

BOLETIM ECONÔMICO PUC-CAMPINAS**REGIÃO METROPOLITANA DE CAMPINAS****EDITORIAL**

O fluxo de comércio exterior da RMC ao longo de 2011 tem sido bastante irregular, sem apresentar uma tendência definida. Em setembro, as exportações diminuíram 6,2% em relação a agosto. Assim, a região aparenta estar perdendo espaço no mercado externo, em parte fruto da crise econômica em muitos mercados e, em parte, culpa da valorização da moeda brasileira. No acumulado do ano, a exportação mostra crescimento de 11,8% em relação ao mesmo período do ano anterior, mas esta taxa está decrescendo, em um movimento de desaceleração lento, muito em função da estrutura de comércio exterior da RMC, concentrada em poucas e grandes empresas transnacionais.

Ao mesmo tempo, os indicadores macroeconômicos mostram que a produção industrial brasileira diminuiu 2,0% frente a agosto. Mesmo assim, a taxa de desemprego se manteve estável e a taxa de inflação aumentou um pouco; 0,5% em setembro. No acumulado do ano está em 4,9%. A taxa de câmbio média de setembro fechou em R\$ 1,75

por dólar e assim se desvalorizou em 9,5% em relação a agosto. O que não deixa de ser uma boa notícia para os exportadores.

As reservas externas do país apresentaram pequeno declínio em setembro, fechando o mês em US\$ 349 bilhões, valor 1% inferior a agosto. Vê-se que ainda não é uma crise, mas fica evidente que a economia do país está desacelerando. Vamos continuar observando os dados nos próximos meses.

Este número do Boletim apresenta também dois artigos de reflexão docente: um do prof. José Antonio Olmos, dando continuidade a sua colaboração no Boletim com análises de comércio exterior do Brasil, no qual destaca as oportunidades que são os Consórcios de Exportação para micro e pequenas empresas se internacionalizarem. E um artigo do prof. José Alex Soares no qual o autor analisa o projeto de desenvolvimento da china, no artigo intitulado: O que a china pensa?

Boa leitura.

Os editores

NESTA EDIÇÃO**COMÉRCIO EXTERIOR****02**

- Depois do crescimento em agosto o mês de setembro voltou a apresentar diminuição no fluxo de comércio exterior da RMC.
- A exportação diminuiu 6,2% e a importação recuou 11,4% em relação a agosto.

**INDICADORES
MACROECONÔMICOS****06****ARTIGOS****08**

Consórcios de Exportação, oportunidades para as MPEs

O que a China pensa?



COMÉRCIO EXTERIOR NA RMC¹

PROF. ADAUTO RIBEIRO

- Depois do crescimento em agosto o mês de setembro voltou a apresentar diminuição no fluxo de comércio exterior da RMC.
- A exportação diminuiu 6,2% e a importação recuou 11,4% em

relação a agosto.

- No acumulado do ano a trajetória da expansão é declinante, a exportação apresenta crescimento de 11,8% e a importação de 21,9%.
- A exportação da RMC continua se expandindo em ritmo bem menor que as exportações do Estado de São Paulo e as do Brasil.
- As exportações e importações de bens de consumo têm diminuído consistentemente.

A característica do fluxo de comércio exterior da RMC ao longo de 2011 tem sido a irregularidade e inconstância, mês após mês tanto as exportações quanto as importações tem, ora aumentado em relação ao mês anterior, ora diminuído, não apontando para uma tendência firme de comportamento, ou de aceleração das vendas externas, o que seria muito bom para a região, ou de diminuição, o que levaria as autoridades a procurarem um diagnóstico para os problemas e as possíveis soluções. No entanto, como esta se apresentando, a trajetória errática do comércio exterior confunde. Fica evidente que a região esta perdendo competitividade no mercado externo, a trajetória é de desaceleração lenta do movimento exportador, parte em função de problemas de demanda externa e parte em função de problemas com relação a preços dado pela valorização da moeda brasileira, no entanto, a exportação resiste, muito mais em função do comércio intra-firma executado pelas empresas transnacionais instaladas na região, do que pelas relações de comércio estabelecidas pelas relações de mercado. O mesmo ocorre com relação as importações, que quando estão se expandido rapidamente evidenciam o crescimento do mercado interno. No momento, as importações também estão em um processo de desaquecimento. O que aponta para uma reversão do crescimento da demanda interna, colocando em risco empregos e renda na região. Os dados apontam para tendências, cabe estimular, portanto, o debate sobre a trajetória que estão sugerindo, pois, se não ocorrerem mudanças nas variáveis macroeconômicas, ou seja, na condução das políticas, é grande a possibilidade de termos um processo de diminuição da atividade econômica na

seqüência dos fatos.

Observando-se os dados temos que, as exportações em setembro diminuiram 6,2% em relação ao mês anterior, agosto, e aumentaram 7,5% em relação a setembro de 2010.

No acumulado do ano, janeiro a setembro, a exportação mostra crescimento de 11,8% em relação ao mesmo período do ano anterior, sendo que no período de janeiro a agosto a expansão era de 12,2%. Esta taxa de crescimento em relação ao ano anterior vem apresentando trajetória declinante desde o começo de 2011. O mesmo vem ocorrendo com as importações. Em setembro ela foi 11,4% menor que em agosto, e no acumulado do ano, de janeiro a setembro apresenta crescimento de 21,9%. No período janeiro a agosto esta taxa de crescimento foi de 23,1%. O movimento é claramente de desaceleração, porém lenta, demonstrando a resistência dada pela estrutura de comércio exterior vigente na RMC, muito concentrada no comércio exterior executado por poucas e grandes empresas transnacionais.

Quanto a evolução do comércio por categoria de bens observam-se o aumento da concentração das exportações nos bens intermediários (partes, peças e componentes) e a diminuição das exportações dos bens de consumo final, estes têm sua competitividade externa mais afetados pela taxa de cambio. Nas importações observa-se o mesmo fenômeno, aumentam as importações e se concentram mais nos bens de capital e diminuem as importações de bens de consumo final, neste caso, os dados apontam para a desaceleração da atividade interna.

