

EXPORTAÇÕES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Marco Aurélio Bedê*

Rafael de Farias Costa Moreira**

Flávia de Holanda Schmidt***

1 INTRODUÇÃO

O fomento ao crescimento forte e sustentado das exportações é parte da trajetória de inserção internacional soberana de um país. O Brasil, a despeito de estar registrando crescimento nas suas exportações de mercadorias ao longo da última década, o fez em ritmo menor que outros países emergentes (UNCTADSTAT, 2012). Soma-se a isto o fato de que um pequeno número de empresas de grande parte concentra grande parte das exportações nacionais.

Entre 1998 e 2011, o número de micro e pequenas empresas (MPEs) exportadoras no Brasil aumentou 31%, passando de 8.772 empresas para 11.535. No mesmo período, o valor das exportações das MPEs subiu de US\$ 1,6 bilhão para US\$ 2,2 bilhões, um aumento acumulado de 36%. Não obstante isso, dois aspectos relevantes precisam ser considerados: *i*) o conjunto das exportações brasileiras evoluiu a um ritmo ainda mais forte que o das MPEs; e *ii*) a trajetória de evolução das exportações por MPEs apresentou um desempenho diferenciado ao longo do tempo, com forte expansão até meados dos anos 2000 e retração na segunda metade da década.

Este artigo tem como objetivo apresentar uma análise preliminar do processo de expansão das exportações das MPEs brasileiras, no período compreendido entre 1998 e 2011,¹ apontando os principais desafios e oportunidades que permeiam a questão.

Além desta introdução, este artigo está organizado em cinco seções. A segunda seção faz uma breve revisão da literatura sobre a internacionalização de MPEs. Na seção seguinte, é feita uma análise do papel das MPEs nas exportações no contexto internacional. Em seguida, são apresentadas algumas características selecionadas das exportações das MPEs brasileiras no período 1998-2011. Segue-se a isto uma breve revisão das iniciativas em curso de apoio às exportações das MPEs brasileiras no período estudado. Por fim, são tecidas algumas considerações finais.

2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

A expansão geográfica é um dos caminhos mais importantes para o crescimento da firma (Lu e Beamish, 2001). As teorias comportamentais de internacionalização de empresas sugerem que a exportação seria a primeira etapa de um processo gradual de aquisição, integração e uso de conhecimento sobre mercados e operações externas (Johanson e Vahlne, 1977). A partir das experiências e do conhecimento, oriundos da atividade exportadora, a empresa passaria, em etapas incrementais, a aumentar o seu comprometimento com a atividade internacional e os mercados estrangeiros. Ainda que a discussão sobre o processo de internacionalização das firmas tenha sido incrementada desde a década de 1990, com o advento das teorias sobre empreendedorismo internacional

* Analista da Unidade de Gestão Estratégica (UGE) do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) Nacional.

** Analista da UGE do Sebrae Nacional.

*** Técnica de Planejamento e Pesquisa da Diretoria de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura (Diset) do Ipea.

1. Para a elaboração deste artigo foram usados dados sobre as exportações das MPEs brasileiras sistematizados pela parceria entre o Sebrae e a Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex), que durante mais de uma década monitoraram as estatísticas sobre este tema no Brasil, a quem os autores agradecem pela disponibilização das informações.

e das chamadas organizações *born globals* (Oviatt e McDougall, 1994), o que extrapola o escopo deste artigo,² exportar é tradicionalmente a forma mais popular de ingresso nos mercados internacionais, principalmente porque envolve poucos recursos, menores riscos e permite maior flexibilidade estratégica e estrutural (Leonidou, Paliawadana e Theodosiou, 2011), não só para as grandes, mas também para as pequenas empresas (Majocchi, Bacchiocchi e Mayrhofer, 2005).

De fato, a inserção internacional das firmas é justificável tanto em bases nacionais como para o nível das firmas (Leonidou e Katsikeas, 2010). Do ponto de vista nacional a atividade exportadora, além de criar empregos, é um mecanismo de troca entre os países, o que favorece o desenvolvimento de novas tecnologias e melhora os padrões de vida da população (Leonidou, *et al.*, 2007).

A constatação dos benefícios macroeconômicos da exportação é acompanhada, paralelamente, de um consenso sobre a capacidade – do ponto de vista microeconômico – de que a atividade exportadora traga diversos benefícios para as firmas engajadas. As exportações permitem às firmas adquirir novas competências, as tornam mais sensíveis a diferentes estruturas de demanda ao lidar com diversos contextos culturais (Czinkota, 2002). Ainda nesta mesma linha, sob uma ótica da visão baseada em conhecimento (*knowledge based view*), para Majocchi, Bacchiocchi e Mayrhofer (2005), ao vender para mercados externos, a firma tem a oportunidade de internalizar novos conhecimentos, de forma que, ao se tornar familiar com diferentes regras de mercado, ganha conhecimento institucional e, ao entrar em contato com clientes de diferentes gostos e preferências, adquire conhecimento de negócio. Soma-se a isto a constatação de que o desenvolvimento da habilidade da firma para sobreviver em cenários menos familiares é benéfico, mesmo para a sua atuação no mercado interno (Durmuşoğlu *et al.*, 2011). E mesmo as atividades inovativas podem ser fomentadas pela exigência de desenvolvimento de novos produtos e aperfeiçoamento de produtos existentes para atendimento das necessidades dos clientes externos (Seringhaus e Rosson, 1990).

As relações entre o tamanho da firma e o desempenho exportador já foram vastamente documentadas na literatura. Vinte e dois estudos foram encontrados, por Zou e Stan (1998), com resultados controversos. Os autores destacam que os resultados mais positivos são reportados quando o tamanho é operacionalizado pelas receitas totais da firma, enquanto efeitos negativos foram mais frequentes quando a medida de porte usada foi o número de funcionários. Sousa, Martínez López e Coelho (2008) também reportam resultados inconsistentes na revisão dos trabalhos sobre desempenho exportador publicados entre 1998 e 2005, reputados por eles à ausência de padronização entre as operacionalizações e critérios usados pelos diversos trabalhos. Firmas pequenas, no entanto, estão sujeitas ao chamado passivo do menor porte (*liability of smallness*, tratado por Aldrich e Auster, 1986). No processo de internacionalização, elas estão sujeitas a restrições de acesso ao capital, o que pode impactar negativamente o seu desempenho de exportação (Coviello e McAuley, 1999). De fato, o tamanho da firma é um indicativo da amplitude de sua base de recursos.

