

Textos para Discussão N° 44

Secretaria do Planejamento e Gestão
Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser

As exportações gaúchas segundo o tamanho das empresas

Teresinha da Silva Bello

Sônia Unikowsky Teruchkin

Porto Alegre, outubro de 2008



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO E GESTÃO

Secretário: Mateus Affonso Bandeira



DIRETORIA

Presidente: Adelar Fochezatto

Diretor Técnico: Octavio Augusto Camargo Conceição

Diretor Administrativo: Nóra Angela Gundlach Kraemer

CENTROS

Estudos Econômicos e Sociais: Sônia Rejane Unikowski Teruchkin

Pesquisa de Emprego e Desemprego: Roberto da Silva Wiltgen

Informações Estatísticas: Adalberto Alves Maia Neto

Informática: Luciano Zanuz

Editoração: Valesca Casa Nova Nonnig

Recursos: Alfredo Crestani

TEXTOS PARA DISCUSSÃO

Publicação cujo objetivo é divulgar resultados de estudos direta ou indiretamente desenvolvidos pela FEE, os quais, por sua relevância, levam informações para profissionais especializados e estabelecem um espaço para sugestões. As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e de inteira responsabilidade do(s) autor(es), não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista da Fundação de Economia e Estatística.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

As exportações gaúchas segundo o tamanho das empresas *

Teresinha da Silva Bello **

Economista, Técnica da FEE

Sônia Unikowsky Teruchkin ***

Economista, Técnica da FEE

Resumo

Este artigo propõe-se a dar uma visão geral das exportações gaúchas sob o enfoque do tamanho das empresas exportadoras no período 2002-2006. Para tanto, após uma rápida revisão teórica, é feita uma breve análise sobre os seguintes temas: o número de firmas exportadoras; os valores exportados; o número das exportadoras gaúchas em relação aos demais estados; as empresas exportadoras por classes de produto, principais produtos exportados e por destino das exportações e uma avaliação das 40 maiores exportadoras gaúchas. O estudo demonstra a crescente concentração das exportações nas 40 empresas de maior porte - nacionais e multinacionais -, muitas delas grandes fornecedoras de commodities, cujos preços externos estavam em alta. As pequenas e microempresas, que exportam, prioritariamente, produtos manufaturados intensivos em mão-de-obra e em matérias-primas nacionais, foram mais afetadas pela valorização do real e perderam participação nas receitas de exportação do Estado. Estas, apesar de representarem mais de 50% do número de exportadoras em relação aos valores exportados, seja em nível estadual ou nacional, jamais alcançaram 3% do total, ao longo dos cinco anos analisados.

Palavras-chave: exportações; empresas exportadoras; Rio Grande do Sul

Abstract

This paper presents a general overview of Rio Grande do Sul exports, focusing on the size of the exporting companies in the period of 2002-2006. After a brief theoretical review, an analysis is made on the following topics: number of exporting firms; exported values; number of exporters in Rio Grande do Sul with respect to the other states; exporters by product class, main exported products and export destination and an evaluation of the 40 largest exporters in Rio Grande do Sul. The study shows the growing concentration of exports on the 40 top companies - national and multinational - some of them being large suppliers of commodities, which were at a high international price. Small and medium sized companies, which exported primarily manufactured goods, intensive in labour and national raw materials, were more affected by the stronger Real and lost weight in the State's export revenues. Although these companies make over 50% of the total, in numbers, the exported values never reached 3% of the total, in the five years analyzed.

Keywords: exports, exporting companies, Rio Grande do Sul

Classificação do JEL: F19

* As autoras agradecem a Denise Barbosa Gros e Becky Moron de Macadar pelos comentários e sugestões feitos, eximindo-as de responsabilidades pelos erros e omissões porventura remanescentes.

** tbello@fee.tche.br

*** sonia@fee.tche.br

Introdução

foi atribuído a uma conjunção afortunada, Até meados de 2002, após mais de três anos da mudança no regime cambial brasileiro – de fixo para flexível -, o desempenho das exportações do País ainda mostrava-se fraco, o mesmo ocorrendo no Rio Grande do Sul. Foi a partir de junho de 2002 que as exportações entraram em um processo de crescimento mais acelerado. Tal fenômeno principalmente de fatores externos, com destaque para o incremento da demanda mundial que favoreceu a recuperação dos preços das *commodities*.

O crescimento sustentado da demanda externa, com a emergência de novos atores como a China e a Índia, promoveu a elevação nos preços internacionais de diversas *commodities* minerais e agrícolas e permitiu que mesmo produtos industriais "*não-commodities*" tivessem aumentos expressivos de preço. Desse modo, a boa fase do crescimento econômico mundial possibilitou acréscimos generalizados de preços dos produtos de exportação, acompanhados de maiores embarques de algumas mercadorias, em especial das *commodities*.

Paralelamente a essa ampliação no consumo das *commodities*, a ação dos especuladores, atuando nos mercados futuros desses bens também tem pressionado os preços dos mesmos para cima. Isso porque uma avalanche de dinheiro aplicado em fundos financeiros viu-se frente a uma queda em seus rendimentos e deslocou-se para o mercado futuro de mercadorias, em especial petróleo e alimentos, apostando na alta dos preços. Com isso, o mercado futuro de *commodities* vem sofrendo pressões de demanda proveniente de investidores institucionais descontentes com a queda na taxa de juros dos títulos do governo americano e que diante da crise imobiliária nos Estados Unidos têm buscado novas alternativas de investimento¹. Como os preços futuros servem de referência para os preços reais da economia, o mercado futuro de *commodities*, ao ter seus preços elevados, pressiona as cotações das *commodities* físicas reais, mesmo que se trate de especulação de Índice (Masters, 2008). O dólar fraco também tem contribuído – e bastante - para o encarecimento das *commodities*, em especial do petróleo, cuja renda de seus produtores é auferida em dólares. Diante da fraqueza da moeda norte-americana, aqueles aumentam o preço de modo a receberem mais dinheiro pela mesma quantidade de petróleo e seus derivados ofertados, o que acaba se refletindo nos preços de adubos e fertilizantes, insumos básicos para a produção de alimentos, forçando também para cima os preços desses últimos. (Pilati, 2008)

Internamente, após um período de desvalorização cambial, que se estendeu praticamente do segundo semestre de 2002 até o primeiro trimestre de 2003, o quadro mudou e o real passou a valorizar-se frente ao dólar, processo que se intensificou a partir de meados de 2004.² Assim, o ano de 2004 pode ser considerado como o marco inicial do período de valorização do real, fenômeno que vem sendo observado até os dias atuais e cujos efeitos, naturalmente, foram sentidos pelas empresas exportadoras, principalmente no que se refere às suas composições de custo e às suas receitas em reais e decorrente perda de mercado. Isso porque empresas com baixa ou mesmo nenhuma utilização

¹ Especificamente, estão incluídos entre os investidores institucionais os fundos de pensão privados e governamentais, bem como os fundos de riqueza soberanos.

² Para maiores explicações sobre a valorização da moeda brasileira, ver: Bello (2005).

de insumos e matérias-primas importados não podem compensar sua perda de rentabilidade via redução no custo desses fatores de produção, cujo pagamento é feito em real. O mesmo ocorre com aquelas empresas com maior uso do fator mão-de-obra, visto que sua remuneração é auferida em moeda nacional, enquanto as receitas o são em dólares. Desse modo, empresas que usam intensamente matérias-primas nacionais e mão-de-obra acabam perdendo competitividade junto aos mercados externos, o mesmo podendo ocorrer no mercado interno, através do aumento das importações de produtos concorrentes.

No caso do RS, cuja pauta exportadora é baseada no agronegócio - com produtos mais intensivos em recursos naturais e em mão-de-obra e com pouca utilização de matérias-primas importadas - os reflexos da valorização cambial têm sido mais intensos do que para o País, tanto no que se refere ao número de empresas atuando no mercado externo quanto às suas receitas de vendas ao exterior.

Este artigo propõe-se a dar uma visão geral das exportações gaúchas sob o enfoque do tamanho das empresas exportadoras no período 2002-2006. Neste contexto, demonstra a crescente concentração das exportações nas 40 empresas de maior porte - nacionais e multinacionais -, muitas das quais grandes fornecedoras de *commodities*. Esta concentração das vendas externas ocorreu apesar dos inúmeros esforços em aumentar a base exportadora (número de empresas que exportam). Para tanto serão contempladas tanto as vendas externas realizadas pelas indústrias como as efetuadas pelas empresas comerciais exportadoras, conhecidas como *trading companies*. Em relação às empresas de menor porte, embora sua representatividade no valor exportado seja pequena, há um forte predomínio das mesmas quando se trata do número de empresas que exportam. Além de contribuírem para o aumento e diversificação da base exportadora, sua participação no comércio exterior é importante para o País porque, de modo geral, se caracterizam como geradoras de empregos.

Por suas características peculiares, as empresas de menor porte podem contribuir para a desconcentração da pauta de exportação, bem como atuar como locais de treinamento e especialização para a qualificação da mão-de-obra da região onde estão implantadas. Mas, principalmente, porque adquirem novos conhecimentos com os clientes externos e os concorrentes internacionais. Por outro lado, apresentam maior sensibilidade a obstáculos que podem prejudicar as exportações, tais como valorização cambial, burocracia e dificuldades logísticas. (Ruiz & Hourneaux Junior, 2006)

Após esta introdução serão analisadas as principais causas que levam as empresas a buscarem o mercado internacional, a despeito do grande mercado consumidor interno. Também é significativo investigar como a alteração do câmbio afetou as exportações no período 2002-2006, que passou de desvalorizado no início a altamente apreciado nos últimos anos, o que se faz em seguida. Em seqüência, são apresentados os critérios de classificação das empresas em relação ao porte. A seguir, são analisadas as alterações no número de empresas exportadoras; os valores exportados, incluindo as exportações médias de cada grupo; as vendas externas das empresas gaúchas em relação às de outras unidades da federação; as empresas exportadoras por classes de produto,

principais produtos exportados e destino das exportações por porte de empresa. Também coloca-se em destaque o comportamento recente das 40 maiores empresas exportadoras do RS, seguido de algumas considerações finais.

