

Aglomerações produtivas e internacionalização de pequenas empresas

Local productive systems and internationalization of small companies

Márcia Freire de Oliveira¹ e Ana Lúcia Vitale Torkomian²

Resumo

Este artigo busca destacar a internacionalização de pequenas empresas inseridas em aglomerações produtivas, observando aspectos característicos dessas que possam facilitar o processo de internacionalização daquelas organizações. A pesquisa tem como pressuposto que as pequenas empresas localizadas em aglomerações produtivas possuem vantagens para entrar no mercado externo quando comparadas às empresas localizadas de forma isolada, facilitando a superação das dificuldades como: necessidade de adaptação e modificação dos processos produtivos, desconhecimento de procedimentos burocráticos; dificuldade em divulgar seus produtos no exterior; falta de informação sobre o mercado dos países que almejam operar; falta de acesso a fontes de financiamento, dificuldade no cumprimento dos prazos contratuais etc. Isso acontece porque quando aglomeradas, as pequenas empresas se beneficiam de economias externas locais como: relações sociais que favorecem a cooperação, utilização de mão-de-obra local especializada, reforço da identidade da região, atração de compradores internacionais, maior poder de barganha frente a entidades de apoio (sindicatos, governo, universidades, associações de classe, bancos), entre outras. A pesquisa realizada é do tipo qualitativa, sendo a técnica de coleta de dados utilizadas a de levantamento bibliográfico. Os resultados encontrados através da literatura pesquisada confirmam o pressuposto da pesquisa, mas mostram também que há uma carência de estudos empíricos que busquem comprovar ou refutar esta afirmação em aglomerações de pequenas empresas brasileiras.

Palavras-chave: Pequenas empresas. Aglomerações produtivas. Exportação. Internacionalização.

Abstract

This paper searches to emphasize the internationalization of small companies inserted in local productive systems, observing characteristics aspects of them that can facilitate the internationalization process of those organizations. The research has as supposition that the small companies situated in local productive systems possess advantages to enter in the external market when compared with enterprises that have isolate localization, facilitating the overcoming of difficulties as: the necessity of adaptation and modification of the productive processes; the unfamiliarity with the bureaucratic procedures; the difficulty in advertise their products in the external market; the lack of information about the market of the countries that they would operate; the access lack of the sources of financing; the difficulty to fulfill the contractual stated periods etc. This happens because when agglomerated, the small companies are benefited of external economies as: the social relations that favor the cooperation; the local use of specialized man-power; the reinforcement of the identity of the region; the attraction of international purchasers; the greater bargaining power with the support entities (unions, government, universities, associations, banks), among others. The research is of the qualitative type and the technique used to data collection is the bibliographical survey. The results founded throught the researched literature confirm the supposition of the research, but they also show that exist a lack of empirical studies that attempt to prove or to refute this affirmation in Brazilian local productive systems composed of small companies.

Keywords: Small companies. Local productive systems. Exportation. Internationalization.

Introdução

O Brasil goza de pouca representividade no comércio internacional mundial. A exportação nacional atingiu US\$ 58 bilhões em 2001 e US\$ 60 bilhões em 2002, o que corresponde a 12% do PIB e a 1,2% do total mundial exportado e, quando se levam em conta exportações mais importações, em 2001, a representatividade em relação ao PIB é de apenas 23% (IEDI, 2003).

¹ marciaf@dep.ufscar.br - Doutoranda em Engenharia de Produção. Universidade Federal de São Carlos.

² torkomia@power.ufscar.br Departamento de Engenharia de Produção. Universidade Federal de São Carlos

Dentro do contexto exportador brasileiro, a participação da pequena empresa é baixa. Em 2000, essas empresas representaram 29,5% do número de empresas exportadoras, mas apenas 7% do volume exportado. Ao mesmo tempo, as pequenas empresas apresentam um grande potencial de expansão não só pelo número dessas empresas existentes no país como pela diversidade de produtos que elas oferecem.

As pequenas empresas enfrentam várias dificuldades para operarem no mercado externo, como: necessidade de adaptação e modificação dos processos produtivos, desconhecimento de procedimentos burocráticos; dificuldade em divulgar seus produtos no exterior; falta de informação sobre o mercado dos países que almejam operar; falta de acesso a fontes de financiamento, dificuldade no cumprimento dos prazos contratuais etc.

Acredita-se que as pequenas empresas localizadas em aglomerações produtivas possuem vantagens para entrar no mercado externo, quando comparadas às empresas localizadas de forma isolada, facilitando a superação das dificuldades citadas no parágrafo anterior. Isso acontece porque, quando aglomeradas, as pequenas empresas se beneficiam de economias externas locais, como: relações sociais que favorecem a cooperação, utilização de mão-de-obra local especializada, o reforço da identidade da região, a atração de compradores internacionais, maior poder de barganha frente a entidades de apoio (sindicatos, governo, universidades, associações de classe, bancos), entre outras.

