

PERCEPÇÕES GERENCIAIS SOBRE A EFICÁCIA DOS PROGRAMAS DE ESTÍMULO ÀS EXPORTAÇÕES: UM ESTUDO DO *DRAWBACK* NO RIO GRANDE DO SUL

Autoria: Marcelo André Machado, Gilmar Gomes dos Santos

RESUMO

O governo brasileiro tem direcionado a sua política econômica, nos últimos anos, para a reversão dos saldos negativos da balança comercial. Nesse sentido, uma série de medidas e programas de apoio são dirigidos para o incremento das exportações brasileiras. Um dos mais antigos mecanismos de apoio à exportação, disponibilizados pelo governo, é o regime aduaneiro especial de *drawback*. O *drawback* é um programa de incentivo fiscal utilizado pelas empresas exportadoras com o objetivo de tornar seus produtos mais competitivos. Entretanto, tomando-se o total de exportadores brasileiros e o número de usuários do programa acredita-se que *drawback* ainda é pouco utilizado. Através de uma pesquisa de campo, em uma amostra da população de usuários desse programa, buscou-se medir a eficácia do incentivo do *drawback*. Observou-se que há dificuldade no atendimento à legislação e operacionalização do mecanismo. Contudo, a principal conclusão obtida a partir da análise dos resultados da pesquisa, tendo como amostra as empresas usuárias de *drawback*, no estado do Rio Grande do Sul, em 2001, é a constatação, segundo a opinião dos usuários deste incentivo, que o *drawback* é eficaz e agrega competitividade aos produtos exportados pelas empresas.

1. Introdução

Diversos fatores ou barreiras de natureza administrativa, de infra-estrutura, logística, cambial, trabalhista e fiscal/tributária afetam a competitividade de nossos produtos no exterior. Geram-se elevados custos que podem inviabilizar as exportações.

Procurar formas de minimizar esses fatores limitadores, externos à organização, especialmente os tributários, é questão imprescindível para quem opera no comércio exterior. Daí a necessidade, por parte dos profissionais que administram ou são responsáveis pela área internacional da empresa, de conhecer a legislação para poder usufruir o apoio governamental que ajuda a transpor barreiras e, assim, contribui para agregar valor ao produto.

Nesse sentido, ressalta-se o empenho governamental na implementação de programas governamentais e instrumentos de apoio às empresas exportadoras. Com relação a incentivos fiscais de apoio à exportação, a legislação brasileira prevê alguns regimes especiais, entre os quais o do trânsito aduaneiro, da admissão temporária, do entreposto aduaneiro, do entreposto industrial, da exportação temporária e do *drawback*.

O regime aduaneiro especial de *drawback*, por exemplo, permite a um número cada vez maior de empresas o aperfeiçoamento e a modernização de seus produtos, o que é condição básica para ingressar com sucesso no mercado internacional ou, mesmo, para a manutenção de mercado já conquistado.

Caracterizado como um incentivo à exportação, o *drawback* compreende a suspensão ou isenção do recolhimento de diversos impostos e taxas incidentes sobre a matéria-prima ou insumos importados, que são utilizados na industrialização ou acondicionamento de produtos, com o objetivo de promover a competitividade na exportação.

Segundo o Departamento de Operações de Comércio Exterior - DECEX, órgão subordinado à Secretaria de Comércio Exterior - SECEX, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC, muitas empresas do Rio Grande do Sul utilizam o regime especial de *drawback*. Contudo, até o momento, não há registro de uma avaliação científica da eficácia do *drawback*, objeto deste estudo.

Os propósitos do mecanismo de *drawback* e o perfil regional, pólo caracterizado pela diversificação comercial e industrial, importador e exportador, sugerem a existência de considerável utilização desse incentivo pelas empresas exportadoras. Estas empresas, usufruindo a legislação, optam por importar insumos com menor preço, melhor qualidade, com tecnologia mais avançada ou, ainda, insumos inexistentes no mercado interno e necessários à fabricação de seus produtos exportáveis, adquirindo melhores condições para competir no exterior.

Situando-se numa perspectiva temporal, o estudo proposto por este projeto toma por base apenas as organizações que utilizaram o incentivo de *drawback* durante o período compreendido entre o mês de janeiro/2001 a dezembro/2001. Fica estabelecido, assim, que não foram objeto de análise experiências anteriores ou posteriores a este período, as quais poderão ser alvo de outro estudo, não sendo, portanto, relevantes para o presente trabalho.

A eficácia, dentro da contextualização da pesquisa, está representada pela capacidade de geração de resultado desejado, estando, portanto, voltada em atingir objetivos propostos (Chiavenatto, 1993).

