juros de longo prazo (TJLP) mais taxa de juro de 5,33% ao ano (*Web site Banco do Brasil, 2004*).

O FINAME é outra linha de crédito acessível às micro, pequenas e médias empresas, consiste do financiamento de máquinas e equipamentos novos, de fabricação brasileira e para capital de giro associado. Os financiamentos são da ordem de até 90% para micro e pequenas

³³ Refere-se à taxa adicional de risco cobrada no mercado financeiro, variável conforme liquidez e garantias do tomador do empréstimo e o prazo de resgate (GAROFALO FILHO, 2004:243-244).

empresas de qualquer região do país, empresas de porte médio e grande localizadas em áreas de abrangência de programas regionais e aquisição de ônibus (do Sistema Integrado de Transporte Urbano de Passageiros), em qualquer região do país. Para outras empresas médias e grandes, localizadas no Sul e Sudeste do país (exceto nos municípios dessas regiões incluídos nos Programas Regionais), esse percentual é de 80%.

O custo do crédito envolve custos financeiros (dado pela taxa de juros de longo prazo), *spread* básico e do banco que concede o crédito. Os prazos dados para financiamentos de até R\$ 7 milhões são de 60 meses para máquinas e equipamentos, 48 meses para veículos de passageiros e até 72 meses para veículos autônomos de carga. Para financiamentos acima de R\$ 7 milhões, o prazo pode ser definido de acordo com a capacidade de pagamento da empresa ou do grupo econômico ao qual se vincula. O mesmo acontece para ônibus e outros veículos de carga.

O BNDES Automático consiste em uma linha de financiamento de até R\$ 10 milhões para a realização de projetos de implantação, expansão, modernização ou realocização de empresa, aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, credenciados pelo BNDES, e capital de giro associado³⁴. Não podem ser financiados nessa linha empreendimentos imobiliários, atividades financeiras, comércio de armas, exploração de madeira, ferro-gusa e mineração rudimentar, terrenos e benfeitorias existentes, máquinas usadas (exceto para microempresas), animais para revenda e capital de giro para exportação e agropecuária (*Web site* BNDES).

Para financiamento de equipamentos, o valor de participação é de até 80%, exceto para micro e pequenas empresas e empreendimentos localizados em áreas contempladas com programas regionais, que podem receber até 90% de financiamento. Para demais itens de investimento, a participação do financiamento é de até 60%, ressalvadas as micro e pequenas empresas, que recebem até 90% e os empreendimentos em áreas de abrangência de programas regionais, que recebem até 80% do capital necessário.

Outro instrumento de financiamento são os fundos constitucionais de financiamento, estabelecidos pelo Governo Federal para empreendimentos localizados em áreas menos

³⁴ Linha de financiamento não exclusiva para MPMEs, as grandes empresas também podem utilizá-las.

desenvolvidas. Existem três fundos, o do Norte (FCN), o do Centro-Oeste (FCO) e o do Nordeste (FNE), cujos recursos são de procedência fiscal (Rocha e Silva, 2002:101).

Os principais mecanismos de financiamento de crédito, especificamente para a exportação, no Brasil, são provenientes de linhas do BNDES (BNDES-exim) e PROEX – fontes públicas – e o Adiantamento de Contrato de Câmbio/Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACC/ACE) e o Pré-Pagamento – fontes privadas (BLUMENSCHNEIN E LEON, 2002:180).

O BNDES-exim é uma linha de crédito, criada em 1991 (antigo Finamex), destinada ao financiamento de exportação de bens e serviços, apresentando 3 modalidades:

- Pré-embarque: tratando-se de financiamento da produção de bens a serem exportados em embarques específicos;
- Pré-embarque especial: financiamento destinado ao incremento de exportações da produção nacional, sem vinculação com embarques específicos, mas com período pré-determinado para a sua efetivação;
- Pós-embarque: financia a comercialização de bens e serviços no exterior, através de refinanciamento ao exportador (*suppliers credit*), ou ao importador (*buyer's credit*).

Os recursos utilizados para o financiamento são aqueles provenientes do FAT, além de recursos externos. Uma observação da série histórica de desembolso de recursos mostra uma grande ampliação da prestação do serviço. Entretanto, há uma grave restrição no que respeita micro e pequenas empresas, que continuam com acesso prejudicado a esse tipo de financiamento.

Conforme mostrado nas tabelas 12 e 13, um levantamento realizado entre 1999 e 2001 em relação aos desembolsos do BNDES-exim mostra que 92,03% (em número de operações) dos financiamentos concedidos destinaram-se a grandes empresas; 6,3% do total destinaram-se àquelas de porte médio, restando apenas 1,73% para as micro e pequenas. A análise do valor dos recursos desembolsados segue a mesma direção, tendo as MPMEs recebido apenas 2,5% do total de recursos no período analisado (BLUMENSCHNEIN E LEON, 2002:180-185).

Tabela 12

Desembolsos do BNDES-exim por Porte das empresas – 1999/2001 (Em número de operações)

Porte da empresa	1999	1999 (%)	2000	2000 (%)	2001	2001(%)	Média (%)
Micro e pequena	32	2,0	21	1,5	16	1,7	1,73
Média	101	6,2	63	4,4	79	8,3	6,30
Grande	1.502	91,9	1.357	94,2	855	90	92,03
Total	1.635	100	1.441	100	950	100	100

Fonte: BNDES. Blumenschein e Leon, 2002.

Tabela 13

Desembolsos do BNDES-exim por Porte das empresas em valor – 1999/2001

(Em US\$ milhões)

Porte da empresa	1999	1999 (%)	2000	2000 (%)	2001	2001(%)	Média (%)
Micro e pequena	12,15	0,6	12,9	0,4	2,49	0,2	0,4
Média	41,30	2,0	51,0	1,7	41,95	2,6	2,10
Grande	2.047,02	97,5	3.018,7	97,9	2.558,38	97,2	97,53
Total	2.100,48	100	3.082,6	100	2.602,82	100	100

Fonte: BNDES. Blumenschein e Leon, 2002.

O PROEX – Programa de Financiamento às Exportações – é um programa do Governo Federal, criado em 1991, nas modalidades de financiamento e equalização. No financiamento, o crédito é concedido pós embarque à exportação, ao exportador (*supplier's credit*) ou ao importador (*buyer's credit*). Os benefícios desse programa são o acesso facilitado ao crédito, a taxas de juros equivalentes às internacionais, e o recebimento é feito à vista, não havendo valor mínimo para a operação (*Web site BANCO DO BRASIL*).

Quanto ao sistema de equalização, há o pagamento, às instituições financiadoras, da diferença entre encargos negociados e os custos de captação dos recursos pelo financiador, sendo as taxas de equalização estabelecidas pelo Banco Central de acordo com os prazos das operações. Como vantagem principal, tem-se a redução dos custos financeiros da operação (BLUMENSCHNEIN E LEON, 2002:185 e *Web site BANCO DO BRASIL*).

Os recursos do PROEX são orçamentários, geridos pelo Banco do Brasil. Por essa razão, a capacidade de *funding* depende da negociação e aprovação dos orçamentos da União, o que significa dizer que há no processo uma inerente incerteza. Mas nem por isso as micro, pequenas e médias empresas têm sido excluídas. Ao contrário do financiamento BNDES-exim, o que se observa, em número de empresas beneficiadas, é que a maioria consiste em agrupamento de empresas de pequeno e médio portes. Vale lembrar aqui, que, por outro lado, quando considerado

o montante de recursos destinado por porte, as grandes empresas continuam sendo as maiores beneficiadas (BLUMENSCHNEIN E LEON, 2002:187).

Tabela 14
Proex: Indicadores de desempenho por porte de empresa – 1998/2001

		1998	1998 (%)	1999	1999 (%)	2000	2000 (%)	2001	2001 (%)
Número de operações	Pequena e Média	264	42,8	465	65,9	645	63,9	588	61,3
	Grande	353	57,2	236	34,1	365	36,1	371	38,7
	Total	617	100	701	100	1.010	100	959	100
Valor da exportação (US\$ milhões)	Pequena e Média	116,8	19,9	134,5	12,1	625,9	43,8	112,9	12,0
	Grande	468,8	80,1	978,7	87,9	803,5	56,2	827,0	88,0
	Total	585,6	100	1.113,2	100	1.429,5	100	939,9	100
Quantidade de exportadores	Pequena e Média	141	60,5	198	69,7	224	64,7	267	67,8
	Grande	92	39,5	86	30,3	122	35,3	127	32,2
	Total	233	100	284	100	346	100	394	100

Fonte: Banco do Brasil

Nota: Faturamento até 120 mil = microempresa; de R\$ 120 mil até R\$ 720 mil = pequena; de R\$ 720 mil até R\$ 20 milhões = média; e acima de R\$ 20 milhões = grande. Esse critério é baseado em informações da Secretaria da Receita Federal.

Em razão desses recursos públicos, atenderem mal aos interesses das MPMEs, tem-se buscado o estímulo às formas privadas de crédito. Nesse sentido, recentemente foi adotado um programa de milhagem de crédito: ao aumentar o volume de crédito concedido às pequenas empresas, os bancos privados teriam limite livre de crédito junto ao BNDES.

As empresas exportadoras podem também se valer de outros mecanismos privados de financiamento. O ACC é o Adiantamento sobre Contrato de Câmbio, o exportador recebe financiamento antes do embarque, como apoio financeiro à produção. O período de abertura do crédito é de até 180 dias do embarque das mercadorias. O ACE, Adiantamento sobre Cambiais Entregues, é concedido após o embarque da mercadoria. As vendas podem ser realizadas no exterior com uma antecipação de pagamento da exportação até 180 dias pós embarque (BLUMENSCHNEIN E LEON, 2002:187-189 e *Web site* BANCO DO BRASIL).

A disponibilidade dos recursos para *funding* depende da oferta de recursos externos, notadamente do risco-país seguido pelos bancos internacionais. Nesse caso, diferentemente do

PROEX, cujo *funding* depende de recursos orçamentários, sendo, de certa forma, incerto, os recursos dependem das percepções político-econômicas. Assim, torna-se primordial a diminuição de incertezas e disseminação de informações como forma de atenuar o risco dos tomadores de crédito (BLUMENSCHIN E LEON, 2002:187-194).

A observação dos tipos de financiamento oferecidos para exportação revela a restrição dos créditos públicos no Brasil, pois, apesar de haver crédito disponível, ele não chega à maioria das empresas de menor porte. Alguns financiamentos são pouquíssimos utilizados, como mostra a tabela 15.