A despeito disso, o foco no fortalecimento da base exportadora a partir de pequenas e médias empresas é considerado por muitos autores uma estratégia adequada. Katsikeas, Deng e Wartzel (1997) sustentam que as organizações de menor porte, quando comparadas a grandes firmas já intensamente envolvidas em exportação, apresentam maiores possibilidades de aumentos nas exportações. Considerando, entretanto, que o processo de internacionalização destas firmas difere substancialmente de empresas multinacionais (Musteen, Francis e Datta, 2010) e que, no caso de economias emergentes, há predominância de firmas de pequeno porte, com carências de recursos e distantes dos mercados da Europa e da América do Norte (Contractor, Kumar e Kundu, 2007; Singh, 2009), o fato de que a maioria dos estudos realizados sobre desempenho exportador foi realizada no contexto de grandes empresas multinacionais em países industrializados revela a necessidade de que sejam intensificados os esforços para o desenvolvimento de estudos com foco no processo de internacionalização e no desempenho exportador de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em países em desenvolvimento.

2. Dib, Rocha e Silva (2010) recentemente discutiram a trajetória de internacionalização precoce de empresas brasileiras de *software*.

3 O CONTEXTO INTERNACIONAL

No cenário internacional, é difícil identificar a participação das MPEs no valor total das exportações mundiais. Uma das principais razões é a grande variedade de definições sobre MPEs. É comum o uso de muitas variáveis diferentes para a medição do porte das empresas, tais como: *i*) o número de empregados; *ii*) o valor de faturamento (bruto ou líquido); *iii*) o valor dos ativos; e *iv*) o valor das exportações. Há ainda países que adotam um critério misto. O contexto torna-se ainda mais complexo nos casos em que, dentro de um mesmo país, as próprias instituições oficiais utilizam critérios diferentes.³

Diante desta dificuldade, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE (2011) realiza um monitoramento sobre o tema, identificando a distribuição das exportações de 22 países por faixa de empregados, sem definir objetivamente quais faixas compõem o grupo das empresas de micro, pequeno, médio ou grande porte. Assim, tomando como referência os dados daquela instituição, verifica-se que a participação das empresas entre 0 e 49 empregados, no valor total das exportações, pode variar entre 7%, na Noruega, até 40%, no Chipre. Entre os extremos citados, estão países como os Estados Unidos (16%), Canadá (24%), Itália e França (27%).

No Brasil, de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (2012a), considera-se micro ou pequena empresa exportadora a que exporta e que possui até 49 empregados nos setores do comércio e serviços e até 99 empregados na indústria e que não tenha auferido no ano, com suas atividades exportadoras, valor superior a R\$ 3,6 milhões.⁴ Em 2011, estas empresas responderam por 0,9% do valor das exportações brasileiras (Sebrae, 2012). Usando-se como referência os países monitorados pela OCDE, onde a participação das MPEs nas exportações encontra-se entre 7% e 40% do valor total exportado, verifica-se que a participação das MPEs brasileiras no valor das exportações do país é relativamente baixa.

4 EXPORTAÇÕES DAS MPES BRASILEIRAS ENTRE 1998 E 2011

No Brasil, em 2011, 18.722 empresas realizaram exportações, totalizando um volume exportado de US\$ 255,6 bilhões. As 11.525 micro e pequenas empresas que exportaram naquele ano equivalem a 61,6% do total de empresas exportadoras. Estas empresas foram responsáveis por exportações no valor de US\$ 2,2 bilhões, um pouco menos de 1% do valor total exportado pelo país (Sebrae, 2012).

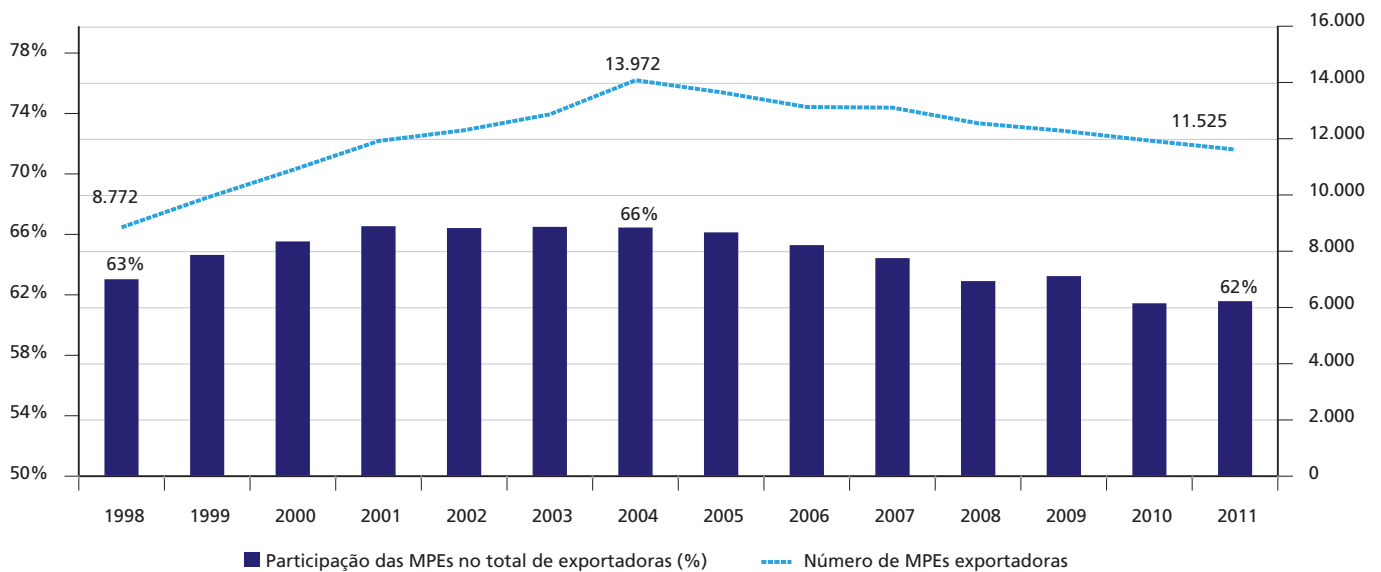
Entre 1998 e 2011, o número total de MPEs exportadoras passou de 8.772 para 11.525, um crescimento de 31% (gráfico 1). Já a participação relativa do número de MPEs exportadoras no total de empresas exportadoras existentes no país subiu de 63% em 1998, para 66% em 2004, registrando suave queda a partir daí, até 62% em 2011.

