
COMÉRCIO INTERNACIONAL: UM ESTUDO DAS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS PELAS EMPRESAS BRASILEIRAS NO COMÉRCIO EXTERIOR¹

Leibi Roque²

RESUMO

O presente artigo tem como propósito identificar os principais desafios e barreiras que empresas nacionais brasileiras enfrentam no comércio internacional; assim como a apresentação de possíveis sugestões e mudanças no Governo brasileiro que poderiam eliminar ou ao menos minimizar tais barreiras. Ele procura analisar os principais entraves que influenciam e dificultam a entrada de empresas nacionais no comércio internacional.

Palavras-chave: 1.Comércio exterior, 2.Exportação, 3.Barreiras

¹ Relatório final do programa de Iniciação Científica do Núcleo de Produção Científica e Cultural (NPCC) da CNEC Unidade Capivari.

² Graduanda do curso de Administração na Faculdade Cenecista de Capivari. Aluna de Iniciação Científica com bolsa do Núcleo de Produção Científica e Cultural (NPCC) da CNEC Unidade Capivari. Email: leibi.rq@gmail.com.

Atualmente ainda existem diversas barreiras que dificultam o comércio entre as diferentes nações. Isso ocorre devido a diversas diferenças, entre elas a de moedas - por exemplo, no Brasil a moeda é o real, nos EUA o dólar americano - diferentes idiomas, assim como a diferença entre pesos e medidas. Dependendo do país até mesmo a língua pode ser um fator complicador, como o caso da Ásia. Além disso, ainda existem os problemas de conflito de legislações, como o exemplo de países que não permitem abertura de contas no exterior. Além das barreiras existentes acima citadas, existem quatro distâncias que as organizações e os profissionais da área de comércio exterior devem superar.

1. Distância geográfica

A distância geográfica é a distância entre um país e outro que possuem relações comerciais entre si, isto é, importam e exportam suas mercadorias. Ela envolve uma série de processos logísticos para ser realizada a entrega de mercadorias.

Quando falamos em comércio internacional nos referimos aos negócios que estão além das fronteiras do país, ou seja, negócios de longos trajetos. Geralmente, esse processo logístico é realizado por mais de um meio de transporte e tecnologia de transporte específico, dividido em diferentes modalidades. Esse processo de logística hoje é considerado, assim como as relações comerciais com o exterior, como uma vantagem competitiva e estratégica das empresas, e não mais uma função burocrática. Assim é necessário um aperfeiçoamento das táticas que envolvem o transporte da mercadoria exportada, para que esta seja entregue segura e dentro do prazo estipulado em cada negociação. Como afirma Thorstensen (2001, p.25):

[...] O aumento do fluxo de investimento e a melhoria das infra-estruturas e das comunicações tiveram como efeito uma redução drástica das distâncias geográficas. Tais fatores aliados a uma política de apoio à formação de acordos preferenciais de comércio acabaram afetando de forma marcante o desenvolvimento do comércio internacional nos últimos anos.

Uma das prioridades do Programa de Aceleração de Crescimento (PAC), anunciado pelo governo brasileiro no início de 2007, eram investimentos na área de transporte, algo que o Brasil ainda tem muito a ser aperfeiçoado, visto que existem muitas ineficiências nas rodovias brasileiras e um carecimento em ferrovias; o transporte está ligado diretamente ao custo geográfico, por isso é importante ressaltar que investimentos na área de transporte tanto rodoviário, como hidroviário, ferroviário e aéreo influenciam diretamente no prazo da entrega de mercadorias no exterior, assim como a segurança nas rodovias que garantem que a mercadoria não sofra nenhum contratempo.

2. Distância cultural

A distância cultural talvez seja a maior distância enfrentada pelos profissionais e organizações que atuam no comércio internacional. Só percebemos essa enorme diferença a partir do momento em que defrontamos nossos costumes, cultura e valores com a de diferentes países. Assim, as empresas que atuam no comércio internacional têm como desafio fazer com que a organização e seus profissionais se tornem multiculturais.

Quando uma organização dá início a um processo de internacionalização, além de se adaptar a outras culturas para atender as expectativas e necessidades de uma diferente sociedade, também precisa fazer com que essas organizações de diferentes culturas se adaptem aos nossos costumes e valores para que eles também sejam reconhecidos e valorizados internacionalmente, eliminando assim estereótipos e preconceitos. Isso é o que chamamos de valor cultural agregado ao produto, o que hoje também é considerado uma vantagem competitiva dentro das empresas, como relata Soares (2004, p.202):

[...] o valor cultural agregado de um produto tem se tornado a grande vantagem competitiva de muitos países, como é o caso da Itália, que alcançou uma liderança global em alguns setores econômicos (moda, móveis, alimentação mediterrânea) a partir de sua tradição cultural. A Itália não vende ao mundo apenas o arroz arbóreo. Vende também o costume de comer risotto.