Assim, este artigo busca, através de um levantamento bibliográfico, destacar a internacionalização de pequenas empresas que estão inseridas em aglomerações industriais, enfatizando como as economias externas locais podem facilitar a internacionalização daquelas organizações. Serão ilustrados dois casos de aglomerações produtivas brasileiras cujas pequenas empresas (não em sua totalidade) atuam no mercado externo, e ao final do artigo serão feitas proposições de estudo.

2 Pequenas empresas: classificação e importância

No Brasil, o papel da pequena empresa no desenvolvimento econômico nacional é bastante significativo, tendo em vista sua contribuição para a geração de emprego e renda no país.

As pequenas empresas podem ser classificadas de acordo com critérios qualitativos (ex: estrutura administrativa) ou quantitativos (ex: número de empregados, faturamento). Um critério quantitativo bastante utilizado para classificar as empresas é o estabelecido pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que é o mesmo adotado pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa). Em tal classificação, o porte das empresas é definido de acordo com o número de funcionários combinado com o setor ao qual a empresa pertence (Quadro 1).

Segundo o Sebrae (2004a), a partir de dados fornecidos pelo IBGE relativos ao ano de 2001, o número de empresas formais em atividade no Brasil é de 4,63 milhões. As micro e pequenas representam 99,2% do total e apenas 0,3% das empresas são de grande porte.

Porte	Nº de funcionários (indústria)	Nº de funcionários (comércio e serviço)
Micro	0-19	0-9
Pequena	20-99	10-49
Média	100-499	50-99
Grande	Acima de 500	Acima de 100

Quadro 1: Classificação das empresas segundo o número de empregados (Sebrae, 2000)

Fonte: Pesquisa Direta

Conforme dados da Tabela 1, a geração de empregos das empresas formais representa um total de 25,8 milhões de ocupações na economia formal urbana (excluídos os empregados no setor público), ou seja, cerca de 34% de toda a população econômica ativa ocupada no Brasil. Daquele total, 56,1% estão empregados em micro e pequenas empresas, alcançando 14,5 milhões de pessoas. O setor que mais emprega nas micro e pequenas empresas é o comércio, com um total de 6,0 milhões de ocupações (SEBRAE, 2004a).

Tabela 1: Número de pessoas ocupadas, por porte de empresa e setor de atividade.

Setor de Atividade	Micro		Pequena		Média		Grande		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Indústria	1.845.644	24,1	1.755.165	22,9	1.614.144	21,0	2.451.844	2,0	7.666.797	100
Comércio	4.337.486	58,6	1.645.363	22,2	314.917	4,3	1.104.928	4,9	7.402.694	100
Serviços	2.986.149	27,7	1.932.571	17,9	696.183	6,5	5.172.913	47,9	10.787.816	100
Total	9.169.279	35,5	5.333.099	20,6	2.625.244	10,1	8.729.685	3,8	25.857.307	100

Fonte: SEBRAE (2004a), elaborado a partir de dados fornecidos pelo IBGE. Obs: não incluídos órgãos governamentais

As micro e pequenas empresas pagaram salários e outros rendimentos aos seus empregados e proprietários no valor total de R\$ 49,7 bilhões, valor que representa 25,6% de toda a massa salarial e outros rendimentos distribuídos pela totalidade das empresas (SEBRAE, 2004a), o que é demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2: Massa de salários pagos, por porte de empresa e setor de atividade – 2001. Valor (R\$ 1,0 bilhão)

Setor de Atividade	Micro		Pequena		Média		Grande		Total	
	R\$	%	R\$	%	R\$	%	R\$	%	R\$	%
Indústria	6,2	8,2	11,0	14,6	16,8	22,3	41,4	54,9	75,4	100
Comércio	6,6	24,8	7,6	28,6	2,2	8,3	10,2	38,3	26,6	100
Serviços	6,9	7,4	11,4	12,4	5,9	6,4	68,1	73,8	92,3	100
Total	19,7	10,2	30,0	15,4	24,9	12,8	119,7	61,6	194,3	100

Fonte: SEBRAE (2004a), elaborado a partir de dados fornecidos pelo IBGE. Obs: não incluídos órgãos governamental.

3 A Internacionalização de empresas

O quadro externo atual, caracterizado em particular pela interdependência das economias, a globalização dos mercados e a mundialização da concorrência criou novas oportunidades mas também desafios, que levaram as empresas a desenvolver esforços na adoção de estratégias de internacionalização.

Segundo Szapiro & Andrade (2001), a internacionalização pode ser definida como o conjunto de atividades que a empresa desenvolve fora dos mercados que constituem seu entorno geográfico natural e vem sendo crescentemente objeto de política em grande parte dos países desenvolvidos e em alguns em desenvolvimento.