3. Este tema é discutido, para o caso brasileiro, em Nogueira e Oliveira (2013).

4. Limite alterado pela Lei Complementar nº 139, de 10 de novembro de 2011.

GRÁFICO 1

Número de MPEs exportadoras e participação relativa no total de empresas exportadoras existentes no país (1998-2011)

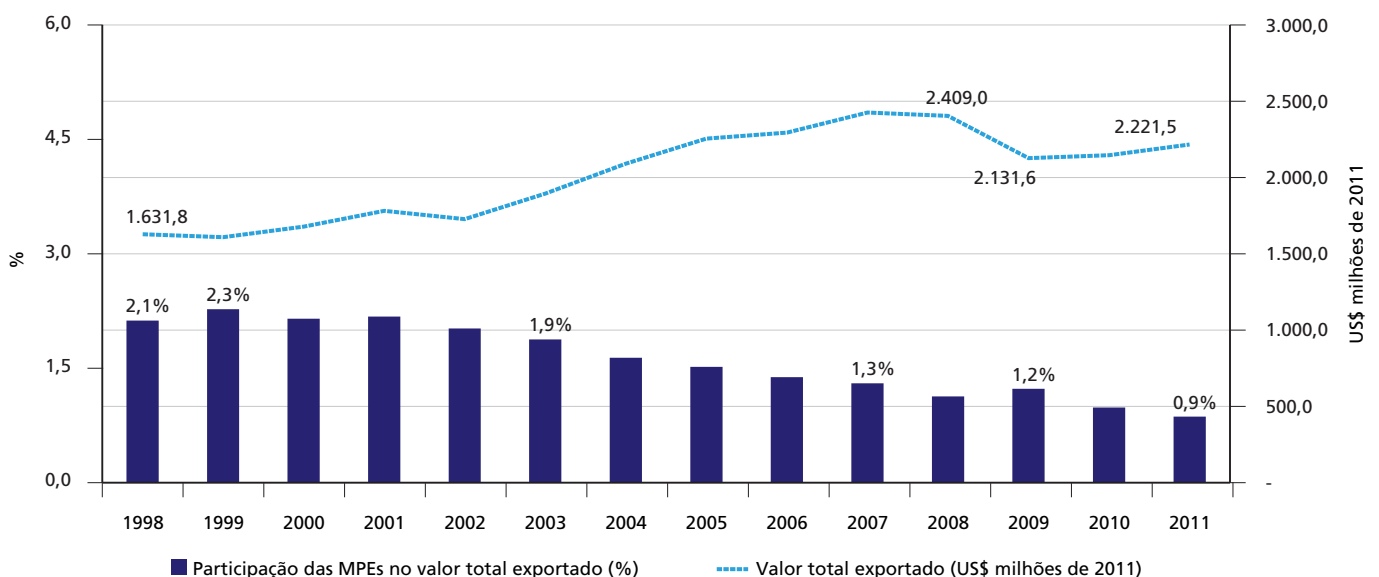


Fonte: Sebrae (2012a).

Com relação ao volume exportado pelas MPEs (gráfico 2), no mesmo período o valor total exportado por estas empresas saltou de US\$ 1,6 bilhão para US\$ 2,22 bilhões, um crescimento de 36% em termos reais. Contudo, a participação relativa das MPEs no valor total exportado oscilou ligeiramente acima dos 2% até 2002, e apresentou tendência de queda até chegar a 0,9% em 2011.

GRÁFICO 2

Valor exportado pelas MPEs exportadoras e participação relativa no valor total exportado pelo país (1998-2011)



Fonte: Sebrae (2012a).

Obs.: o valor das exportações foi convertido para dólares constantes de 2011 (deflacionado pelo PPI norte-americano).

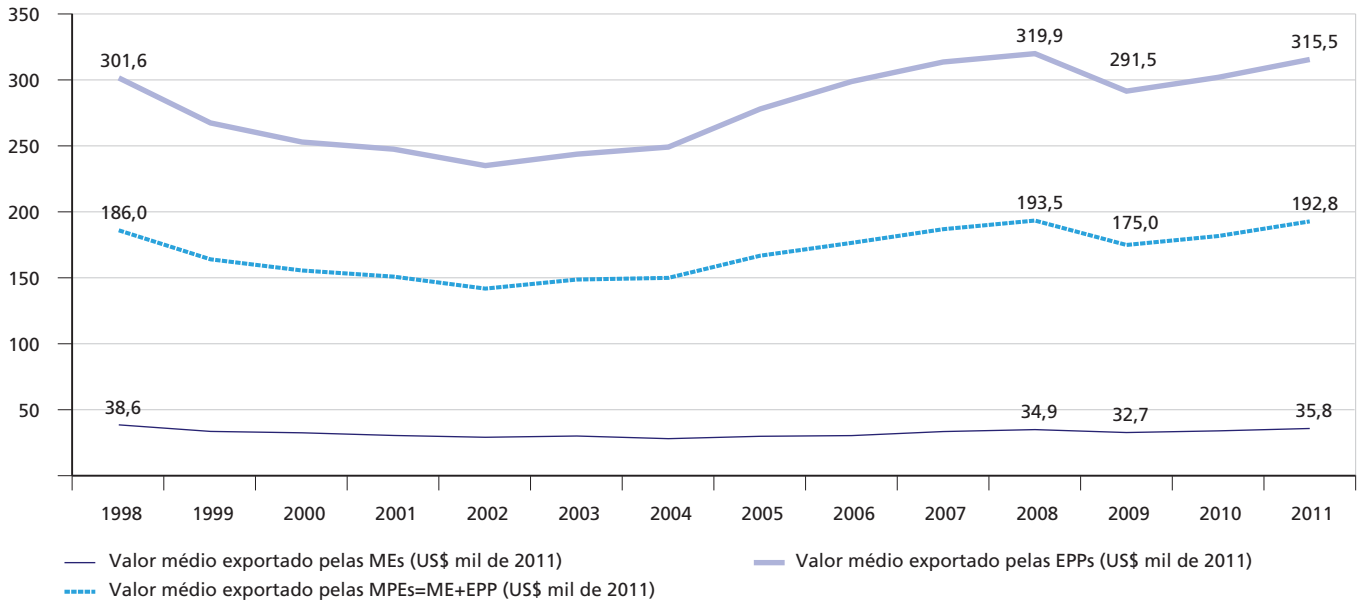
Apesar do crescimento absoluto do número de MPEs exportadoras e de seu valor exportado, no período analisado, os dados expostos apontam que, a partir de meados da década de 2000, houve uma tendência à queda na participação relativa destas empresas, tanto na proporção do valor exportado como na proporção de empresas exportadoras.