Tabela 15
Utilização dos Mecanismos de Crédito à Exportação por Porte de Empresa
(Em %)

	<i>Todas</i>	<i>Micro</i>	<i>Pequena</i>	<i>Média</i>	<i>Grande</i>
ACC	51,3	34,9	43,7	55,0	70,0
Proex Equalização	5,2	1,2	4,0	3,3	13,4
Proex	10,7	7,0	7,9	9,9	18,6
Financiamento					
BNDES-exim Pré embarque	7,0	1,2	4,0	5,3	18,6
BNDES-exim Pré-Embarque Especial	3,0	0,0	1,6	2,7	8,3
BNDES-exim Pós-Embarque	3,5	1,2	3,2	2,0	8,3
Pré-Pagamento	23,5	15,1	20,6	22,5	36,1
Seguro de crédito	9,4	0,0	11,9	9,9	13,4
Fundo de Aval (FGPC)	0,7	0,0	0,8	0,7	1,0

Fonte: Blumenschein e Leon
Pesquisa realizada com 460 empresas exportadoras nas regiões sul, sudeste e nordeste. Foram consultadas 86 microempresas, 126 pequenas, 151 médias e 97 grandes.

No ano de 2001, apenas 8,05% dos créditos foram provenientes de fontes públicas de financiamento, conforme tabela 16. Esse fato permite uma pequena extrapolação: como as fontes de financiamento públicas agregam os programas PROEX e BNDES-exim, e sabendo que este contempla muito pouco as micro, pequenas e médias empresas, percentualmente, pouquíssimos recursos públicos são destinados a essas. Mas a análise da série histórica mostra que as fontes públicas têm crescido, indicando um esforço governamental, o que, entretanto, não desloca o sistema privado como o principal provedor de recursos para as exportações, com mais de 90% do total de crédito concedido (BLUMENSCHIN E LEON, 2002:187-194).

Tabela 16
Desembolsos dos programas de financiamento de exportações – 1991/2001
(Em US\$ milhões)

Modalidade	1991	1992	1993	1994	1995
BNDES-exim	32,8	77,7	64,3	279,7	377,6
Proex	-	-	-	-	-
ACC/ Pagamento antecipado	30.673,5	36.211,1	35.377,2	37.358,6	47.332,0
Público* (%)	0,11	0,21	0,18	0,74	0,79
Privado* (%)	99,89	99,79	99,82	99,26	99,21
Total	30.706,3	36,288,8	35.441,5	37.638,3	47.709,6

(continua)

Modalidade	1996	1997	1998	1999	2000	2001***
BNDES- exim	388,6	1.889,8	3.074,4	3.238,1	3.082,6	2.602,81
Proex	-	324,5	664,9	594,9	817,3	893,2
ACC/ Pagamento antecipado	43.854,4	48.922,0	39.184,1	30.308,6	37.511,6	39.938,0
Público* (%)	0,88	4,32	8,71	11,23	9,42	8,05
Privado** (%)	99,12	95,68	91,29	88,77	90,58	91,95
Total	44.243,0	51.206,3	42.923,4	34.141,6	41.411,5	43.434,0

Fontes: Banco do Brasil e BNDES.

Nota: Nos valores do BNDES-exim estão incluídos os desembolsos pré-embarque, pós-embarque e pré-embarque especial. Já nos do Proex estão incluídas as operações de financiamento e as de equalização.

* Inclui o BNDES-exim e o Proex.

** Inclui ACC e Pagamento Antecipado.

*** ACC e Pagamento antecipado são estimativas.

Além de linhas de crédito públicas e privadas, alguns mecanismos alternativos de financiamento para micro, pequenas e médias empresas tem sido buscados. Carvalho e Abramovay (2004:43-44) chamam atenção para a necessidade de desenvolvimento “de formas não bancárias de acesso ao crédito, capazes de fazer uso da inserção de certas organizações nas redes locais de interconhecimento, sobretudo em localidades mais pobres”.

O microcrédito apresenta-se, neste sentido, como uma modalidade de crédito utilizada para resolver o problema do acesso ao crédito das micro e pequenas empresas. Surgido a partir de um movimento chamado *microfinance revolution*, o microcrédito é resultado do desenvolvimento de produtos e serviços destinados à parcela da população excluída do sistema financeiro tradicional. Assim, os critérios de análise de risco, concessão do crédito e monitoramento são diferentes daquele utilizados para empresas de maior porte. A taxa de juros cobrada também tem atenção especial (SANTOS, NOGUEIRA E MORENO, 2004:121).

Segundo Ximenes (2004:143), o Brasil tem um mercado potencial grande para microcrédito, estimado em 13 milhões de micro e pequenos empreendimentos informais. Por essa razão, o governo editou, em 25/06/2003, a Medida Provisória (MP) nº 122, estabelecendo destinação pelos bancos de 2% dos depósitos à vista em operações de microcrédito³⁵. Ainda assim, o mercado de microcrédito é muito pequeno no Brasil. Tentando reverter esse quadro, a Caixa Econômica Federal (CEF) promove a abertura de contas simplificadas e concede créditos no valor médio de R\$ 250. Outras iniciativas parecidas são realizadas pelo Banco do Brasil e pelo Banco Popular do Brasil.

Buscando suprir a falta de crédito decorrente da assimetria de informações, também foram criadas as Sociedades de Crédito aos Microempresário (SCMs) e as Cooperativas de Crédito³⁶. As SCMs foram regulamentadas pelo Banco Central em 1999 com o objetivo de fornecer, de forma facilitada aos microempresários formais e informais, crédito no valor até R\$ 10 mil, incidindo os mesmos tributos existentes para outras instituições (CNI-SEBRAE: [200-], 104).

As cooperativas de crédito são organizações financeiras, que executam quase todas as atividades realizadas por um banco comercial, exceto a compensação de cheques. Realizam, dessa forma, a concessão de empréstimos, captam poupança do público e vendem serviços financeiros. No plano rural, tornaram-se importantes intermediárias do crédito agropecuário. (ABRAMOVAY, 2004:151-155).

Segundo informações provenientes do SEBRAE, a cooperativa de crédito tem forma e natureza jurídica própria (de natureza civil) sem fins lucrativos e não está sujeita à falência. Seu maior objetivo é o de propiciar crédito de modo mais simples e vantajoso para seus associados, com juros mais baixos e sem tantas exigências e garantias.

Abramovay (2004:151) faz uma ressalva ao trabalho dessas cooperativas, afirmando que foram “raras as ocasiões em que os mais pobres puderam participar ativamente da formação de cooperativas”, muito em razão da legislação exigir que fossem compostas por trabalhadores da mesma empresa ou por indivíduos ligados uns aos outros por serem produtores agropecuários. A

³⁵ Não sendo utilizados, esses recursos devem ser destinados ao depósito compulsório no BACEN (XIMENES, 2004:144).

legislação considerava que haveria uma redução da assimetria de informações entre os membros se esses pertencessem a uma mesma categoria profissional. Segundo a Lei nº 5.764/71, “essas relações de proximidade são decisivas para que possa haver o tipo de controle social que faz da proximidade entre os atores econômicos a base da solidez financeira das organizações” (ABRAMOVAY, 2004:152).

Outro ponto que o autor expõe é o caráter estritamente profissional³⁷ das cooperativas como fator limitador do alcance social e do fortalecimento do empreendedorismo, não podendo, pois atuar efetivamente contra problemas de financiamento e capitalização de micro e pequenas empresas. Estavam mais ligadas ao consumo do que à produção dessas. Segundo ele,

Era impossível, por exemplo, formar uma cooperativa dos microempresários de um determinado bairro ou município: só se permitiam cooperativas de setores profissionais ou de atividades especializadas (pedreiros, padeiros, caminhoneiros): juntar o financiamento das atividades produtivas e diversificadas de uma determinada região numa mesma cooperativa era proibido pela legislação.

O resultado é que as cooperativas de crédito acabaram limitadas a um conjunto de operações cuja contribuição ao processo de desenvolvimento e à inclusão bancária foi muito pequena, uma vez que fazem empréstimos apoiados no desconto em folha de pagamento das empresas, trocam cheques, reorganizam a vida de pessoas excessivamente endividada mas raramente financiam atividades econômicas em escala considerável (ABRAMOVAY, 2004:152).

Apesar dessa visão cética e até mesmo negativa acerca da capacidade de financiamento dessas cooperativas no âmbito urbano, hoje, no âmbito rural, onde se localizam cerca de 30% das instituições, é inegável sua contribuição para a obtenção de crédito. Após sua capitalização, essas cooperativas se tornaram intermediárias de grande importância do crédito agropecuário.

³⁶ Essas organizações são exemplos de como o associativismo é uma alternativa à resolução das falhas de mercado.

³⁷ Abramovay entende que as cooperativas de crédito tinham cunho profissional, ou seja, eram formadas por entidades de classes.

4.5.3 O sistema SEBRAE

Algumas entidades não estatais podem prestar importante apoio às empresas. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), é uma instituição criada em 1972 com a denominação de Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa (CEBRAE), com a missão de promover o fortalecimento da pequena e média empresa através de prestação de assistência técnica, apoio à atividade exportadora, comércio e desenvolvimento local. Em sua criação, assemelhava-se a uma agência governamental, sendo resultado da associação do governo e representantes da iniciativa privada. Os recursos eram provenientes dos Governos Federal e Estadual (ROCHA E SILVA, 2002:101).

No final do ano de 1989 e início dos anos 90, essa agência passou por uma reestruturação mudando o foco dos serviços prestados. A primeira mudança foi em relação à fonte de recursos, que deixou de ser estatal e passou a ser calculada de acordo com a contribuição das empresas, através dos percentuais de recolhimento do INSS, mudança essa que deu grande impulso às suas operações, já que passaram a ser arrecadados US\$ 1200 milhões. Dessa forma, ampliou-se o alcance das ações do serviço (ROCHA E SILVA, 2002:101-102 e Antunes, 1999:15).

Segundo Antunes (1999:15), foi a primeira instituição enquadrada no programa nacional de desestatização, como resultado de uma política de afastamento do Estado das atividades que poderiam ser melhor conduzidas pelo setor privado. Assim, o Estado, antes fomentador direto do serviço, abriu espaço para a participação direta da iniciativa privada.

Outra mudança observada no Sebrae a partir de sua reestruturação foi a mudança de foco dos estabelecimentos atendidos. Inicialmente, o público-alvo eram as pequenas e médias empresas. A partir da década de 90, esse público passou a ser as micro e pequenas empresas.

