6 B - 09/20/2007 18:24:46

7 A - 09/20/2007 18:24:46

4 mil potenciais vendedores

Por **Jorge Luiz de Souza**, de São Paulo

Número de empresas industriais brasileiras que exportam não vem acompanhando o crescimento das vendas para o exterior, mas há nada menos que 4 mil firmas em condições de entrar nesse seleto clube, ampliando em 60% a base exportadora e em 22% o volume exportado

O argumento principal do trabalho é que a inovação tecnológica teria tornado

Uma nova pesquisa sobre o comércio exterior brasileiro, feita sob a ótica microeconômica, pela qual é possível enxergar o que acontece dentro de cada empresa industrial, apresentou resultados surpreendentes. Há 4 mil empresas industriais que não exportam, mas têm condições idênticas às de outras que estão obtendo excelentes resultados no mercado internacional. Esse número é suficiente para elevar em 60% a base exportadora do país e em 22% o volume exportado.

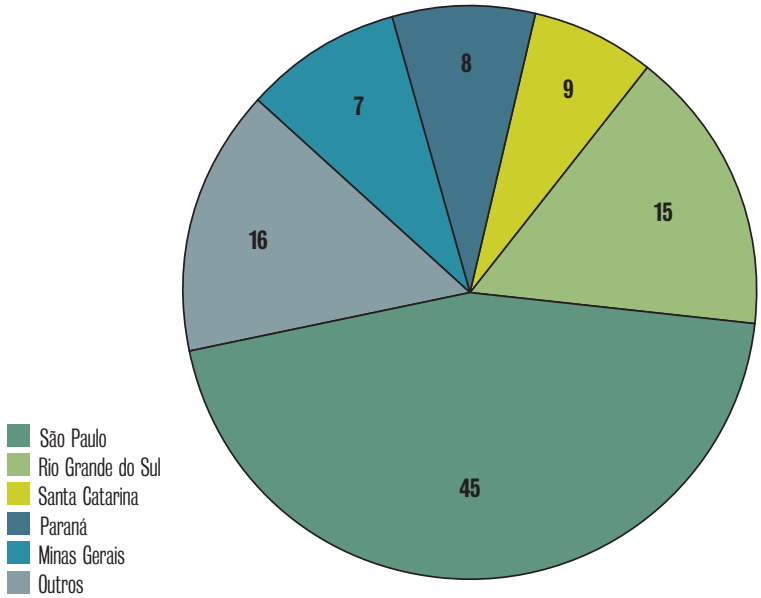
O estudo surgiu da necessidade de compreender por que as exportações brasileiras cresceram mais de 150% de 2003 para cá, embora o número de empresas que exportam tenha crescido muito pouco e a pauta de exportações permaneça quase igual, e de saber se há o risco de esse processo de crescimento se esgotar. O trabalho foi realizado por uma equipe de 22 pesquisadores de diversas instituições, liderados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

"A grande questão é: o que justifica o crescimento das exportações, mesmo com o câmbio apreciado do jeito em que está, em um país que tem as maiores taxas de juros quando comparado com outros países? O argumento principal do nosso trabalho é que a inovação tecnológica teria tornado as empresas mais competitivas. Esta é a primeira grande evidência", relata João Alberto De Negri, diretor de Estudos Setoriais do Ipea, que comandou a equipe encarregada do trabalho. "Isto foi possível porque nosso enfoque foi nas estratégias competitivas. O mais comum nas análises a esse respeito era a categorização das firmas por tamanho, setores ou região", explica De Negri.

Segundo ele, "todas as teorias argumentavam que no Brasil as empresas exportavam via custos de produção. É claro que os custos são muito importantes, mas o conhecimento dentro das empresas tem se demonstrado até mais importante para a permanência da empresa no mercado internacional. A base do processo de competição no mercado externo é o conhecimento. É o conhecimento que protege a empresa. Essa é a chave do processo de competição. Para a empresa permanecer no mercado internacional ela tem que continuar inovando. E o investimento em conhecimento é que tem tornado essas empresas permanentes ou não no mercado internacional. O que o Estado tem que fazer é prover formas de as empresas acumularem o conhecimento".