Esse fenômeno parece ser explicado mais por uma expansão forte das exportações por médias e grandes empresas do que por um resultado negativo das MPEs, uma vez que, no mesmo período, o valor médio de suas exportações apresentou ligeiro aumento, como indica o gráfico 3. Em 1998, o valor médio

exportado pelas MPEs foi de US\$ 186 mil, chegando a US\$ 192,8 mil em 2011 (expansão de 3,7% em termos reais).

GRÁFICO 3

Valor médio das exportações das MPEs, por empresa (1998-2011)
(Em US\$ mil constantes)



Fonte: Sebrae (2012a).

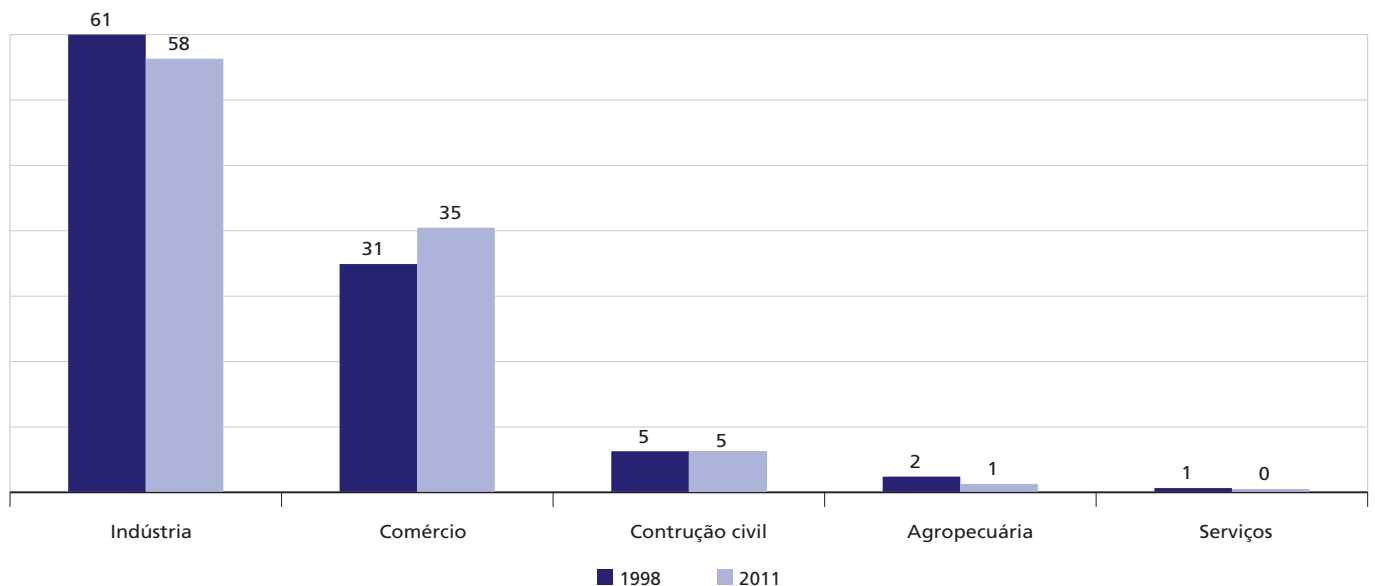
Obs.: 1. MPE = micro e pequena empresa; EPP = empresa de pequeno porte; e ME = microempresa.

2. O valor das exportações foi convertido para dólares constantes de 2011 (deflacionado pelo PPI norte-americano).

No que concerne aos setores de atividade das MPEs exportadoras, o gráfico 4 expõe os dados para 1998 e 2011. No último ano do período de análise, 58% eram empresas do setor industrial, quase 35% eram empresas comerciais, 5% de construção, 1% de agropecuária e menos de 1% de serviços. Esta proporção pouco se alterou quando comparada à verificada em 1998, exceção feita ao pequeno crescimento na participação do setor de comércio e à ligeira queda das empresas industriais.

GRÁFICO 4

Número de MPEs exportadoras segundo o ramo de atividade (1998 e 2011)
(Em %)



Fonte: Sebrae (2012a).