Os destinos dos bens exportados pela RMC são

¹ Projeto de extensão desenvolvido pelo Professor Adauto R. Ribeiro com os discentes: Bruno Membrive e Nathalia Carneiro.

muito estáveis, a Argentina e de maneira mais ampla, o MERCOSUL e a América Latina são o mercado preferencial. Somente a Argentina absorve cerca de 40% de toda exportação da RMC, logo as vendas externas da região estão muito atreladas ao destino da economia argentina. E, em função da característica industrial localizada na RMC as importações são basicamente constituídas de bens de capital e bens intermediários provenientes, em primeiro lugar da China, em de países desenvolvidos (EUA, Alemanha e Japão). O comércio com o Japão continua apresentando trajetória declinante, ainda em função

dos reflexos da crise gerada pelo desastre ambiental ocorrido no início do ano neste país. Como estão instaladas na região, duas grandes montadoras automobilísticas japonesas, o problema com seus fornecedores externos tem aparecido nos dados de comércio exterior da RMC. Cabe destacar, relembrando dados de boletins anteriores com relação aos principais produtos comercializados pela RMC, que se destacam na pauta exportadora e importadora da RMC os bens da indústria automobilística, junto com bens da indústria eletro-eletrônica, farmacêutica, siderúrgica e petro-química.

Tabela 1. Comércio Exterior da RMC - milhões US\$ FOB

RMC	exportação	var (%)*	importação	var (%)*	saldo
janeiro	336,6	-	970,4	-	-633,8
fevereiro	437,2	29,9	868,4	(10,5)	-431,1
março	441,3	0,9	1.023,1	17,8	-581,8
abril	475,8	7,8	1.045,6	2,2	-569,8
maio	483,5	1,6	1.159,9	10,9	-676,4
jun	472,0	(2,4)	1.095,4	(5,6)	-623,5
jul	463,8	(1,7)	1.151,5	5,1	-687,7
ago	516,5	16,0	1.374,2	34,2	-857,6
set	484,6	(6,2)	1.217,2	(11,4)	-732,6
jan-set	4.117,8	11,8	9.994,4	21,9	-5.876,6

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(*) Variação em relação ao mês anterior; jan-set** relação ao mesmo período do ano anterior.

Tabela 2. Exportação - bilhões US\$ FOB

	jan-set 2010	jan-set 2011	var (%)
Brasil	144,9	190,0	31,1
SP	41,0	48,1	17,3
RMC	3,7	4,1	11,8

Fonte: Nupex-CEA (dados MDIC)

Gráfico 1. Evolução das Exportações - bi US\$ FOB

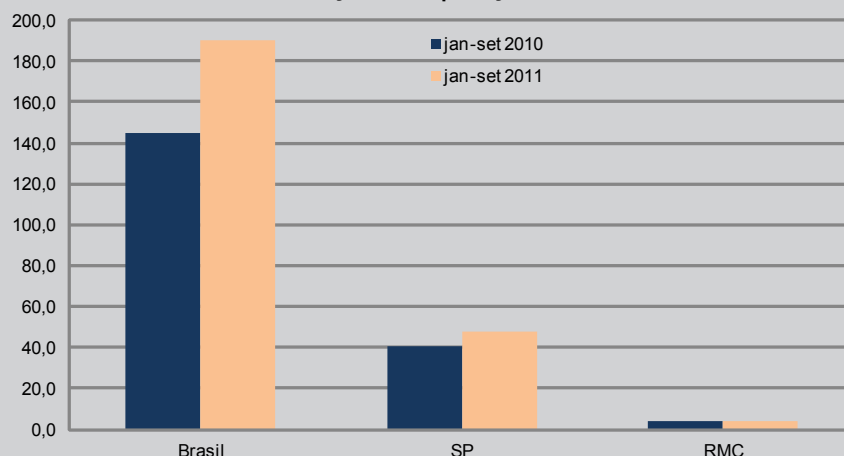


Tabela 3. Exportação e Importação - Setembro - RMC (milhões US\$ FOB)

Exportação				Importação			
Município	set/10	set/11	var (%)*	Município	set/10	set/11	var (%)*
Americana	21,8	34,1	56,0	Americana	50,9	51,9	2,0
Artur Nogueira	0,5	0,9	89,6	Artur Nogueira	1,1	0,07	(94,2)
Campinas	75,3	110,4	46,7	Campinas	260,7	398,1	52,7
Cosmópolis	14,5	10,4	(28,5)	Cosmópolis	2,4	3,1	29,4
Eng. Coelho	3,8	5,0	33,1	Eng. Coelho	0,09	0,3	187,8
Holambra	1,2	1,4	19,8	Holambra	1,3	2,1	64,9
Hortolandia	56,8	13,6	(76,1)	Hortolandia	114,9	120,9	5,2
Indaiatuba	64,3	61,7	(4,1)	Indaiatuba	85,5	101,5	18,7
Itatiba	11,4	12,3	8,2	Itatiba	13,7	17,1	24,9
Jaguariuna	28,7	23,3	(18,2)	Jaguariuna	68,2	77,8	14,0
Monte Mor	8,8	9,1	3,3	Monte Mor	10,7	13,6	27,9
Nova Odessa	17,6	11,7	(33,7)	Nova Odessa	6,8	7,3	7,5
Paulinia	52,2	94,7	81,5	Paulinia	187,8	183,8	(2,1)
Pedreira	2,0	2,4	17,2	Pedreira	1,3	0,8	(38,6)
Santa Barbara	2,5	5,2	110,1	Santa Barbara	10,5	11,1	5,6
Santo Antonio	0,04	4,3	9563,7	Santo Antonio	1,9	1,8	(4,9)
Sumaré	52,4	40,2	(23,3)	Sumaré	169,6	146,0	(14,0)
Valinhos	14,2	15,7	10,6	Valinhos	20,8	20,5	(1,4)
Vinhedo	14,2	15,7	23,8	Vinhedo	59,7	59,5	(0,3)
RMC	450,9	484,6	7,5	RMC	1.067,9	1.217,2	14,0

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(*) Variação em relação ao mesmo mês do ano anterior.