Como forma de melhoria do sistema de informações e acesso ao crédito e financiamentos, e também da qualidade, competitividade, pesquisa e tecnologia e gestão empresarial, alguns programas foram operacionalizados³⁸. As principais ações do Sebrae são:

- a. Fundo de aval, que presta garantias para micro e pequenos empresários;
- b. Programa de emprego e renda, que objetiva a promoção de ações de desenvolvimento local;
- c. Bolsa de negócios Sebrae, que se constitui em um registro eletrônico de empresas em uma rede administrada pelo Sebrae;
- d. Programa crédito orientado, que busca, através de parcerias com instituições financeiras, identificar as linhas de crédito mais atrativas para MPEs (ROCHA E SILVA, 2002:101-102 e SEBRAE).

4.6 O Estado de Minas Gerais e a promoção de Micro, pequenas e médias empresas

4.6.1 As micro, pequenas e médias empresas em Minas Gerais

Seguindo a tendência nacional, as micro, pequenas e médias empresas em Minas Gerais tem grande importância econômica. Quando analisada a internacionalização das MPMEs (leia-se exportação), juntas, essas empresas são responsáveis por 75,2% do total de empresas exportadoras. O valor exportado, entretanto, não acompanha tal montante: apenas 7,6% é o valor acumulado das MPMEs.

³⁸ Note-se aqui o fato de que o apoio ao acesso ao crédito é indireto. A instituição subsidia bancos na aprovação dos financiamentos mediante análise econômico- financeira, sugerindo aos bancos as linhas de crédito que melhor atendes às empresas – não há a determinação da operacionalização do crédito, essa função é exclusiva dos bancos (Antunes, 1999:17).

Tabela 17
Empresas exportadoras em Minas Gerais – 2002/2003

Tamanho da firma	2002		2003	
	Micro	319	25%	346
Pequena	290	22,7%	321	23,9%
Média	330	25,8%	341	25,4%
Grande	314	24,6%	305	22,7%
Pessoa Física	24	1,9%	28	2,1%
Total	1.277	100%	1.341	100%

Fonte: Secex- MDIC/ALICEWEB

Tabela 18
Exportação por porte de empresa em Minas Gerais
US\$ FOB e %

Tamanho da firma	2002		2003	
	Micro	12.163.699	0,2%	16.519.484
Pequena	78.057.805	1,5%	106.552.731	1,64%
Média	320.304.036	6,3%	373.431.984	5,75%
Grande	4.670.695.097	91,9%	5.996.591.030	92,32%
Não classificado	1.502.279	0%	2.272.984	0,03%
Total	5.082.722.916	100%	6.495.368.213	100%

Fonte: Secex- MDIC/ALICEWEB

A observação dos dados mostra que houve crescimento do ano de 2002 para 2003, verificando-se resultado das políticas implementadas pelo Governo do Estado de Minas Gerais. Tem-se canalizado esforços não só para a concessão de crédito para as empresas (sobretudo pelo Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais – BDMG e o Programa MicroGerais), mas também na promoção da empresa exportadora, criando uma cultura. Minas Gerais tem um desafio para a internacionalização de suas empresas, já que suas exportações são muito concentradas, a pauta é pouquíssimo diversificada, ficando muito dependente de poucos produtos, o que é negativo para o estado.

Um estudo realizado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico revela que os 10 principais produtos exportados compreendem cerca de 57,71% do valor das exportações. Os mercados destino também são muito concentrados. Os dez principais países destinos, juntos, consomem cerca de 69 % do total de produtos exportados. Outro aspecto é que há concentração também das exportações nas grandes empresas. Juntas, as dez maiores empresas exportadoras de Minas Gerais, são responsáveis por 65% do total exportado no estado.

4.6.2 Programas para a internacionalização das MPMEs

Com intenção de modificar um pouco esse quadro, promovendo cada vez mais indústrias, o estado de Minas Gerais vem colocando em prática uma política de comércio exterior baseado em 5 elementos-chave:

1. Identificação de produtos competitivos em mercados dinâmicos estratégicos;
2. Provisão de logística, transporte multimodal e serviços avançados;
3. Promoção de exportações;
4. Disseminação da cultura exportadora;
5. Aumento de competitividade externa das PMEs – Apoio operacional e institucional, inclusive linhas de financiamento.

Para o alcance de cada um desses objetivos, a SEDE desenvolveu 4 programas prioritários para o Comércio Exterior incluídos no PPAG 2004-2007, como descrito abaixo:

a. Plataforma Logística de Comércio Exterior

Projeto Estruturador, o Programa de Plataforma Logística de Comércio Exterior da Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH) foi a principal iniciativa para a difusão do comércio exterior. Mesmo não sendo específico para as micro, pequenas e médias empresas, é importante para essas à medida que possibilita uma melhor condição de desembaraço aduaneiro e transporte. O objetivo é o de consolidar a RMBH como pólo dinâmico de logística e de serviços avançados para o comércio exterior.

b. Exporta Minas

Programa destinado à disseminação da cultura exportadora entre empresas e profissionais, à articulação das ações públicas e privadas de apoio ao comércio exterior e à capacitação de empresários e profissionais em técnicas de marketing internacional. O público alvo são as empresas exportadoras ou com potencial para tanto, sobretudo PMEs, prestadores de serviços de apoio ao comércio, sindicatos, entidades de classe, câmaras de comércio, estudantes e profissionais da área de comércio exterior.

Sabendo-se que um grande obstáculo à internacionalização de micro, pequenas e médias empresas é a informação, as ações do programas visam à capacitação profissional e difusão de dados e instruções sobre comércio. Destacam-se aí treinamentos para agentes de comércio exterior (Redeagentes), encontros (ENCOMEX), Seminários Exporta Fácil, Criação de um Núcleo de Inteligência de Comércio Exterior e da Central de Atendimento do Exportador Mineiro³⁹.

Em Minas Gerais, a Central de Atendimento do Exportador Mineiro é uma das principais fontes de informação para micro, pequenos e médios empresários. Lançada em 25 de agosto de 2004, em parceria com a Bolsa de Mercadorias e Futuros (BMF), foi criada para suprir a necessidade de informação. O acesso do público ao serviço confirmou o interesse de jovens empreendedores. A Central representa hoje uma forma de alcance àqueles potenciais exportadores com dificuldades de acesso à Secretaria de Desenvolvimento Econômico.

A análise da composição das chamadas mostra a necessidade de informação por parte dos exportadores de menor porte. No primeiro mês de funcionamento, foram recebidas 128 questões, sendo 85% pelo telefone (0800-770-7087) e 15% pela Internet (www.exportaminas.mg.gov.br). Do total das solicitações, 35% pediam informações sobre como exportar, ou seja, roteiro de exportação. Cerca de 23 % das questões tratavam de promoção comercial, enquanto que 8%

³⁹ Ver: www.exportaminas.mg.gov.br

pediam explicação sobre documentação, 6% sobre tributação, 2% sobre câmbio e hedge⁴⁰ e 24%, outros assuntos.

No período de análise, 22 dias (25 de agosto a 24 de setembro), foram recebidas em média 5,8 questões, principalmente nos setores de artesanato, confecções, cachaças, produtos agrícolas (café, cogumelo, mel etc), o que evidencia a necessidade de entendimento sobre como exportar. Por ser um serviço gratuito, rápido (as respostas são enviadas em um prazo máximo de 48 horas), o empresário tem acesso, de forma simples e direta às informações que necessita para exportar.

c. Minas Exporta com Excelência

O aumento da competitividade internacional das empresas motivou a criação desse programa, destinado a todas as empresas mineiras exportadoras ou com potencial exportador.

As ações desenvolvidas buscam incrementar a competitividade das empresas de diversas formas, todas elas ligadas à difusão de informações, melhoria de crédito e fomento. Assim, buscou-se elaborar estudo para cadeia produtiva do setor de jóias e gemas; contribuir para melhoria dos procedimentos operacionais na obtenção de crédito e financiamento às PMEs exportadoras; promover exportações em arranjos produtivos locais (APLs) e viabilizar unidade de excelência no transporte internacional de pequenos volumes no Aeroporto Internacional Tancredo Neves.

A estratégia de implementação do programa passa também pela potencialização da utilização dos serviços “Exporta Fácil” (dos Correios), apoio à implantação do “Importa Fácil” e pelo aumento das linhas de crédito e de financiamento ao setor exportador, sendo o Banco de Desenvolvimento do Estado de Minas Gerais (BDMG) o agente repassador dos recursos do PROEX.

Na linha de crédito “Empresa mineira competitiva”, do BDMG, a intenção do banco é financiar ganhos de competitividade via modernização e melhoria da produtividade;

⁴⁰ Segundo Garofalo Filho, essa expressão pode ser definida como “operação de câmbio à prazo, realizada com finalidade de proteção contra as alterações causadas pelas variações na cotação de uma moeda”, eliminando parte do risco.

desenvolvimento e capacitação tecnológica; capacitação em marketing, qualidade e gestão do conhecimento e adequação a normas ambientais.

Na classificação dos financiamentos prestados, o Banco classifica as empresas de acordo com o faturamento obtido. Pequenas empresas são consideradas, dessa forma, aquelas cujo faturamento é de até R\$ 1,8 milhões ao ano. As médias teriam faturamento de até R\$ 35 milhões ao ano. Os financiamentos devem se destinar a investimentos fixos e capital de giro, sendo concedidos no mínimo R\$ 20 mil e no máximo R\$ 500 mil. A taxa de juros cobrada varia de 4 a 6% a.a., com atualização monetária feita pelo IPCA e prazo de amortização de 30 a 36 meses.

d. Promoção da Empresa Mineira Exportadora

Nesse programa, o objetivo é a promoção de exportações de forma estratégica e coordenada e ampliar a base exportadora do estado, aumentando o número de empresas exportadoras e diversificando mercados-destino e a pauta de produtos exportados. Como todos os outros programas, o público alvo compreende empresas mineiras exportadoras ou com potencial exportador, destacando-se aqui, PMEs.

As ações realizadas englobam o estabelecimento de Convênio de Cooperação entre o Governo Estadual e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), com interveniência da Agência de Promoção de Exportações (APEX), a elaboração de uma estratégia estadual de promoção comercial, organização de missões comerciais (como ocorreram esse anos na China, Japão, França), feiras e fomento à participação de produtos mineiros no “Programa Brasil Premium”.