É preciso entender que a respeito de cultura não existe certo e errado, superior e inferior, o que existe são apenas diferenças no estilo de vida de cada nação, assim como idioma, costumes, atitudes e idéias. Na realidade conhecer e entender a cultura de países com os quais se negocia não é uma atividade simples. É necessário ter experiência e estar sempre atualizado sobre informações e aspectos culturais desses países porque certamente esse é um aspecto que faz a diferença e pode até influenciar na hora das negociações.

Para que os profissionais de comércio exterior e relações internacionais estejam atentos a cultura dos países com os quais sua organização possui relações comerciais, algumas organizações aplicam treinamento multicultural aos mesmos. Para empresas que não possuem capital suficiente para se dar a esse luxo, esta pode sugerir aos seus funcionários que participem de entidades como as câmaras de comércio bilaterais, que são incentivadas pelo governo e ocorrem eventualmente no país promovendo trocas comerciais e culturais entre diferentes nações que possuem relações comerciais com o Brasil, ou que pretendem dar início a novas parcerias.

3. Distância tecnológica

A distância tecnológica, não menos importante que as demais, pode até inviabilizar os negócios internacionais. Antes da crise de 1929, a economia do Brasil dependia de alguns poucos produtos agrícolas que eram exportados e estavam arrasados e sem rumo. Assim, a economia do país, voltou-se para um mercado doméstico e a indústria nacional passou a substituir os produtos importados por produtos fabricados dentro do próprio país. Podemos dizer que o desenvolvimento industrial e tecnológico no Brasil, segundo Soares (2004) ocorreu graças a essa limitação externa (o país se encontrava impossibilitado de comprar produtos importados); e a política governamental de compra de café, que naquela época se encontravam em grandes estoques. Assim, foi criada pelo governo uma renda

beneficente para os cafeicultores, o que estimulou a industrialização e o mercado de consumo doméstico.

Atualmente apenas uma pequena parcela da população brasileira possui alto padrão de vida, assim, o consumo do país de alto padrão se encontra apenas ao alcance da elite brasileira, esse é um dos motivos pelo qual o Brasil possui dificuldades em investir grandes quantidades de dinheiro em tecnologia. Soares (2004) observa esta condição:

[...] não generalizamos nosso mercado doméstico industrial a toda população, nem investimos no comércio internacional como fonte de geração de riqueza e desenvolvimento tecnológico. [...] essa distância tecnológica influencia os negócios internacionais na medida em que o nível tecnológico de um país condiciona a qualidade e o valor agregado das suas exportações e importações. (SOARES, 2004, p. 205)

Se a mercadoria de um país não possuir a qualidade e a tecnologia exigida pelo mercado externo, certamente encontrará dificuldades, para ser exportada e para conquistar novos mercados, a menos que por meio de parcerias com países mais desenvolvidos tecnologicamente consigam formar *joint venture*³, por exemplo. Assim, por meio de acordos comerciais diversos, um determinado país pode contribuir com suporte tecnológico em troca de parcerias exclusivas.

4. Distância temporal

Também conhecido como “lead time” a distância temporal, assim como a distância geográfica, depende muito da logística do trajeto e dos meios de transporte envolvidos que serão usados para a entrega da mercadoria ao seu destino final. Essa distância vai do primeiro contato com o cliente até a entrega do produto. Fator este que o Brasil sofre pelas precárias condições de transportes e alto custo, além de estarmos localizados muito

³ Uma Joint Venture é uma forma de aliança entre duas ou mais entidades com o fim de partilharem o risco de negócio, os investimentos, as responsabilidades e os lucros associados a determinado produto ou serviço.

distantes geograficamente dos nossos principais parceiros comerciais, como os EUA, China, Alemanha, entre outros.

Todo processo de transporte dos produtos que estão sendo exportados por qualquer país custa muito dinheiro, e no Brasil, ainda temos o problema da excessiva burocracia e os procedimentos aduaneiros necessários para liberar as mercadorias que compramos e ou vendemos. Apesar de a distância temporal não ser visível ela é extremamente importante. Um dos principais motivos é que ela interfere diretamente no prazo de entrega estipulado das mercadorias podendo contribuir para obtenção de lucro ou prejuízo como registra Soares (2004, p.206):

[...] na atualidade, como as empresas preferem manter estoques baixos e operar no sistema just-in-time, a administração da distância temporal pode representar o ganho, a manutenção ou a perda de clientes e fornecedores externos e o fator crítico da lucratividade de uma operação.