16 MIL FORA "Fomos analisar o que as empresas ganham exportando", explica o pesquisador Bruno César P. O. de Araújo, do Ipea, "e o que isso tem a ver com inovação". Foram estudadas as informações prestadas de 1996 a 2006 por 22 mil empresas industriais com mais de 30 empregados, sendo que 16 mil delas não exportam. Comparando essas empresas com outras em tudo parecidas com elas, mas que já exportam, acrescenta ele, foi pos-

Potenciais exportadoras estão concentradas regionalmente
(em %)



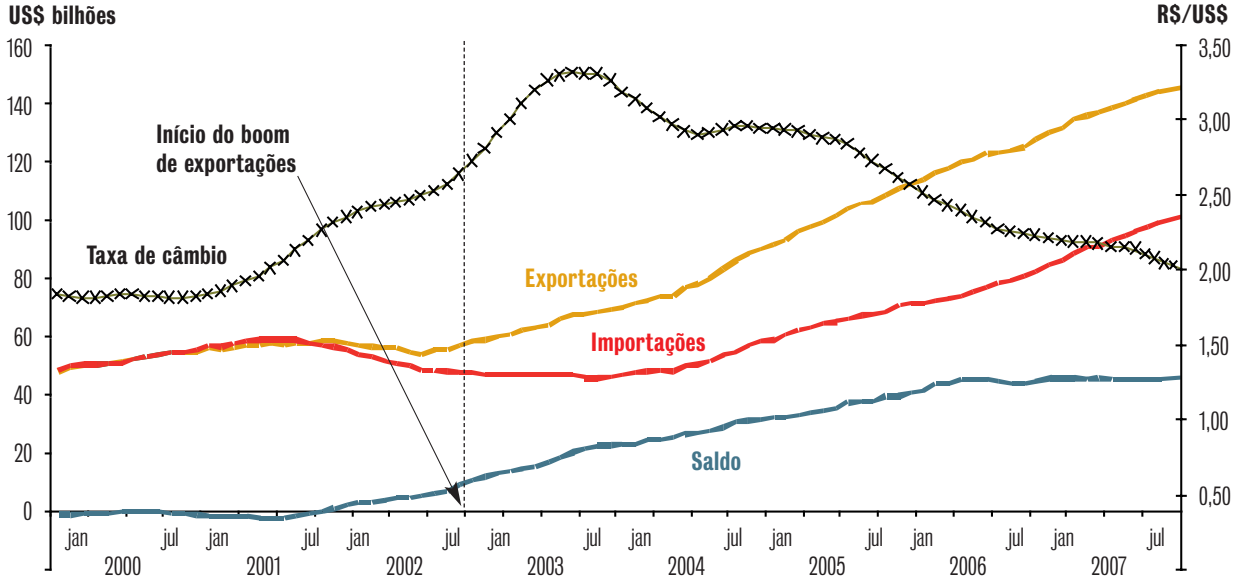
Fonte: Ipea

8 A - 09/20/2007 18:24:46

as empresas mais competitivas, apesar do real valorizado e dos juros elevados

Exportações e importações na contramão da taxa cambial

Evolução de 2000 a 2007 (comércio exterior em US$ bilhões — taxa de câmbio em R$/US$)