A partir desses programas, como as informações têm chegado aos novos exportadores, sobretudo aos micro e pequenos, deve haver uma melhoria nas estatísticas de comércio exterior do estado. Uma análise dos dados provenientes do MDIC e do *site* Aliceweb mostram uma ligeira melhoria do percentual exportado e do número de empresas exportadoras⁴¹.

⁴¹ Ver tabelas 17 e 18.

5 AS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA ITÁLIA

5.1 Conceito

A economia italiana é fortemente marcada pela prevalência das micro e pequenas empresas. Diferentemente da situação brasileira, essas empresas têm um aparato institucional de apoio bastante sólido. A legislação, a criação de *clusters*, a disponibilidade do crédito privado são alguns dos fatores que contribuem para o bom desempenho dos micro, pequenos e médios negócios no país. Além disso, trata-se de uma questão cultural, já que os empresários de pequeno porte são vistos com bons olhos, o pequeno negócio pode ser um estabelecimento que existe há anos, gerido por famílias.

Assim como no Brasil, há divergência entre as classificações feitas acerca do enquadramento como micro, pequena ou média empresa. Segundo Decreto GURI nº 229, de 01/10/97, as empresas estariam assim divididas:

- a. Pequena: para o setor industrial, aquela com até 50 empregados, faturamento não superior a 7 milhões de Euros e um balanço não superior a 5 milhões de Euros; e para o setor de serviços, aquela com menos de 20 empregados, faturamento não superior a 2,7 milhões de Euros e um balanço não superior a 1,9 milhões de Euros;
- b. Média empresa: para o setor industrial, aquela com até 250 empregados, faturamento não superior a 40 milhões de Euros e um balanço não superior a 27 milhões de Euros; e para o setor de serviços, aquela com menos de 95 empregados, faturamento não superior a 15 milhões de Euros e um balanço não superior a 10,1 milhões de Euros⁴².

As definições encontradas nos estudos do MDIC diferem daquela dada acima. Quanto ao número de empregados e faturamento anual, a classificação é a mesma da anterior, mas inova ao trazer o critério patrimônio como forma de classificar as empresas. Assim, a pequena empresa industrial seria aquela com patrimônio até 2 milhões de euros e para o setor de serviços 0,75

⁴² O máximo de capital dessas empresas (pequenas e médias) que pode estar “nas mãos” de uma pessoa ou grupo é 25%.

milhões de euros; enquanto que a média empresa industrial teria patrimônio não superior a 10 milhões de euros e as de comércio e serviços teria até 3,75 milhões de euros (*Web site* MDIC).

No nível comunitário, as micro, pequenas e médias empresas podem ser definidas, segundo recomendação da Comissão da Comunidade Européia nº C1422 (06/05/03)⁴³, em seu artigo 2º, mediante os seguintes critérios de faturamento e número de empregados⁴⁴:

- a. A categoria de micro, pequenas e médias empresas (PMI) constitui-se pelas empresas que possuem menos de 250 empregados e faturamento anual até 50 milhões de Euros e com balanço anual inferior a 43 milhões de Euros;
- b. Nessa categoria, a pequena empresa é definida como aquela que possui até 50 empregados, tem um faturamento anual ou balanço inferior a 10 milhões de Euros;
- c. Na mesma categoria, as microempresas são aquelas que possuem menos de 10 empregados, e um faturamento anual ou balanço não superior a 2 milhões de Euros⁴⁵.

Nessa classificação, considera-se, também, o critério independência, ou seja, o percentual do capital ou dos direitos de voto detidos por uma ou várias empresas que não sejam PMIs, que é 25% para pequenas e médias empresas.

⁴³ Essa recomendação atualizou os valores anteriormente estabelecidos pela recomendação CE 280, de 1996, que estabelecia que as médias empresas eram aquelas com faturamento limite de 40 milhões de Euros e resultado do balanço inferior a 27 milhões de Euros; pequena empresa sendo aquelas com faturamento anual de 7 milhões de Euros e limite de faturamento de 7 milhões de Euros; e microempresa eram aquelas com menos de 10 empregados, não tendo definidos em recomendação, os valores de faturamento e resultado. Ver: notícia da comissão européia no site www.azzurroframes.it/sezioni/economia/PMI%201422_2003.htm acessado em 24/10/04.

⁴⁴ Essa será a classificação adotada pelo trabalho, pois é a mais atual e é válida para toda a Europa, tendo supremacia à norma italiana por ser fruto de norma comunitária.

⁴⁵ Apesar de não estar expressa a classificação de média empresa no artigo 1º, a Comissão Européia a define, no mesmo documento (notadamente no artigo 7º, que trata da apresentação de estatísticas e no 8º, que trata da utilização dos termos), como empresa que possui de 50 a 249 empregados. O faturamento deve ser não superior a 50 milhões de Euros.

5.2 Perspectiva Histórica

A Itália do pós guerra foi marcada por um desenvolvimento econômico baseado em altas taxas de crescimento do produto interno bruto (PIB) e no aumento das desigualdades regionais, evidenciadas por um norte rico, com o desenvolvimento de grandes empresas, e um sul mais pobre, onde pequenos empreendimentos se desenvolveram.

Desde os anos 50, a política governamental se voltou para o sul, atraindo investimentos para pequenas empresas que lá existiam e que poderiam existir, como forma de desenvolver a área. Uma série de incentivos se verificou na região, como isenção por 10 anos do pagamento do imposto sobre valor adicionado, imposto sobre previdência social, redução de tarifas e apoio financeiro. Isso aconteceu até 1994, quando as áreas menos desenvolvidas foram enquadradas nos programas de incentivo da Comunidade Européia. (PUGA, 2000:30).

O Governo Federal criou, via Ministério da Fazenda, a Società per L'Imprenditorialità Giovanile, a IG, substituindo, dessa forma, o antigo programa destinado a jovens empreendedores.

No norte do país, o crescimento das PMIs foi impulsionado pelo processo de desverticalização da produção de grandes empresas, a partir das décadas de 60 e 70. Os pesados encargos trabalhistas fizeram com que as pequenas empresas servissem como produtoras de componentes das grandes empresas, fenômeno que permanece ainda hoje.

Nos anos 70, surgiu uma Terceira Itália, entre o sul e o norte, baseada na formação de distritos industriais e áreas de cooperação da produção. A região ficou marcada pela descentralização da produção.

Depois da segunda metade dos anos 70, a produção em série, com larga escala, onde predominava a grande empresa de base e de bens de consumo duráveis, sobretudo de automóveis e eletrodomésticos, foi sendo aos poucos transferida para os países em desenvolvimento. Nesse

cenário, surge espaço para que as micro e pequenas empresas italianas deixem de ter uma função exclusivamente de satélites de grandes empresas (D'ANTONIO, 2002:11).

Gonçales (1998?) afirma que o motor propulsor da economia italiana, foi o *Entrepreneurship*, conceito de Morris, Jones & Nel (Apud GONÇALES, 1998?), que diz respeito ao empreendimento, à geração de valor através da inovação. Na década de 70 dá-se o chamado *rissorgimento* italiano, baseado no bom desempenho dos pequenos negócios – principalmente nos setores têxtil, mobiliário, maquinário industrial e automação –, que incrementaram a produção, as exportações e o emprego.

O renascimento das empresas na Itália foi resultado, portanto, da transição do trabalho dependente na grande empresa para o trabalho independente, realizado em pequenos empreendimentos. Além do mais, naquele país, a questão cultural era determinante para sua organização empresarial: a questão do trabalho nas micro e pequenas empresas contribuiu para a manutenção de um sistema de valor coletivo, ligado ao primado do trabalho do indivíduo, à vontade de fazer, de não se submeter a uma disciplina imposta de cima pra baixo. A questão dos valores culturais também interferiu na difusão de micro e pequenas empresas, pois a sobreposição entre família e empresa, esta sendo concebida como um instrumento da defesa e promoção familiar, reforçou o trabalho realizado em escala menor, além das relações de parentesco (D'ANTONIO, 2002:11-12).

Assim, criou-se uma economia formada por pequenos empreendimentos onde muitas unidades coexistem. As barreiras à entrada, sejam elas de natureza organizacional, técnica ou financeira, são mais reduzidas do que em economias onde grandes empresas dominam o mercado. Assim, há uma maior liberdade de ingresso, acontecendo o mesmo com a liberdade de saída. A economia não sente tanto essas entradas e saídas das empresas: como o ambiente é dinâmico, as conseqüências de falências ou reestruturação dos pequenos negócios não são tão traumáticas, pois os empregados de unidades pequenas podem encontrar trabalho em outras empresas, ficando o dano geralmente ao empresário, envolvendo o patrimônio familiar, não constituindo ônus para as finanças públicas (D'ANTONIO, 2002:15).

Nesse ambiente dinâmico, as PMIs conseguiram se organizar em associações, de forma a sanar as dificuldades de atuar no mercado, aproveitando seu potencial competitivo, adotando novas técnicas em uma clara mistura de inovação e tradição.

5.3 Estatísticas das PMIs italianas

Segundo *web site* da Comissão Européia, toda a Europa possui cerca de vinte e um milhões de PMIs, dentre as quais 34% se caracterizam como microempresas, 19% como pequenas empresas, 13% como médias empresas e outros 34% como grandes empresas⁴⁶ (D'ANTONIO, 2002). Na Itália, a situação é um pouco diferente do que acontece na Europa: a microempresa tem todo o destaque, já que 94,9% do total de empresas se enquadra nesse porte. As pequenas constituem 4,5% das empresas italianas, enquanto as médias são 0,5%. Somadas, as micro, pequenas e médias empresas constituem a quase totalidade das empresas italianas – 98,9% (ANGELI, 2003:32)⁴⁷.

Tabela 19
Número de empresas exportadoras na Itália e valores exportados – 2001

Número de empregados	Número de empresas	%	Valor export. (Em milhões de Euros)	%
1 a 4	73.858	41,8	18.599	7,1
5 a 9	35.133	19,9	9.455	3,6
10 a 19	32.351	18,3	18.562	7,1
20 a 49	22.233	12,6	34.163	13,0
50 a 249	11.117	6,3	71.250	27,2
250 a 499	1.143	0,6	28.250	10,8
Acima de 500	839	0,5	81.894	31,2
TOTAL	176.674	100	262.172	100

Fonte: Istat – Rapporto Anuale 2003.