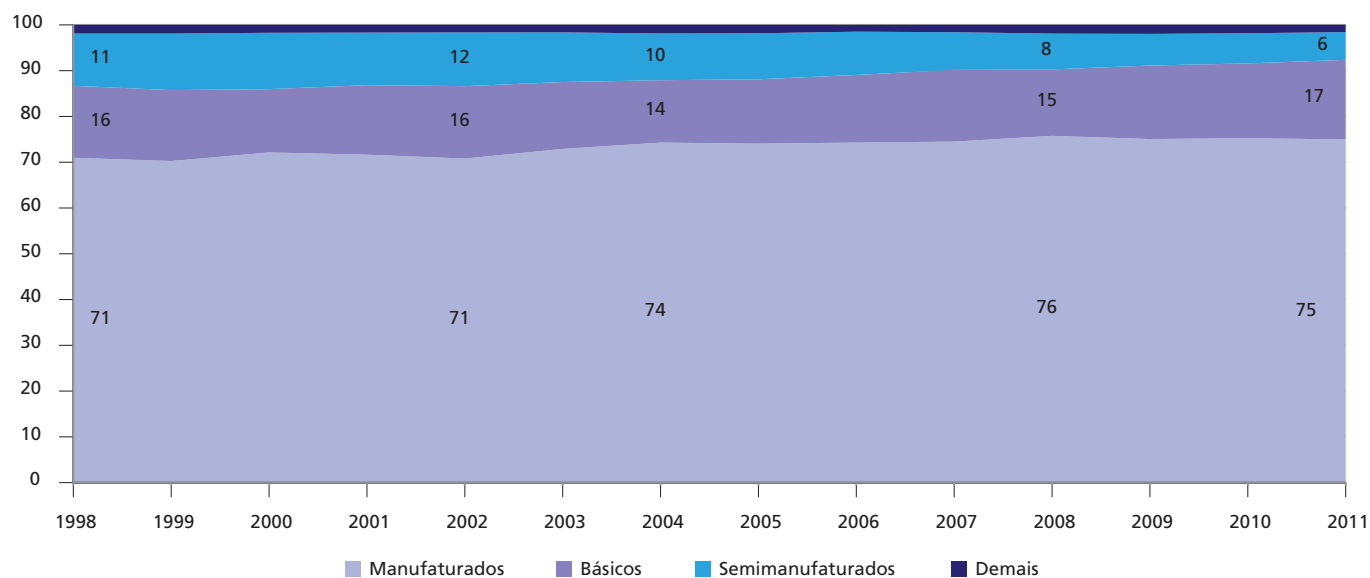
Ao contrário do que ocorre nas exportações das médias e grandes empresas, a maior parte do valor exportado pelas MPEs é referente a produtos classificados como manufaturados, e isso pouco mudou em quatorze anos. Em 1998, estes produtos respondiam por 71% das exportações das MPEs, participação que chega a 75% em 2011. Pouca alteração foi observada em relação às exportações de produtos básicos, que representavam 16% das exportações em 1998 e chegaram a 17% em 2011. A oscilação mais significativa deu-se no grupo de produtos semimanufaturados, cuja participação caiu de 11% em 1998 para 6% em 2011, restando 2% ainda para os demais produtos, tanto em 1998 quanto em 2011, como indica o gráfico 5.

A partir desses dados, verifica-se que há ligeira tendência de crescimento da participação relativa de produtos manufaturados – e queda dos produtos básicos e semimanufaturados –, no conjunto das exportações das MPEs. Tal movimento ajuda a explicar o ligeiro crescimento do valor médio exportado por essas empresas durante o período, como visto no gráfico 3, já que produtos manufaturados costumam ter maior valor agregado. Em que pese à composição elevada (e crescente) de manufaturados na pauta das exportações das MPEs, suas exportações de manufaturados cresceram a um ritmo mais modesto do que o das exportações de manufaturados das médias e grandes empresas, tendo a participação das MPEs passado de 2,6% do total das exportações de manufaturados do país em 1998 para 1,8% em 2011.

GRÁFICO 5

Composição do valor das exportações das MPEs, por classes de produtos (1998-2011)

(Em %)



Fonte: Sebrae (2012a).

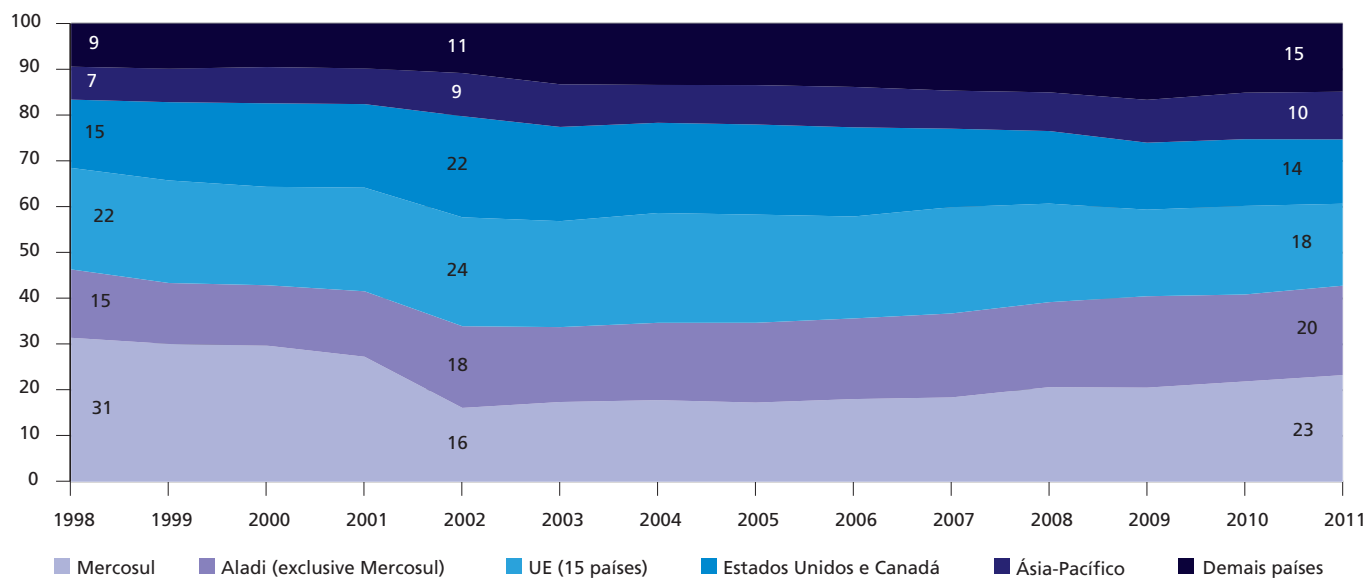
Em 1998, os principais mercados de destino das exportações das MPEs foram (gráfico 8): Mercosul (31%), União Europeia (22%), Associação Latino-Americana de Integração (Aladi)⁵ menos Mercosul (15%), Estados Unidos e Canadá (15%); Ásia-Pacífico (7%); e demais países (9%). Entre 1998 e 2011, houve uma mudança na composição dos mercados de destino, com uma queda relativa do Mercosul e União Europeia, bem como um aumento relativo dos mercados Ásia-pacífico e América Latina. Assim, em 2011, os principais mercados de destino das exportações das MPEs passaram a ser: Mercosul (23%), Aladi menos Mercosul (20%), União Europeia (18%), Estados Unidos e Canadá (14%), Ásia-pacífico (10%) e demais países (15%).

5. A Aladi é composta por treze países-membros: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.

GRÁFICO 6

Distribuição do valor exportado pelas MPEs, segundo blocos econômicos de destino (1998-2011)

(Em %)



Fonte: Sebrae (2012a).