De acordo com LEMAIRE et. al. (1997), o desenvolvimento internacional das empresas corresponde a uma necessidade que as mudanças recentes do ambiente econômico mundial progressivamente colocaram em evidência, sendo elas:

- √ a tendência à globalização das economias e mercados, que se firmou depois de uma ou duas décadas, dentro de um cenário em que as dificuldades de trocas de bens, serviços e capitais diminuiu sensivelmente;
- √ o processo de abertura internacional inevitável à grande parte das empresas.

Os autores ainda colocam que é importante que a empresa trace uma estratégia de internacionalização, antes de ingressar no mercado externo. Tal estratégia é composta das seguintes etapas:

- √ fase preliminar: identificação dos fatores que favorecem e dificultam a internacionalização da empresa. Nesta fase, é feita a análise das mudanças do ambiente internacional e do contexto concorrencial do setor;
- √ definição e revisão dos objetivos principais da estratégia de internacionalização (quais são os objetivos e expectativas da empresa, que benefícios ela deseja alcançar);
- √ determinação dos elementos-chave da estratégia de internacionalização: definição dos mercados que a empresa pretende atingir e de que forma (modo de presença) ela pretende atingir o mercado externo;
- √ definição dos recursos necessários para a internacionalização: jurídicos, logísticos, marketing, assim como o levantamento da necessidade de capital necessário para cada um deles;
- √ operacionalização das ações;

✓ avaliação dos resultados e proposição de medidas corretivas.

Para as pequenas empresas, o processo de internacionalização é mais complexo, em comparação com as grandes organizações devido às dificuldades peculiares que apresentam, por exemplo: fabricação de produtos com nível de qualidade aceitável nos mercados externos, falta de tempo para gerenciar as atividades internacionais, falta de informação adequada para se desenvolver no mercado externo, barreiras burocráticas, dificuldade em encontrar intermediários no exterior (agentes de exportação, representantes, empresa comercial) etc.

De acordo com Caldeira (2002), enquanto as grandes empresas (com uma dimensão internamente adquirida, algum aprofundamento do negócio internacional, uma mentalidade internacional e conhecimento dos mercados) conseguem “ultrapassar etapas” da internacionalização e lançar-se no investimento direto, as pequenas empresas internacionalizam-se de acordo com as oportunidades detectadas, muitas vezes sem qualquer estratégia definida.

Segundo Julien (2000), é possível distinguir seis grupos de pequenas e médias empresas (PME) quanto à sua inserção no plano internacional (Figura 1):

- ✓ o grupo 1 refere-se às PME locais (ou regionais) que se limitam a utilizar recursos nacionais para assegurar a produção e distribuem em mercados relativamente próximos (local, regional e às vezes nacional);
- ✓ O grupo 2 representa as empresas que atuam no mercado local, sendo suscetíveis a sofrer concorrência de empresas internacionais. O modo de produção, os materiais e a tecnologia utilizados pelas empresas deste grupo se modernizam rapidamente, podendo sofrer concorrência de novos produtos e de novas tecnologias;
- ✓ o grupo 3 representa as PME que atuam no mercado local, mas que adquirem todos ou parte dos insumos no mercado internacional;
- ✓ o grupo 4 representa as pequenas empresas que se aproveitam da abertura do mercado internacional para exportar para um ou poucos países. Essas empresas podem exportar de modo esporádico, de acordo com os pedidos eventuais dos compradores internacionais, ou podem exportar de forma freqüente, elaborando e colocando em prática uma estratégia de exportação e aplicando recursos específicos para serem capazes de realizá-la;
- ✓ o grupo 5 designa as empresas que associam seu desenvolvimento à exportação. No início, elas recorrem a recursos externos e, gradualmente, internalizam seus recursos para melhor operar em seus mercados;
- ✓ o grupo 6 representa as empresas que exportam indiretamente. Algumas dessas empresas operam através de terceirização de empresas que se localizam no mercado externo; outras funcionam em rede para melhor penetrar no mercado internacional.

Szapiro & Andrade (2001) colocam que é necessário às empresas que elas tenham capacidade de implementar decisões estratégicas, tais como uma maior capacidade de investimento e participação em redes de firmas, alianças com agentes locais, capacitação para acessar mercados no exterior, capacitação junto com outros atores para promover marcas próprias e promoção de sua imagem junto a potenciais clientes no exterior. É preciso ainda que elas tenham acesso a um conjunto de informações, tanto com relação aos nichos de mercado no exterior que elas podem explorar, como em relação às formas de acesso a esses nichos.