⁴⁶ Nesse estudo, realizado pela Comissão Européia em 2002, considerou-se Europa os 15 países que inicialmente compuseram o bloco e acrescentou-se dados da Islândia, Liechtenstien, Noruega e Suíça.

⁴⁷ A fonte de dados é a Eurostat.

5.4 O acesso ao crédito na Itália

Os problemas das micro, pequenas e médias empresas parecem ser os mesmos em todo o mundo. O principal deles, na Itália, também se chama crédito. Como fazer com que pequenos produtores tenham acesso ao sistema bancário e consigam empréstimos e financiamentos para seus negócios? Será que o governo poderia auxiliar na melhoria do sistema bancário, na mediação com os bancos, na disseminação de informações para a diminuição das taxas de risco?

A resposta a essas perguntas remete às informações da seção 2.3, que traz a discussão teórica, principalmente à parte na qual se sugere que ter o poder de atuação não quer dizer que a ação será empreendida, ainda menos que serão alcançados satisfação e sucesso. O que se pode observar é a existência de alguns mecanismos de fomento, de elaboração de legislação, de linhas de crédito para atender a tais empresas, assim como acontece no Brasil. O diferencial italiano é a maneira como os empresários se organizam em busca de suporte financeiro, formando consórcios, distritos industriais e cooperativas (que obtêm sucesso na prática, não como alguns exemplos de associativismo brasileiro que, de maneira incipiente, aglomeram empresas), encurtando distâncias, facilitando o fluxo de informações e estimulando as relações de cooperação.

Gonçales (1998?) tem uma visão bastante crítica da participação do governo italiano no suporte às micro e pequenas empresas. Segundo a autora,

não pode-se (*sic*) apontar hoje, na Itália, políticas direcionadas especificamente aos pequenos negócios, apesar de sua relevância incontestável para o desenvolvimento do país. As atenções do governo hoje se voltam para a reestruturação política e para a integração ao Mercado Comum Europeu, o que acaba por deixar os pequenos empreendimentos à margem das principais discussões. A estrutura do mercado financeiro italiano não é, de forma alguma, eficiente para financiamento e apoio de empresas independentes. O peso de uma dívida pública significativa e mecanismos deficientes de distribuição de capital geraram um mercado público de ações incipiente, altamente volátil e pouquíssimo regulamentado. Os bancos italianos, por sua vez, não podem de forma alguma serem vistos como uma alternativa vantajosa ou ao menos razoável. Na sua maioria, são controlados, direta ou indiretamente, pelo Estado, se mostrando extremamente conservadores. O capital bancário, portanto, acaba sendo destinado às grandes empresas, aos projetos do governo ou de empresas estatais e ao financiamento da dívida nacional.

A maioria das empresas na Itália, portanto, financiou sua entrada numa indústria a partir de poupanças próprias ou lucros.

Essas empresas teriam, portanto, a mesma dificuldade de acesso ao crédito que no Brasil. Entretanto, popularizou-se na Itália o associativismo, que garante às empresas condições de capitalização. A mesma autora afirma que, reforçando o regionalismo, os artesãos começaram a buscar “formas de levantar capital para seus negócios sem pulverizar os lucros, criaram as cooperativas e apostaram nas empresas de pequena escala produtiva como uma alternativa ao capitalismo” (GONÇALES, 1998?). Essa teria sido a forma alternativa ao estado, que, apesar de estabelecer programas que facilitassem o acesso ao crédito, não conseguiu satisfazer toda a demanda pelo serviço.

Assim, quando se fala em crédito na Itália, não se pode deixar de falar em consórcios, cooperativas e distritos industriais. A partir desses tipos de organização, foi criada intensa interação entre o empresariado com vistas à geração de parcerias dentro dos diversos setores. Essas formas de organização estão descritas a seguir.

5.5 Linhas de crédito para as Empresas Italianas

O desenvolvimento das PMIs na Itália, como visto, foi muito diferente do caso brasileiro, toda uma cultura fez com que os pequenos empreendimentos tivessem condições de se manter no mercado e iniciar o processo de exportações. Na verdade, a atuação de PMIs está muito ligada à redução das desigualdades regionais. Por esta razão, os programas de apoio estão também ligados à região na qual se encontram as empresas, sendo a multiplicação de pequenas e médias considerado instrumento eficiente na redução de desigualdades (CNI-SEBRAE: [200-], 94).

Quanto à concessão do crédito, por ser conhecida a realidade das empresas, o acesso ao sistema financeiro é menos difícil do que no caso brasileiro⁴⁸, o que não significa dizer que o acesso ao crédito é fácil. Há bancos locais e cooperativas de garantia de crédito no nível provincial, o Mediocredito Centrale no nível nacional e o Banco Europeu de Investimentos no plano da União Européia (PUGA, 2000:31). Os programas governamentais são regidos por leis que variam de acordo com o montante de recursos, os beneficiários, os objetivos.

A legislação tenta privilegiar empresas localizadas em áreas menos desenvolvidas. Algumas leis foram criadas nesse sentido. A Lei nº 488/92, de assistência aos manufatureiros localizados em áreas menos desenvolvidas, destina-se a financiar capital fixo e de giro para empresas das regiões beneficiadas, gerando empregos. Parte dos recursos regulamentados pela lei destinam-se ao turismo e ao comércio exterior. Outra Lei, nº 341/95, de assistência automática, visa a garantia de investimentos em capital fixo. Em ambos casos, os pedidos são aprovados pelo Ministério da Indústria, Comércio e Artesanato, analisados e aplicados pelo sistema bancário (CNI-SEBRAE: [200-], 94).

5.5.1 O Banco Europeu de Investimento

O Banco Europeu de Investimento (EIB) foi criado em 1958, sendo entidade autônoma sem fins lucrativos, destinado a viabilizar investimentos e políticas econômicas na União Européia. Seus financiamentos são concedidos, principalmente, para obras de infra-estrutura, investimentos do setor público e MPMEs. Para essas empresas, os empréstimos são concedidos através de instituições financeiras dos países membros da UE, que intermediam as operações (CNI-SEBRAE: [200-], 94).

⁴⁸ Isso porque a própria organização das empresas em distritos e consórcios facilita seu acesso.

Os empréstimos cobrem até 50% do custo do projeto. O prazo de maturação do investimento varia de 5 a 20 anos. As operações são financiadas com recursos provenientes do mercado internacional e dos fundos próprios dos países membros (PUGA, 2000:31).

O Banco Europeu de Investimento é o principal acionista do Fundo Europeu de Investimentos, com 40% dos ativos. Esse fundo, criado em 1994, se destina à concessão de aval para projetos de infra-estrutura e ao financiamento de MPMEs.

5.5.2 Mediocredito Centrale

O Mediocredito Centrale é um banco italiano, fundado em 1952, para a concessão de empréstimos de médio e longo prazos para empresas e créditos para fomento de exportações. Existindo como uma sociedade anônima desde 1994, pertence hoje ao Banca di Roma teve grande crescimento nos últimos anos, tendo uma diversidade de linhas de crédito para empresas de menor porte. Destacam-se:

- a. Apoio à aquisição de máquinas e equipamentos (Lei Sabatini, nº 1329/65). Para essa linha de crédito há concessão de até US\$ 1,8 milhões para compra de máquinas e equipamentos financiados até 100% do custo da máquina;
- b. Apoio a consórcios (Lei nº 317/91). Créditos de até US\$ 1,2 bilhões para a formação de consórcios de no mínimo 5 PMIs, financiados até 80 % da despesa prevista em áreas de menor desenvolvimento e até 60% das demais áreas;
- c. Apoio à inovação tecnológica e à proteção ambiental (Lei nº 598/94). O banco concede créditos de até US\$ 1,8 milhões para investimento de novas tecnologias e em proteção ambiental, sendo financiados até 70% do programa;

- d. Apoio ao capital de risco (Lei nº 100/90 e Lei nº 19/91). O crédito concedido a PMIs é de até US\$ 3 milhões para financiamentos de até 70% dos investimentos em capital de risco, com participação de até 25% do capital social, num máximo de 8 anos (Puga,2000:33).

Além das linhas de crédito acima, o banco tem interesse em estimular a formação de *joint ventures* no exterior, a presença italiana em novos mercados e participações em licitações internacionais.

5.5.3 Cooperativas e consórcios de crédito

Os consórcios de aval de crédito têm papel primordial no desenvolvimento de PMIs, funcionando como resseguradores das cooperativas de garantia de crédito, oferecendo condições de negociação de recursos com o sistema bancário.

Para obtenção do apoio do consórcio, a empresa deve solicitar financiamento em sua cooperativa. O pedido é analisado e encaminhado ao banco que oferecer melhor condição de crédito. Aprovada a operação, a cooperativa avaliza 50% do financiamento. A mesma cooperativa ressegura-se em 50% de seu comprometimento, diminuindo seu risco. A difusão de informações e análise sobre o crédito é facilitada, pois as cooperativas realizam a contabilidade e auxiliam pequenas empresas. Assim, a taxa de inadimplência é muito pequena, somente 0,3%, enquanto que a média regional gira em torno de 6 a 7% (PUGA, 2000:34).

5.5.4 O Programa da Società per L'Imprenditorialita' Giovanile (IG)

A Società per L'Imprenditorialita' Giovanile (IG) é uma companhia limitada fundada em 1994 com finalidade de criar empresas nas regiões italianas menos desenvolvidas. Os recursos são provenientes de convênios com o governo, autoridades locais, organizações econômicas e entidades privadas.

O principal programa da IG é a Lei nº 44/86, criada pelo governo em função da necessidade de diminuição das diferenças regionais na Itália. Assim, são oferecidas a pessoas jovens (18 a 35 anos) assistência para a criação de novas empresas. Os novos empreendimentos são monitorados durante 2 anos por um tutor. O auxílio contempla financiamento de até US\$ 3 milhões, sendo até 90% a cargo da instituição (entre 40 e 50% a fundo perdido) e 50% das despesas administrativas. A assistência técnica e o serviço de formação empresarial são gratuitos.

5.6 O Sistema Ervet da Emilia Romagna

Esse sistema corresponde a uma agência de desenvolvimento econômico criada em 1974 para implementação de política industrial em nível local. Cerca de 80% do capital da Ervet é público, pertencente à região de Emilia Romagna, 18,5% pertence a bancos, 0,9% às câmaras de comércio e aos municípios e 0,5% às associações empresariais. Os esforços ficam concentrados na internacionalização das empresas da região, que recebem informações, auxílio na produção de inovações e execução de projetos. Além disso, o sistema é uma forma de aproximação e integração das empresas com órgãos públicos e associações empresariais.