Fonte: Ipeadata

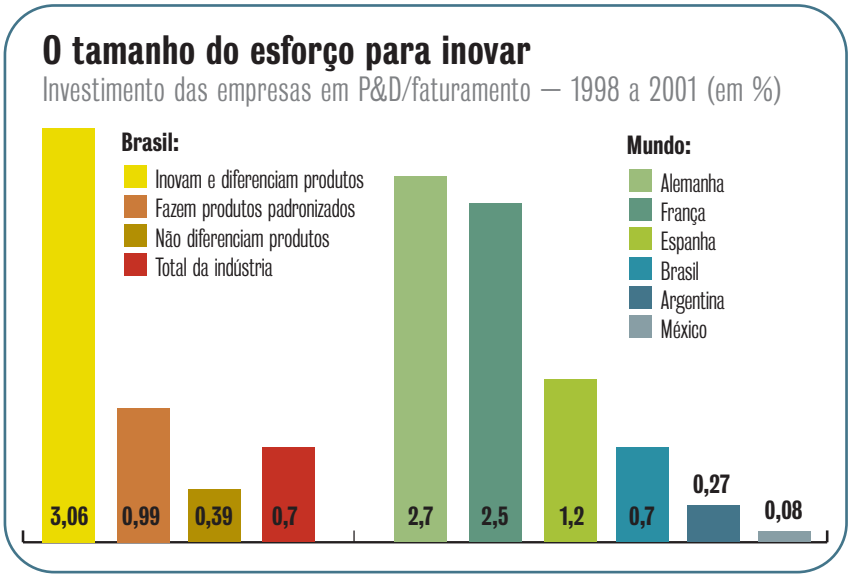
Ilustração: Orlando

sível chegar ao número de exportadoras potenciais. As empresas envolvidas na pesquisa compreendem 18% do total de firmas industriais brasileiras, com 5 milhões de empregados formais, cerca de 73% do emprego do setor, 88% do valor de transformação industrial e da receita líquida total e 89% das exportações da indústria.

Um convênio entre o Ipea e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) permitiu aos autores lidarem com as informações por firma, e não somente com dados agregados, desde que respeitadas as regras rigorosas de sigilo de informações individuais das empresas. "Não é amostra. São dados censitários, e são 11 anos de informações", destaca De Negri. "Acompanhamos ao logo do tempo aquelas que permanecem todo o tempo exportando, as que entram e saem do mercado internacional e aquelas que entram e permanecem."

Segundo De Negri, "a segunda grande evidência do trabalho é que, ao longo dos

Ao longo dos anos 1990, a mentalidade do empresariado brasileiro se alterou e



anos 1990, a mentalidade do empresariado brasileiro se alterou. Antes, as exportações eram vistas como uma coisa residual na estratégia de crescimento das empresas. Toda vez que a empresa tinha dificuldade em vender no mercado interno, ela acabava por exportar. O que aconteceu no período recente? Os empresários brasileiros perceberam que as exportações fazem parte da estratégia de crescimento das suas empresas, que não basta exportar, e sim estar fortemente voltado para o mercado externo, realizando inovação tecnológica".

"A cada 1% a mais em pesquisa e desenvolvimento (P&D) que uma empresa investe como proporção do seu faturamento, aumenta em 3% o seu coeficiente de exportações, que são as vendas externas que a empresa realiza, também na comparação com seu faturamento. É uma alta condição de se impulsionar a exportação através disso, uma alavancagem enorme", acrescenta De Negri. Além disso, o estudo mostra que as empresas que exportam crescem e investem mais e são mais produtivas. Os empregos gerados pelas empresas exportadoras são mais bem remunerados e mais estáveis. "As exportadoras pagam em média salários 55% maiores do que as não exportadoras, e para trabalhadores similares pagam prêmio de 19%", diz De Negri.

CEPAL "A inovação afeta a entrada da firma no mercado internacional e também a permanência dela no mercado externo. Isso é uma característica da dinâmica industrial brasileira, que distingue o Brasil de outros países da América Latina e também de outros países em desenvolvimento no mundo", acrescenta. Com a ajuda do escritório no Brasil da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), foi possível ter a mesma abertura de dados sobre as empresas da Argentina e do México e assim fazer comparações.

"Nós da Cepal intermediamos o acesso por parte dos técnicos do Ipea às bases de dados dos institutos de estatística do México e da Argentina, as bases de dados de empresas. E isso facilitou a aplicação do mesmo modelo. Com pequenos ajustes, o mesmo modelo que foi aplicado aqui no Brasil foi rodado com os dados argentinos e mexicanos. Isso obviamente permite uma comparação mais estreita entre os países. Ela mostra que o empenho do empresário típico brasileiro com relação à inovação é maior do que o que se observa nesses dois outros países da região", explica o diretor do escritório da Cepal no Brasil, Renato Baumann.

"Esse exercício também foi repetido com dados de países europeus, e a situação brasileira não fica muito distante da de alguns deles. Isso é importante porque contribui para a discussão sobre o nível de inovação que se tem hoje no Brasil, em comparação com indicadores agregados de outros países, como os asiáticos e industrializados. Esses dados não desqualificam que esse percentual é baixo, mas eles mostram que do ponto de vista da empresa há um empenho maior do que se supunha anteriormente", acrescenta Baumann.