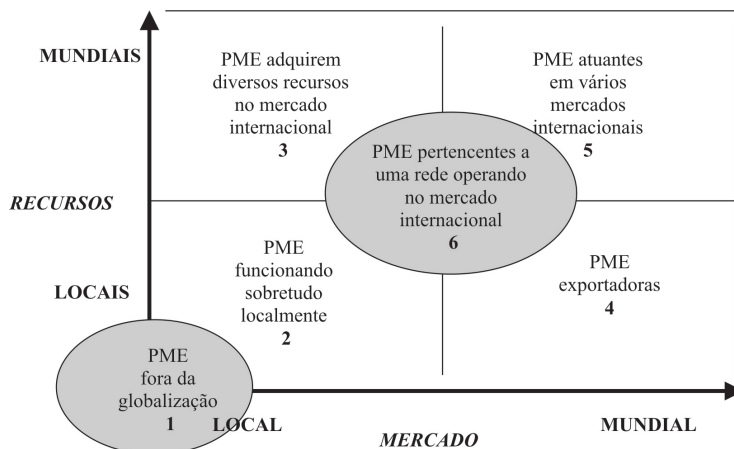


Figura 1: Tipos de empresas segundo a localização dos recursos utilizados segundo a destinação das vendas (JULIEN, 2000).

No Brasil, o papel da pequena empresa na transformação e no crescimento das exportações brasileiras ainda tem sido pouco expressivo, uma vez que elas produzem produtos diferenciados, mas em escalas reduzidas, concentrando seus esforços nas vendas destinadas ao mercado doméstico.

De acordo com a FUNCEX (2002), as pequenas empresas brasileiras representavam em 2000, 29,5% do total das empresas exportadoras nacionais, mas eram responsáveis por apenas 7% do volume das exportações. Já a grande empresa, no mesmo ano, foi responsável por 68,7% das exportações.

Tabela 3: Valor exportado por empresas industriais classificadas segundo o tamanho da firma – 1998, 2002 e 2003

Tamanho	Valor (US\$ milhões)			Participação (%)		
	1998	2002	2003	1998	2002	2003
Micro ¹	102,8	126,3	132,4	0,2	0,2	0,2
Pequena ²	984,1	1.223,2	1.382,8	2,3	2,4	2,2
MPE Especial ³	2.335,6	1.744,5	2.251,2	5,4	3,4	3,6
Média	7.974,4	7.755,9	9.637,5	18,5	14,9	15,4
Grande	3.1682,3	41.089,4	49.128,0	73,5	79,1	78,6
Empresa não Classificada	37,7	2,6	0,7	0,1	0,0	0,0
Total das empresas industriais	43.116,9	51.941,9	62.532,7	100,0	100,0	100,0

¹ empresas industriais com até 19 funcionários e exportações anuais de até US\$ 300 mil

² empresas industriais de 20 à 99 funcionários e exportações anuais de US\$ 300 mil à US\$ 2.500 mil

³ micro e pequenas empresas industriais (0 à 99 funcionários) e exportações anuais acima de US\$ 2.500 mil

Fonte: SEBRAE (2004b), elaboração: SECEX/MDIC, RAIS/MT e IBGE (PIA e Cadastro Central de Empresas).

Segundo dados do SEBRAE (2004b), as micro e pequenas empresas industriais (considerando as especiais) exportaram US\$ 3766,4 milhões em 2003, correspondendo a 6% do valor exportado do país, números bastante inferiores quando comparados às grandes empresas que exportaram US\$ 49.128,00, representando 78,6% do valor exportado (Tabela 3).

Em relação à frequência exportadora, conforme demonstrado na Tabela 4, existem diferenças significativas entre as empresas médias e grandes, de um lado, e as micro e pequenas, de outro. Entre as duas primeiras, os exportadores contínuos, no período de 1997 a 2002, representavam mais de 60% da base exportadora. Já em relação às duas últimas, a participação dos exportadores contínuos, no mesmo período, corresponde de 23% a 30% da base exportadora. No entanto, a participação das empresas iniciantes e desistentes é bem mais alta entre as micro e pequenas empresas em comparação com as médias e grandes (MARKWALD & PESSOA, 2003).

Tabela 4: Frequência exportadora segundo o tamanho da firma 1997/2002.

Frequência	Micro e pequenas empresas						Médias e grandes empresas					
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Exportadora												
Número de empresas (em %)												
Contínua	30,7	30,3	26,8	24,7	23,5	22,8	60,7	61,8	61,6	60,5	58,5	60,4
Assídua	17,5	26,1	31,7	29,8	24,5	19,2	15,5	19,9	24,0	24,1	21,1	18,4
Esporádica	6,5	8,5	17,1	18,0	11,4	9,1	3,7	3,9	6,0	7,8	7,3	14,4
Iniciante	-	-	-	27,5	40,7	49,0	-	-	-	7,7	13,3	14,4
Desistente	45,2	35,1	24,4	-	-	-	20,1	14,5	8,5	-	-	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Exportadores contínuos: exportaram todos os anos no período considerado

Exportadores assíduos: exportaram 4 ou 5 anos no período considerado

Exportadores iniciantes: fizeram sua estréia na exportação no triênio 2000/02

Exportadores desistentes: interromperam suas exportações no triênio 2000/02

Exportadores esporádicos: exportaram 2 ou 3 anos no período considerado, excluídos os exportadores iniciantes e desistentes

Fonte: Secex, Rais/MTE e IBGE (apud MARKWALD & PESSOA, 2003)

4 Aglomerações Produtivas e Internacionalização

Agrupamentos, aglomerações de empresas podem ser definidos como a concentração microespacial de empresas de qualquer porte com grau diferenciado de coesão e características comuns, podendo ser: horizontal, no mesmo setor ou setores conexos; vertical, em setores estruturados em uma cadeia produtiva; ou misto, com estruturação setorial horizontal e vertical (CLUSTER, 2002).