2. Barreiras à exportação

A literatura de marketing internacional, notadamente sobre as exportações (Moini, 1997; Seringhaus, 1986; Shoham e Albaum, 1995; Wilkinson e Brouthers, 2000), revela a existência de barreiras à entrada de mercadorias em outros países. Assim, a inclusão do presente tópico sobre barreiras às exportações teve como motivação precípua a constatação de que estas barreiras geram atitudes negativas nos executivos de empresas exportadoras, alterando o comportamento e a performance da empresa em relação à atividade exportadora (Leonidou, 1995; Moini, 1997; Shoham, 1998; Singer e Czinkota, 1994).

Segundo Wilkinson e Brouthers (2000), programas públicos de promoção às exportações tratam da questão de barreiras com a oferta de um largo conjunto de atividades, projetadas para ajudar os exportadores e potenciais exportadores a tornarem-se mais envolvidos com o marketing internacional.

Singer e Czinkota (1994) representaram, de acordo com o quadro abaixo, o papel dos programas de suporte do governo na transposição de barreiras à exportação, nas percepções e atitudes gerenciais.

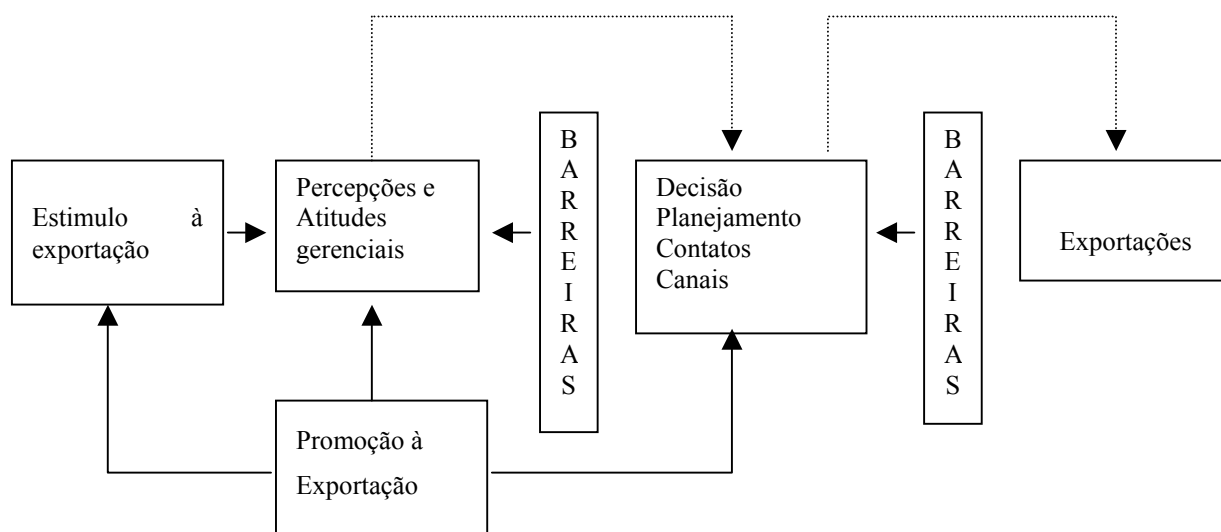


Fig. 1 - Modelo geral do papel da promoção das exportações.

Fonte: Singer e Czinkota, 1994, p.56.

Tradução dos autores do artigo.

Cabe ressaltar que as barreiras potenciais, identificadas na exportação, afetam as empresas em maior ou menor grau nos diversos estágios de seu processo de internacionalização (Leonidou, 1995; Moini, 1997; Shoham, 1998).

Moini (1997), tomando como base a revisão de literatura de estudos anteriores, propõe a existência de cinco barreiras à exportação que são apresentadas a seguir:

- barreiras de marketing - compreendem a obtenção de informações sobre clientes e mercados externos, como fazer preços e propaganda no exterior;
- barreiras de procedimentos - estão ligadas aos aspectos burocráticos, documentais e logísticos envolvidos em uma operação de exportação;
- barreiras de práticas e negócios internacionais - referem-se aos regulamentos impostos por governos, a comunicação com clientes e às práticas comerciais no exterior;
- barreiras financeiras - estas barreiras dizem respeito aos riscos cambiais, ao financiamento das operações de exportação e a cobrança das vendas ao exterior;
- barreiras técnicas e de adaptação - referem-se à adaptação de produtos para o mercado externo e a serviços de pós-venda.

3. Programas de apoio à exportação e o Caso Brasileiro

“Os gastos do governo com a promoção de exportações parecem fazer sentido. Um bilhão de dólares de exportação cria, em média, 22.800 empregos. Estima-se que US\$ 2 bilhões do PNB são gerados por um bilhão de dólares de exportação, seguidos de US\$ 400 milhões em impostos estaduais e federais. Desta forma, a exportação pode ser considerada o maior instrumento de crescimento econômico na economia norte-americana”(Kotabe e Czinkota, 1992, p.637)

Todas as nações, em maior ou menor grau, possuem políticas que afetam o marketing internacional. Estas políticas podem ser explicitadas publicamente ou mantidas em segredo, desarticuladas ou coordenadas, diretas ou indiretas (Czinkota, 2000).