Com a evolução do sistema, foram criados, na década de 80, centros especializados em negócios, operando em diferentes áreas:

- a. Áster: Inovações Tecnológicas;
- b. Cermet: certificado de produto e da qualidade do processo;
- c. Cesma e Democenter: máquinas para indústria de transformação e automação industrial;
- d. Cercal e Citer: sapato e têxteis;
- e. Centroceramico e Quasco: indústria de cerâmica e construção, respectivamente (PUGA, 2000:35-36).

5.7 Os Distritos Industriais

Em diversas regiões italianas foram formados aglomerações de empresas geograficamente localizadas, os distritos industriais (*clusters*). Com produção especializada de algum serviço ou produto, essas aglomerações são meio importante para o desenvolvimento de PMIs. Estabelecidas as redes de cooperação, torna-se mais fácil a obtenção de informações e de escala na produção.

Como a informação é disseminada mais facilmente, compartilhada informalmente ou por meio de cooperativas, associações e centros, mais fácil é o acesso ao crédito. Nos distritos industriais italianos, o empreendedor goza de externalidades devido a sua proximidade com outros empreendedores, que se complementam em suas atividades. Essas externalidades podem ser pecuniárias – aquelas originadas de intensas trocas entre empresas que se dedicam a diferentes fases de produção – e não pecuniárias – fruto da difusão de conhecimento e informação, da mobilidade dos trabalhadores, da evolução do trabalhador promovido à condição de novo empreendedor. Também em razão da proximidade, os custos de transação são reduzidos, reforçam-se as relações de confiança, crédito entre agentes econômicos e cooperação entre as empresas (D'ANTONIO, 2002:16).

As instituições privadas e públicas, como bancos, associações de categoria, centros de pesquisa e entidades locais estabelecem vínculos com esses distritos, possibilitando melhor difusão de informações, obtenção de crédito, transferência de tecnologia etc. Outro ponto importante é que grande número de empresas e pessoas se empenham em realizar contratos, dado que o mecanismo de subcontratação é utilizado. Assim, ao “fechar” um contrato, uma empresa contrata outras mais especializadas para a elaboração do produto ou serviço. O trabalho é dividido, ocorre entre as diversas firmas especializadas que, ao mesmo tempo, competem e se complementam. Nesse processo, micro, pequenas e médias empresas utilizam-se das oportunidades de inovação e recursos criados no *pool*.

Organizadas nesse *pool*, Gonçalves (1998?) afirma que as empresas driblam a “ineficiência e falta de apoio do Estado, criando produtos de alto valor agregado”. De forma menos enfática, se poderia dizer que, dentro dos distritos, constata-se a possibilidade de corrigir as falhas de mercado por meio da difusão de informações e acesso ao crédito sem que o Estado seja o único interventor capaz de atender as demandas das empresas.

5.8 Os Consórcios de exportação

Os consórcios de exportação italianos podem ser definidos como associações de pequenas e médias empresas visando a promoção de exportações dos produtos provenientes das empresas consorciadas, a promoção da competitividade, a minimização dos custos e riscos concernentes ao processo de internacionalização e ao desenvolvimento de atividades de promoção dos produtos no exterior. Segundo informações da Federação Italiana dos Consórcios de Exportação (Federexport) somam cerca de 300 unidades, das quais participam 7.000 pequenas e médias empresas exportadoras, responsáveis por 9% das exportações totais do país. O sucesso desse tipo de associativismo é confirmado por outros números: apesar de menos de 5% das

empresas serem parte de algum consórcio, elas respondem por cerca de 25% das exportações do país⁴⁹ (MARTINS, 2002:4-13).

Amparados pela Lei nº 83, de 21/02/89, esses consórcios – diferentemente do que acontece no Brasil – têm personalidade jurídica própria, prevista no Código Civil italiano, artigo 2.620 e há previsão do uso de recursos públicos. Os incentivos definidos pela legislação envolvem basicamente incentivos financeiros (financiamentos subsidiados ou a fundo perdido) e fiscais.

Segundo Martins (2002:8), os serviços oferecidos para a internacionalização das empresas, são os mais diversos:

- Inteligência comercial, incluindo estudos de mercado, levantamento de oportunidades de negócios e informação de cunho geral;
- Serviços legais (tradução, interpretação e elaboração de contratos);
- Desenvolvimento conjunto de marca para exportação;
- Elaboração de catálogos em língua estrangeira;
- Participação em feiras e organização de missões comerciais;
- Serviços de publicidade;
- Acordos com bancos, agências de viagens e demais serviços de apoio à exportação;
- Organização de workshops e seminários; etc.

Outros serviços prestados são estabelecimento de escritórios no exterior⁵⁰, treinamento de recursos humanos, serviços pós-venda, consultoria, elaboração de páginas na Internet etc.

É, também, de responsabilidade do consórcio as funções de identificação de oportunidades de mercado; análise das necessidades das empresas e possíveis parcerias (nacionais e nos mercados internacionais); e assistência nas negociações. As ações devem promover a disseminação de informações genéricas a todas as empresas e as funções necessárias ao suporte financeiro, quais sejam: identificação de fontes de financiamento, desenvolvimento e uso dos recursos financeiros disponíveis e busca daqueles alternativos e busca de técnicas de

⁴⁹ Essas estatísticas referem-se ao ano de 2002.

⁵⁰ Visando internacionalização das empresas, os consórcios promovem as chamadas “antenas”, que são organizações como as câmaras de comércio, e representam as províncias no exterior.

gerenciamento. Outras ações envolvem auxílio na gestão dos processos de aprendizagem e transferência tecnológica, a promoção territorial e a atração de investimentos externos. Com isso, há uma maior rapidez nos negócios entre empresas e os custos de transação se tornam menores em função do associativismo e da melhor divulgação e compartilhamento das inovações tecnológicas (CASAROTTO FILHO, 1998:48-59).

5.10 A região de Piemonte e a promoção de PMIs

Na região de Piemonte, assim como em toda a Itália, a forma de organização industrial mais encontrada é a microempresa (até 10 empregados). Como mostra a tabela 20, cerca de 95% das empresas exportadoras tem porte micro.

Tabela 20
Número de empresas exportadoras em Piemonte – 2001

Número de empregados	Número de empresas	%
1 a 5	298.207	90,38
6 a 9	14.932	4,53
10 a 19	10.327	3,13
20 a 49	4.194	1,27
50 a 249	1.931	0,59
250 a 499	201	0,06
Acima de 500	167	0,05
TOTAL	329.959	100

Fonte: Istat – 8° Censimento Industria e Servizi.
Annuario statistico regionale.

O grande número de empresas exportadoras de porte micro se deve ao fato de haver na região iniciativas de internacionalização de empresas por parte do estado e de formas alternativas de associativismo.

Para o apoio às pequenas e médias empresas (PMI), o governo da região de Piemonte possui uma diretoria regional, a qual possui um programa de promoção e desenvolvimento.

É da competência desse setor a coordenação de ações regionais cuja finalidade seja desenvolvimento, qualificação, inovação e diversificação de PMI, principalmente por meio da gestão dos instrumentos econômico-financeiros previstos nas leis regionais, nacionais e da UE⁵¹.

A internacionalização da região Piemonte é pautada em uma estratégia de planejamento que conjuga tradição e inovação. O que o governo busca hoje, segundo o “Relatório para internacionalização de Piemonte – 2003” é a construção de um projeto unitário, fortemente integrado, envolvendo as empresas e as instituições de apoio ao comércio exterior (Federpiemonte, Centro Estero, Camere Commercio Piemontesi etc) (UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003:80).

Através dessa política de internacionalização, a região teve, em 2003, o maior número de iniciativas e maior qualidade nas ações, cujo resultado foi a promoção de PMIs e de empresas artesanais no mercado externo, fazendo de Piemonte a 4ª região exportadora da Itália, ficando atrás apenas da Lombardia, Veneto e Emilia Romagna.

Para o desenvolvimento das PMIs na região, o governo dispõe de dois caminhos possíveis: um primeiro, pautado nas soluções privadas, ou seja, na organização das próprias empresas em redes, consórcios e distritos⁵²; e um segundo caminho, baseado no suporte público às empresas, à intervenção estatal como forma de trazer eficácia para essas empresas.

Fato é que, as empresas necessitam estar cientes de que é necessário agir de forma sistemática, não isoladamente, pois só com a mudança de pensamento (em relação ao abandono de suas estratégias isoladas) é que elas estarão preparadas para a internacionalização. O primeiro passo é, portanto, o reforço da estrutura associativa, sobretudo quando se trata de microempresas,

⁵¹ Informações contidas no site do governo da região Piemonte. Ver: <http://www.regione.piemonte.it/governo/org/16sett.htm>

⁵² Piemonte possui vários distritos industriais, alguns deles são: o distrito de Cusio-Valsesia, produtor de metais para acabamento (torneiras) localizado na províncias de Novara e Vercelli, que possui 430 empresas, exporta 70% de sua produção (850 milhões de euros); o distrito de Biella, que produz têxteis, composto por 1.100 empresas, exporta 35% da produção (1.100 milhões de euros); o distrito de Oleggio-Varallo Pombia, localizado na província de Novara, que produz roupas de banho e é composto por 230 empresas; o distrito de Pianezza-Pinerolo, localizado nas províncias de Torino e Cuneo, cuja especialização é a indústria mecânica; o distrito de Verbania Cusio Ossola, localizado nas províncias de Verbania e Vercelli, cujas 180 empresas produzem utensílios domésticos e exportam cerca de 40% da produção; o distrito de Valenza, localizado em Alessandria, com 1300 empresas produtoras de jóias, que exportam 50% da produção (760 milhões de euros).

que não conseguiriam competir internacionalmente com grandes redes distributivas estrangeiras (UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003:88).

O governo reconhece, portanto, a necessidade de acordo entre os setores público e privado, envolvendo, de um lado, diversas instituições e, de outro, as próprias empresas. A intervenção pública na região visa:

- a. Valorizar recursos produtivos e tecnológicos;
- b. Promover a competitividade das empresas, facilitando acesso a pesquisas e inovação;
- c. Integrar diversas instituições, criando uma rede capaz de envolver empresas, governo, centros de pesquisa, universidade, institutos politécnicos e instituições de crédito;
- d. Assinar acordos para promoção de comércio exterior e para o favorecimento da atividade produtiva;
- e. Desenvolver um sistema de monitoramento periódico do processo de internacionalização dessas empresas;
- f. Promover consórcios de exportação e de redes de empreendimentos;
- g. Elaborar um sistema de tecnologia em informática para o envio de informações periódicas e consulta *on line* para as empresas;
- h. Potencializar parcerias via criação de ocasiões para contato entre empresas (empresas fornecedoras).