Apesar de ter havido uma diversificação nos mercados alcançados pelas MPE, essas empresas ainda alcançam de forma restrita mercados promissores como o asiático, e focam seus esforços nas Américas e na União Europeia. Ainda que estes sejam mercados bastante amplos, não são os que mais têm crescido nos últimos anos, especialmente no período pós-crise. A despeito disso, considerando que a maior distância psíquica⁶ dos países de destino é bastante citada na literatura como um fator positivamente associado à propensão à internacionalização, o fato de que houve, no período, uma ênfase na expansão das relações comerciais para países fora do Mercosul, pode ser considerado positivo na trajetória de inserção externa deste conjunto de firmas.

Foi adicionalmente analisada a origem das MPEs exportadoras do país. A maior parte delas está concentrada nas regiões Sudeste e Sul. Cerca de 50% das MPEs exportadoras estão no estado de São Paulo,⁷ 14% no Rio Grande do Sul, 9% no Paraná, 9% em Minas Gerais, 8% em Santa Catarina, 5% no Rio de Janeiro e 3% no Espírito Santo. A comparação dessa distribuição com a das MPEs na Relação Anual de Informações Sociais (Rais) de 2011, que segue classificação similar para porte, indica algumas diferenças. São Paulo, por exemplo, responde por 31% das MPEs em geral; Rio Grande do Sul, segundo maior estado em número de MPEs exportadoras, é o terceiro em número de MPEs, com 10% do total. Já o Paraná, que representa 9% das MPEs exportadoras, tem participação similar no total de MPEs, com 8%.

A expressiva concentração dessas empresas em São Paulo e Rio Grande do Sul merece destaque. Uma explicação plausível é a de que MPEs de outros estados, quando exportam, podem não o fazer de forma direta, mas por meio de *trading companies*, por estarem afastadas dos canais de distribuição ou mesmo por falta de estrutura interna para fazê-lo. Esta hipótese, entretanto, não foi objeto de verificação deste estudo, e novas análises são necessárias para averiguar os motivos para esse fenômeno.

6. A distância psíquica é definida como a soma dos fatores que evitam o fluxo de informação "dos mercados" e "para os mercados". Como exemplos, há as diferenças de idioma, educação, práticas de negócio, cultura e desenvolvimento industrial. A distância psíquica é correlacionada com a distância geográfica, ainda que existam exceções (Johanson e Wiedersheim-Paul, 1975).

7. Há dupla contagem, pois algumas empresas operam em mais de uma Unidade da Federação.

5 APOIO À EXPORTAÇÃO DE MPES

Pesquisas empíricas já identificaram uma série de fatores explicativos sobre o desempenho exportador.⁸ Utilizando como referência a estrutura analítica já proposta na literatura, o apoio à exportação é um dos fatores externos, ligados ao mercado doméstico, e que são influentes no desempenho exportador da firma. Desta forma, uma vertente da pesquisa em negócios internacionais tem usado a utilização de instrumentos públicos de apoio à exportação (*export assistance*) como fator explicativo para o desempenho de exportação. Analogamente, no campo das políticas públicas, o apoio à exportação vem sendo usado em países industrializados desde o começo do século XX (Seringhaus e Botschen, 1991) e, mais recentemente, nas últimas décadas, o número de agências de apoio à exportação triplicou (Lederman, Olarreaga e Payton, 2010).

De todo modo, a literatura empírica sobre o tema registra que políticas governamentais têm impacto no desempenho das empresas exportadoras, em especial os programas de apoio à exportação (Schmidt e Silva, 2012). É mister ressaltar, entretanto, que há diferentes abordagens de apoio, e cada uma costuma ter impactos de natureza e abrangência diversa. Diante disso, é apresentado a seguir um breve panorama dos programas nacionais voltados para o apoio à internacionalização das MPes e também do padrão de inserção da economia brasileira na economia mundial.

5.1 Apoio à internacionalização das MPes no Brasil

O apoio à internacionalização parece ser um dos fatores que contribuiu para ampliar o número de MPes exportadoras no Brasil durante o período analisado. Com efeito, um conjunto de medidas de apoio à internacionalização das empresas foi implantado pelas entidades de apoio às pequenas empresas e viabilizado pelas políticas governamentais de promoção do comércio exterior.

No Brasil, programas de apoio governamental às exportações não são uma novidade. Desde a década de 1960 o país já havia organizado esforços governamentais com objetivo de incentivar as exportações das empresas nacionais (Shapiro, 1997). Entretanto, como salientam Veiga e Rios (2009), na década de 1980 a degradação da situação macroeconômica e as pressões dos principais parceiros comerciais do país levaram à gradual desmobilização das políticas de promoção das exportações que haviam sido implantadas nas décadas precedentes. Já a partir de meados da década de 1990, verificou-se um processo de remontagem de uma política de apoio à exportação, que envolveu, principalmente, o aperfeiçoamento da coordenação política das diversas agências que atuam no comércio exterior; os movimentos de desoneração tributária das exportações; e a ampliação das ações de crédito e financiamento das exportações. Este tripé foi reforçado nos anos seguintes e tem norteado, até hoje, as ações oficiais de promoção comercial (Brasil, 2011).

No período recente, um sistemático aperfeiçoamento destes mecanismos foi observado, inclusive com a adoção de medidas de desburocratização das exportações.⁹ Um exemplo disto foi a implantação do Exporta Fácil, mecanismo de exportação simplificada para exportações de pequeno valor, realizada por meio dos Correios (Veiga e Rios, 2009). Entre as ações oficiais de apoio destacam-se as linhas de financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES (Exim) e do Banco do Brasil (Proex), que beneficiam, por exemplo, bens de consumo intensivos em mão de obra, como calçados, têxteis, alimentos processados e móveis, além de *softwares* e serviços de engenharia, em especial para países latino-americanos e africanos (Catermol, 2010).