Porque as empresas buscam o mercado internacional

As empresas buscam oportunidades no exterior como forma de expandir seu mercado; obter recursos tecnológicos e/ou de capital; adquirir insumos de melhor qualidade e/ou menor preço; abrir novos canais de distribuição, dentre outros motivos. Por conseguinte, segundo Ansoff; McDonnell (1993), a internacionalização pode possibilitar a extensão do ciclo de vida da demanda dos produtos e a extensão da vida útil da tecnologia da empresa. As empresas, através das exportações, também buscam: aumentar o mercado e o faturamento, contornando os limites de crescimento impostos por mercados já atendidos com baixa taxa de crescimento; melhorar a rentabilidade, ao permitir, por exemplo, a diluição dos custos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e a diminuição do risco das variações cambiais pela distribuição das atividades em vários países; usufruir das economias de escala e de escopo. Assim, a inserção internacional afeta a produtividade, via ganhos de escala, estimula o investimento e, muitas vezes, resulta em criação e aprimoramento de novos produtos e serviços.

Além de ser um meio de a empresa crescer, as exportações podem melhorar a posição competitiva e consolidar sua performance financeira. Mas a posição competitiva das firmas, nos diferentes países pode se alterar devido às mudanças em tecnologias, na estrutura da demanda, na política governamental, na infra-estrutura dos mercados ou nas diferenças institucionais, de acordo com Porter (1993).

Segundo Veiga (2002), a decisão de exportar e, principalmente, de incorporar permanentemente a atividade de exportação à estratégia da empresa, depende da avaliação empresarial da rentabilidade e dos riscos da exportação em comparação com a venda no mercado doméstico. O autor mostra que vender no mercado externo exige da empresa a mobilização de recursos organizacionais, financeiros e humanos, os quais podem ser significativos quando os mercados de destino têm características e dinâmica de competição diversas daquelas que prevalecem no mercado doméstico. Também salienta os custos de transação específicos de entrada e operacionalização da atividade exportadora, tais como:

(...) os custos ligados à gestão de procedimentos burocráticos, à obtenção de informação comercial sobre clientes e mercados, ao acesso a fontes de financiamento e a mecanismos de ressarcimento de créditos tributários, à utilização de regimes aduaneiros especiais, como o *drawback* e à gestão dos riscos específicos da exportação: riscos cambial, comercial e político (Veiga, 2002, p.4).

Assim, o dinamismo exportador está associado ao posicionamento competitivo das empresas nos mercados em que atuam, bem como à capacidade para mobilizar recursos gerenciais, financeiros e outros para implementar estratégias compatíveis com as exigências do mercado, as quais estão parcialmente relacionadas com o porte empresarial dos exportadores. Isto é, aquelas de maior porte contam com mais recursos e, muitas delas são de capitais com origem no exterior.

Fernanda De Negri (apud Arbix et al., 2004) analisando as empresas brasileiras exportadoras detectou que existem diferenças significativas no desempenho comercial entre empresas nacionais e estrangeiras. As estrangeiras possuem, em média, volumes de importação e de exportação superiores aos das nacionais. Entretanto, a magnitude da diferença entre empresas nacionais e estrangeiras é substancialmente maior nas importações que nas exportações, como segue: as empresas estrangeiras exportam, em média, 70% a mais que as empresas nacionais e importam 290% a mais que essas últimas. Ainda De Negri (2008) em um artigo estudando a inovação tecnológica e as exportações das firmas brasileiras, mostra que a inovação é mais significativa para produtos de maior intensidade tecnológica.

A competição externa, via inovação e/ou diferenciação de produto tem sido uma ferramenta utilizada, especialmente, pelas firmas brasileiras exportadoras de produtos de média intensidade tecnológica. Nesse segmento de mercado, o padrão de competição das firmas brasileiras é condizente com o padrão observado internacionalmente, ou seja, com o padrão de suas concorrentes no mercado mundial.

O único segmento de mercado no qual a inovação não tem um papel relevante no desempenho externo das firmas, é o de *commodities*. Nesse caso, a competitividade brasileira está assentada em sua dotação particular de fatores, ou seja, na disponibilidade de recursos naturais e de mão-de-obra. (De Negri, 2008, p18)

Pinheiro e Moreira (2000) analisando o perfil das firmas exportadoras brasileiras de 1990-99 concluíram que o principal fator que afeta a probabilidade de a empresa ser exportadora é o tamanho da mesma e que nesse período houve um aumento da concentração do valor exportado em um número pequeno de empresas, não obstante o elevado aumento da base exportadora. Arbix et al. (2004) apresenta vários estudos mostrando que o tamanho das firmas e os rendimentos crescentes de escala são variáveis especialmente relevantes na determinação da probabilidade de a empresa brasileira tornar-se exportadora. Como o tamanho do mercado brasileiro permite que as empresas instaladas no país atinjam elevadas escalas de produção, estas também são competitivas na produção de bens em que os rendimentos crescentes de escala são um dos fatores determinantes da concorrência no mercado internacional.

Araújo e De Negri (2006) focalizando os determinantes microeconômicos do comércio exterior e o potencial das firmas brasileiras no mercado internacional, concluíram que: os indicadores de competitividade e de produtividade da mão-de-obra (R\$/trabalhador) das empresas fortemente exportadoras são mais elevados; o Brasil possui vantagens comparativas em *commodities* e em setores intensivos em mão-de-obra e recursos naturais; fatores como rendimentos de escala, inovação, tecnologia e, ainda que de forma não unânime, capital humano fazem a diferença para as exportações. Assim, diferentes firmas de um mesmo setor podem ter distintos níveis de competitividade internacional. Também ressaltaram os elevados custos fixos de entrada nos mercados externos e que a depreciação dos investimentos realizados é rápida, ocorrendo quase totalmente em um ano, pois os coeficientes indicam que os custos de reentrada após um ano se assemelham aos custos iniciais de entrada. Portanto, são grandes os custos para a empresa caso passe um ano sem exportar.

Desse modo, para permanecer no mercado, as empresas têm que ser competitivas. E as estratégias utilizadas podem ser de **liderança de custos**: quando a empresa visa a ser o produtor de baixo custo da indústria. Esta estratégia é realizada através do ganho de experiência e economias de escala, dentre outras; **diferenciação**: envolve o desenvolvimento de produtos ou serviços únicos, com base na lealdade do cliente à marca, isto é, vantagem competitiva baseada em oferecer produto diferente; **focalização**: especialização em algum segmento de mercado, em detrimento de uma abordagem mais generalista, isto é, uma empresa pode focalizar determinados grupos de clientes, linhas de produtos ou mercados geográficos (Porter 1986).

Estas estratégias são usadas, preponderantemente, para manter e sustentar as vantagens competitivas de uma empresa (Varadarajan; Jayachandran, 1999; Porter, 1998; Day, 1992). E, estas vantagens, de acordo com Ghemawat (1998), estão ancoradas na economia do setor a qual inclui o porte do mercado—alvo, o acesso superior a recursos ou clientes e as restrições a opções dos concorrentes. A busca de uma vantagem competitiva sustentável pode ser considerada inerente ao mundo empresarial, porém Barney (1991) considera que esta busca deve estar centrada na heterogeneidade dos recursos e na dificuldade de estes serem transferidos ou copiados pelos competidores. Isto é, para esse autor, a vantagem competitiva sustentável deriva do fato de os recursos e capacidades que a firma controla serem valiosos, raros, inimitáveis e imperfeitamente substituíveis. Estes são os critérios que determinam os recursos estratégicos que oferecem maiores benefícios sustentados em face da concorrência. Estes recursos e capacidades incluem os ativos tangíveis e intangíveis da empresa, como as suas habilidades de administração, seus processos organizacionais e rotinas e a informação e conhecimento que controla.

A importância da atividade exportadora para ampliar os negócios pode ser visualizada pelo resultado de um amplo estudo realizado junto a 460 empresas exportadoras do Brasil, em Ferraz; Ribeiro (2002). Para as empresas estudadas, o principal benefício da atividade exportadora é o aumento da rentabilidade global dos negócios, sendo também citadas a possibilidade de conhecer novas tecnologias; as tendências de mercado e de desenvolvimento de novos produtos; bem como a possibilidade de utilização das exportações como mecanismo de compensação das oscilações do mercado interno. Ainda de acordo com esses autores, entre as maiores dificuldades associadas à atividade exportadora, as empresas da amostra estudada assinalaram primeiramente o acesso a informações/regras para entrada em mercados e os procedimentos burocráticos e administrativos; em seguida, o acesso a informações comerciais (mercados, concorrência etc.) e os requisitos exigidos para produtos e processos.

Outras pesquisas de campo desenvolvidas em diferentes estados (São Paulo, Bahia e Rio Grande do Sul), nos últimos anos, também comprovaram que os procedimentos burocráticos e administrativos especificamente associados à operação de exportação constituem um dos principais fatores que desestimulam a entrada das empresas na atividade exportadora bem como a permanência e o crescimento nesta atividade (Veiga 2002).

Todos estes fatores negativos são mais facilmente enfrentados pelas grandes empresas, em particular pelas multinacionais. De acordo com Teruchkin (2004) estas possuem algumas vantagens

competitivas em relação às nacionais, no que diz respeito à eficiência em localização, instalando-se em qualquer parte do mundo que ofereça o custo mais baixo de produção e/ou de distribuição, acesso a matérias-primas e outros insumos necessários que possibilitem um incremento da qualidade de seus produtos e serviços. A atuação em múltiplos mercados permite, também, um maior conhecimento, pois a relação com os mercados locais diferenciados pode contribuir para o aprendizado destas firmas.

A relação entre as exportações e o câmbio

As exportações brasileiras têm crescido substancialmente desde meados de 2003, apesar da persistente valorização do real, não só frente ao dólar como em relação à cesta das 13 moedas mais importantes na corrente de comércio do País. Esta apreciação cambial tem ocasionado conseqüências diferenciadas sobre as empresas, dependendo da composição das exportações e importações.

Segundo Puga (ago. 2006), quando a relação importação/exportação da firma é próxima à unidade, as variações na taxa de câmbio não exercem efeitos diretos sobre o resultado das firmas. Assim, trata-se de um caso de "hedge natural" perfeito. O autor mostra que na eventualidade de uma valorização cambial são beneficiadas as empresas que importam mais do que exportam, pois estas, neste caso, auferem ganhos decorrentes da variação da moeda, os quais mais do que compensam os prejuízos causados nas receitas de exportação.

Em função do grande peso das importações, as empresas exportadoras das indústrias de química; máquinas de escritório e informática; material eletrônico e comunicações; e instrumentos médicos e ópticos, tendem a se beneficiar de valorizações do câmbio. No outro extremo, as empresas exportadoras de papel e celulose; alimentos e bebidas; couro e calçados; e madeiras, por serem pouco favorecidas com a economia de gastos com a importação, tendem a ser mais afetadas por valorizações do câmbio (PUGA, ago. 2006, p.2 e 4).