Tabela 4. Exportação e Importação por município - RMC - milhões US\$ FOB

Exportação				Importação			
Municípios	jan-set 2010	jan-set 2011	var (%)*	Municípios	jan-set 2010	jan-set 2011	var (%)*
Americana	239,3	300,1	25,4	Americana	390,3	544,1	39,4
Artur Nogueira	3,6	6,3	71,6	Artur Nogueira	8,8	2,4	(73,0)
Campinas	715,7	816,5	14,1	Campinas	1.991,8	3.028,0	52,0
Cosmópolis	80,3	100,0	24,5	Cosmópolis	34,1	35,3	3,5
Eng. Coelho	20,7	22,8	10,3	Eng. Coelho	1,6	4,4	185,8
Holambra	14,7	16,6	13,1	Holambra	13,4	19,6	46,1
Hortolandia	289,0	355,6	23,0	Hortolandia	1.022,7	1.007,4	(1,5)
Indaiatuba	524,1	473,8	(9,6)	Indaiatuba	754,6	745,6	(1,2)
Itatiba	86,2	104,8	21,6	Itatiba	119,8	150,3	25,5
Jaguariuna	267,4	269,9	1,0	Jaguariuna	534,5	916,6	71,5
Monte Mor	85,2	111,9	31,3	Monte Mor	175,6	165,9	(5,5)
Nova Odessa	77,5	99,1	27,8	Nova Odessa	54,0	71,4	32,2
Paulinia	428,3	604,5	41,1	Paulinia	1.075,4	1.370,6	27,4
Pedreira	14,4	20,6	42,9	Pedreira	8,1	10,6	30,7
Santa Barbara	18,5	32,8	77,3	Santa Barbara	79,8	115,0	44,2
Santo Antonio	0,7	6,3	822,4	Santo Antonio	13,7	17,9	30,9
Sumaré	515,9	410,6	(20,4)	Sumaré	1.287,3	1.087,5	(15,5)
Valinhos	104,5	122,4	17,2	Valinhos	149,6	189,2	26,4
Vinhedo	198,0	243,1	22,8	Vinhedo	485,2	512,6	5,6
RMC	3.684,1	4.117,8	11,8	RMC	8.200,2	9.994,4	21,9

Fonte: NUPEX-CEA (dados MDIC)

(*) Variação em relação ao mesmo período do ano anterior

Tabela 5. Exportação e importação por categoria de bens - RMC (milhões US\$ FOB)

Bens exportados	jan-set 2010	part (%)*	jan-set 2011	part (%)*	var (%)**
BENS DE CAPITAL	1.047,6	28,4	1.088,3	26,4	3,9
BENS INTERMEDIARIOS	1.846,4	50,1	2.283,6	55,5	23,7
BENS DE CONSUMO	721,7	19,6	612,8	14,9	(15,1)
DURAVEIS	438,8	11,9	310,0	7,5	(29,4)
NAO DURAVEIS	282,9	7,7	302,8	7,4	7,0
COMBUST. E LUBRIFICANTES	4,7	0,1	14,6	0,4	210,1
DEMAIS OPERACOES	63,7	1,7	118,5	2,9	86,1
TOTAL RMC	3.684,1	100,0	4.117,8	100,0	11,8

Bens importados	jan-set 2010	part (%)*	jan-set 2011	part (%)*	var (%)**
BENS DE CAPITAL	3.511,3	42,8	4.737,2	47,4	34,9
BENS INTERMEDIARIOS	3.831,7	46,7	4.431,1	44,3	15,6
BENS DE CONSUMO	838,4	10,2	803,7	8,0	(4,1)
DURAVEIS	400,9	4,9	363,9	3,6	(9,2)
NAO DURAVEIS	437,5	5,3	439,8	4,4	0,5
COMBUST. E LUBRIFICANTES	18,9	0,2	22,4	0,2	18,5
TOTAL RMC	8.200,2	100,0	9.994,4	100,0	21,9

Fonte: NUPEX-CEA (dados MDIC)

(*) participação % em relação ao total; (**) variação % em relação ao período anterior

Tabela 6. Principais destinos da exportação da RMC - milhões US\$ FOB

Principais destinos	jan-set 2010	part (%)*	jan-set 2011	part (%)*	var (%)**
ARGENTINA	1.218,8	41,1	1.242,8	39,2	2,0
ESTADOS UNIDOS	353,0	11,9	373,4	11,8	5,8
ESPAÑA	217,0	7,3	263,0	8,3	21,2
VENEZUELA	201,0	6,8	214,2	6,7	6,5
MÉXICO	273,6	9,2	206,4	6,5	(24,6)
CHILE	149,0	5,0	173,2	5,5	16,2
ALEMANHA	101,4	3,4	156,2	4,9	54,1
COLÔMBIA	113,7	3,8	135,3	4,3	19,0
PARAGUAI	71,1	2,4	92,6	2,9	30,2
PERU	67,9	2,3	82,2	2,6	21,0
BOLÍVIA	53,4	1,8	82,2	2,6	54,1
URUGUAI	51,6	1,7	46,7	1,5	(9,5)
BÉLGICA	51,2	1,7	39,7	1,3	(22,4)
ITÁLIA	21,1	0,7	34,8	1,1	64,8
FRANÇA	21,0	0,7	30,3	1,0	44,4
RMC	2.964,8	100,0	3.172,9	100,0	7,0

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(*) participação % em relação ao total; (**) variação % em relação ao período anterior.

Tabela 7. Principais países de origem da importação da RMC - milhões US\$ FOB

Principais países	jan-set 2010	part (%)*	jan-set 2011	part (%)*	var (%)**
CHINA	1.366,8	22,2	2.031,6	27,4	48,6
ESTADOS UNIDOS	1.060,8	17,2	1.317,6	17,8	24,2
JAPAO	955,1	15,5	857,6	11,6	(10,2)
ALEMANHA	645,8	10,5	729,7	9,8	13,0
COREIA DO SUL	458,6	7,5	710,6	9,6	55,0
MEXICO	436,5	7,1	404,1	5,5	(7,4)
REINO UNIDO	300,7	4,9	350,7	4,7	16,6
FRANCA	182,0	3,0	271,6	3,7	49,2
ITALIA	193,9	3,2	238,9	3,2	23,2
TAIWAN (FORMOSA)	189,8	3,1	226,6	3,1	19,4
ARGENTINA	189,3	3,1	152,1	2,1	(19,6)
ESPAÑA	171,3	2,8	122,5	1,7	(28,5)
RMC	6.150,6	100,0	7.413,4	100,0	20,5

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(*) participação % em relação ao total; (**) variação % em relação ao período anterior.



INDICADORES MACROECONÔMICOS

PROF. FÁBIO EDUARDO IDEAROZZA

Nível de atividade econômica

Conforme dados divulgados pelo IBGE para o mês de setembro/2011, a Produção Industrial apontou queda de 2,0% frente ao mês de agosto, após registrar variações de -0,1% em agosto e de 0,3% em julho. Nas comparações com iguais períodos do ano anterior, o total da indústria recuou 1,6% em setembro deste ano, menor marca desde abril último (-1,7%), e avançou 1,1% no índice acumulado dos nove meses do ano. No fechamento do terceiro trimestre de 2011, o setor industrial repetiu o patamar de produção do período julho-setembro do ano passado (0,0%), mas ficou 0,8% abaixo do nível assinalado no trimestre imediatamente anterior – série com ajuste sazonal. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, em trajetória descendente desde outubro do ano passado (11,8%), recuou 0,7 ponto percentual na passagem de agosto (2,3%) para setembro (1,6%).