Na vertente da promoção comercial, destacam-se as ações da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Criada em 2003, esta entidade atua por meio de Programas Setoriais Integrados (PSI) desenvolvidos em parceria com entidades representativas de mais de setenta setores da economia brasileira. Entre estes setores estão, por exemplo, artesanato, mobiliário, têxtil, couro e calçados, rochas ornamentais, equipamentos médico-odontológicos, joias, máquinas e ferramentas, com forte presença de pequenas empresas

8. Uma ampla revisão sobre o tema é feita em Zou e Stan (1998) e em Sousa, Martínez López e Coelho (2008).

9. Uma revisão de programas recentes é feita em Pianto e Chang (2006).

(Brasil, 2011). Destacam-se ainda as ações de participações em feiras setoriais, rodadas de negócios, missões comerciais, parcerias com *trading companies* e divulgação dos produtos brasileiros no exterior (Apex-Brasil, 2010).¹⁰

Por fim, entre as entidades de apoio à internacionalização está também o Sebrae. A entidade participa de forma integrada com os programas governamentais de apoio à exportação. Destacam-se, entre suas ações, a organização de grupos de empresas produtoras em programas voltados para a competitividade e exportação, cursos, treinamentos, seminários e consultoria (Brasil, 2011; Campos *et al.*, 2011). A despeito de seu amplo potencial de contribuição para o desempenho exportador das empresas apoiadas, de forma geral, os programas e iniciativas públicas de apoio à exportação e promoção comercial ressentem-se de um mal ainda comum aos programas governamentais no Brasil: a ausência de monitoramento dos resultados das ações, de modo que não há, em muitos casos, comprovação da efetividade, em nível de firma, do gasto dos recursos destinados pelo país a estas ações.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre 1998 e 2011, o número de MPEs exportadoras no Brasil passou de 8.772 para 11.525 empresas, enquanto o valor das exportações das MPEs passou de US\$ 1,6 bilhão para US\$ 2,22 bilhões. Análise mais ampla da evolução das exportações brasileiras por porte de empresas, a preços constantes de dezembro de 2011, indica que nos últimos quatorze anos, tanto as MPEs quanto as médias e grandes empresas (MGEs) apresentaram uma evolução positiva de suas exportações. No entanto, comparativamente, as MGEs apresentaram uma expansão bem mais vigorosa, puxando o ritmo do conjunto das exportações brasileiras.

No período de análise deste trabalho, o valor das exportações das MPEs, em termos reais, cresceu 36%. No mesmo período, o valor das exportações das MGEs, em termos reais, cresceu 261%. A diferença no ritmo de expansão das exportações das MGEs e MPEs se acentuou a partir de 2003, quando se iniciou um ciclo de valorização dos preços de *commodities* no comércio internacional. Assim, entre 2003 e 2011, verifica-se uma queda mais forte da participação relativa das MPEs no valor total das exportações brasileiras.

A expansão das exportações dessas empresas foi bastante forte, em especial, nos primeiros anos analisados. A partir de 2005, com a mudança de tendência do câmbio, somada à expansão mais forte do consumo interno, parecem ter se reduzido os estímulos à expansão das exportações das MPEs. Concomitantemente a isto, com o forte crescimento da demanda e dos preços das *commodities*, estimulados pela expansão dos países emergentes asiáticos, verificou-se intensa ampliação das exportações agrícolas e minerais brasileiras, predominantemente por MGEs.

Com isso, verificou-se uma perda mais expressiva da participação relativa das MPEs nas exportações do país, apesar do aumento no valor médio exportado por estas empresas. Finalmente, desde o ápice da crise financeira internacional, em 2008, reforçou-se ainda mais essa perda de participação das MPEs brasileiras no comércio exterior. Uma justificativa possível é o fato de que entre os principais mercados de destinos das exportações das MPEs estão os países mais afetados pela crise (Europa e Estados Unidos) e os de baixo dinamismo econômico (América Latina). Apesar de as exportações das MPEs destinadas aos países asiáticos emergentes terem crescido, este crescimento foi muito mais modesto que o verificado entre as MGEs.

Diversos fatores de natureza macroeconômica e ambiental contribuem para os resultados do desempenho exportador das firmas nacionais. Se já é sabido que todos os fatores desse processo não são controláveis pelo governo brasileiro, a literatura, como já evidenciado, registra que políticas governamentais podem ser influentes no desempenho de exportação das firmas. Este artigo buscou traçar um panorama da atividade exportadora das micro e pequenas empresas brasileiras entre 1998 e 2011.

10. Em 2010, a Apex-Brasil apoiou a participação de empresas brasileiras em mais de novecentos eventos realizados no Brasil e no exterior. As ações beneficiaram 13.127 empresas, responsáveis por 16,10% da pauta exportadora do país (Apex-Brasil, 2010).

Um resultado interessante observado, posto que inesperado, foi a constatação de leve aumento da participação relativa de produtos manufaturados e a queda dos produtos básicos e semimanufaturados na pauta das MPes. Foram ainda brevemente retomadas algumas iniciativas de apoio à internacionalização das MPes, empreendidas principalmente por meio das ações da Apex-Brasil, Sebrae e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), que parecem ter contribuído para os resultados observados. Considerando, entretanto, que os recursos governamentais são escassos e exigem o máximo de esforços para a melhor eficiência alocativa, um objeto de estudo que se coloca para o futuro é avaliar, ao nível da firma, qual é o impacto dos programas governamentais de apoio à exportação sobre o desempenho exportador das empresas brasileiras.