Portanto, enquanto as empresas exportadoras que importam em grande intensidade puderam reduzir seus custos³ e, desta forma, ficar mais competitivas no mercado externo, as firmas que utilizam poucos insumos importados sentiram com maior intensidade o efeito do câmbio, comprometendo o desempenho de suas vendas no exterior. E as firmas exportadoras que trabalham com contratos de longo prazo têm se ressentido mais da valorização cambial, pois ao entregar os produtos e/ou renovar os acordos, os produtores se deparam com queda nas margens de lucro e até mesmo nas receitas convertidas em moeda nacional, tornando a atividade exportadora um negócio menos atraente.

Impulsionadas pela valorização do real, algumas empresas expandiram a compra de insumos importados para a fabricação de bens para a exportação, outras aumentaram as aquisições externas devido ao incremento no comércio intra-indústria, como no caso dos veículos automotores. Neste

³ A atual defasagem da taxa cambial, adicionada a fatores tais como: uma tarifa aduaneira decrescente, preços externos favoráveis e financiamento a juros mais baixos, tem estimulado crescentes importações de matérias-primas e produtos intermediários, que contribuem para diminuir os custos de produção.

caso as filiais das multinacionais no Brasil exportam determinados modelos e importam outros, visando ganhos de escala, com especializações internacionais (Puga, jul.2006).

Contudo, a taxa de câmbio, apesar de sua relevância, não é o único fator que afeta a competitividade externa dos produtos. Há outros que, dependendo do caso, influem muito como a logística, o custo da mão-de-obra, a carga tributária, a taxa de juros e os preços obtidos, em especial os preços internacionais das *commodities*. Segundo Bonelli (2006), na atuação exportadora das firmas brasileiras de 1998-2003 verificou-se a importância crucial do desempenho da renda (PIB) nos países de destino das exportações brasileiras. O autor salienta, pois, a relevância da escolha do país de destino das vendas externas e o ritmo de crescimento da economia mundial para o desempenho exportador das empresas.

As empresas com fácil acesso ao financiamento externo e/ou aquelas que são capazes de antecipar receitas de exportação e auferir ganhos financeiros no mercado local têm, em geral, compensado perdas com a apreciação cambial. Dada a elevada taxa de juros em vigor no país, os empresários tentam contrabalançar a queda dos seus lucros em reais antecipando receitas em dólar e aplicando no mercado financeiro do Brasil.⁴ Além de lucrar com as aplicações financeiras, as empresas que possuem dívidas em dólares vêm ganhando com a redução dessas dívidas, quando convertidas em reais, provocada pela queda nominal do dólar. Também o real apreciado colabora, no caso das multinacionais no Brasil, na hora de converter o faturamento em dólares. As conseqüências para as multinacionais do real valorizado foram analisadas em Bello (2005), como segue.

(...) se, de um lado, a desvalorização do dólar reduz a rentabilidade e as oportunidades das exportações, de outro, facilita a remessa de lucros e dividendos, além de melhorar a apresentação de resultados no exterior, já que estes, em sua maioria, são expressos em dólares. (...) Com a queda do preço do dólar em valores nominais, outro fator pode ser apresentado como causa de aumento dessas remessas: o real valorizado nominalmente faz com que os lucros auferidos em reais, nos balanços das empresas multinacionais aqui localizadas, quando medidos em dólares, fiquem maiores (...) (Bello, 2005, p.37).

Vale ressaltar, contudo, que muitas das grandes empresas gaúchas exportam produtos industrializados de média baixa e baixa intensidade tecnológica, grande parte oriundos do agronegócio, intensivos no uso da mão-de-obra e com pouca utilização de insumos importados. Neste caso se ressentem mais do câmbio valorizado. Sob taxas cambiais desfavoráveis, as empresas encontram dificuldades para manter seus clientes externos, além de sofrer a forte concorrência dos importados no mercado doméstico.

A classificação das empresas exportadoras

Os dados estatísticos utilizados neste trabalho são oriundos do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - Secretaria de Comércio Exterior (MDIC-SECEX). Entretanto, os estudos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)

⁴ Para conter a desvalorização do dólar e desonerar as vendas externas, o governo brasileiro anunciou em julho de 2006 um pacote cambial que permitiu às exportadoras manterem 30% de suas receitas no exterior, em dólar. Em março de 2008 ampliou a permissão para a totalidade das receitas das exportações. Contudo este benefício tem sido pouco usado.

fazem algumas análises bastante detalhadas, com ênfase nas pequenas e médias empresas (PMEs), as quais são também utilizadas no texto. Como as classificações são diferentes, existe diversidade nos dados; mas, tendo em vista que as análises do SEBRAE qualificam melhor o universo de empresas analisadas, optou-se pela utilização de seus dados de forma complementar, salientando-se, sempre, a fonte dos dados.

A classificação dos dados disponibilizados pelo MDIC é adotada também pelo Mercosul e pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Para o MDIC-SECEX (2004) as empresas, segundo seu porte, são discriminadas em indústria, comércio e serviços. Os relatórios por Unidade da Federação referem-se ao domicílio fiscal do estabelecimento, seja ele matriz ou filial; e a identificação das empresas exportadoras tem como base o CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica por estabelecimento.

Pelo critério do MDIC (MDIC-SECEX, 2004), as empresas estão assim distribuídas:

Microempresa: Indústria, até 10 empregados e valor exportado até US\$ 400 mil/ano e Comércio e serviços, até 5 empregados e valor exportado até US\$ 200 mil/ano;

Pequena empresa: Indústria, de 11 a 40 empregados e exportações até US\$ 3,5 milhões/ano e Comércio e serviços, de 6 a 30 empregados e exportações até US\$ 1,5 milhão/ano;

Média empresa: Indústria, de 41 a 200 empregados e até US\$ 20 milhões/ano de exportações e Comércio e serviços, de 31 a 80 empregados e até US\$ 7 milhões/ano de exportações;

Grande empresa: Indústria, número de empregados acima de 200 e valor exportado superior a US\$ 20 milhões/ano e Comércio e Serviços, acima de 80 empregados e valor exportado superior a US\$ 7 milhões/ano.

De acordo com o SEBRAE e com a Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX), a classificação das empresas exportadoras é feita pelo cruzamento dos dados referentes às empresas que exportaram a cada ano, identificadas a partir de informações do MDIC/SECEX, com as informações da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) (SEBRAE, 2007). Além disso, os valores-limite das exportações para as médias, pequenas e microempresas são corrigidos anualmente pela variação do índice de preço das exportações brasileiras, calculado pela Funcex. Em relação às médias e grandes empresas, as análises do SEBRAE adotam apenas o número de empregados para classificar o porte das empresas, enquanto as do MDIC/SECEX associam duas variáveis: o número de empregados da empresa e o valor exportado pela mesma.

Cabe destacar que o MDIC/SECEX inclui as **pessoas físicas**, o que não é adotado pelo SEBRAE, cuja classificação utiliza mais uma categoria de empresas: **micro e pequenas empresas especiais**.

Pelo critério SEBRAE/FUNCEX (SEBRAE, 2007) as empresas, de acordo com o seu porte, estão assim classificadas:

Microempresas: aquelas que possuem menos de 20 empregados (menos de 10 no caso das firmas de comércio e serviços) e que exportam até US\$ 120 mil/ano;

Pequenas empresas: aquelas com menos de 100 empregados (menos de 50 no caso das firmas de comércio e serviços) e exportações anuais de até US\$ 1,2 milhão (excluídas, naturalmente, aquelas já classificadas como microempresas);

Micro e pequenas e empresas especiais: as que possuem menos de 100 empregados (menos de 50 no caso das firmas de comércio e serviços) e exportações anuais superiores a US\$ 1,2 milhão;

Médias empresas: as que possuem entre 100 e 499 empregados (entre 50 e 99 para comércio e serviços);

Grandes empresas: as que possuem 500 ou mais empregados (mais de 100 para comércio e serviços).

As exportações por número de empresas

Tomando-se em conta o período 2002-2006, segundo o MDIC, observou-se que o ano de 2003 apresentou o maior número de empresas exportadoras no Rio Grande do Sul, com 2.995 unidades (Tabela 1), com um acréscimo de 13,5% sobre o total de exportadoras em 2002. Unicamente as microempresas, em 2003, não apresentaram um bom crescimento no número de exportadoras, com um incremento de apenas 1,8%. Só no ano seguinte, com certo atraso, quando o processo de valorização do real já estava em aceleração foi que as micro gaúchas atingiram o maior percentual de aumento no número de suas empresas exportadoras, no período em análise (9,3%). Já as grandes empresas, geralmente bem preparadas para responder mais rápido a mudanças de cenário, em 2003, tiveram um acréscimo de 28% no número de exportadoras, em relação a 2002. Aqui cabe lembrar que o auge da desvalorização do real, nesses cinco anos analisados, ocorreu ao final de 2002, à época da eleição presidencial.

Tabela 1 - Número de Empresas Exportadoras - Rio Grande do Sul e Brasil - 2002-2006

	Rio Grande do Sul									
	2002		2003		2004		2005		2006	
	Unidades	Part %	Unidades	Part %	Unidades	Part %	Unidades	Part %	Unidades	Part %
Microempresas	742	28,1	755	25,2	825	28,6	777	26,4	746	26,5
Pequenas empresa	663	25,1	766	25,6	784	27,2	819	27,8	749	26,6
Médias empresas	727	27,5	833	27,8	707	24,5	765	26,0	755	26,8
Grandes empresas	479	18,2	613	20,5	511	17,7	533	18,1	535	19,0
Pessoas Físicas	28	1,1	28	0,9	55	1,9	47	1,6	32	1,1
Total	2639	100	2995	100	2882	100	2941	100	2.817	100
Brasil										
Microempresas	4.301	22,2	4.578	23,1	4.957	23,7	5.906	24,9	5.769	25,0
Pequenas empresa	4.836	25,0	4.901	24,8	5.833	27,9	6.312	26,6	6.023	26,1
Médias empresas	5.695	29,5	5.649	28,5	5.254	25,1	5.986	25,2	5.908	25,6
Grandes empresas	4.141	21,4	4.208	21,3	4.213	20,2	4.758	20,1	4.780	20,7
Pessoas Físicas	368	1,9	460	2,3	645	3,1	764	3,2	633	2,7
Total	19.341	100	19.796	100	20.902	100	23.726	100	23.113	100

FONTE: MDIC.