A organização da promoção às exportações é feita por vários programas conjuntos com o Ministério da Atividade Produtiva e as diversas instituições apoiadoras do comércio exterior na Itália. Existem também, os “*desks*” setoriais e as Antennas Piemonte (UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003:80-82).

As “Antennas” são escritórios regionais do governo de Piemonte em alguns países para o desenvolvimento do comércio exterior, formando uma rede. Segundo informações do escritório em Belo Horizonte,

“a Antenna Piemonte é uma rede bem estruturada de *desks* para promover o desenvolvimento internacional das empresas e instituições da Região Piemonte, Itália. O sistema da Antenna Piemonte se dispõe a favorecer e a reforçar a presença das instituições e das empresas piemontesas sobre novos mercados, através da oferta de serviços destinados a uma rede de estruturas deslocadas nos países referentes.”

Como atribuições, os escritórios realizam atividades institucionais de suporte à atividade empresarial, detectam oportunidades de comércio, desenvolvem pesquisas sobre contatos comerciais, cooperação, prospecção de mercado, levantam informações sobre financiamento, legislação, tecnologia, e cultura; e organizam encontros nas áreas afins ao comércio exterior.

Segundo o “Relatório para internacionalização de Piemonte 2003” (UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003:82), as medidas a serem adotadas para a promoção do comércio exterior estão descritas no DOCUP 2000/2006, um documento no qual estão contidas as linhas de intervenção do governo para a política regional. No que se refere à promoção internacional do setor econômico, o que se busca é fazer da região um centro propulsor de iniciativas de cooperação e participação financeira entre diferentes órgãos ligados ao desenvolvimento econômico (câmaras de comércio, associações de categoria, outros órgãos governamentais etc). Paralelamente à política de exportações, há uma ênfase na qualidade dos produtos, e portanto, necessidade de realização de um *marketing* adequado.

A intervenção estatal propicia (e deve se pautar em) um maior acesso à informação, de modo que as empresas sigam uma estratégia que as permita entrar no mercado, mesmo cientes das dificuldades decorrentes dos altos custos do mercado e do processo de globalização. Cabe ao Estado criar novas oportunidades para as PMIs, via coordenação dos seguintes esforços:

- a. Acelerar e desburocratizar processos administrativos;
- b. Auxiliar PMI em sua modernização e internacionalização;
- c. Promover fatores de desenvolvimento local e territorial;
- d. Preparar o sistema normativo e adequar o sistema de incentivos e apoio aos investimentos;
- e. Adotar critérios de monitoramento (UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003:82).

Sabendo-se que a internacionalização de PMIs é matéria complexa, o governo reconhece que é necessária máxima concentração de recursos públicos, sinergia com aqueles privados e diálogo constante com outras regiões italianas⁵³. A idéia é ser eficiente, ou seja, fornecer serviços e financiamentos justos (a quem necessita) no momento justo.

O sistema legal possui algumas leis vigentes para a promoção de PMIs e financiamentos (LR1/86, LR32/87, LR25/96, LR21/97, LR83/89, LR84/2000) que permitem assistência a 101 projetos, que utilizam um montante de 4.316.755 euros. Com outro fundo (Docup), o estado investiu cerca de 7.065.385 euros em 41 projetos (UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003:83). A mais nova determinação regional está contida na “Determinazione Dirigenziale” nº 193 e 194 de 6/9/2004, que consiste, respectivamente, na abertura de crédito para PMI e apoio financeiro para investimento fixo e móvel no valor de 36.900.000,00 euros, assim como previsto na lei 266/97, artigo 8º, inciso II; e na concessão de crédito de até 70.000.000,00 euros para pesquisa e desenvolvimento tecnológico, como consta na Lei nº 598, artigo 11⁵⁴.

Como visto, o sistema de internacionalização de PMIs de Piemonte é semelhante ao brasileiro, entretanto as iniciativas que envolvem o setor privado e as associações criadas são mais eficientes que as brasileiras. Talvez isso ocorra em razão do longo tempo de desenvolvimento dessas organizações de empresas, hoje bastante estruturadas.

⁵³ A região tem hoje nova perspectiva de afirmação de seus produtos no exterior em função da realização de projetos plurirregionais complementares, passando ao exterior uma imagem de especialização do país.

⁵⁴ Essa informação é proveniente do site no qual constam financiamentos para PMI. Ver: Agevolazioni regione piemonte www.ninnicchio.it

6 CONCLUSÃO

Um dos temas mais atuais quando se fala de comércio exterior é a inserção das micro, pequenas e médias empresas de forma competitiva no comércio internacional. Mas essa inserção não ocorre de forma simples e muito menos sem a atuação estatal.

A análise da Carta de Bolonha, Documento final da Conferência “*Enhancing the Competitiveness of SMEs in the Global Economy: Strategies and Policies*”, realizada na Itália em junho de 2001, tendo a participação de mais de 50 países, inclusive o Brasil, mostra a importância do papel estatal na promoção dessas empresas. Segundo a carta, a competitividade das PMEs é beneficiada por um ambiente regulatório sem exigências excessivas e dotado de políticas que favoreçam o empreendedorismo, a inovação e o crescimento. Para tanto, são necessários um sistema tributário simples, treinamento contínuo e aprendizado permanente. Além disso, deve ser assegurada a consistência das políticas voltadas para as PMEs com as realizadas em âmbito nacional, e, ainda, com aquelas internacionais (CNI-SEBRAE, [200-]:81).

A solução dos problemas das MPMEs passa, antes, pela progressiva adequação às condições de competição na economia, não só pela consecução de mecanismos de fomento às exportações, mas também por oferecer às empresas o acesso à informação e às inovações tecnológicas. O Estado tem o papel fundamental de criar um ambiente propício ao desenvolvimento exportador, notadamente, uma cultura exportadora, na qual os próprios empresários saibam do seu real potencial e busquem novas oportunidades de crescimento no mercado.

Assim acontece nas diversas formas de associativismo. Na Itália, o desenvolvimento dos consórcios e distritos industriais e a existência de empresas familiares atuando em um ambiente de cooperação foram fatores que propiciaram o fortalecimento da economia regional. No que diz respeito ao financiamento, existe uma gama de iniciativas destinadas ao fomento e sua inserção em âmbito internacional. Os principais programas objetivam a redução das disparidades regionais, e é por isso que o governo tem interesse no desenvolvimento das chamadas PMIs.

No Brasil, a trajetória dessas empresas aconteceu de forma diversa, algumas das experiências de associativismo não estão ainda consolidadas. As MPMEs têm tentado sobreviver em um ambiente de informação assimétrica e crédito a alto custo. As alternativas criadas por essas empresas nem sempre dão certo. A busca de créditos bancários pode significar a perda da lucratividade e, muitas vezes, o alto custo daqueles inviabiliza o desenvolvimento dos negócios. Como resultado, assim como na Itália, as empresas buscam formas de associativismo. No caso dos arranjos produtivos locais, consegue-se melhorar a comunicação entre as empresas, mas nos casos dos consórcios algumas peculiaridades legais constituem-se como entraves ao desempenho exportador.

Quanto ao papel desenvolvido pelo estado, a experiência brasileira é baseada na conciliação de esforços para a construção de programas de apoio à atividade empreendedora. No caso de Minas Gerais, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico tem um papel fundamental no processo de internacionalização, não só das MPMEs, mas do estado como todo, já que o fomento à exportação e a atração de investimentos produtivos externos para Minas é de sua responsabilidade.

Apesar dessa vontade política do estado, o acesso ao capital continua sendo o principal problema, para o qual as ações governamentais não tiveram grandes impactos, já que os financiamentos públicos alcançam número reduzido de empresas.

Em Minas Gerais, é ainda difícil avaliar os impactos da implementação das políticas para a internacionalização das MPMEs, elaboradas na atual gestão. Inexiste um estudo sistemático que correlacione as políticas adotadas e o crescimento das exportações. Talvez o número de ligações para a Central de Atendimento ao Exportador seja um indicativo do quanto as empresas necessitam de informações e do fato de o estado estar desempenhando papel positivo nesse sentido. Mas ainda é muito cedo para construir correlações entre informação prestada e aumento de exportadores. Isso só será possível passados cerca de 6 meses do início das atividades da Central.

No caso do Piemonte, o interesse de internacionalização pode ser visto inclusive pela existência de escritórios espalhados pelo mundo (Antenna Piemonte). Entretanto, no que respeita às MPMEs, não é certo que elas se beneficiem muito desses escritórios do governo. A

observação na prática do escritório de Belo Horizonte revelou a existência de pessoal disposto a auxiliar na busca de dados e na prestação de informações, mas a comunicação e as informações passadas para a Itália são parciais. Para exemplificar, no caso desta pesquisa, a obtenção dos dados sobre Piemonte foi feita através de consultas aos *sites* italianos indicados pela Câmara de Comércio/Antenna Piemonte, não existindo dados disponíveis para a consulta no próprio escritório.

Essa situação pode ser distinta nos escritórios dos consórcios de exportação criados pelas próprias empresas, já que o interesse é, de fato, fazer as empresas participantes exportarem. Assim, as PMI (*picolle e medie imprese*) italianas têm assegurada sua representação no exterior.

Fato é que, se a situação das empresas na tentativa de internacionalização exige a superação de entraves e nem sempre o estado é capaz de resolvê-los, mas pior seria se não houvesse nenhuma atuação estatal. Não que ele seja imprescindível todo o tempo em todas as situações – a observação das diversas formas de associativismo demonstra ser possível contornar muitos entraves. Mas o auxílio gera benefícios a algumas empresas que se enquadram nas suas políticas, oferecendo àquelas condições de internacionalização. Por outro lado, o estado pode também promover o associativismo, maximizando o potencial das empresas localizadas em aglomerações.