A Taxa de Desemprego Apurada Pelo IBGE (PME) para o mês de setembro/11 foi estimada em 6,0% para o conjunto das seis regiões metropolitanas, mesmo valor das taxas de julho e de agosto. Frente a setembro de 2010, quando a taxa foi estimada em 6,2%, ocorreu quadro de estabilidade nesse indicador. Essa é a menor taxa estimada para um mês de setembro desde a reformulação da pesquisa em 2002. Já a Pesquisa de Emprego e Desemprego – PED/DIEESE – mostra que, em setembro/2011, o total de desempregados no conjunto das sete regiões onde a pesquisa é realizada foi estimado em 2.362 mil pessoas, 52 mil a menos do que no mês anterior. Pelo sexto mês consecutivo, a taxa de desemprego total manteve-se relativamente estável, ao passar de 10,9%, em agosto, para os atuais 10,6%. Seus componentes mostraram-se igualmente estabilizados, uma vez que a taxa de desemprego aberto passou de 8,3% para 8,1% e a de desemprego oculto manteve-se em 2,5%. A taxa de desemprego passou de 11,40% em setembro de 2010, para os atuais 10,6%.

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA (IBGE) continuou subindo e apresentou variação de 0,53% em setembro, situando-se acima dos 0,37% de agosto em 0,16 ponto percentual. O acumulado do ano fechou em 4,97%, bem acima da taxa de 3,60% relativa a igual período de 2010. Considerando os últimos doze meses, o índice situou-se em 7,31%, o mais alto desde maio de 2005 (8,05%) e, portanto, acima dos 7,23% relativos aos doze meses imediatamente anteriores. Em setembro de 2010, a taxa havia ficado em 0,45%.

Balanço de Pagamentos

A Balança Comercial brasileira, segundo o Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior, apresentou em setembro de 2011 um superávit de US\$3.074 bilhões, valor inferior se comparado ao registrado em agosto de 2011 (US\$3,874 bilhões), mas superior quando a comparação é feita com igual período do ano passado (US\$1.080 bilhões). No mês as exportações alcançaram o valor de US\$23,285, o terceiro melhor resultado no ano até o momento. Sobre setembro de 2010 (US\$18.833 bilhões), as exportações registraram aumento de 23,63%; já em relação a agosto de 2011 (US\$26.159 bilhões), queda de 10,98%. As importações totalizaram valor de US\$ 20.211 bilhões, o segundo melhor resultado do ano até o momento. Se comparado com agosto de 2011 (US\$ 22,285 bilhões) observamos uma queda de 9,3%; mas quando a comparação é feita com igual período do ano passado (US\$ 17.753 bilhões) observamos um aumento de aproximadamente 13,8%.

O Balanço de Pagamentos no mês de setembro/2011, segundo dados do Banco Central, apresentou superávit de US\$808 milhões, o pior resultado desde fevereiro de 2010 (US\$741 milhões), o que significa uma queda acentuada tanto se comparado ao valor registrado no mês de agosto/2011 (US\$ 5.486 bilhões), quanto à igual período do ano passado (US\$11.606 bilhões). Essa queda se deve, sobretudo, ao desempenho da conta Movimento de Capital, que apresentou forte retração no mês de setembro (US\$ 3,074 bilhões) em relação ao mês de agosto (US\$10.172 bilhões).

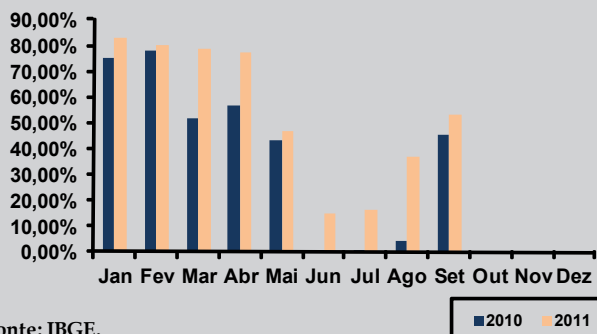
Câmbio

Segundo dados do Banco Central a taxa Média de Câmbio para o mês de setembro/2011 foi de R\$1.750 o que representou uma desvalorização de 9,58% em relação à taxa média verificada no mês de agosto, que foi de R\$1,597. Quando a comparação é feita com o mesmo período do ano passado (R\$1.718), percebemos também uma desvalorização na taxa de câmbio em torno de 1,86%.

A Taxa de Juros (Taxa Selic) foi reduzida para 12% na última reunião do Copom, voltando ao patamar de maio de 2011, quando também estava em 12%.

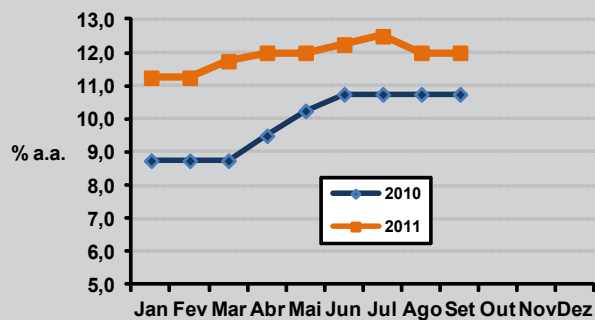
As Reservas Internacionais sofreram leve declínio no mês de setembro/2011, depois de meses seguidos de alta. Segundo o Banco Central, as reservas internacionais fecharam o mês de setembro em US\$349.708 bilhões, valor aproximadamente 1,04% inferior se comparado ao mês de agosto/2011 (US\$ 353.379 bilhões). Contudo, o valor atual ainda é 27,15% superior quando comparado com igual período do ano passado (US\$ 275.029 bilhões).

Gráfico 1. Evolução do IPC-Amplo. 2010 e 2011.