De acordo com o SEBRAE (CONFEDERAÇÃO, 2006), em 2003, 6,3% das micro e pequenas empresas (MPEs) atuando no RS tiveram um percentual de participação das exportações no faturamento bruto do estabelecimento superior a 50%, sendo que 89,6% dessas empresas nada exportou. Já no Brasil, foi registrada uma porcentagem de apenas 1,7% de suas MPEs com exportação superior a 50%, enquanto as que não exportaram representaram 82,6% do universo das micro e pequenas empresas brasileiras. Dentre os principais estados exportadores do País, o RS é o que apresentou a maior participação de MPEs com exportações acima de 50% do faturamento, o que reforça a importância do setor externo para as mesmas, haja vista que, em São Paulo, apenas 0,9% dessas empresas exportaram acima de 50% do faturamento.

Pesquisa realizada pelo SEBRAE (2007) mostrou que as MPEs gaúchas apresentaram-se mais vulneráveis à valorização do real devido ao seu perfil de exportação, isto é, os produtos que exportavam utilizavam menos matérias-primas importadas e eram mais intensivos no uso da mão-de-obra. Mesmo assim, as MPEs gaúchas continuaram a entrar no mercado externo mais do que a sair, até 2005.

Enquanto o maior número de microempresas exportadoras rio-grandenses foi registrado em 2004, em 2005 foi a vez das pequenas empresas atingirem o máximo de unidades a vender para o exterior, conforme pode ser visto na Tabela 1. Para o Brasil o pico das MPEs foi em 2005, tendo se verificado, também, que houve uma decisão estratégica dessas empresas de continuarem no mercado, a despeito das dificuldades encontradas no câmbio, compensadas em parte pelo incremento na demanda externa capaz de absorver elevações nos preços. Além de estes aumentos decorrerem do próprio aquecimento da economia internacional, alguma empresas, exportadoras de manufaturados, valeram-se da estratégia de elevar seus preços no mercado externo para contrabalançar, pelo menos parcialmente, a perda de rentabilidade devido à valorização cambial. Entretanto, essa política de compensar câmbio valorizado com alta de preços tem limites, já que os clientes podem se abastecer em outros mercados, especialmente se forem produtos tradicionais, pouco dinâmicos e com baixa tecnologia, como costumam ser os da pauta exportadora gaúcha.

Em 2006, em todas as faixas de empresas de menor porte, observou-se um recuo no número de exportadoras. Tanto no RS quanto no Brasil, as médias, pequenas e microempresas apresentaram variação negativa no número de firmas que venderam para o exterior, em relação a 2005, o que também ocorreu no número total de empresas. Estudos já revelaram que essa saída das pequenas e médias empresas (PMEs) do mercado externo só não tem sido maior devido ao fenômeno que se convencionou chamar de “histerese de exportação” em que, uma vez introduzida no mercado exportador, a firma opta por lá permanecer, mesmo em situação desfavorável, devido aos custos de entrada e saída.⁵ Assim, elevou-se apenas o número de grandes empresas brasileiras a atuarem no

⁵ “ (...) mudanças de política de caráter temporário podem levar a mudanças permanentes no número de exportadores e na oferta exportável. O fenômeno, conhecido na literatura como ‘histerese de exportação’, é uma decorrência dos elevados custos iniciais da atividade exportadora. Com efeito, as firmas só se tornam exportadoras quando os lucros esperados das vendas externas são elevados o suficiente para cobrir esses custos. Em consequência, aumentos transitórios da rentabilidade exportadora podem constituir estímulo

comércio exterior. Inclusive, no Brasil, em 2006, o número absoluto de empresas de grande porte atuando nas exportações foi o maior no período analisado, com 4.780 empresas (Tabela 1), embora com um acréscimo de apenas 0,5% sobre 2005. Já no RS, o número de grandes empresas exportadoras atingiu seu ápice em 2003 (613) e praticamente se manteve estável em números absolutos entre 2005 e 2006, passando de 533 para 535 respectivamente e com um crescimento de 0,4%.

Os valores exportados por porte de empresas

Embora tanto no Estado quanto no País as pequenas e microempresas juntas representem mais de 50% do número de exportadoras, quando se trata de valores exportados, seja em nível estadual ou nacional, a soma dessas duas categorias jamais alcançou 3% do total, ao longo dos cinco anos analisados, ao contrário de alguns países onde, segundo Ruiz; Horneaux Junior (2006) essa contribuição ultrapassa os 40%.

Ainda em relação ao valor exportado nesses cinco anos em análise, observou-se que tanto no RS quanto no Brasil, no ano de 2004 foi registrada a maior participação das empresas de menor porte e, a partir daí, especialmente em nível nacional, aumentou a concentração das vendas externas em grandes empresas, conforme pode ser visto na Tabela 2.

Tabela 2 - Exportações por porte das empresas - Rio Grande do Sul e Brasil 2002-2006 (em milhões de dólares)

	Rio Grande do Sul									
	2002		2003		2004		2005		2006	
	Valor	Part %	Valor	Part %	Valor	Part %	Valor	Part %	Valor	Part %
Microempresas	24	0,4	31	0,4	47	0,5	37	0,4	40	0,4
Pequenas empresa	126	2,1	167	2,1	229	2,4	219	2,1	227	2,0
Médias empresas	570	9,3	734	9,2	1.048	10,8	920	8,9	1.008	9,0
Grandes empresas	5.407	88,2	7.082	88,4	8.357	86,3	9.165	88,6	9.920	88,6
Pessoas Físicas	0	0,0	0	0,0	1	0,0	3	0,0	1	0,0
Total	6.127	100	8.013	100	9.683	100	10.345	100	11.196	100
	Brasil									
Microempresas	168	0,3	220	0,3	302	0,3	284	0,2	272	0,2
Pequenas empresa	1.166	1,9	1.516	2,1	2.253	2,3	2.038	1,7	2.115	1,5
Médias empresas	4.655	7,7	5.844	8,0	7.810	8,1	8.125	6,9	9.254	6,7
Grandes empresas	54.314	90,0	65.401	89,5	85.880	89,0	107.865	91,0	125.963	91,4
Pessoas Físicas	59	0,1	103	0,1	230	0,2	218	0,2	203	0,1
Total	60.362	100	73.084	100	96.475	100	118.529	100	137.807	100

Fonte: MDIC.

Isto pode ser explicado pela sua maior capacidade para enfrentar as dificuldades cambiais internas e pela maior demanda internacional, com conseqüente aumento no preço das *commodities* no mundo, já que esse grupo de produtos, devido à importância dos ganhos de escala, no geral, é exportado por empresas de grande porte, muitas delas multinacionais. Por outro lado, as pequenas

suficiente para direcionar as empresas ao mercado externo e ter efeitos duradouros" (Markwald; Ribeiro, 2005, p 9)

empresas, geralmente, exportam produtos industrializados de baixa tecnologia⁶ cujos preços externos, nos últimos anos, permaneceram praticamente estáveis e/ou vêm sofrendo concorrência dos manufaturados de outros países emergentes, especialmente da China.

Mesmo perdendo participação na pauta exportadora do Estado, as MPEs gaúchas em relação às MPEs do País ainda representam uma fatia maior do valor total exportado. Dados do MDIC constantes na Tabela 2 permitiram calcular que, em 2002, as micro e pequenas empresas do RS, em conjunto, representaram 2,5% das exportações do Estado, enquanto as micro e pequenas do País tiveram uma parcela de 2,2% nas vendas externas brasileiras. Em 2004, ano em que tanto no RS quanto no Brasil esses dois grupos atingiram sua maior representatividade, a contribuição conjunta das MPEs no total do Estado foi de 2,9%, ao passo que em nível nacional esse percentual foi de 2,6%. Todavia, em 2006, as participações desses grupos de empresas já foram as menores dentro do período analisado: no RS caiu para 2,4%, enquanto no Brasil recuou para 1,7%.

No que se refere ao valor médio exportado pelas empresas gaúchas e brasileiras, pode-se constatar, através da Tabela 3, que desde 2002 essa cifra tem sido crescente para as grandes empresas tanto no RS quanto no Brasil, atingindo seu maior valor em 2006, enquanto as microempresas tiveram seu apogeu em 2004, tanto em nível estadual quanto federal. Entretanto, até esse ano, a receita média com exportações das microempresas brasileiras era superior ao das microempresas gaúchas. Mas, em 2006 a situação se inverteu, com as microempresas do Estado apresentando um valor médio de exportação maior do que as do País. Esse fenômeno, contudo, só foi registrado para essa categoria. Para as demais, ao longo de todo o período analisado, o valor médio das vendas externas das empresas brasileiras ultrapassa o das empresas do RS.

Em 2002, o valor médio exportado por uma microempresa gaúcha correspondia a 84% do valor médio de uma microempresa nacional e em 2006 essa relação passou para 113%. Ou seja, o porte exportador unitário médio das microempresas gaúchas foi maior do que o das microempresas brasileiras. Em relação às pequenas empresas, embora o valor unitário médio seja menor no RS, essa diferença diminuiu. Se, em 2002, o valor médio exportado por uma pequena empresa no RS era de 79% daquele de uma pequena empresa brasileira, em 2006 essa relação passou para 86%, aproximando mais os valores registrados pelos gaúchos daqueles apresentados pelo País. Por sua vez, o valor médio exportado pelas médias e grandes empresas do País cresceu mais que o das congêneres do Estado, aumentando a diferença entre as gaúchas e as brasileiras. Se, em 2002, a exportação média de uma grande empresa do RS representava 86% de uma grande brasileira, em 2006 essa relação passou para 70%; o mesmo ocorreu com as médias empresas, cuja relação caiu de 96% para 85% no mesmo período. Assim, pode-se ver que o porte exportador das grandes empresas gaúchas em relação ao porte das brasileiras diminuiu. Vale salientar, todavia, que a forte seca de

⁶ Um estudo sobre as micro e pequenas empresas brasileiras mostra que, em 2002, as exportações das micro e pequenas empresas ficaram assim distribuídas: **não industrializadas**, 28,9% e **industrializadas**, 71,1%, sendo 42,3 com baixa tecnologia; 14,6% com média-baixa; 12,5% com média-alta; e 1,7% com alta. Já as exportações das médias e grandes estavam assim distribuídas: **não industrializadas**, 20,6% e **industrializadas** 79,4%, sendo 37,3% com baixa tecnologia; 15,8% com média-baixa; 16,2% com média-alta; e 10,1% com alta (Markwald & Pessoa, 2003)

2005 no Estado afetou suas exportações de *commodities* agrícolas, exportadas principalmente pelas grandes empresas e que os efeitos da estiagem ainda se refletiram parcialmente em 2006. Ademais, verificou-se o deslocamento de parte da produção e exportação rio-grandense para outros estados, com destaque para o fumo, tendo em vista alterações nas estratégias empresariais.