5. Outros fatores

Também são consideradas barreiras ao comércio internacional fatores como as tarifas (taxa cobrada pela empresa que é indiretamente arrecadada pelo governo), os subsídios (dinheiro que o governo investe em empresas com intenção de reduzir o custo final do produto e assim fazer com que a empresa se torne competitiva no mercado interno e/ou externo), medidas sanitárias e fitossanitárias (medidas necessárias para proteção da saúde e vida humana e dos animais e plantas) e medidas anti dumping (ocorridas quando o preço de um determinado produto é extremamente baixo em relação ao mercado podendo assim prejudicar a produção interna do país importador).

Em Ruiz (2005) é possível entender melhor a baixa participação do Brasil nas exportações, sendo que os mesmos aplicaram um questionário a 102 empresários de diferentes áreas. Segundo Ruiz (2005) a atual política cambial estava como principal

entreve para o aumento das exportações, sendo que as oscilações de mercado dificultam a elaboração de estratégias para exportação.

Ruiz (2005) também aponta os problemas decorridos da logística dos transportes, as deficiências em portos, estradas e aeroportos e a falta de informação sobre os procedimentos burocráticos que o processo de exportação envolve. Por razões como estas, muitas empresas, em sua maioria de pequeno e médio porte que exportam, acabam limitando suas relações comerciais com mercados mais próximos, como o Mercosul, por apresentarem um custo reduzido relativos à transporte. Cerca de 90% das empresas nacionais são de micro e pequeno porte, assim elas representam grande importância na geração de empregos e de renda no Brasil, mas ainda assim a participação dessas empresas no mercado internacional com suas exportações é relativamente pequena.

Antes disso, também foi realizada uma pesquisa pela CNI (Confederação Nacional das Indústrias) *apud* Maia (2003) para encontrar as principais barreiras que dificultam o aumento das exportações nacionais. O principal problema encontrado dentro das 800 empresas que participaram da pesquisa foi a burocracia aduaneira, que exige excessivos documentos para que as empresas possam exportar suas mercadorias; em seguida apontaram os custos portuários, que ainda piora pelo excesso de mão de obra e pela má administração em que se encontra; o quarto item foi a desoneração tributária das exportações e a devolução dos impostos cumulativos, quando prevista por lei, PIS (Programa de Integração Social), uma contribuição de natureza tributária à pessoas jurídicas, CPMF (Contribuição Provisória sobre Movimentações Financeiras) e Cofins (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social); o quinto item apontado foi as condições de financiamento à exportação, entre outros. Esses problemas para serem resolvidos, ou pelo menos amenizados, necessitam segundo Moreira (2004) de:

[...] (i) de reformas político-institucionais; (ii) de adoção de medidas corretivas estruturais, principalmente desburocratização radical, política de investimentos inteligente e absorção de tecnologias; e (iii) de reorganização dos instrumentos de ação das políticas setoriais. (MOREIRA, 2004, p. 1)

Está claro que o comportamento dos governos está cada vez mais importante para as áreas industriais e de comércio internacional na importante escolha e definição das políticas que apoiam e ajudam a criar o desenvolvimento de vantagens competitivas para o comércio interno, assim como as políticas comerciais afetam cada vez mais as trocas internacionais. Com isso se torna evidente a importância da participação inata do governo na escolha de políticas comerciais adequadas e dos seus incentivos para um aumento do índice de exportação nacional, assim como de um equilíbrio na corrente de comércio do país.

Além desses entraves, encontrados nas diferentes formas de governo de um país, principalmente do Brasil, não podemos deixar de citar o item educação. É notório que as crianças de hoje representam o futuro do país, fator este que o Brasil não é bem classificado considerando as péssimas condições e má qualidade no ensino, principalmente básico e fundamental. O periódico *The Economist* (2009, p.36) aponta o índice educativo como um dos piores fatores que impedem com que o Brasil se desenvolva economicamente:

[...] No Brasil muito vem ocorrendo nos dias atuais – política estável, uma sociedade aberta e razoavelmente harmoniosa, uma economia que tem lembrado como crescer após décadas de estagnação – mas quando se trata de qualidade nas escolas, ele ainda está muito longe de muitos outros países em desenvolvimento, apesar dos recursos públicos investidos em educação. [...] A dominação mundial, mesmo que amigável e não confrontável que o Brasil busca, não acontecerá em um lugar onde 45% dos chefes de famílias pobres possuem menos de um ano de escolaridade. (THE ECONOMIST, 2009, p. 36)