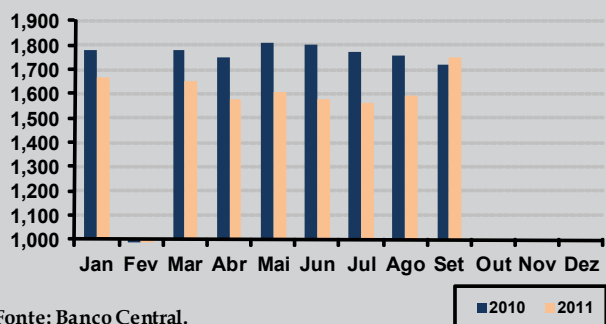
Fonte: IBGE.

Gráfico 2. Evolução da taxa SELIC. 2010 e 2011



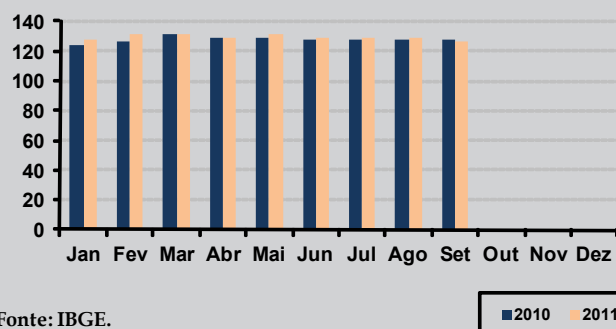
Fonte: Banco Central.

Gráfico 3. Evolução da Taxa de Câmbio (R\$/US\$ - Média Mensal). 2010 e 2011.



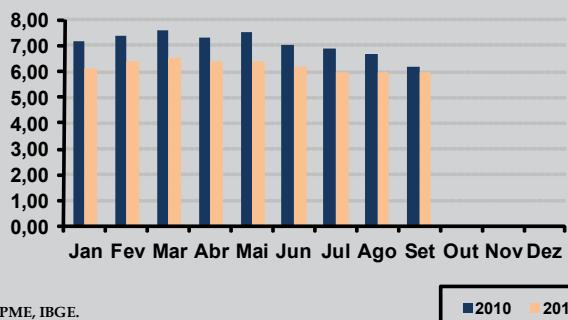
Fonte: Banco Central.

Gráfico 4. Índice de Produção Industrial. (Base: 2002=100). 2010 e 2011.



Fonte: IBGE.

Gráfico 5. Evolução da Taxa de Desemprego 2010 e 2011.



Fonte: PME, IBGE.

Tabela 1. Balanço de Pagamentos

	set/11	ago/11	set/10
Balança Comercial	3.074	3.874	1.080
Balança de Serviços	5.498	8.966	5.248
Trans. Unilaterais	225	230	219
Trans. Correntes	2.200	4862	3.950
Movimento/Capital	3.074	10.172	15.681
Balanco Pagtos (3)	808	5.486	11.606

(1) Fonte: Banco Central; (2) Em Milhões/US\$; (3) Saldo considerando Erros e Omissões.

Frequentemente confundidos com cooperativas, arranjos produtivos locais, sistemas integrativos ou até mesmo consórcios de pessoas para aquisição de bens duráveis, os consórcios de promoção à exportação ou, simplesmente, consórcios de exportação, constituem importante opção estratégica para o crescimento, o desenvolvimento e a competitividade das MPES – Micro e Pequenas Empresas brasileiras, diante dos desafios da globalização.

O mercado brasileiro está, a cada dia, mais internacionalizado, seja pela presença de empresas estrangeiras que aqui vem se estabelecer, atraídas por perspectivas de crescimento, seja pela contínua introdução de produtos importados que vão desde micro lâmpadas para decoração natalina, vendidas por centavos, até máquinas e equipamentos pesados de muitos milhões, sem esquecer produtos da tecnologia da informação, presentes na vida de todas as empresas, pessoas e organizações nacionais. Parece não haver setor da economia nacional incólume ao fenômeno da internacionalização.

Assim, seria falacioso pensar-se que a MPE brasileira não seria nunca afetada, pois mesmo aquelas que eventualmente decidissem dedicar-se exclusivamente ao mercado local, mais dia, menos dia, seriam afetadas pelas competitivas presenças estrangeiras. Veja-se o caso dos têxteis, apenas para citar um exemplo mais evidente.

Concebidos para trabalhar coletivamente em prol de objetivos comuns e maximizar os resultados das empresas associadas em marketing internacional, penetração e posicionamento em mercados internacionais, os consórcios de exportação promovem ainda o rateio de despesas aduaneiras, de transportes e os custos de participação em feiras no exterior, entre outros.

É uma forma de cooperação empresarial em crescente popularidade em muitos países e começam a despertar o interesse de muitos segmentos empresariais. Constituem-se na reunião de empresas em uma entidade jurídica

sem fins lucrativos, cujos membros entendem que a cooperação deve prevalecer sobre a competição, como forma de acesso a novos mercados, a novas tecnologias, a novas oportunidades, enfim.

Na prática, um consórcio de exportação é uma oportunidade estratégica de crescimento para as MPES que podem, assim, desenvolver seus objetivos mercadológicos internacionais, agrupadas em uma entidade jurídica separada, sem a perda da identidade de qualquer das empresas participantes. Esta é uma das principais diferenças entre um consórcio e demais tipos de alianças estratégicas. Todas as empresas participantes preservam sua condição jurídica inicial e a administração de cada uma delas conserva sua independência. Um consórcio de exportação pode capacitar empresas para relações não somente comerciais, mas também para acordos de transferência de tecnologia, de co-produção, de subcontratação, de licenciamento de processos, além do objetivo principal de promover e proporcionar suporte à internacionalização.

Parece haver concordância entre os estudiosos da questão sobre as principais motivações para as empresas estarem em um consórcio de exportação. A primeira delas, frequentemente citada, é a falta de capital para investimentos em pesquisa e desenvolvimento de produtos, tecnologia, melhoria da qualidade, processos produtivos e ações mercadológicas. A segunda é a escassez de pessoal qualificado para operação em ambientes internacionais, fluente e proficiente em pelo menos duas línguas estrangeiras. E a terceira é a crônica falta de informações sistematizadas sobre os mercados e as oportunidades no exterior.

A Itália, berço dos consórcios de exportação, nascidos logo após a Segunda Grande Guerra, é frequentemente citada na literatura do setor e em inúmeros ensaios, artigos e teses, como exemplo de país no qual a modalidade de consórcio de exportação é praticada em sua plenitude, com absoluto sucesso, congregando centenas

1 Economista, docente do CEA - Centro de Economia e Administração da PUC-Campinas e consultor de empresas na área de Marketing Internacional.

de consórcios em Federações Regionais e Nacional.