Dados do MDIC listando anualmente os 21 municípios brasileiros mais importantes por valor exportado mostram que as cidades gaúchas que mais têm se destacado em relação às microempresas exportadoras, por ordem de importância são: Novo Hamburgo, Porto Alegre, Caxias do Sul e Soledade. Em relação às pequenas empresas salientam-se Novo Hamburgo, Caxias do Sul e Soledade, enquanto nas médias empresas, os municípios mais importantes são Caxias do Sul e Novo Hamburgo. No que se refere às grandes empresas que exportam pelo RS, o último ano em que uma cidade gaúcha fez parte da lista foi 2004, quando Rio Grande apareceu em 20º lugar. Desde então, nenhum município do RS aparece na lista das 21 cidades brasileiras que se destacaram por suas grandes empresas exportadoras. (MDIC-SECEX, 12.03.08, a;b;c;d).

Tabela 3 - Valor médio das exportações por empresa - Rio Grande do Sul e Brasil - 2002-2006 (milhares de US\$ FOB)

Rio Grande do Sul					
	2002	2003	2004	2005	2006
Microempresas	33	41	57	48	53
Pequenas empresa	190	218	292	268	303
Médias empresas	783	881	1.483	1.203	1.336
Grandes empresas	11.288	11.552	16.353	17.195	18.543
Pessoas Físicas	17	11	25	66	23
Total	2.322	2.676	3.360	3.518	3.974
Brasil					
Microempresas	39	48	61	48	47
Pequenas empresa	241	309	386	323	351
Médias empresas	817	1.035	1.486	1.357	1.566
Grandes empresas	13.116	15.542	20.385	22.670	26.352
Pessoas Físicas	160	224	357	285	320
Total	3.121	3.692	4.616	4.996	5.962

FONTE: MDIC.

As exportações das empresas gaúchas em relação às de outros estados

O maior número de empresas exportadoras do País concentra-se nas regiões Sudeste e Sul e tanto no total dessas empresas como em todas as categorias, São Paulo é, de longe, o estado brasileiro que apresenta a maior representatividade, sempre seguido pelo Rio Grande do Sul, conforme pode ser visto na Tabela 4. Entretanto, ao contrário de São Paulo que, de acordo com o MDIC, após uma queda na participação do número total de empresas ocorrida até 2005, viu esse percentual elevar-se em 2006, o RS nesse ano apresentou sua menor representatividade no total de

empresas exportadoras brasileiras(12,2%), depois de oscilar em torno dos 13,5% entre 2002 e 2005 (Tabela 4-a).

A maior perda de representatividade do Estado (queda de 2,4 pontos percentuais) ocorreu na categoria pequenas e microempresas, afetadas pela valorização cambial, visto que seus principais produtos de exportação, de acordo com o SEBRAE (2007), são móveis; calçados; couros e peles depilados. Já em SP, os produtos mais exportados por suas MPEs são calçados; partes e peças para veículos automóveis e tratores; vestuário para mulheres e meninas.

Em relação aos valores exportados, após dois anos de elevadas taxas de incremento das vendas externas pelas grandes empresas gaúchas (31% em 2003 e 18% em 2004), estas apresentaram um menor ritmo de crescimento em 2005 e 2006 quando atingiram 9,7% e 8,2%, respectivamente. Este comportamento diferiu das grandes empresas nacionais. Como decorrência, enquanto de 2002 a 2004 as empresas rio-grandenses foram, após São Paulo, as que mais venderam para o exterior, em 2005 as grandes empresas gaúchas passaram a terceiro lugar, sendo suplantadas por Minas Gerais e em 2006, ficaram na quarta posição, após São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Esta perda de participação no valor exportado das grandes empresas gaúchas em relação às nacionais, que diminuiu sucessivamente de 2003 a 2006, passando de 10,8% a 7,9%, pode ser explicada, em parte, pelas peculiaridades climáticas ocorridas e pelo grande incremento das vendas externas de commodities minerais, como ferro pelas grandes empresas de Minas Gerais, e de óleos brutos de petróleo pela Petrobras, no Rio de Janeiro.

Tabela 4 - Participação percentual do número de empresas exportadoras brasileiras por unidade da federação, segundo o tamanho das empresas – 2002-06

a) Número total de empresas - participação percentual					
UF dos exportadore	2002	2003	2004	2005	2006
Total do Brasil	100	100	100	100	100
São Paulo	41,6	41,3	39,8	39,8	42,4
Rio Grande do Sul	13,5	13,3	13,8	13,5	12,2
Paraná	8,8	9,0	9,1	9,2	8,5
Minas Gerais	6,5	6,8	7,1	7,2	7,6
Santa Catarina	7,5	7,6	7,7	7,6	8,9
Demais	22,1	22	22,5	22,7	20,4

b) Número de micro e pequenas empresas - participação percentua					
	2002	2003	2004	2005	2006
Total das MPE	100	100	100	100	100
São Paulo	39,5	38,8	38,5	38,7	43,8
Rio Grande do Sul	15,4	14,6	14,9	15,1	12,7
Paraná	9,2	9,2	9,3	9,5	8,4
Minas Gerais	6,7	7,0		7,3	7,8
Santa Catarina	8,0	8,2	8,4	7,7	6,4
Demais	21,2	22,2	28,9	21,7	20,9

c) Número de médias empresas - participação percentual					
	2002	2003	2004	2005	2006
Total das médias	100	100	100	100	100
São Paulo	46,8	45,5	44,2	43,2	44,0
Rio Grande do Sul	12,8	12,7	13,5	13,3	12,8
Paraná	8,7	8,8	8,5	9,1	9,0
Santa Catarina	7,7	7,7	8,2	8,4	8,4
Minas Gerais	5,8	6,0	6,2	6,3	6,6
Demais	18,2	19,3	19,4	19,7	19,2

d) Número de grandes empresas - participação percentual					
	2002	2003	2004	2005	2006
Total das grandes	100	100	100	100	100
São Paulo	42,8	42,2	39,1	39,1	39,3
Rio Grande do Sul	11,6	11,6	12,1	11,4	11,2
Paraná	8,6	8,8	9,3	9,0	8,6
Minas Gerais	7,6	7,2	7,6	8,2	8,2
Santa Catarina	6,6	6,7	6,5	7,2	7,2
Demais	22,8	23,5	25,4	25,1	25,5

FONTE: MDIC, SECEX, DEPLA.

Empresas exportadoras por classes de produto, por principais produtos exportados e por destino

Pesquisa do SEBRAE (2007), utilizando a classificação SEBRAE-FUNCEX, constatou que há uma forte concentração de produtos manufaturados nas pautas de exportação das MPES gaúchas. À medida que aumenta o tamanho das empresas, as exportações, quando analisadas

pelas classes de produto, ficam mais distribuídas entre básicos e manufaturados, conforme pode ser observado na Tabela 5. Tal fato explica-se pelo número de grandes empresas exportadoras de produtos básicos, muitas delas, inclusive, multinacionais ligadas ao mercado de *commodities*, com destaque para fumo e soja.

Tabela 5 - Participação percentual do valor das exportações por classes de produtos em cada porte de empresa no RS - 2002-2006

Porte das empresas e classe de produtos	2002	2003	2004	2005	2006
Micro	100	100	100	100	100
Básicos	9,4	7,6	8,0	8,0	8,9
Semimanufaturados	8,2	8,2	8,0	5,0	5,4
Manufaturados	81,9	82,9	82,0	87,0	84,2
Demais	0,5	1,3	2,0	0,0	1,5
Pequenas	100	100	100	100	100
Básicos	14,5	12,9	11,9	9,5	13,8
Semimanufaturados	8,9	8,8	7,4	8,1	6,8
Manufaturados	76,4	78,0	80,4	81,8	78,7
Demais	0,2	0,3	0,3	0,6	0,7
MP especial	100	100	100	100	100
Básicos	21,8	22,9	20,0	26,8	15,7
Semimanufaturados	26,1	21,1	14,5	10,9	15,9
Manufaturados	52,1	56,0	65,5	62,3	68,3
Demais	0	0	0,0	0,0	0,1
Médias	100	100	100	100	100
Básicos	18,2	18,6	21,2	12,6	13,1
Semimanufaturados	17,0	19,5	17,1	18,9	20,0
Manufaturados	64,8	61,9	61,6	68,5	66,9
Demais	0	0	0,1	0,0	0
Grandes	100	100	100	100	100
Básicos	39,2	43,4	41,4	36,4	40,8
Semimanufaturados	9,8	8,5	8,2	7,2	7,8
Manufaturados	49,4	46,5	49,0	54,7	49,0
Demais	1,6	1,6	1,4	1,7	2,4

FONTE DOS DADOS BRUTOS: SEBRAE.

Grandes empresas, tanto no Brasil como no RS, são importantes exportadores de *commodities*, cujo ganho de participação na pauta exportadora pode ser explicado, em parte, pelo mercado externo altamente favorável às vendas de *commodities* agrícolas e minerais (com destaque, neste último caso, para a rápida expansão das exportações de combustíveis), pela ação dos especuladores e também pela desvalorização do dólar, conforme já referido na Introdução. Como as *commodities* são produtos não diferenciados, com preços determinados nos mercados

internacionais, as empresas, em geral, adotam uma estratégia padronizada de entrada e permanência nos mercados externos. Por outro lado, como são produtos homogêneos, facilmente podem ter seus fornecedores substituídos, já que não existe a diferenciação entre a mercadoria oferecida por uma ou outra empresa. Já as exportadoras de produtos industrializados - semimanufaturados e/ou manufaturados - que não são *commodities* podem vender em todos os mercados produtos padronizados e/ou realizar adaptações. Ao padronizar o composto de marketing, como produto, propaganda e canais de distribuição, em nível mundial, a empresa assegura menores custos e ao adaptá-lo pode incorrer em maiores custos, mas esta adaptação pode propiciar elevados retornos Teruchkin (2004). De acordo com Czinkota; Ronkainen (2001), os principais fatores que encorajam a padronização de produtos são as economias de escala, pesquisa e desenvolvimento (P&D) em marketing, a integração regional e dos mercados mundiais e a competição global.

Dentre as grandes empresas brasileiras e gaúchas deve-se destacar o papel das multinacionais, em especial das filiais estrangeiras aqui estabelecidas. Para as multinacionais, o custo de entrada no mercado externo é muito menor. Isto porque elas têm acesso a capital mais barato -via Bolsa de Valores e/ou financiamentos externos -, a recursos tecnológicos, e enfrentam menores riscos pois, no caso das filiais, as matrizes podem apoiá-las financeiramente e transferir parte do conhecimento acumulado sobre operações no mercado internacional. Assim, para as transnacionais, o câmbio não é um impedimento tão poderoso como o é para as pequenas empresas, dadas as vantagens financeiras e de *know how* que possuem. Estas maiores facilidades aliadas ao comércio intrafirma (matriz-filial e/ou filial-filial) favorecem o desempenho comercial dessas empresas.