Também foi apontado por Antoine Van Agatmael numa entrevista para a revista *Época Negócios* sobre o futuro do Brasil, que afirma que a maior barreira para o país ampliar sua importância econômica no mundo é a educação, em que cita:

[...] o Grande risco do país é a educação, tanto a educação geral, básica, como a educação de alto nível. Se você olhar os resultados de matemática em testes internacionais, o Brasil está entre os piores. Se olhar para o número de instituições de elite, o Brasil também está no fim da lista. Isso não quer dizer que o Brasil não tenha instituições fantásticas, mas não o suficiente. Não tem massa crítica. (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2009, p.38)

O item educação é extremamente importante, mas não deixa de ser um item que apenas pode colaborar para um maior desenvolvimento econômico do Brasil à longo prazo, por isso é um fator que precisa ser analisado nos dias atuais, para que, mesmo dentro de muitos anos, possa contribuir para um avanço e desempenho maior do nosso país no exterior e também para melhorar a qualidade de vida da população.

Considerações

Todos os fatos ocorridos desde a antiguidade, incluindo conflitos, guerras e crises contribuíram de forma relevante para o aprimoramento do cenário político econômico mundial, atualizando as regras de comércio e as relações comerciais entre diferentes nações, assim como importantes economistas deixaram suas contribuições para essas mudanças. Com a criação da Organização Mundial do Comércio - órgão específico encarregado em supervisionar as negociações e operações dentro da área de comércio exterior - além de reforçar a liberalização do comércio internacional, já foram eliminadas algumas das barreiras fronteiriças existentes no comércio internacional e várias outras estão sendo estudadas.

Assim como no mundo, a área de comércio exterior no Brasil também sofreu significativas mudanças que colaboraram para um aperfeiçoamento no desempenho do país no mercado mundial, as empresas nacionais que exportam suas mercadorias ainda encontram muitos desafios como distâncias geográficas, culturais, temporais e tecnológicas e também várias barreiras internas, como a atual política cambial, que faz com que as cotações estejam sempre instáveis, a burocracia aduaneira, que exige uma enorme quantidade de documentos para que a exportação seja liberada, entre outras. Os problemas decorridos da logística dos transportes, as deficiências em portos, estradas e aeroportos, e

também barreiras externas como o conflito de legislações, diferentes moedas, costumes, idiomas entre outros.

Contudo, os estudos sobre o comércio exterior e relações internacionais, apesar de sempre existirem, ainda necessitam de mais discussões. Faz necessário que os profissionais atuantes dessa área estejam sempre atualizados nas novas regras de relações comerciais e nas mudanças de mercado, tanto interno quanto externo, mudanças estas, que os órgãos governamentais interferem significativamente. Os experimentos mal sucedidos de antecessores atuantes no cenário político econômico servem como exemplo para que os profissionais atuais não cometão os mesmos erros.

Para que o Brasil possa aumentar seu índice de exportação e equilibrar a balança comercial é necessário que o governo realize uma série de reformas principalmente na atual política cambial.

Para se obter uma corrente de comércio favorável, resultado da soma das exportações e importações, foram aderidas algumas reformas pelo PAC – Programa de Aceleração de Crescimento do atual governo do presidente Luíz Inácio Lula da Silva, que vem sendo realizadas nos últimos anos, como investimentos na área de transporte, nas rodovias, hidrovias, ferrovias, portos e aeroportos, que afetam o custo exportação pela atual ineficiência e alto custo, as medidas de estimulação de crédito e financiamentos, a isenção no recolhimento do PIS/Cofins, a desoneração tributária, entre outras.

Referências Bibliográficas

MAIA, Jayme de Matiz. **Economia Internacional e Comércio Exterior**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2003

MOREIRA, B.F. **Barreiras Internas a Exportação**. XVI Fórum Nacional do Instituto Nacional de Altos Estudos (INAE). Rio de Janeiro, maio de 2004. Disponível em: <http://www.cin-es.org.br/midias/pdf/21.pdf>. Acesso em: 27/11/2009.

O futuro já chegou para o Brasil. **Época Negócios**. São Paulo. jun. 2009, p. 38.

RATTI, Bruno. **Comércio Internacional e Câmbio**. 10ª ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001

RUIZ, F. M. **Exportações brasileiras**: fatores explicativos da participação das micro e pequenas empresas (MPE). 2005. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA), USP, São Paulo, 2005.

SOARES, Claudio César. **Introdução ao Comércio Exterior – Fundamentos Teóricos do Comércio Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2004

The Economist. Still a lot to learn. Ed. jun 2009 p. 36.

The Economist. Building on the B in BRIC. Nov 2008 p. 52

THORSTENSEN, Vera. **Organização Mundial de Comércio**. 2ª ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001