Britto (2004) diz que o conceito de aglomeração produtiva refere-se à proximidade territorial de agentes econômicos, políticos e sociais (empresas e outras instituições e organizações públicas e privadas), a partir da qual são gerados ganhos de eficiência, incluindo o acesso a matérias-primas, equipamentos, mão-de-obra e outros. O autor ainda coloca que, geralmente, essas aglomerações envolvem algum tipo de especialização produtiva da região em que se localizam e que cada tipo de aglomeração pode envolver diferentes atores, além de refletir formas diferenciadas de articulação e governança. Do mesmo modo, uma região pode apresentar diferentes tipos de aglomerações.

Existem diversos conceitos que buscam definir aglomerações produtivas, o que acaba não deixando claras, muitas vezes, as diferenças entre os termos dessas conceituações, como, por exemplo: distritos industriais, *clusters*, arranjos produtivos locais, sistemas produtivos locais etc., sendo que, muitas vezes, estes termos são até mesmo tratados como sinônimos. Como o objetivo principal deste artigo não é discutir esta questão, apenas serão ilustrados aqui conceitos de tipos de aglomerações a partir de duas referências bibliográficas.

Sousa & Tannuri-piano (2004) consideram o termo *cluster* de uma forma mais abrangente, mais próximo do termo genérico de aglomeração, destacando então três tipos de *clusters*:

- √ *clusters* regionais: concentrações geográficas de empresas – similares, relacionadas ou complementares – que atuam na mesma cadeia produtiva, auferindo vantagens de desempenho por meio da locação e, eventualmente, da especialização. Essas empresas partilham, além da infra-estrutura, o mercado de trabalho especializado e confrontam-se com oportunidades e ameaças comuns;
- √ distritos industriais ou *clusters* marshalianos: caracterizam-se pela existência de um conjunto de pequenas e médias empresas em torno de uma indústria dominante onde as firmas, freqüentemente, se especializam em diferentes etapas do processo produtivo. Os distritos industriais caracterizam-se ainda pela existência de um fluxo de comércio substancial entre as empresas e pelo fato de as firmas partilharem diferentes serviços especializados, conhecimentos e o mesmo mercado de trabalho;

√ arranjos produtivos locais: constituem um tipo particular de *cluster*, formado principalmente por pequenas e médias empresas, agrupadas em torno de uma profissão ou de um negócio, no qual se enfatiza o papel desempenhado por relacionamentos – formais e informais – entre empresas e demais instituições envolvidas (empresas, centros de pesquisa e treinamento, universidades, unidades de pesquisa e desenvolvimento, públicas e privadas). As firmas compartilham uma cultura comum e interagem, como grupo, com o ambiente sociocultural local.

As autoras ainda colocam que as noções de *arranjos produtivos locais*, *distritos industriais* e *clusters regionais*, envolvem, em maior ou menor grau, concentração de pequenas e médias empresas, em um território geograficamente delimitado. Essas aglomerações, ou *clusters* envolvem também especialização em um setor de atividade e/ou em torno de uma profissão ou produto e apóiam-se sobre uma extensa rede de relacionamentos.

Ainda como outros tipos de aglomeração produtiva podem-se citar os pólos e parques científicos e tecnológicos que se referem predominantemente a aglomerações de empresas de base tecnológica articuladas a universidades e centros de pesquisa e desenvolvimento (ALBAGLI & BRITO, 2003).

Apesar de todas as diferenciações nas definições de aglomerações produtivas, a questão que permeia todas elas refere-se às vantagens de aglomeração advindas da proximidade geográfica entre agentes econômicos.

Essas vantagens são chamadas de economias externas locais, que podem ser de natureza ativa e passiva. As vantagens de natureza passiva, também chamadas de economias externas Marshallianas, decorrem da (1) existência de um denso mercado local de mão-de-obra especializada; (2) das facilidades de acesso a fornecedores de matérias-primas, componentes, insumos e serviços especializados e, muitas vezes, também de máquinas e equipamentos, e (3) da maior disseminação local de conhecimentos especializados que permitem rápidos processos de aprendizado, criatividade e inovação. Já as vantagens de natureza ativa resultam de ações conjuntas deliberadas das empresas e instituições locais como, por exemplo, para compra de matérias-primas, promoção de cursos de capacitação gerencial e formação profissional, criação de consórcios de exportação, contratação de serviços especializados, instituição de centros tecnológicos coletivos e cooperativas de crédito. Dessa soma resultaria a eficiência coletiva que, em princípio, determina a vantagem competitiva das empresas locais comparativamente a empresas similares não aglomeradas geograficamente (SUZIGAN et. al., 2002).