7 REFERÊNCIAS

1. ABRAMOVAY, Ricardo. Efeitos contraditórios de uma legislação restritiva. In: **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004, pp. 151-157.
2. ABREU, Marcelo de Paiva. Política comercial brasileira: limites e oportunidades. In: CASTELAR, Armando C.; MARKLAND, Ricardo; PEREIRA, Lia V. (orgs). **O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002, pp. 27-49.
3. ANGELI, Franco. **Le piccole e medie imprese nell'economia italiana**. Rapporto 2002. [S.l., Unioncamere e Istituto Guglielmo Tagliacarne, 2003]. Disponível em <<http://www.starnet.unioncamere.it/intranet/Area-Terri/ITALIA/Documenti/Le-PMI-rel/index.htm>> Acesso em 05 de novembro de 2004.
4. ANTUNES, Maria Angélica A. R. **Apoio creditício às micro e pequenas empresas no estado de Minas Gerais, em parceria com o Sebrae-MG**. Monografia Belo Horizonte, maio/1999, 48 p.
5. BARROS, Frederico José O. Robalinho de. **Pequenas e médias indústrias**. Análise dos problemas, incentivos e a sua contribuição ao desenvolvimento. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1973.
6. BEDÊ, Marco Aurélio. **Subsídio para identificação de clusters no Brasil: atividades da indústria**. São Paulo, 2002, 80 p.
7. BELUZZO, Luiz Gonzaga. **Um novo paradigma em economia monetária?** In: Folha de São Paulo, São Paulo, 06/06/2004. Opinião. Disponível em: <<http://clipping.planejamento.gov.br/NoticiasImpressao.asp?NOTCod=128228>> Acesso em 10/09/2004.
8. BLUMENSCHNEIN, Fernando; LEON, Fernanda Leite Lopez de. Uma análise do desempenho e da segmentação de crédito à exportação no Brasil. In: CASTELAR, Armando C.; MARKLAND, Ricardo; PEREIRA, Lia V. (orgs). **O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002, pp. 175-243.
9. BRASIL. **Constituição Federal**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2001.
10. _____. Lei nº 9317, de 05 de dezembro de 1996. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuintes das Microempresas e das Empresas de pequeno Porte - SIMPLES e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, pág. 25.973/3.
11. _____. Lei nº 9841, de 05 de outubro de 1999. Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispondo sobre o tratamento jurídico diferenciado,

simplificado e favorecido previsto nos arts. 170 e 179 da Constituição Federal. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 06 de outubro de 1999.

12. _____. Decreto 5.028, de 31 de março de 2004. Altera os valores dos limites fixados nos incisos I e II do art. 2º da Lei nº 9.841 de 5 de outubro de 1999, que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 01 de abril de 2004.
13. CAMCOM. **Definizione di piccola impresa e di media impresa**. [S.L:s.n., 1999?] Disponível em <http://www.rer.camcom.it/guidafin/Agevolazioni/Def/Dim/DimPMI.htm> Acesso em 10 de outubro de 2004.
14. CAMPOS, Taiane Las Casas. **A inserção da pequena e média empresas na dinâmica regional da indústria mineira**. 1998. 91f. Dissertação (pós graduação em economia) – CEDEPLAR/FACE/UFMG: Belo Horizonte, 1998.
15. CARVALHO, Carlos Eduardo, ABRAMOVAY, Ricardo. O difícil e custoso acesso ao sistema financeiro. In: **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004, pp. 17-45.
16. CARVALHO, Fernando J. Cardim de. **Mercado, Estado e teoria econômica: uma breve reflexão**. [S.l.:s.n.;1998?] Disponível em: www.uff.br/cpgeconomia/v1n1/cardim.pdf Acesso em 5/09/2004.
17. CASAROTTO FILHO, Nelson; PIRES, Luis Henrique. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana**. São Paulo: Atlas, 1998.148p.
18. CNI-SEBRAE. **Temas fundamentais para as micro e pequenas empresas**. São Paulo: SEBRAE, 200-.
19. D'ANTONIO, Mariano. La piccola impresa italiana: formazione ancora vincente? In: **Economia Italiana**, nº 3, 2002. Disponível em: http://host.uniroma3.it/facolta/economia/materiali/docenti/29_3.pdf Acesso em 10/12/2004.
20. GAROFALO FILHO, Emílio. **Dicionário de comércio exterior e câmbio**. São Paulo: Saraiva, 2004.
21. GONÇALES, Juliana do Amaral. **Distritos Industriais e Entrepreneurship: O Caso Italiano**. [São Paulo: USP, 1998?]. Disponível em: <http://www.fea.usp.br/Publicacoes/controversa/0017-4.html> Acesso em 20 de outubro de 2004.

22. GUIMARÃES, Edson Peterli. Política de exportação brasileira para as pequenas e médias empresas. In: CASTELAR, Armando C.; MARKLAND, Ricardo; PEREIRA, Lia V. (orgs). **O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.
23. ISTAT. **Annuario statistico italiano**. Roma: ISTAT, 2003. Disponível em <<http://www.istat.centraletop.htm>> Acesso em 24 de outubro de 2004.
24. _____. **Rapporto Annuale 2003**. Roma: ISTAT, 2003. Disponível em <<http://www.istat.centraletop.htm>> Acesso em 24 de outubro de 2004.
25. KRUGMAN, Paul R. The current case for industrial policy. In: **Protectionism and Welfare**. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. pp. 160-179.
26. KRUGMAN, Paul R. **Vendendo prosperidade: sensatez e insensatez econômica na era do conformismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
27. LEITE, Elisa A. C.; PEREIRA JUNIOR, José; FERREIRA, Luciana J. **Alternativas de marketing para micro e pequena empresa**. Monografia FJP. Agosto de 1994, 52 p.
28. LEITE, Elenice Monteiro, MELO, Maria José de, SILVEIRA, Paulo Roberto da. **O SENAI e a Pequena e média empresa: subsídios para uma proposta de atuação**. São Paulo: SENAI-SP, 1980.
29. MANKIWI, N. Gregory. **Introdução à Economia: princípios de micro e macroeconomia**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
30. MARKLAND, Ricardo; PESSOA, Elisa. Micro e pequenas empresas exportadoras: um retrato do período 1997-2002. In: **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, nº 76. p. 68-75.
31. MARRIEL, Olzenir. **Simples**. O impacto nas microempresas e empresas de pequeno porte (ME EPP). Monografia. Belo Horizonte, junho 2004, 68 p.
32. MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia: tratado introdutório**. São Paulo: Nova Cultural, 1985, volume I, 328 p.
33. MARTINS, Gustavo do Amaral. **Exportação de pequenas e médias empresas: problemas e sugestões para um associativismo**. Funcex, 2002.
34. MELCHOR, Paulo. **Leis da microempresa e empresa de pequeno porte o novo estatuto (lei 9841/99)**. [São Paulo, s.n., 1999?]. Disponível em <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=751>> Acesso em 20 de outubro de 2004.
35. MINAS GERAIS. Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico. **Programas do Governo de Minas Gerais para o Comércio Exterior**. Apresentação em power point da SEAIN/SEDE

36. PACHECO, Paulo José. **Pequena e média empresa: sua importância no desenvolvimento regional**. Brasília: Conselho de Desenvolvimento Comercial, 1984.
37. PIEMONTE. **Anuario statistico regionale**. Disponível em <<http://www.piemonteincifre.it>> Acesso em 26 de outubro de 2004.
38. PINHEIRO, Armando Castelar. Encarando o desafio das exportações. In: CASTELAR, Armando C.; MARKLAND, Ricardo; PEREIRA, Lia V. (orgs). **O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002, pp. 5-25.
39. PUGA, Fernando Pimentel. **Alternativas de apoio a MPMEs localizadas em arranjos produtivos locais**. Rio de Janeiro: BNDES, 2003, 32 p.
40. _____ . **Experiências de apoio às micro, pequenas e médias empresas nos Estados Unidos, na Itália e em Taiwan**. Rio de Janeiro: BNDES, 2000.
41. PORTER, MICHAEL. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
42. ROBERTSON, Martyn; MONKHOUSE, Elaine. A promessa das pequenas e médias empresas. In: **Repensando a empresa**. São Paulo: Pioneira, 1995, pp.195-211.
43. ROCHA, Carlos Henrique; SILVA, Hélio Eduardo. Situación y políticas para pequenas y medianas empresas industriales em Brasil. In: **Pequenas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe**. México: Siglo Veintiuno Editores, 2002, pp. 79-117.
44. SANTOS, Carlos Alberto dos. Assimetria de informações e racionamento da oferta de crédito. In: **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004, pp.61-64.
45. SANTOS, Carlos Alberto dos; NOGUEIRA, Denise Gibran; MORENO, Eli. Microcrédito - Introdução. In: **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004, pp. 121-126.
46. SOLOMON, Steven. **A grande importância da pequena empresa**. A pequena empresa nos Estados Unidos, no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1986.
47. STANLEY, Eugene, MORSE, Richard. **Industrialização e desenvolvimento: a pequena indústria moderna para os países em desenvolvimento**. São Paulo: Editora Atlas, 1971.
48. STIGLITZ, J. E.; WEISS, A. Asymmetric information in credit markets and its implications for macro-economics. In: **Oxford Economic Papers**, n. 44, 1992, 694-724. Disponível em: <www.weissasset.com/aweiss/published.htm> Acesso em 28/08/2004.
49. STIGLITZ J. **Economics of the public sector**. New York: WW Norton, 1986.

50. UNIONCAMMERE PIEMONTE. **Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte 2003**. Torino: UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003 Disponível em <<http://images.pie.camcom.it/f/StudiPubblicazioni/20/2001DEFINITIVO.pdf>> Acesso em 24 de outubro de 2004.
51. UNIONE CAMERE COMMERCIO INDUSTRIA, ARTIGIANATO, AGRICOLTURA DEL PIEMONTE E DELL' INSTITUTO RICERCHE ECONOMICO SOCIALI DEL PIEMONTE. **Importe – export in Piemonte**. [S.l.: UNIONCAMMERE PIEMONTE, 2003]. Disponível em <<http://www.pie.camcom.it>> Acesso em 24 de outubro de 2004.
52. VENTURA, Gustavo. **Microempresas e empresas de pequeno porte: alteração no SIMPLES**. [S.l.:s.n.,2004] Disponível em <http://www.migalhas.com.br/mostra_noticia_articuladas.aspx?cod=7332> Acesso em 20 de outubro de 2004.
53. XIMENES, Carlos. Microcrédito – Síntese. In: **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004, pp. 142-147.

Entrevistas

Jorge Oliveira – Diretor de Comércio Exterior da Subsecretaria de Assuntos Internacionais da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico

Leonardo Freitas – Responsável por informações e pesquisas da Antenna Piemonte/Câmara de Comércio Itália-Brasil