Ele observa que, entretanto, "em termos agregados, o total do volume de recursos destinados a P&D sobre o Produto Interno Bruto (PIB) ainda é muito baixo, sendo necessárias ações mais intensas no sentido de elevá-lo. Esse é um ponto crucial e indiscutível. Mas, ao nível microeconômico, do empenho das empresas, há indicadores bastante razoáveis. O que não elimina a necessidade de políticas públicas, seja na provisão de recursos, ou todo o lote que vem relacionado com inovação, seja na relação entre a empresa e a universidade, institutos de pesquisa, etc.".

ARGENTINA "As empresas que inovam ao oferecer produtos no mercado brasileiro e que são as responsáveis por grande parte das exportações do Brasil investem em P&D quase nos mesmos níveis de países desenvolvidos", diz De Negri. "A Argentina, por exemplo, investe quase quatro vezes menos que o Brasil. Enquanto no caso brasileiro as empresas têm em torno de 24 pessoas ocupadas, em média, em P&D, na Argentina esse número não passa de seis por empresa. O Brasil é um país de especialização tecnológica produtiva intermediária. E nós temos condições de ocupar ainda mais espaço em setores de alta e média intensidade tecnológica, que são os setores de maior valor agregado."

Na média, as empresas do setor industrial brasileiro investem em P&D cerca de 0,7% do seu faturamento. Isto está longe da Alemanha e da França, que passam de 2,5%, mas se aproxima da Espanha (1,2%)