O aumento da participação dos manufaturados em quase todas as categorias (exceção das micro e pequenas especiais), no ano de 2005 (Tabela 5), pode ser explicado pela frustração da safra agrícola gaúcha à época, resultado de uma forte estiagem que se abateu sobre o Estado. Já a maior representatividade dos produtos básicos e semimanufaturados entre as grandes empresas, em 2006, pode ser atribuída às boas condições do mercado internacional de *commodities*.

Em termos do valor dos principais produtos exportados pelas grandes empresas gaúchas, também se observa uma elevada concentração em apenas cinco produtos: fumo em folhas; calçados, suas partes e componentes; soja em grão; carne de frango e carne de suínos. O faturamento das grandes empresas com estes produtos do agronegócio representava 47,8% do valor total transacionado em 2002, tendo elevado a sua representatividade para 57,1%, em 2003, pouco abaixo do percentual atingido em 2006 (57,8%), após dois anos de menores participações, por problemas de safra, já comentados. Ressaltam-se, pelo seu elevado crescimento, as vendas de carnes de suínos e de frango, enquanto os calçados apresentaram a menor taxa de incremento de vendas pelas grandes empresas no período. Em nível nacional a concentração por produtos das vendas externas das grandes empresas é menor, pois os cinco principais deles (minérios de ferro e seus concentrados, óleos brutos de petróleo, automóveis de passageiros, grãos de soja e

carne bovina) participavam com 11,6% do total das vendas das grandes empresas em 2002 e atingiram a 17,3% em 2006 (SEBRAE, 2007).

Por porte de empresa e ordenados por valor, são discriminados, no Quadro 1, os principais produtos exportados pelo RS em 2006 e, no Quadro 2, a participação dos maiores mercados para as exportações do RS, no mesmo ano.

Quadro 1- Principais produtos exportados pelo RS, por porte de empresa – 2006

Microempresas:	calçados, suas partes e componentes; móveis e suas partes, exceto médico-cirúrgicos; couros e peles, depilados, exceto em bruto; máquinas e aparelhos para uso agrícola (exceto trator); pedras preciosas ou semipreciosas trabalhadas.
Pequenas empresas:	móveis e suas partes, exceto médico-cirúrgicos; calçados, suas partes e componentes; couros e peles, depilados, exceto em bruto; pedras preciosas ou semipreciosas trabalhadas; fumo em folhas e desperdícios.
Micro e pequenas empresas especiais:	calçados, suas partes e componentes; móveis e suas partes, exceto médico-cirúrgicos; couros e peles, depilados, exceto em bruto; madeira em estilhas ou em partículas; arroz em grãos, inclusive arroz quebrado.
Médias empresas:	polímeros de etileno, propileno e estireno; calçados, suas partes e componentes; couros e peles, depilados, exceto em bruto; fumo em folhas e desperdícios; móveis e suas partes, exceto médico-cirúrgicos.
Grandes empresas:	fumo em folhas e desperdícios; calçados, suas partes e componentes; soja mesmo triturada; carne de frango congelada, fresca ou refrigerada, inclusive miúdos; carne de suíno congelada, fresca ou refrigerada

FONTE: SEBRAE, 2007.

Quadro 2- Participação percentual dos principais mercados nas exportações gaúchas, por porte de empresa – 2006

Microempresas:	Mercosul (37,9%); União Européia (18,2%); Aladi, exclusive Mercosul (16,3%); Estados Unidos e Canadá (10,81%); Ásia-Pacífico (5,4%);
Pequenas empresas:	Mercosul (25,5%); União Européia (18,2%); Aladi, exclusive Mercosul (17,6%); Estados Unidos e Canadá (14,7%); Ásia-Pacífico (7,1%);
Micro e pequenas empresas especiais:	Estados Unidos e Canadá (23,6%); União Européia ((22,2%); Ásia-Pacífico (13,3%); Aladi, exclusive Mercosul (11,9%); Mercosul (8,6%);
Médias empresas:	Estados Unidos e Canadá (23,3%); União Européia (17,2%); Mercosul (16,7%); Aladi, exclusive Mercosul (14,5%); Ásia-Pacífico (14,1%);
Grandes empresas:	União Européia (18,8%); Ásia-Pacífico (15,3%); Mercosul (13,6%); Estados Unidos e Canadá (13,5%); Aladi, exclusive Mercosul (10,6%)

FONTE: SEBRAE, 2007.

Cabe destacar que os calçados são exportados por empresas de todos os tamanhos e os móveis só não fazem parte da lista de principais produtos nas de grande porte, onde preponderam as vendas de *commodities*.

Enquanto as MPEs gaúchas dirigem suas mercadorias especialmente para o Mercosul, principal mercado para seus produtos manufaturados, as micro e pequenas especiais (com volume de exportação individual maior que US\$ 1,2 milhão) têm seu principal mercado nos Estados Unidos e Canadá, que importam a maior parte de seus produtos manufaturados, o mesmo ocorrendo com as empresas exportadoras de porte médio. Já as grandes empresas, que além de manufaturados são grandes exportadoras também de produtos básicos, vendem principalmente para a União Européia, sendo a região da Ásia-Pacífico seu segundo mercado comprador, onde predominam as vendas de *commodities*. No período analisado - exceto em 2002, quando o principal mercado das grandes empresas estaduais, por blocos, foram os Estados Unidos e Canadá - a partir de 2003 este lugar foi ocupado pela União Européia. Neste período cresceu significativamente a participação do Mercosul nas vendas externas das grandes empresas (SEBRAE, 2007). Porém, deve-se ter presente que 2002 foi um ano atípico no bloco, tendo em vista a grande crise econômica que a Argentina, principal parceiro, atravessou.⁷

As 40 maiores exportadoras gaúchas: 2004/2007

De acordo com os dados sobre as empresas exportadoras, por faixas de faturamento, disponibilizados pelo MDIC/ SECEX, verificou-se que o número de empresas que exportaram acima de US\$ 50 milhões no Estado elevou-se significativamente nos últimos anos. Elas passaram de 29 em 2002 para 32 empresas em 2003. Já em 2004 o incremento foi ainda maior atingindo 41 empresas. No biênio 2005-2006, o número de firmas com faturamento no exterior acima de US\$ 50 milhões foi de 44 e 45, respectivamente, cujo reduzido crescimento pode ser explicado, em parte, pela *performance* negativa das quantidades exportadas dos produtos oriundos da agropecuária, com destaque para a queda nas vendas de grãos de soja, importante produto da pauta exportadora do Rio Grande do Sul. Já em 2007, com a recuperação dos níveis normais de produção agrícola no Estado, elevou-se o número de empresas nesta faixa de exportação, alcançando 53. Entretanto, o incremento recente mais acentuado do número de empresas pode ser explicado, em sua maior parte, pelo aquecimento da demanda mundial.

Analisando-se as quarenta maiores empresas pelo valor exportado⁸, no Estado, todas com vendas anuais acima de US\$ 50 milhões, comprovou-se que este pequeno número de empresas representou 56,2% das vendas externas estaduais em 2004 e elevou continuamente sua participação atingindo 61,5% em 2007. No Brasil, a representatividade deste conjunto de 40 principais empresas

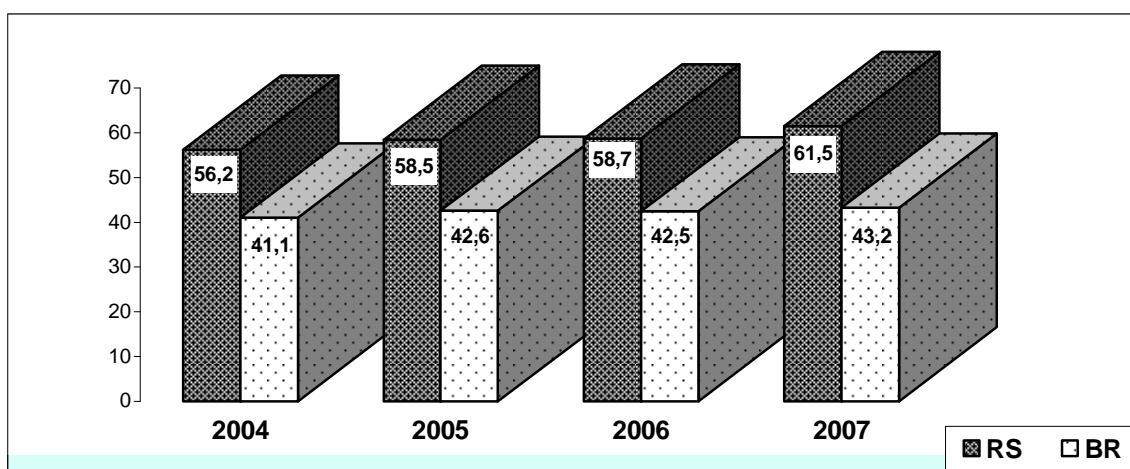
⁷ O abandono, no início de 2002, do regime de conversibilidade entre o peso e o dólar, vigente desde 1991, ocasionou uma acentuada desvalorização da moeda argentina, alterando as condições de competitividade intrabloco. (Teruchkin, 2005)

⁸ Os dados das 40 maiores empresas exportadoras e importadoras são disponibilizados mensalmente pelo MDIC/SECEX, onde é discriminado o nome da empresa, o valor transacionado, sua participação e taxa de crescimento em relação ao ano anterior.

elevou-se de 41,1% para 43,2% de 2004 a 2007, o que denota maior concentração das exportações gaúchas provenientes das 40 maiores empresas em relação ao País, conforme pode ser visualizado no Gráfico1. Para se entender esta elevada concentração do faturamento com vendas externas em poucas empresas deve-se atentar para o fato de que apenas as 10 primeiras representaram em média quase um terço do total exportado pelo Estado.

Gráfico 1

Participação percentual das 40 principais empresas exportadoras no valor exportado pelo Brasil e pelo RS, 2004-2007



FONTE DOS DADOS BRUTOS: MDIC/SECEX.