A entidade privada, sem fins lucrativos, denominada Federação Italiana dos Consórcios de Exportação do Piemonte (www.federexport-piemonte.it/), por exemplo, existe desde 1992, agrupa 20 consórcios dos mais variados setores que têm milhares de empresas de pequeno porte associadas. Congrega também 4 consórcios turísticos para promoção, atração e recepção de visitantes - turistas ou potenciais clientes - às empresas produtoras de vinhos da região e mantém relações formais de cooperação e parceria institucional com outros 6 consórcios internacionais de países: EUA, Ásia, Bulgária, China, Rússia e Polônia.

É valiosa, também como exemplo para as MPEs nacionais, a lista das principais atividades e serviços prestados pela Federexport Piemonte aos consórcios e suas empresas consorciadas:

APOIO TÉCNICO ESPECIALIZADO

- Contratos internacionais e práticas contábeis

- Assistência em legislação específica

- Análise de layout produtivo de novas estruturas

- Otimização da logística e canais de distribuição

- Guia para o cliente no exterior

APOIO PROMOCIONAL E COMERCIAL

- Listas e datas de feiras internacionais

- Organização de missões comerciais

- Promoção da imagem de cada empresa em países estrangeiros

- Participação coletiva em feiras e eventos internacionais

- Organização de workshops

FORMAÇÃO PROFISSIONAL

- Projeto especial para formação profissional

- Seminários especiais sobre problemas recorrentes

- Cursos de requalificação industrial

PROGRAMAS E INSTRUMENTOS DA UNIÃO EUROPEIA

- Informações sobre projetos lançados pela Comunidade Europeia

- Informações sobre instrumentos específicos para as empresas pequenas e médias empresas

- Lançamento e desenvolvimento de projetos de internacionalização

- Lançamento e desenvolvimento de projetos de inovação tecnológica

- Lançamento e desenvolvimento de projetos de pesquisa aplicada

PESQUISA DE MERCADO E ESTUDOS DE VIABILIDADE

- Notícias e informações básicas sobre os mercados de interesse

- Descrição de potenciais clientes e representantes de vendas

- Parceiros financeiros

- Parceiros de pesquisa mercadológica

- Estudos de viabilidade para projetos de internacionalização

Cabe aqui destacar que as atividades promocionais são realizadas de acordo com um programa anual que leva em conta os planos, as metas e os interesses das empresas agrupadas. Juntamente com essas atividades, existem alguns projetos especiais desenvolvidos pela Federação, em colaboração com parceiros institucionais em outros países.

No Brasil a APEX – Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (www.apexbrasil.com.br), órgão de governo, embora sem muitas referências específicas quanto ao incentivo e apoio a consórcios em suas publicações oficiais, atuando em parceria com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), desempenha papel estratégico na internacionalização da economia brasileira, por meio da oferta de serviços de inteligência comercial, branding, identificação de oportunidades e informações sobre compradores, distribuidores e empresas capazes de estabelecer alianças estratégicas, além do apoio a eventos e rodadas de negócios.

Atende empresas de todos os portes, com foco nas pequenas e médias, e em todos os estágios de maturidade exportadora. Atua estrategicamente para inserir mais empresas no mercado internacional, diversificar e agregar valor à pauta de produtos exportados, aumentar o volume comercializado, consolidar a presença do país em mercados tradicionais e abrir outros mercados para os produtos e serviços brasileiros.

Segundo o Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (www.sebrae.com.br) a Apex-Brasil apoia atualmente 31 consórcios no país, em diversos estados brasileiros, beneficiando os setores de mármore e granito, calçados, joias, confecções, produtos e equipamentos médicos e odontológicos, softwares, transporte automotivo, apicultura, fogos de artifício e aeronáutico.

São inúmeras e, às vezes, até mesmo diferentes, as estatísticas relativas à participação das

MPEs nas exportações nacionais, pois muitas delas não atuam em fluxo contínuo. O fato é que estas micro e pequenas empresas, com fluxo contínuo de exportações, representam mais de 60% do total das empresas exportadoras no Brasil. Entretanto o volume em dólar exportado por elas corresponde a menos de 3% do total movimentado. Há relatos diversos de que na Itália e Japão esse percentual, em volume financeiro, chega a 50%.

No Estado de São Paulo, o maior exportador do Brasil, com cerca de 30% das exportações nacionais, a figura não é diferente. Estudos do Sebrae apontam as exportações no Estado são realizadas por uma média de 9.500 a 10.000 empresas, variando de ano para ano, de 2009 para cá. Destas empresas, uma média de 5.500 a 6.000 são classificadas como MPEs, representando entre 57% a 60% do total das exportadoras. Assim como no nível Brasil, o volume em dólar exportado tem se situado entre 1,5% a 2,5% do total exportado pelo Estado.

Na relação das empresas exportadoras da RMC - Região Metropolitana de Campinas, no ano de 2010, aparecem 898 companhias das quais menos de 10% (apenas 82 empresas) classificam-se como empresas de pequeno porte, EPP, ou microempresas, ME. De outro lado, os dados oficiais do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) com base na Relação Anual de Informações Sociais (divulgados pelo portal www.rac.com.br), dão conta de que também no ano de 2010 a Região tinha 144.788 estabelecimentos oficialmente instalados o que denota o pequeno número de empresas da RMC voltadas para o comércio internacional de bens e serviços e o ainda menor número de MPEs envolvidas com mercados internacionais.

Como se vê, é vital para o crescimento do país e da Região a entrada e a permanência das MPEs no mercado internacional, porém isso depende não apenas de apoio oficial, incentivos e viabilização de consórcios, mas também de muitos fatores internos às próprias organizações. Dentre estes, destacam-se a disposição dos empreendedores em atuar de forma associativa; a eficiência requerida no gerenciamento do projeto de internacionalização; os detalhes do composto de marketing da empresa, sem esquecer a segmentação, a definição de alvo e o posicionamento desejado; a designação de pessoal exclusivo, bilíngue, com alguma experiência internacional, por menor que seja; a disponibilidade de capital próprio ou fontes de financiamento;

as características e os atributos exclusivos do produto; o nível de custos e preços praticados no mercado local, além do nível de qualidade classe mundial requerido para o produto.

Diante destas complexidades, os consórcios de exportação – isoladamente ou em cooperação com arranjos produtivos locais - aparecem como uma alternativa viável de ampliação relevante da capacidade de exportar da RMC e aumento da participação de empresas de menor porte, comparativamente aos processos tradicionais de exportação indireta, exportação direta ou através de tradings ou agentes comerciais.