exportar deixou de ser residual para fazer parte da estratégia das empresas

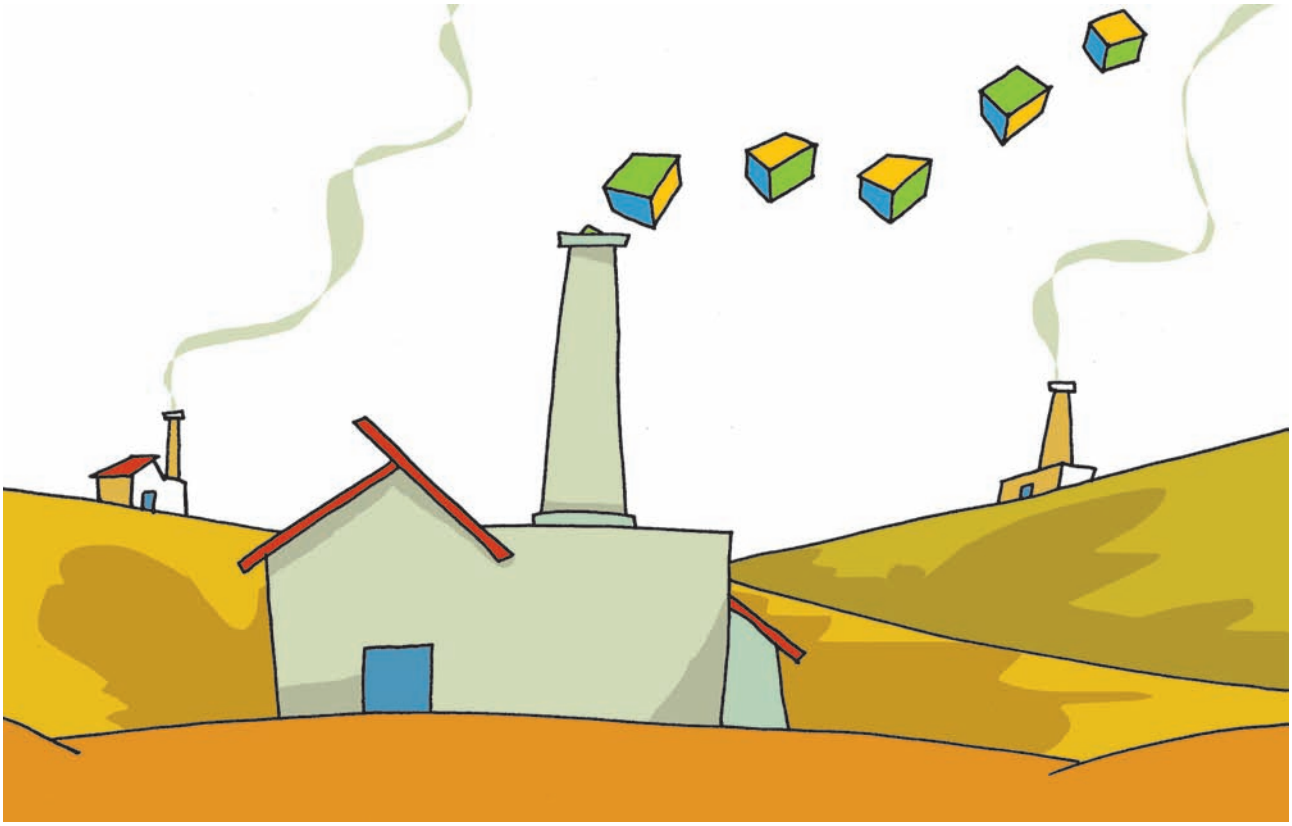


Ilustração: Orlando

e fica bem acima da Argentina (0,27%) e do México (0,08%). No caso do grupo de empresas brasileiras que inovam e diferenciam produtos, essa proporção sobe para 3,06%. "Observamos que a inovação tecnológica aumenta a produtividade da empresa e a torna exportadora. Quando a firma vai ao mercado externo, ela aprende com o mercado internacional, realiza novas inovações tecnológicas que a tornam ainda mais produtiva."

A pesquisa revela que, quando as empresas começam a exportar, têm no primeiro ano um ganho de produtividade de 27%, o seu nível de emprego cresce 20% e o faturamento, 50%, com relação às empresas que não exportam, em comparação com empresas que tinham a mesma probabilidade de exportar. No segundo ano, emprego e faturamento crescem 20%, mas os ganhos de produtividade se estabilizam, revela Bruno Araújo. Essas firmas que exportam diferenciam produtos e conseguem auferir preços-prêmio de no mínimo 30% nas suas exportações em relação a outras exportadoras brasileiras, informa o trabalho. A maioria das firmas brasileiras, entretanto, não diferencia produto, enfrenta problemas de produtividade e busca competir em mercados menos dinâmicos por meio de baixos preços e outras possíveis vantagens.

AMPLIAR A BASE "Existem muitas empresas industriais que não exportam, mas estão no limiar de exportar por possuírem características muito semelhantes às de algumas que já exportam. É importante detectar esse tipo de firma, porque o aumento do valor exportado deve necessariamente passar pela ampliação da base exportadora no futuro próximo, pois não se pode esperar que cresçam indefinidamente as vendas das empresas já exportadoras", diz Bruno Araújo.

Outra constatação do estudo é que as firmas voltadas para o mercado interno destacam-se por indicadores de competitividade menos favoráveis, o oposto ocorrendo para as empresas fortemente exportadoras. Um caso emblemático é a produtividade: as empresas fortemente exportadoras apresentam produtividade quase 2,3 vezes superior à das demais exportadoras, enquanto as firmas voltadas para o mercado interno atingem a metade da produtividade das potenciais exportadoras.

O trabalho também verificou que existe forte inércia associada ao fato de uma firma exportar ou não, isto é, o fato de uma empresa exportar hoje depende sobremaneira de ela ter exportado em períodos recentes. Ao longo do período pesquisado constatou-se que 76,8% das firmas classificadas como potenciais exportadoras em 2000 continuaram como não-exportadoras no período 2001-2003, enquanto 82,3% de suas contrapartes exportadoras já o eram no período 1998-1999.

A análise mostrou ainda que a elasticidade-renda do *quantum* exportado é o componente de maior relevância para

9 B - 09/20/2007 18:24:46

explicar o crescimento das exportações. Um aumento de 1% na renda dos países de destino de exportações brasileiras foi responsável por um crescimento de 2,1% no *quantum* exportado (considerando-se tudo o mais constante). Por sua vez, a elasticidade-preço das exportações mostrou-se negativa, conforme esperado e com valor de praticamente meio ponto percentual. Isto significa que uma queda de 1% nos preços ao exportador, em razão de, por exemplo, depreciação cambial, afeta positivamente o *quantum* exportado em 0,5%, tudo o mais constante. Já o crescimento de produtividade afetou pouco o *quantum* exportado, porém não de forma importante: ganhos de produtividade de 1% afetaram o *quantum* exportado em apenas 0,1%.

