

Exportação na pequena e média empresa – Bicho de sete cabeças ?

Michel Abdo Alaby *



As pequenas e médias empresas são parte integrante do desenvolvimento econômico de um país, quando participam efetivamente da atividade exportadora.

Nos Estados Unidos, segundo o Departamento de Comércio, empresas com menos de 19 empregados contribuem com cerca de 50% das exportações. Na Itália, o motor da economia é a formação dos consórcios e cooperativas de exportação, formados por esse segmento.

No Brasil, infelizmente, o modelo exportador foi baseado na concentração dos grandes conglomerados empresariais, concentrando a atividade nas multinacionais e grandes empresas que representam aproximadamente 85% da pauta exportadora.

Um dos primeiros passos para o pequeno e médio empresário participar do mercado externo é ter consciência e mentalidade gerencial de que exportar é função estratégica da empresa e nunca alternativa às restrições de vendas no mercado interno. Além disso, ele deve se preocupar em manter continuidade na exportação e buscar nichos de mercado.

Exportar não é um bicho de sete cabeças, exige perseverança, paciência e relacionamentos. Aprendida a lição, as vendas externas subseqüentes serão rotineiras.

Algumas definições estratégicas poderão nortear os princípios para atuar no mercado externo:

- a) Avaliar os produtos e/ou serviços com os quais a empresa tem maiores condições de competir, assim como, avaliar as modalidades de exportação mais adequadas à sua empresa, de forma direta ou por intermédio das empresas comerciais exportadoras e buscar profissionais e serviços especializados na área de logística, qualidade, serviços aduaneiros, entre outros prestadores de serviços;
- b) Formar preços para exportação tomando-se em conta os custos de produção e não calculá-los amadoristicamente ou baseados nos preços praticados no mercado interno, retirando unicamente os impostos não incidentes;
- c) Analisar as estatísticas de importação e exportação dos países para os quais pretende vender; talvez seja mais prudente começar a pesquisa e a exportação pelos países vizinhos, em função da proximidade, mercados equivalentes e pelos benefícios concedidos pelos países importadores;
- d) Designar uma pessoa na empresa para tratar do assunto exportação;
- e) Procurar elaborar catálogos em idiomas estrangeiros;
- f) Manter contatos com empresários estrangeiros.

As pequenas e médias, além das pessoas físicas, têm algumas facilidades para exportar. Uma delas é a Declaração Simplificada de Exportação (DSE) para pequenos embarques de até US\$10.000,00 permitindo que o exportador preencha a documentação por computador, no Sistema Integrado de Comércio Exterior-Siscomex, sem burocracia e custos adicionais. Os Correios e as empresas "Courier" estão inseridas para operar essas facilidades.

Enfim, para exportar, as empresas devem investir e não tratar os gastos como despesas correntes.

* Michel Abdo Alaby – Consultor em Comércio Exterior da QualiLog Consulting. Economista, administrador e contador, é consultor da Organização das Nações Unidas (ONU) e Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Vice-presidente da Associação dos Executivos de Comércio Exterior (Adebe), presidente da Associação de Empresas Brasileiras para a Integração de Mercados (Adebim), membro do Conselho Técnico da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) e do Comitê Setorial de Comércio Exterior da Câmara de Comércio Árabe-Brasileira.

e-mail : diretoria@qualilog.com – Tels. + 55 (11) 3772-3194 / + 55 (11) 3815-6840