As economias externas locais obtidas pelas pequenas empresas localizadas em aglomerações produtivas, derivadas da proximidade geográfica dos agentes, podem ser benéficas também quando essas organizações visam atingir o mercado internacional. De acordo com Torres (2002), o processo de internacionalização não é contraditório a um modo de funcionamento regionalizado, como o dos *arranjos produtivos* e *clusters*, sendo a gestão do local a serviço do internacional uma necessidade para as pequenas empresas. A composição e qualidade do meio econômico local são fatores de sucesso para a internacionalização de pequenas empresas. O autor ainda coloca que grande parte das pequenas empresas não se engaja individualmente no exterior, mas junto com os atores do território em que estão implantadas. Assim, a pequena empresa exportadora é levada naturalmente a privilegiar as competências de proximidade.

Guimarães (2002) diz ainda que sobre certas condições históricas de formação de *clusters*, os vínculos que são estabelecidos entre as empresas regionais e os demandantes internacionais podem ampliar os espaços culturais para absorver e lançar valores, costumes e comportamentos originais, consolidando uma identidade na região direcionada para o mercado internacional. A ampliação de mercados, o poder de negociação, a representação internacional, a facilidade ao crédito, a distribuição de produtos nos países destino, por exemplo, são fatores fortificados em uma estratégia formada em termos de *clusters* em relação às empresas que atuam isoladamente.

As empresas localizadas em aglomerações produtivas podem, de forma cooperativa, criar uma estrutura complementar à atividade exportadora ou formar uma unidade de pressão sobre as autoridades para obter os elementos necessários ao desenvolvimento de seus projetos, por meio de um sistema de ação conjunta entre empresas, através de alianças explícitas ou tácitas, *joint ventures*, redes de empresas ou outras formas de organização empresarial. A sinergia governamental com a indústria privada é máxima nesse caso, beneficiando tanto a produção local quanto a de produtos exportáveis.

5 Pequenas empresas exportadoras inseridas em aglomerações produtivas

No Brasil, existem exemplos de aglomerações de pequenas empresas que, embora não em sua totalidade, dedicam parte de sua produção ao mercado externo. Como exemplo, destacam-se aqui dois casos de aglomerações moveleiras: o da região de São Bento do Sul-SC e o de Bento Gonçalves-RS.

A indústria brasileira de móveis é formada por mais de 16.000 micro, pequenas e médias empresas que geram mais de 195.000 empregos, de capital nacional em sua maioria. Essas empresas localizam-se em sua maioria na região Centro-Sul do país, constituindo, em alguns estados, pólos moveleiros, a exemplo de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul; São Bento do Sul, em Santa Catarina; Araçuaia no Paraná; Mirassol, Votuporanga e São Paulo, em São Paulo; Ubá em Minas Gerais, Linhares no Espírito Santo (ABIMÓVEL, 2004).

Empresas moveleiras de São Bento do Sul e região (inclui as cidades de Rio Negrinho e Campo Alegre) fazem parte do principal pólo moveleiro do estado de Santa Catarina. Este é especializado em móveis torneados de madeira maciça, especialmente pinus, sendo grande parte dos móveis feito para uso residencial. De acordo com DENK & CÁRIO (2003), o pólo é composto por aproximadamente 250 empresas, na sua maioria pequenas, apresentando um faturamento da ordem de R\$ 450.00,00 e empregando diretamente 11.000 trabalhadores.

De acordo com Moraes (2002), o estado de Santa Catarina é o terceiro maior produtor de móveis do país, mas é o maior exportador, sendo responsável por aproximadamente 50% das exportações brasileiras de móveis. O pólo moveleiro da região de São Bento do Sul é o maior produtor de móveis do Estado e também o maior centro exportador do país, com quase 40% do total das exportações nacionais, sendo que a grande maioria das empresas da região, independente do porte, opera com exportações.

O *cluster* moveleiro da região de São Bento do Sul está aumentando a competitividade das suas empresas e promovendo o desenvolvimento regional, através da sua experiência de internacionalização e acumulação de vantagens competitivas centradas no aprendizado, qualificação, espírito empreendedor, criando um diferencial de competência técnica e produtiva. Na última década, a exportação do móvel de pinus promoveu a consolidação do *cluster* industrial da região de São Bento do Sul, aproveitando-se uma infra-estrutura existente tanto em matéria-prima, aglomeração de diversas empresas, experiência e padrão de tecnologia para competir internacionalmente (DENK & CÁRIO, 2003).