Dentre as vantagens da participação em consórcios de exportação estão: a redução dos custos de exportação através do rateio de despesas e taxas alfandegárias entre as empresas; redução de riscos ligados à venda e desconhecimento dos mercados-alvo; maior poder de negociação com fornecedores e compradores; ampliação da escala de produção; ganhos de eficiência; absorção de novas tecnologias de produção de forma compartilhada; aprimoramento do processo de gestão e produção; acúmulo de conhecimento técnico e mercadológico; aumento do conhecimento em marketing internacional; rateio dos custos de promoção internacional; otimização dos transportes e canais de distribuição; aumento da competitividade perante os concorrentes nacionais. Além disso, há que se considerar o fator motivação entre as empresas participantes; o maior acesso a linhas de financiamento e crédito e a possibilidade de desenvolvimento, posicionamento e consolidação de uma marca forte em novos mercados.

Por outro lado, como em todo empreendimento, há também riscos e desvantagens, dentre as quais cumpre destacar: a falta de cultura do pequeno empreendedor brasileiro para o associativismo; a dificuldade na identificação de uma liderança efetiva; excesso de individualidade gerando desconfiança nos demais membros e preocupação de que outro consorciado obtenha mais vantagens; a existência de segredos industriais requerendo cuidados extraordinários de proteção; falta de profissionalismo dos gestores do consórcio; postura e tendência do pequeno empreendedor brasileiro de visualização da exportação como ação de curto prazo para lucros imediatos e não uma alternativa estratégica para o crescimento sustentado da empresa; utilização do consórcio apenas como escoadouro de excedentes não vendidos no mercado local; dificuldade em harmonizar

interesses muito diversos de um grande número de empresas; eventual contaminação das relações como decorrência das ações e atitudes de cada empresa no mercado nacional.

Por fim há ainda a questão da legislação específica para a área, existente na Itália e, até onde se sabe, inexistente no Brasil o que leva à constituição dos consórcios através das mais diversas fórmulas e modelos associativos não oferecendo, portanto, todas as provisões necessárias ao seu perfeito funcionamento.

Para receber apoio da APEX Brasil o contrato de consórcio deve ter estatuto e regimento próprios estabelecendo disposições a respeito do nome do consórcio, lugar de sua sede, jurisdição, direitos, obrigações e responsabilidade dos consorciados, processo de tomada de decisão, administração do consórcio e divisão de resultados entre os consorciados. Não há, em princípio, previsão legal de responsabilidade solidária entre os consorciados. Determina o Parágrafo 1º do Art. 278 da Lei das S/A - que regulamenta a atividade no país - que “o consórcio não tem personalidade jurídica, e as consorciadas somente se obrigam nas condições previstas no respectivo contrato, respondendo cada uma por suas obrigações, sem presunção de solidariedade”. Apesar da celebração do contrato de consórcio, cada um dos consorciados permanece sendo uma pessoa jurídica distinta dos de-

mais consorciados e todo contrato de consórcio deve ser registrado na junta comercial do local da sede do consórcio. Há aí uma lacuna jurídica que, segundo estudiosos da área, ainda precisa ser preenchida e devidamente regulamentada.

Para a FECOMÉRCIO MG - Federação do Comércio de Minas Gerais (www.fecomerciomg.org.br) é vital e urgente dotar-se os consórcios de exportação de um marco legal próprio, voltado às especificidades e características dos seus destinatários e à própria experiência e cultura organizacional nacional. Tudo para propiciar, em última análise, estímulos para crescer, organizar-se como requisito prévio para qualquer pretensão de inserção no comércio internacional, fazendo valer a enorme força coletiva e a criatividade que nos caracteriza como empreendedores, mas com a necessária segurança jurídica.

Com tudo isto em mente, a análise das características e requisitos dos consórcios de exportação e de sua atuação nos mercados exteriores é extremamente relevante porque estes podem representar valiosa contribuição tanto para a diversificação da pauta exportadora da Região Metropolitana de Campinas, como contribuir para o crescimento das MPEs e, por consequência, alavancar o desenvolvimento econômico e social das regiões potencialmente competitivas - como é o caso do pólo têxtil da RMC - e da própria RMC como um todo.

Muito se tem escrito acerca da China nesses últimos anos e, na galeria de publicações, temos dois tipos de livro para o público. Primeiro, um tipo em geral, direcionado muito mais para a auto-ajuda (curiosidade) do que alguma literatura mais consistente no campo da reflexão sobre o que esse país consiste de verdade. São mais de três mil anos de histórias totalmente despercebidas pelo Ocidente, que cai no campo do exótico, da extrapolação. Na verdade, pelas questões do imperialismo e seu etnocentrismo, tudo não-ocidental sempre foi visto como exótico ou estranho – então a China nada mais é do que um mundo estranho que do nada veio para, na percepção de alguns, solapar o capitalismo ocidental e, na de outros, é simplesmente uma moda que nessa primeira grande crise do século XXI será incapaz de responder às grandes questões do seu desenvolvimento econômico, de um país continental como esse.

A outra literatura que chega é sobre uma China megalomaniaca, com seus números exorbitantes e folclóricos (40% do cimento do mundo estão sendo devorados pela China, 40% do carvão, 30% do aço, 12% da energia...). Poderíamos citar um conjunto bem mais extenso de realizações olímpicas da China, mas não é esse o caso.

O que leitores interessados sobre a China precisam saber é mais do que informações estatísticas ou culturais que, na maioria das vezes, apenas servem para estereotipar esse país. O trabalho de Mark Leonard, diretor-executivo do Conselho Europeu de Relações Internacionais, em seu livro “O que a China Pensa?”, desmistifica esse olhar conservador sobre a China.

Leonard apresenta muito mais do que estatísticas a respeito da China: ele nos apresenta a construção de um projeto de Nação, projeto esse construído por um conjunto de pensadores que procuram dar forma a um modelo de desenvolvimento econômico e social, de longo prazo, que o país está alicerçando para se constituir numa nova hegemonia no século XXI, um mod-

elo bem particular de “globalização chinesa”, se assim podemos chamar.