GESTÃO DIFUSA Os autores do trabalho também detectaram que existem quase 50 programas governamentais de apoio aos exportadores, classificados em seis modalidades – competitividade institucional, financeira, operacional, produtiva exportadora, comercial e de negociação –, espalhados por diversos órgãos.

Os indicadores de comércio exterior mostram que a partir de meados da década de 1990 há uma correlação positiva entre crescimento da economia e desempenho exportador. Este fato é relativamente novo, pois no passado as exportações eram vistas pelo empresariado bra-

As bases da pesquisa

A pesquisa criou uma classificação das empresas analisadas em três categorias:

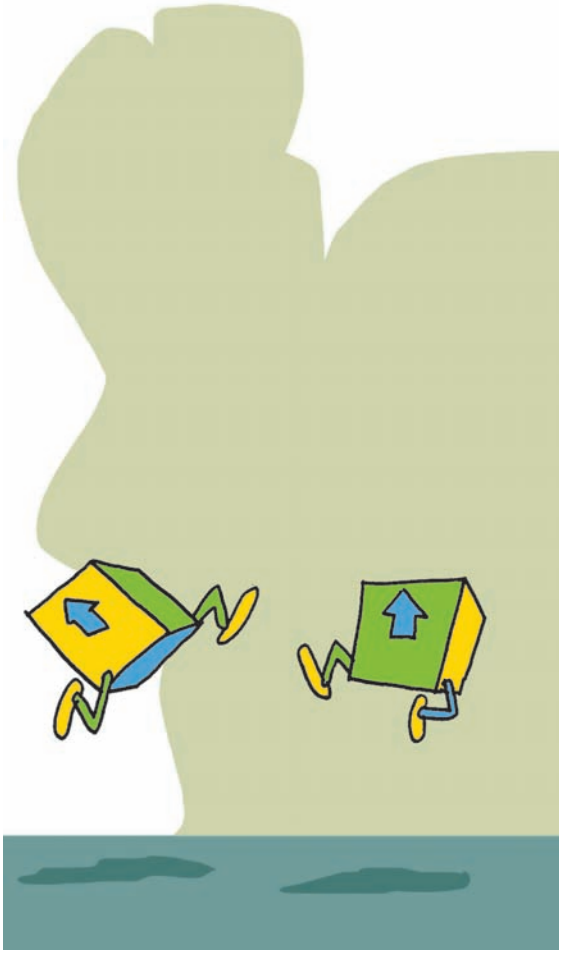
a) Firmas que inovam e diferenciam produtos, as quais realizaram inovação de produto para o mercado e obtiveram preço-prêmio acima de 30% nas suas exportações quando comparadas com as demais exportadoras brasileiras do mesmo produto. Nesse grupo estão incluídas, portanto, as firmas que adotam estratégias competitivas mais vantajosas, tendendo a criar mais valor, e compõem o segmento mais dinâmico que, apesar de constituir a minoria no número de firmas, tende a capturar parcela maior da renda gerada pela indústria.

b) Firmas especializadas em produtos padronizados, cuja estratégia competitiva impõe que o foco de sua atuação seja a redução de custos, em vez da criação de valor como na primeira categoria. São consideradas as firmas exportadoras não incluídas na categoria "a" e as não-exportadoras que apresentam produtividade simples do trabalho igual ou maior que as firmas que exportam nesta categoria. Tendem a ser atualizadas do ponto de vista de características operacionais como fabricação, gestão da produção, gestão da qualidade de conformação e logística, que são imperativos para sustentação de custos relativamente mais baixos, mas na média estão defasadas, relativamente à categoria anterior, no que se refere a outras armas da competição, como pesquisa e desenvolvimento, marketing e gerenciamento de marcas.

c) Firmas que não diferenciam produtos e têm produtividade menor, ou seja, demais firmas que não pertencem às duas categorias anteriores. São tipicamente empresas não-exportadoras, menores, que podem até mesmo inovar, mas são menos eficientes nos mais variados sentidos, que se mostram capazes de captar espaços em mercados menos dinâmicos através de baixos preços e outras possíveis vantagens.