O Estado do Rio Grande do Sul é o segundo maior produtor de móveis, possuindo 3,2 mil fabricantes de móveis, a maioria pequenas e médias empresas, que representam em média 20% do valor da produção nacional (MORAES, 2002). As exportações, neste estado, representaram aproximadamente 25% do valor total das exportações nacionais no ano de 2002 (Quadro 2).

De acordo com a autora, as empresas moveleiras do estado, 70%, situam-se na região de Bento Gonçalves, que é o maior pólo moveleiro do Rio Grande do Sul, responsável por 9% da produção nacional e está voltado principalmente para a fabricação de móveis retilíneos seriados (de madeira aglomerada, chapa dura e MDF), os quais se destinam ao mercado interno. O município é também um pólo exportador importante de móveis confeccionados em pinus. Depois de Santa Catarina, é o maior exportador deste tipo de móveis.

Segundo o Sindmóveis (2004), no ano de 2002, as exportações do pólo de Bento Gonçalves atingiram o patamar de 28 milhões de dólares, tendo um faturamento de US\$ 866 milhões (Quadro 2). Dentre as ações visando ao incremento das exportações do pólo de Bento Gonçalves, é importante destacar o Sebraexport, programa de incremento de exportações apoiado pelo Sebrae-RS e o Sindmóveis (Sindicato das Indústrias da Construção e do Mobiliário de Bento Gonçalves).

	Brasil	RS	Bento Gonçalves
Empresas	13.500	3.200	340
Empregos diretos e indiretos	250.000	3.200	10.000
Faturamento do setor (R\$)	10,3 bilhões	2,15 bilhões	866 milhões
Exportação do setor em milhões	US\$ 536	US\$ 147	US\$ 28
Fonte	Abimóvel	Movergs	Sindmóveis

Quadro 2: Dados setor moveleiro – 2002.

Fonte: SINDMOVEIS, 2004

O SEBRAEexport Móveis é um projeto coordenado pelo SEBRAE/RS em parceria com a Movergs - Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul -, Sindmóveis - Sindicato das Indústrias do Mobiliário de Bento Gonçalves - e com o apoio da Apex - Agência de Promoção de Exportações. Seu objetivo é de promover as exportações de empresas gaúchas, diversificando os seus mercados e tornando a sua interação com eles mais dinâmica, de forma a garantir a sustentabilidade do seu processo de internacionalização em longo prazo.

O projeto, implantado em 1997, conta hoje com mais de 80 empresas, sendo 54 delas de pequeno porte. O Sebraexport Móveis tem como foco incorporar aos mecanismos tradicionais de promoção comercial instrumentos que lidem com a estruturação das empresas nos mercados-alvo, estimulando uma maior agressividade comercial das empresas. Dentre as ações realizadas pelo programa, destaca-se a participação das empresas em feiras internacionais, prospecção de mercado, projeto comprador (patrocínio da vinda de potenciais importadores de todo o mundo para visitas e reuniões com as empresas do grupo) e consultoria comercial, voltada para o mercado que o grupo deseja.

Considerações finais

A literatura levantada neste artigo mostra que as pequenas empresas, quando inseridas em aglomerações industriais, podem se beneficiar de externalidades locais decorrentes da proximidade e concentração territorial das empresas, no que tange à internacionalização dessas empresas. Entretanto há uma carência de estudos empíricos que busquem comprovar ou refutar esta afirmação em aglomerações de pequenas empresas brasileiras. Assim, sugere-se um estudo nestas aglomerações, que busque verificar se e como essas economias externas locais foram favoráveis à internacionalização das pequenas empresas nelas inseridas.

Sugere-se também que este estudo seja feito em aglomerações cuja grande parte das pequenas empresas atuem no mercado internacional, como é o caso de São Bento do Sul-SC, mas também em aglomerações cujo número de pequenas empresas que operam no mercado externo não seja maioria, buscando estudar aglomerações em diferentes estágios de desenvolvimento no que tange ao mercado internacional, podendo citar aqui a aglomeração de calçados infantis de Birigui-SP, a de jóias em São José do Rio Preto-SP, a de móveis em Votuporanga-SP, entre outras.

Outra sugestão de estudo é uma comparação do desempenho internacional de pequenas empresas inseridas em aglomerações com as que não estão inseridas em uma mesma atividade, buscando verificar se realmente o fato de pequenas empresas estarem inseridas em aglomerações produtivas é fundamental para que elas alcancem bons resultados no mercado internacional.

Acredita-se que estes são importantes, pois, a partir deles, poderão ser sugeridas ações de melhoria para as pequenas empresas inseridas em aglomerações produtivas que atuam no mercado externo, visando contribuir para o desempenho dessas organizações. Isto, conseqüentemente, pode ser benéfico para o aglomerado, seja pelo reforço da identidade da região, pelo maior envolvimento com instituições de apoio (sindicatos associações, universidades, institutos de pesquisa, Sebrae, órgãos de fomento à exportação), através de ações voltadas para a internacionalização das empresas aglomeradas e até mesmo para a geração de empregos, à medida que seja necessário um maior contingente de pessoas nas empresas para atender a demanda de mercado externa.