REFERÊNCIAS

- ALDRICH, H.; AUSTER, E. R. Even dwarfs started small: liabilities of age and size and their strategic implications. **Research in organizational behavior**, v. 8, p. 165-198, 1986.
- APEX-BRASIL. **Relatório de Gestão 2010**. Brasília: APEX-BRASIL, 2010. 83 p.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Impactos do drawback verde-amarelo**. Brasília: MDIC, 2008. (Notas Técnicas, n. 7).
- _____. _____. Secretaria de Comércio Exterior. **Exportação brasileira – principais produtos – ordem decrescente**. Brasília: MDIC, jan./dez. 2010. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1295357665.doc>. Acesso em: 3 mar. 2013.
- _____. _____. Mecanismos de apoio às exportações de bens e serviços pelas micro e pequenas empresas brasileiras. **Fórum permanente das microempresas e empresas de pequeno porte**. Brasília, 69 p. jul. 2011.
- CAMPOS, T. M. *et al.* Internacionalização de micro e pequenas empresas: um estudo de caso sobre a atuação do Sebrae. **Revista da micro e pequena empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 1, p. 36-50, jan./abr. 2011.
- CATERMOL, F. O apoio à exportação no BNDES. **Revista brasileira de comércio exterior**, Rio de Janeiro, n. 104, p. 33-42, jul./set. 2010.
- COVIELLO, N. E.; MCAULEY, A. Internationalisation and the smaller firm: a review of contemporary empirical research. **MIR: management international review**, p. 223-256, 1999.
- CZINKOTA, M. R. Export promotion: a framework for finding opportunity in change. **Thunderbird international business review**, v. 44, n. 3, p. 315-324, 2002.
- DIB, L. A.; ROCHA, A.; SILVA, J. F. The internationalization process of Brazilian software firms and the born global phenomenon: examining firm, network, and entrepreneur variables. **Journal of international entrepreneurship**, v. 8, n. 3, p. 233-253, 2010.
- DURMUŞOĞLU, S. S. *et al.* The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: a multidimensional view of export performance. **Industrial marketing management**, 2011.
- FONSECA, R. G. Valorização cambial no Brasil e as armas para defender a indústria na guerra cambial. **Revista brasileira de comércio exterior**, Rio de Janeiro, n. 105, p. 24-30, out./dez. 2010.
- IMF – INTERNATIONAL MONETARY FUND. **World economic outlook database**: october 2012. 2012. Disponível em: <<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/02/weodata/index.aspx>>. Acesso em: 3 mar. 2013.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of international business studies**, p. 23-32, 1977.
- JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The internationalization of the firm – four Swedish cases 1. **Journal of management studies**, v. 12, n. 3, p. 305-323, 1975.
- KATSIKEAS, C. S.; DENG, S. L.; WARTZEL, L. H. Perceived export success factors of small and medium-sized Canadian firms. **Journal of international marketing**, v. 5, n. 4, p. 53-72, Dec. 1997.
- LEDERMAN, D.; OLARREAGA, M.; PAYTON, L. Export promotion agencies: do they work? **Journal of development economics**, v. 91, n. 2, p. 257-265, mar. 2010.
- LEONIDOU, L. C. *et al.* An analytical review of the factors stimulating smaller firms to export: implications for policy-makers. **International Marketing Review**, v. 24, n. 6, p. 735-770, 2007.

- LEONIDOU, L. C.; KATSIKEAS, C. S. Integrative assessment of exporting research articles in business journals during the period 1960-2007. **Journal of business research**, v. 63, n. 8, p. 879-887, 2010.
- LEONIDOU, L. C.; PALIHAWADANA, D.; THEODOSIOU, M. National export-promotion programs as drivers of organizational resources and capabilities: effects on strategy, competitive advantage, and performance. **Journal of international marketing**, v. 19, n. 2, p. 1-29, 2011.
- LU, J. W.; BEAMISH, P. W. The internationalization and performance of SMEs. **Strategic management journal**, v. 22, n. 6-7, p. 565-586, 1st June 2001.
- MAJOCCHI, A.; BACCHIOCCHI, E.; MAYRHOFER, U. Firm size, business experience and export intensity in SMEs: a longitudinal approach to complex relationships. **International business review**, v. 14, n. 6, p. 719-738, 2005.
- MUSTEEN, M.; FRANCIS, J.; DATTA, D. K. The influence of international networks on internationalization speed and performance: a study of Czech SMEs. **Journal of world business**, v. 45, n. 3, p. 197-205, July 2010.
- NOGUEIRA, M. O.; OLIVEIRA, J. M. **Da baleia ao ornitorrinco: contribuições para a compreensão do universo das micro e pequenas empresas brasileiras**. Brasília: Ipea, 2013.
- OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **Trade by enterprise characteristics: exports by size class**. Disponível em: <<http://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=29056>>. Acesso em: 3 mar. 2013.
- OVIATT, B. M.; MCDUGALL, P. P. Toward a theory of international new ventures. **Journal of international business studies**, v. 25, n. 1, p. 29-41, 1994.
- PIANTO, D. M.; CHANG, L. O potencial exportador e as políticas de promoção das exportações da Apex-Brasil. In: DE NEGRI, J. A.; ARAÚJO, B. C. P. O. (Orgs.). **As empresas brasileiras e o comércio internacional**. Brasília: Ipea, 2006.
- RESENDE, M. F. C. *et al.* **Instrumentos fiscais e financeiros de apoio às exportações e múltiplas taxas de câmbio setoriais no Brasil**. [s.l.]: ANPEC, 2009. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2009/inscricao.on/arquivos/099-2833dfaef91c6dc5d4756a75a74ffa3d.pdf>>.
- RIBEIRO, F. J. A evolução da balança comercial brasileira no período 1985-2008. **Revista brasileira de comércio exterior**, Rio de Janeiro, n. 100, p. 12-25, jul./set. 2009.
- SCHMIDT, F.; SILVA, J. **Apoio à exportação: evidências empíricas e desafios para futuras pesquisas**. Rio de Janeiro: Ipea, nov. 2012. (Texto para Discussão, n. 1.785). Disponível em: <<http://econpapers.repec.org/paper/ipeipetds/1785.htm>>. Acesso em: 4 jan. 2013.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **As micro e pequenas empresas na exportação brasileira 1998-2011**. Brasília: Sebrae, 2012a. 139 p.
- _____. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2012**. Brasília: Sebrae, 2012b. 284 p.
- _____. **As pequenas empresas do Simples nacional**. Brasília: Sebrae, 2011c. Mimeografado.
- SERINGHAUS, F. H.; ROSSON, P. J. **Government export promotion: a global perspective**. London: Routledge London, 1990.
- SERINGHAUS, F. H.; BOTSCHEN, G. Cross-national comparison of export promotion services: the views of Canadian and Austrian companies. **Journal of international business studies**, v. 22, n. 1, p. 115-133, 1991.
- SHAPIRO, H. **Review of export promotion policies in Brazil**. p. 69, 1997.
- SOUSA, C. M. P.; MARTÍNEZ LÓPEZ, F.; COELHO, F. The determinants of export performance: a review of the research in the literature between 1998 and 2005. **International journal of management reviews**, v. 10, n. 4, p. 343-374, 1st Dec. 2008.
- VEIGA, P. M.; RIOS, S. P. 25 anos de política comercial no Brasil: continuidade e mudança. **Revista brasileira de comércio exterior**, Rio de Janeiro, n. 100, p. 26-33, jul./set. 2009.
- ZOU, S.; STAN, S. The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997. **International marketing review**, v. 15, n. 5, p. 333-356, 1998.