A energia dispensada para se pensar o futuro da China é realmente impressionante, uma vez que isso não é apenas tarefa do partido comunista chinês, é uma tarefa nacional. Uma única instituição, a Academia Chinesa de Ciências Sociais (CASS), “tem 50 centros de pesquisa que cobre 260 disciplinas e sub-disciplinas e 4 mil pesquisadores em tempo integral” (p.21)

O esforço de se construir um modelo de inclusão do mundo para dentro de suas muralhas exige um acerto de contas com seu passado de humilhação, rompendo com os modelos estrangeiros, que foram patrocinados pelos próprios chineses no passado, ponto ressaltado pelo autor. A China do futuro é uma China que busca romper com as idéias do passado do mundo ocidental, as quais foram apresentadas como verdades que resultaram no “século de humilhação”. Hoje, o país busca conduzir a sua história de forma própria, elaborada dentro de projeto um nacional.

Pensar esse gigante não é tarefa simples e podemos verificar, nesse livro, os vários tons do debate. Para muitos será uma surpresa ver que a China não é uma nação monossilábica apenas, ditada pelo partido comunista chinês.

O capitalismo do Rio Amarelo é uma disputa entre uma elite de Economistas liberais que representam a nova direita e os jovens intelectuais da nova esquerda. A Nova Direita busca suprir os últimos vestígios do “maoísmo”, através do próprio dinamismo econômico, ou seja, a economia planejada é a base do despotismo político, em que essa própria elite se beneficia dentro do paradoxo econômico chinês. É liberal, institucional, beneficiada pelo estado autoritário (maoísta) e a que mais se apropriou do excedente gerado pela economia de inovações permanentes que resistem às transformações sociais que são alavancadas pela Nova Esquerda.

A Nova Esquerda, que se encontra fora das

1 Nome do artigo tirado do livro de Mark Leonard. Leonard, Mark. O que a China Pensa? São Paulo: Larousse do Brasil, 2008.

2 Mestre em Economia Política pela PUC SP e Professor de Economia da PUC Campinas.

hostes do Estado, centraliza seu discurso na igualdade e na democracia, em detrimento da liberdade de mercado. Portanto, surge o paradoxo oriental: Liberdade de Mercado versus Liberdade Democrática. A resposta à economia de mercado é uma filosofia de inovação perpétua, “desenvolvendo novos tipos de empresas e instituições sociais que unam competição com cooperação” (p.50), preservando o tecido social e o espaço ambiental.

Cui Zhiyuan, um dos pensadores da Nova Esquerda, defende a propriedade pública e que os resultados gerados por seus ganhos deveriam ser pagos aos cidadãos como “dividendo social”, ao invés de ser apropriado de maneira privada, ou seja, seria um salário social, aumentando assim o consumo interno e se tornando mais independente do exterior.

A China debate de forma “aberta” uma saída econômica. De um lado, a resposta de mercado ocidental e, de outro, a tentativa de uma resposta de dentro da própria muralha com suas empresas públicas, o que poderia ser muito interessante para o mundo.

Foot (2009) destaca que a visão chinesa do espectro global tem como foco direto os Estados Unidos, observando de maneira direta as causas e efeitos da política americana e seus impactos

no projeto de desenvolvimento chinês. Logo, a melhor tática é não se impor de maneira frontal com os EUA. - não ainda -, evitando assim assumir qualquer ação precipitada no médio e no curto prazo que possa vir a levar a um choque de interesses na esfera política e econômica entre essas duas economias.

Em seu último livro, Arrighi (2008) destaca que o verdadeiro império universal fracassou, criando um ambiente de instabilidade global sem precedentes desde os anos de 1920 e 1930, instituindo assim, de maneira até prematura, um deslocamento do eixo de poder do ocidente para o oriente, mesmo contra a vontade das elites chinesas nesse primeiro momento. Tudo indica que os mesmos não querem mudar seus planos ou cometer os mesmos erros que os alemães, os quais se jogaram em duas guerras catastróficas, para si mesmos e para toda a Europa.

Bibliografia

ARRIGHI, G, Adam Smith em Pequim: Origens e Fundamentos do século XXI. São Paulo: Boitempo, 2008.

MARK, L. O que a China Pensa? São Paulo: Larousse do Brasil, 2008.

FOOT, R. Os Brics e a ordem global. Hurrell, A. Rio de Janeiro: editora FGV. 2009.

Conselho Editorial

Adauto Roberto Ribeiro
 Eduardo Leoni
 Cibele Roberta Sugahara
 Ernesto Dimas Paulela
 Francisco Prisco Neto
 Pedro de Miranda Costa
 José Vicente de Souza Filho
 Márcio Roberto P. Tangerino
 Sílvia Regina M. de Campos
 Valdenir da Silva Pontes

Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Reitor: Profa. Angela de Mendonça Engelbrecht
 Vice-Reitor: Prof. Eduard Pranic
 Pró-Reitor de Graduação: Prof. Germano Rigacci Júnior
 Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação: Profa. Vera Engler Cury
 Pró-Reitora de Extensão e Assuntos Comunitários: Profa. Vera Engler Cury
 Pró-Reitor de Administração: Prof. Ricardo Panain

Núcleo de Pesquisa e Extensão do CEA
 Rodovia Dom Pedro I, km 136
 Parque das Universidades - Campinas - SP
 CEP 13086-900

Telefone: (19) 3343-6776
 boletim_economico@puc-campinas.edu.br
 www.puc-campinas.edu.br/imprensa/boletim_economico

Comitê Editorial

Eliane Navarro Rosandiski (Editora Geral)
 Adauto Roberto Ribeiro (Editor Executivo)
 Cândido Ferreira da Silva Filho
 Pedro de Miranda Costa

Centro de Economia e Administração (CEA)

Diretor
 Profa. Sílvia Regina M. de Campos
 Diretor Adjunto
 Prof. José Vicente de Souza Filho
 Diretor da Faculdade de Administração
 Profa. Cibele Roberta Sugahara
 Diretor Adjunto da Faculdade de Administração (Comércio Exterior)
 Prof. Eduardo Leoni
 Diretor Adjunto da Faculdade de Administração (Logística e Serviços)
 Prof. Pedro de Miranda Costa
 Diretor da Faculdade de Economia
 Prof. Adauto Roberto Ribeiro
 Diretor da Faculdade de Ciências Contábeis
 Prof. Eduardo Frare
 Coordenador do Núcleo De Pesquisa e Extensão
 Prof. Cândido Ferreira da Silva Filho

Comitê Editorial

Colaboradores

Prof. Fábio Eduardo Iaderozza (CEA)
 Bruno Membrive
 Nathalia Carneiro

Assessoria e Divulgação:
 Departamento de Comunicação da PUC-Campinas

Projeto Gráfico:
 Nathalia Carneiro