O trabalho incluiu a integração de informações apuradas pela Pesquisa Industrial Anual (PIA) e pela Pesquisa de Inovação Tecnológica (Pintec), ambas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com a base de dados de comércio exterior da Secretaria de Comércio Exterior (Secex) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Mdic); da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE); e do Censo de Capitais Estrangeiros no Brasil (CEB) do Banco Central do Brasil (BC). O Ipea coordenou uma equipe de pesquisadores de diversas instituições.

Foi construída uma categorização de acordo com seu potencial exportador. A base dessa construção foi o algoritmo de Propensity Score Matching. Em vez de dividir as firmas apenas entre exportadoras e não-exportadoras, foi elaborada uma classificação composta de quatro níveis que, sobretudo, identifica firmas não exportadoras com nível de competitividade internacional semelhante ao de firmas que já o fazem. Essas firmas constituem foco preferencial, pelo menos no curto prazo, para políticas de ampliação da base exportadora. Os quatro níveis são: (1) firmas voltadas para o mercado interno; (2) firmas potenciais exportadoras; (3) firmas exportadoras; e (4) firmas fortemente exportadoras.



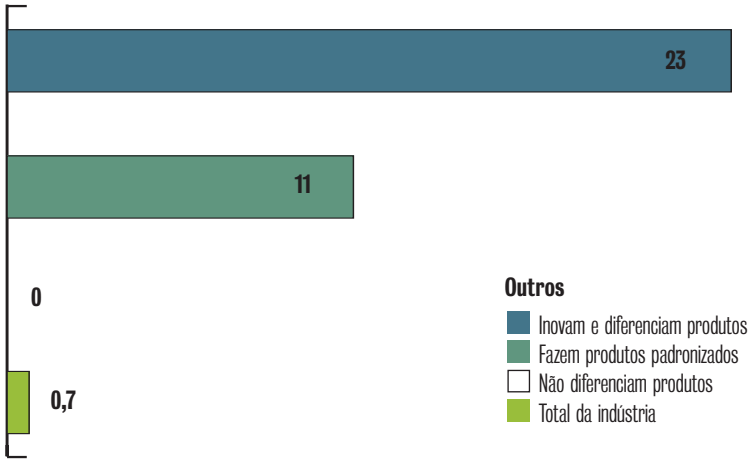
exportadoras, e várias vezes acima das voltadas para o mercado interno

sileiro como secundárias na estratégia de crescimento das firmas. Desta forma, as empresas buscavam o mercado externo basicamente quando o mercado interno estava em contração ou reduzia significativamente seu ritmo de crescimento.

"Empresas que perdem com o câmbio são as menos inovadoras, com problemas de escala. Por outro lado, há empresas que estão usando o câmbio baixo para importar equipamentos. Reduzir o debate das exportações para a questão cambial é miopia. O que define o debate hoje é a inovação. Inovar não é só alta tecnologia. A política de exportação não pode estar dissociada da política de inovação. Salvaguardas não resolvem o problema e fazem com que a sociedade sustente os elevados custos da ineficiência", diz Bruno Araújo.

Inovar é bom para os salários

Prêmio salarial — média aritmética no ano 2000 (em %)



Fonte: Ipea

Ilustração: Orlando

Além de variáveis microeconômicas, os resultados mostram que o crescimento da renda internacional tem impacto maior sobre o aumento do volume exportado do que o preço de venda. Por isso, os autores fazem um alerta: as exportações brasileiras são fortemente influenciadas pela renda do país de destino e, além disso, a desaceleração da economia mundial é geralmente acompanhada de queda dos preços dos produtos exportados pelo Brasil.

A opção por trabalhar apenas com informações de empresas com 30 ou mais pessoas ocupadas permitiu a municipalização das informações. Com isso, a pesquisa mapeou 15 centros dinâmicos da indústria brasileira ("aglomerações industriais espaciais"). Porto Alegre, Caxias do Sul, Joinville, Curitiba, Londrina, São Paulo, Rio de Janeiro, Volta Redonda, Belo Horizonte, Ipatinga, Vitória, Salvador, Recife, Natal e Fortaleza. Segundo esses dados, 250 municípios concentram 70% do emprego e 85% do valor das exportações. Considerando-se apenas o valor adicionado das firmas que inovam e diferenciam produtos, essa proporção se eleva a 98%. A região Sudeste responde por 79% do valor e 68% das exportações da indústria.