Referências

- ALBAGLI, S.; BRITTO, J. Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais: relatório da fase piloto. In: LASTRES, H. M.M.; CASSIOLATO, J. E. (Org.). *Arranjos produtivos locais: uma nova estratégia de ação para o SEBRAE*. Rio de Janeiro: Instituto de Economia/UFRJ, 2003.
- ABIMÓVEL. Disponível em: <<http://www.abimovel.com.br>>. Acesso em: 22 dez. 2004.
- BRITTO, J. *Perfil das concentrações de atividades econômicas no estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Sebrae, 2004. (Série Estudos: Arranjos Produtivos Locais).
- CALDEIRA, C. Os desafios da internacionalização: como as empresas portuguesas dão o salto. *Revista Público: 500 Maiores Empresas não Financeiras*, Lisboa, p. 10-15, 11 nov. 2002. Edição Especial.
- DENK, A.; CÁRIO, S. A. F. Capacitação tecnológica e condições competitivas do cluster moveleiro da região de São Bento do Sul. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia-SP. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2003/dwn/enanpad2003-act-2096.pdf>>. Acesso em: 23 maio 2004.
- FUNCEX. *Empresas exportadoras brasileiras: classificação anual por tamanho e setor de atividade*. 2002. Disponível em: <<http://www.funce.org.br>>. Acesso em: 12 fev. 2003.
- GLOSSÁRIO. *Cluster: Revista Brasileira de Cluster e Competitividade*, Belo Horizonte, ano 1, n. 3, 2002.
- GUIMARÃES, E. P. Política de exportação brasileira para pequenas e médias empresas. In: BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. *O desafio das exportações*. Rio de Janeiro, 2002.
- INSTITUTO DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. *Radiografia das exportações brasileiras*. 2003. Disponível em: <<http://www.ied.org.br>>. Acesso em: 10 dez. 2004.
- JULIEN, P. A. *L'entrepreneuriat au Québec: pour une révolution tranquille entrepreneuriale 1980-2005*, Montreal et Québec. Montreal: Les Editions Transcontinental/Les Editions de la Fondation de L'Entrepreneurship, 2000.
- LEMAIRE, J.; PETIT, G.; DESGARDINS, B. *Stratégies d'Internationalisation*. Paris: Dunod, 1997.

MARKWALD, R.; PESSOA, E. Micro e pequenas empresas exportadoras: um retrato do período 1997-2002. *Revista Brasileira de Comércio Exterior*, Rio de Janeiro, n. 76, p. 68-75, jul./set. 2003.

MORAES, M. A. F. D. *Estudo de competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio, cadeia: madeira e móveis*. Campinas, SP: Instituto de Economia, Unicamp, 2002. Nota Técnica Final.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Disponível em: <www.sebrae.com.br/aprendasebrae/empresas_estudos.asp>. Acesso em: 1 jun. 2004a.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Desempenho exportador das micro e pequenas empresas brasileiras. Brasília, DF, 2004b. Boletim do primeiro semestre de 2004. Versão final.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *As MPE na economia: estudos e pesquisas*. 2000. Disponível em: <<http://sebraesp.com.br>>. Acesso em: 10 nov. 2003.

SINDMOVEIS. 2004. Disponível em: <<http://www.sindmoveis.com.br>>. Acesso em: 3 jan. 2005.

SOUSA, M. C. S.; TANNURI-PIANO, M. E. Apêndice teórico: sistemas de produção geograficamente referenciados: uma abordagem de falhas de mercado. In: CAPORALI, R.; VOLKER, P. (Org.). *Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais: projeto PROMOS/SEBRAE/BID: versão 2.0*. Brasília, DF: Sebrae, 2004.

SUZIGAN, W.; GARCIA, R.; FURTADO, R. *Clusters ou sistemas locais de produção e inovação: identificação, caracterização e medidas de apoio*. São Paulo: IEDI, 2002.

SZAPIRO, M.; ANDRADE, M. Internacionalização em arranjos e sistemas de MPME. Nota Técnica. In: *Proposição de políticas para a promoção de sistemas produtivos locais de micro, pequenas e médias empresas brasileiras*. Rio de Janeiro: Instituto de Economia/UFRJ, 2001.

TORRES, O. Small firm, glocalization, strategy and proximity. In: CONFERENCE OF EUROPEAN COUNCIL OF SMALL BUSINESS: RESEARCH IN ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS, 16., Barcelona, 21-22 november, 2002. p. 1-12.

Recebido em: 11.11.2004.

Aprovado em: 20.6.2005.