Nesse período, no Brasil, três empresas sempre apresentaram os mais elevados faturamentos: Petrobras⁹, Vale do Rio Doce e Embraer, com crescimento contínuo de sua representatividade que passou de 11,5% para 16,3%. Já no RS, as empresas ao longo dos anos trocaram de posição, destacando-se, dentre as primeiras: Bunge Alimentos S/A, Doux Frangosul S/A Agro Avícola Industrial¹⁰, AGCO do Brasil Comércio e Indústria Ltda; Alliance One Brasil Exportadora de Tabacos Ltda. e a Universal Leaf Tabacos Ltda. Esta última ocupou papel mais significativo no biênio 2004-05, tendo em vista que a partir daí ocorreu a ampliação de suas unidades produtivas em

⁹ As refinarias brasileiras foram projetadas para processar o óleo vindo do Oriente Médio e da África, do tipo leve, que apresenta melhor rendimento na produção de derivados nobres, como nafta, diesel e querosene de aviação. O petróleo produzido na bacia de Campos é do tipo pesado, de alta densidade, que precisa ser misturado com diesel e óleo leve (Mano, 2006). Portanto, a empresa troca o petróleo brasileiro, de um tipo mais pesado, por óleo de melhor qualidade no mercado internacional. Isso, inclusive, faz dela também a maior importadora do Brasil.

¹⁰ O Grupo Doux adquiriu a Frangosul S. A. Agro Avícola Industrial, empresa brasileira, dando assim origem à filial Doux Frangosul.

outros estados pelos quais passou também a exportar, em detrimento das vendas externas feitas pelo RS.

Deve ser destacado que algumas das grandes empresas exportadoras têm instalado novas plantas industriais em outros estados e no exterior, na busca de menores custos e/ou vantagens econômicas. Contudo esta expansão, tanto no mercado interno como através da internacionalização da empresa, não tem sido utilizada por alguns setores como uma estratégia para conquistar novos mercados, mas sim, como um meio de preservar sua competitividade e garantir muitas vezes a sua sobrevivência. Tal é o caso das exportadoras de calçados. Ademais, pode contribuir para uma redução das exportações das firmas localizadas no Estado pelo deslocamento de parte da produção para outras unidades da federação, como tem ocorrido, por exemplo, com grandes empresas fumageiras que instalaram unidades produtivas em Santa Catarina e passaram a exportar de lá. Todavia, em outros segmentos, a internacionalização das empresas tem contribuído sobremaneira para o crescimento das mesmas, seja através de aquisições no exterior de empresas já existentes ou de instalação de novas plantas, bem como através da formação de alianças estratégicas com empresas externas. Tal foi o caso da Marcopolo e da Petrobrás, por exemplo.

Muitas das 40 principais exportadoras do Estado no período 2004-07 foram também importantes importadoras, confirmando que muitas empresas gaúchas, assim como as nacionais, fazem *hedge*, conforme já referido anteriormente. Salientam-se dentre essas: nos setores de petróleo e petroquímica: Alberto Pasqualini - Refap S.A.; Braskem S/A; Copesul - Cia. Petroquímica do Sul e Petróleo Brasileiro S.A. Petrobras; no segmento de tratores e máquinas agrícolas: AGCO do Brasil Comércio e Indústria Ltda. e a John Deere Brasil Ltda.; nos segmentos de transportes e autopeças: Marcopolo SA e a International Engines South America Ltda; e no de máquinas e equipamentos: Andreas Stihl Moto Serras Limitada.

Nas listagens das 40 maiores exportadoras gaúchas, no período 2004-07, evidenciaram-se pelo número de empresas, as dos setores de alimentos; de fumo e cigarro; de petróleo e petroquímica, o que denota a relevância das *commodities*, transacionadas tanto pelas indústrias como pelas *trading companies*.

As empresas que apresentaram a maior taxa de crescimento no faturamento externo foram, principalmente, as dos setores de alimentos e petróleo e petroquímica. O cenário externo favorável, aliado aos ganhos de produtividade e preços das *commodities*, compensou a valorização do câmbio e favoreceu as exportações. No setor de alimentos, várias empresas apresentaram elevadas taxas de crescimento das exportações, tais como: Cargill Agrícola S A, Alibem Comercial de Alimentos Ltda., ADM do Brasil Ltda., Comércio e Indústrias Brasileiras Coimbra S/A, Perdigão Agroindustrial S/A, Sadia S.A. Já no setor de petróleo e petroquímica cabe ressaltar a *performance* das vendas externas de: Refap S.A., Braskem S/A , Innova S/A. e Copesul, dentre outras. Mas é importante ressaltar que parte deste crescimento decorre da ampliação da capacidade produtiva, o que permitiu ampliar as exportações, como foi o caso da Refap S.A. Também neste setor salienta-se ainda que, em 2007, a Ultrapar Participações S.A., a Petrobras e a Braskem S.A. fecharam acordo para a aquisição do Grupo Ipiranga.

Dado o contexto internacional, no segmento de alimentos, as empresas conseguiram se manter ou aumentar sua participação no mercado. Este foi o caso daquelas que têm a soja como relevante produto de exportação, como a Bungue Alimentos e a Bianchini, dentre outras. Também no mercado de carnes de aves e suínas, verificou-se um acentuado incremento das vendas externas, o qual, atualmente tem sido explicado pela conjugação de vários fatores: crescimento no volume de vendas, abertura de novos mercados, venda de produtos com maior valor agregado e melhora dos preços no mercado exterior. Destacaram-se, dentre outras, as vendas de: Doux Frangosul S/A; Perdigão Agroindustrial S/A; Avipal S/A¹¹; Sadia S.A. e Penasul Alimentos Ltda.

Quanto ao segmento de fumo e cigarros, devem ser destacados dois fatos: a fusão que deu origem a Alliance One International¹² um dos maiores grupos do mercado de fumo em folha do mundo, que concentrou ainda mais as exportações deste setor, e a redução das exportações da Universal Leaf Tabacos, tendo em vista a empresa ter retornado ao processamento de fumo em Santa Catarina, de onde tem embarcado o produto.

Afora as *commodities*, as 40 maiores exportadoras estão ligadas, em especial, aos segmentos de calçados, autopeças, transporte, máquinas agrícolas e metalurgia, dentre outros. Exportam, portanto, preponderantemente produtos de média baixa e baixa intensidade tecnológica e sob taxas cambiais desfavoráveis elas encontram dificuldades para manter seus clientes externos, comprometendo suas receitas pela perda de competitividade, além de sofrer a forte concorrência dos importadores no mercado doméstico. Dentre essas, maior ainda foram os problemas enfrentados pelas empresas das indústrias tradicionais, que utilizam muita mão-de-obra e poucos insumos importados, como as grandes empresas calçadistas. Contudo, por uma alteração de estratégias - vendendo calçados de melhor qualidade e com marca própria - algumas empresas conseguiram continuar exportando valores elevados no período apesar da enorme concorrência em todos os mercados. Tal foi o caso, por exemplo, da Paquetá Calçados Ltda., que também inaugurou em 2007 uma fábrica de calçados esportivos na Argentina; e da Schmidt Irmãos Calçados Ltda., que em alguns anos do período em análise estão relacionadas dentre as 40 principais exportadoras do RS.

Considerações finais

As MPEs gaúchas apresentam-se mais sensíveis à valorização do real, já que exportam, prioritariamente, produtos manufaturados intensivos em mão-de-obra e em matérias-primas nacionais, pouco dinâmicos no mercado, com baixa e média tecnologia, sendo por tudo isso mais vulneráveis à concorrência internacional. Assim, em 2006, o número total de exportadoras apresentou redução, o que também aconteceu no Brasil; e só as grandes empresas ainda registraram algum aumento no

¹¹ A Avipal – que em 2007 teve sua razão social alterada para Eleva – foi, no final do ano adquirida pela empresa Perdigão. Com a Eleva, a Perdigão se fortalece principalmente no Rio Grande do Sul e em parte de Santa Catarina (Avisite, 2007).

¹² O acordo de fusão da Dimon Incorporated e da Standard Commercial Corporation foi concretizado em 2005. A união das duas grandes empresas, no Brasil representadas pela Dimon do Brasil e pela Meridional de Tabacos, deu origem à Alliance One International.

número de unidades exportadoras. Em relação aos demais estados brasileiros, o RS é o segundo em número de empresas exportadoras de todos os portes, embora as MPEs gaúchas tenham sido as que mais perderam representatividade nesse ano.

No que se refere às receitas de exportação, observou-se que, em 2005 e 2006, a participação das PMEs gaúchas no total exportado pelo Estado diminuiu, enquanto aumentou a representatividade das grandes empresas, o que também ocorreu em nível nacional. Verificou-se pelos dados disponíveis que, no caso do RS, a perda de participação das MPEs gaúchas foi absorvida pelas empresas de médio porte, já que as grandes mantiveram sua parcela de representatividade. No Brasil, entretanto, a situação foi diferente, pois tanto as MPEs quanto as médias cederam espaço para as empresas de grande porte. A principal razão para tal comportamento estaria no mercado mundial mais favorável para empresas de maior porte, com forte participação de produtos com demanda e preços em alta, como ocorre com as diferentes *commodities* por elas exportadas.

Um importante fator apontado para essa queda de participação das PMEs tem sido o câmbio apreciado, considerado o grande empecilho às vendas externas, em particular para as empresas exportadoras de produtos manufaturados intensivos em trabalho. Estas, com grande representatividade entre as pequenas e microempresas exportadoras, foram sensivelmente prejudicadas, pois além da valorização cambial tiveram de enfrentar também grande concorrência de produtos importados de países asiáticos, cujos custos da mão-de-obra são mais reduzidos. A perda de competitividade nos mercados internacionais para estas empresas foi mais acentuada uma vez que as transações são realizadas em dólares, moeda que sofreu uma desvalorização até mesmo nominal em relação ao real, enquanto os maiores custos são em moeda nacional.

Entretanto, ao contrário do que ocorreu com as grandes e médias empresas do RS, cujo valor médio das exportações encolheu em relação às suas similares nacionais, as microempresas gaúchas conseguiram uma receita média unitária maior do que seus pares nacionais. E as pequenas empresas do Estado tiveram uma taxa de crescimento no valor médio exportado mais elevado do que suas semelhantes brasileiras, embora esse valor médio ainda esteja abaixo do nacional. Ainda que, os produtos manufaturados predominem em todos os tamanhos de empresas, as micro e pequenas apresentam uma grande participação desse tipo de produto. Dadas as características dos manufaturados que exportam (intensivo em mão-de-obra, com poucas matérias-primas importadas), têm sofrido mais os efeitos cambiais. Já as grandes empresas, com um percentual bem mais alto de participação dos produtos básicos e com mais condições estruturais para enfrentar a concorrência externa, atualmente vêm conseguindo superar melhor as dificuldades encontradas pelo setor exportador gaúcho.

Também em relação às grandes empresas salientam-se alguns fatos que conferem vantagens sobre as menores: são em geral as maiores exportadoras de *commodities*, onde os ganhos de escala são relevantes para os custos; os preços das *commodities* se elevaram compensando, em parte, as perdas cambiais; muitas delas, são também grandes importadoras de insumos, máquinas e equipamentos e, desse modo, puderam reduzir seus custos ao utilizar instrumentos de “*hedge*” para elevar sua competitividade e rentabilidade. Igualmente importante é a maior capacidade das grandes

empresas de terem acesso ao crédito externo, em geral mais barato que o interno e bem mais limitado para as firmas de menor porte.

Além disso, algumas das grandes empresas exportadoras de manufaturados buscaram elevar suas exportações com a venda de produtos de maior valor agregado, através de ajustes nos preços e/ou de estratégias de atuação internacional visando ampliar vendas e divulgar a marca. Neste sentido, houve uma relevante contribuição por parte da demanda mundial, que ao manter-se aquecida, permitiu aumentos de preços em dólares de muitos manufaturados exportados pelo País. Também cabe destacar o papel das alianças estratégicas, como aquelas feitas pelas empresas dos setores de transporte, a exemplo da Marcopolo, que fez *joint ventures* na Colômbia e na Índia. Com essa dinâmica de internacionalização, as empresas têm procurado minimizar os riscos de entrada em novos mercados.

Deve-se distinguir ainda a elevada representatividade das empresas multinacionais (nacionais e estrangeiras) dentre as 40 maiores empresas exportadoras gaúchas. Nesse caso destaca-se a importância do comércio intrafirma. Contudo, a decisão dessas empresas de exportar ou não e, em que volume, às vezes, é uma decisão da matriz e não da filial instalada no Estado, sendo que as maiores facilidades das multinacionais entrarem em novos mercados devem-se, também, a vantagens acumuladas em decorrência de deterem maiores informações, desenvolvimento de habilidades e *know-how*. Igualmente devem ser ressaltadas as fusões e aquisições de empresas ocorridas no mercado internacional e nacional, com reflexos nas empresas instaladas no Estado, como nos setores de alimentos e de fumo, em especial, que têm contribuído para uma maior concentração das 40 maiores empresas no faturamento externo do Estado.

Referências bibliográficas

- ANSOFF, H. Igor; McDONNELL, Edward J. **Implantando a administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1993.
- ARAÚJO; DE NEGRI, As empresas brasileiras e o comércio internacional. In: DE NEGRI, João Alberto; ARAÚJO, Bruno César Pino Oliveira de (org). **As Empresas brasileiras e o comércio internacional**. Brasília: IPEA, p.15-56, 2006.
- ARBIX, Glauco; SALERNO, Mario Sergio; DE NEGRI, João Alberto. Inovação, via internacionalização, faz bem para as exportações brasileiras. **Texto para Discussão No. 1023**. Brasília: IPEA, jun. 2004
- AVISITE. **Fusão Perdigão - Eleva irá alterar o ranking do frango no Brasil**. Disponível na Internet In:<http://www.avisite.com.br/noticias/maisnotss.asp?codnoticia=8408&mes=10&ano=2007>
Acesso em 19.03.08
- BARNEY, Jay B. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, New York, v.17, n. 1, p. 99-120, 1991.

- BELLO, Teresinha da Silva. Algumas reflexões sobre a valorização cambial. **Indicadores Econômicos FEE**. Porto Alegre: FEE, v.33, n.3, p.33-38, dez.2005.
- BONELLI, Regis. O Desempenho Exportador das Firms Industriais Brasileiras e o Contexto Macroeconômico. In: DE NEGRI, João Alberto; ARAÚJO, Bruno César Pino Oliveira de (org). **As Empresas brasileiras e o comércio internacional**. Brasília: IPEA, p.271-316, 2006.
- CONFEDERAÇÃO Nacional da Indústria – **Indicadores de competitividade na indústria brasileira: micro e pequenas empresas**.CNI;SEBRAE. Brasília, 2006, 134p.
- CZINKOTA, Michael R.; RONKAINEN, Ilkka A. **International Marketing**. 6th ed. Orlando: Harcourt College Publisher, 2001.
- DAY, George S. Marketing's contribution to the strategy dialogue. **Journal of the Academy Marketing Science**, Coral Gables, FL, v. 20, n. 4, p. 323-329, Fall 1992.
- DE NEGRI, Fernanda. **Padrões Tecnológicos e de Comércio Exterior das Firms Brasileiras** Disponível na Internet In: <http://www.inovacao.unicamp.br/report/comext-projetoABC.pdf>. Acesso em 10.03.08.
- DE NEGRI, João Alberto; ARAÚJO, Bruno César Pino Oliveira de (org). **As Empresas brasileiras e o comércio internacional**. Brasília: IPEA, 2006.
- FERRAZ, Galeno T.; RIBEIRO, Fernando J. Um Levantamento de Atividades Relacionadas às Exportações das Empresas Brasileiras: Resultados de Pesquisa de Campo com 460 Empresas Exportadoras. **Texto para Discussão, 158**, Rio de Janeiro: FUNCEX, jun. 2002.
- GHEMAWAT, Panjak. Vantagem sustentável. In: MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael E. **Estratégia: a busca da vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1998. p. 29-41
- MANO, Úrsula Alonso. A número 1 na exportação.**Portal Exame**. 28.06.2006. disponível na Internet In: <http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0871/mm/m0082774.html>
- MARKWALD, Ricardo & PESSOA, Elisa – Micro e pequenas empresas exportadoras: um retrato do período 1997-2002. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**. Rio de Janeiro, Funcex, nº 76, jul-set 2003 p 68-73
- MARKWALD, Ricardo & RIBEIRO, Fernando – Análise das exportações brasileiras sob a ótica das empresas, dos produtos e dos mercados. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**. Rio de Janeiro, Funcex, nº 85, out-dez 2005, p 3-20
- MASTERS, Michael W. **Testimony of Michael W. Masters before the Committee on Homeland Security and Governmental Affairs**. United States Senate. Washington D.C., USA. May 20, 2008
- MDIC-SECEX - **Exportação brasileira por porte de empresa, distribuição por município, 2006-2005** In: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197918389.xls Acesso em 12.03.08 (a)
- MDIC-SECEX - **Exportação brasileira por porte de empresa, distribuição por município, 2005-2004** In: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197918606.xls Acesso em 12.03.08 (b)
- MDIC-SECEX - **Exportação brasileira por porte de empresa, distribuição por município, 2004-2003** In: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197918851.xls Acesso em 12.03.08 (c)
- MDIC-SECEX - **Exportação brasileira por porte de empresa, distribuição por município, 2003-2002** In: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197919095.doc Acesso em 12.03.08 (d)
- MDIC-SECEX. - **Metodologia Aplicada para a Elaboração da Publicação Exportação Brasileira por Porte de Empresa**. In:http://www2.desenvolvimento.gov.br/arquivo/secex/port_eempresa/2004_2003/metodologia_porteempresa_2004.pdf Acesso em 13.03.08

- MIDIC/SECEX. **Exportação Brasileira por Porte de Empresa 2003/2002**. Disponível na Internet in: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197918955.pdf. Acesso em 27.02.08 (a).
- MIDIC/SECEX. **Exportação Brasileira por Porte de Empresa 2004/2003**. Disponível na Internet in: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197918742.pdf. Acesso em 27.02.08 (b).
- MIDIC/SECEX. **Exportação Brasileira por Porte de Empresa 2005/2004**. Disponível na Internet in: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197918515.pdf. Acesso em 27.02.08 (c).
- MIDIC/SECEX. **Exportação Brasileira por Porte de Empresa 2006/2005**. Disponível na Internet in: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1197918287.pdf. Acesso em 27.02.08 (d).
- PILATI, Raul. Sob a sombra do titã. **Correio Braziliense**. Brasília, 14.07.2008. In: <http://si.knowtec.com/scriptssi/MostraNoticia?&idnoticia=17068&idcontato=1824&origem=fiqueatento&nomeCliente=FUNCEX&data=2008-07-14>
- PINHEIRO, Armando Castelar; MOREIRA, Maurício Mesquita. O perfil dos exportadores brasileiros de manufaturados nos anos 90: quais as implicações da política? **Texto para Discussão No. 80**. Rio de Janeiro: BNDES, junho 2000. Disponível na Internet In: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/td/td-80.pdf>. Acesso em 8.03.08
- PORTER, M. **Competition in global industries: a conceptual framework**. In M. Porter (ed.). *Competition in global Industries*. Boston, Harvard Business School Press, 1986.
- PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
- PORTER, Michael E. Como as forças competitivas moldam a estratégia. In: MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael E. **Estratégia: a busca da vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1998. p. 11-27.
- PUGA Fernando Pimentel. Câmbio afeta exportadores de forma diferenciada **BNDES. Visão do Desenvolvimento** N°. 9, ago. 2006.
- PUGA, Fernando Pimentel. O que mudou nas exportações e importações da Indústria. **BNDES. Visão do Desenvolvimento**. N°. 4, jul. 2006.
- RUIZ, Fernando Martinson & HOURNEAUX JUNIOR, Flávio – **Exportações Brasileiras e Micro e Pequenas Empresas (MPE)** mimeo, 2006, 16 p. Capturado no site <http://ginebra.incubadora.fapesp.br/portal/referencias/workshop-usp/17.pdf> em 18.03.2008
- SEBRAE – **As micro e pequenas empresas na exportação brasileira – Brasil e Estados 1998-2004**. São Paulo. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). agosto 2005, 130 p.
- SEBRAE – **As Micro e Pequenas Empresas na Exportação Brasileira – Brasil e Estados 1998-2006**. Brasília, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2007, 580 p
- TERUCHKIN, Sônia Unikowsky. **As estratégias empresariais para os vinhos finos no Brasil e no Uruguai: uma análise comparada**. Porto Alegre: FEE, 2004.
- TERUCHKIN, Sônia Unikowsky. As exportações gaúchas para os países do Mercosul: 1998-04. **Indicadores Econômicos FEE**, Porto Alegre, v. 33, n. 2, p. 77-101, set. 2005.
- VARADARAJAN, P. Rajan; JAYACHANDRAN, Satish. Marketing strategy: an assessment of the state of the field and outlook. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Greenvale, v. 27, n. 2, p. 120-144, Spring 1999.
- VEIGA, Pedro da Motta. O Viés Antiexportador: Mais Além da Política Comercial in: PINHEIRO, Armando Castelar; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA. Lia Valls (org) **O desafio das exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002. p.155-174.