Segundo Keegan (1995), por séculos os estados-nações do mundo inteiro combinaram duas formas de apoiar a venda de produtos além das fronteiras nacionais: o subsídio direto e as medidas indiretas de apoio à exportação. Contudo, ainda segundo Keegan, tais medidas políticas são orientadas para, simultaneamente, estimular as exportações e restringir as importações.

Gençtürk e Kotabe (2001) dividem as atividades de promoção das exportações em duas formas, que podem variar dependendo de se a intenção é fornecer conhecimento por informações ou experiência:

- programas de serviços de exportação - compreende, por exemplo, seminários para exportadores potenciais, orientação aos exportadores, manuais sobre como exportar e financiamento para exportação;
- programas de desenvolvimento de mercado - podem ser entendidos como a disseminação de indicações de compradores potenciais às empresas
 - ← locais, participação em feiras internacionais, preparação e análise de mercado e edição de informativos sobre exportação.

Para estes autores, os programas de assistência às exportações, patrocinados pelo governo, são um importante recurso para a construção de conhecimento e experiência necessários para o sucesso no envolvimento com o mercado externo. Além disso, o uso de programas de promoção à exportação pode resultar em uma redução no investimento necessário para gerar *expertise* em exportação na própria empresa (Gençtürk e Kotabe, 2001).

Keegan (1995), do ponto de vista de política econômica, propõe uma outra classificação mais ampla para as atividades governamentais de suporte às exportações de empresas nacionais. Para ele estas atividades são assim classificadas:

- ← incentivos fiscais - redução dos tributos incidentes sobre os ganhos de exportação ou reembolso dos tributos já pagos sobre operações de exportação;
- ← subsídios - utilizados para recompensar a performance de exportação;
- ← assistência governamental - disponibilização de informações sobre mercados internacionais e riscos de crédito.

Para Seringhaus (1986), a assistência de governo às exportações deve cumprir três funções de marketing internacional: em primeiro lugar, permitir a assunção de riscos e oportunidades provenientes do envolvimento com o mercado externo; segundo, despertar o interesse e o comprometimento da empresa para a exportação; e, por último, atuar como um recurso externo na construção de conhecimento e experiência, requisitos vitais para o sucesso no mercado internacional.

Considerando a recente história econômica brasileira, pode-se verificar a existência de incentivos à exportação voltados para a correção dos *déficits* na balança comercial e geração de divisas para o pagamento de juros e amortização da dívida externa (Labatut, 1994; Mantega, 1995; Rocha, 1987). Quanto aos instrumentos de apoio à exportação, o governo adotou, basicamente, taxa de câmbio, subsídios e incentivos fiscais (Haar e Ortiz-Buenafina, 1995).

Os subsídios, no Brasil, podem ser entendidos como apoio para corrigir e compensar as distorções internas que atingem os produtos exportáveis. De acordo com Rocha (1987), a partir da reforma tributária de 1965, os subsídios mais conhecidos foram: “créditos-prêmio” de Imposto de Circulação de Mercadorias-ICM e Imposto sobre Produtos Industrializados-IPi; juros subsidiados e imposto de renda.

Segundo Labatut (1994), as diretrizes gerais da política de comércio exterior foram implementadas, recentemente, por meio da portaria 365/90 do Ministério da Economia Fazenda e Planejamento-MEFP. Esta portaria subsidiou a implantação de linhas oficiais de financiamento às exportações, como o Programa de Financiamento à Exportação-PROEX e o BNDES-Exim, gerenciados, respectivamente, pelo Banco do Brasil S/A e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social-BNDES.

Os principais mecanismos de apoio às exportações brasileiras, citados pelo governo no XVIII ENAEX (Comércio Exterior, 1999), lista-se na tabela 1 e apresenta-se a seguir:

Programa	Caraterística
<i>Drawback</i>	Suspensão ou isenção de impostos incidentes na importação de produtos que serão agregados à exportação.
Agência de Promoção às Exportações-APEX	Apoio à promoção comercial de produtos e serviços brasileiros no exterior. Atua também na formação de consórcios de exportação.
PROEX	Financiamento à exportação na fase pós-embarque, com juros internacionais.
BNDES-Exim	Financiamento à exportação nas fases pré e pós-embarque, com juros internacionais.
Programa Especial de Exportações - PEE	Programa articulado entre governo, setor privado, estados e municípios para viabilizar estratégias de exportação.
Fundo de Garantia para a Promoção da Competitividade-FGPC	Instrumento de garantia de crédito para operações realizadas com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES.
Incentivos Fiscais	Desoneração de tributos e impostos ligados à exportação.

Seguro de Crédito	Seguro contra o não recebimento das exportações. Administrado no Brasil pela Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação - SBCE.
-------------------	--

TABELA 1- Principais mecanismos de apoio à exportação

Fonte: Comércio Exterior (1999).

4. O Regime aduaneiro especial de *drawback*

Para Vazquez (1997) o regime aduaneiro especial de *drawback* é um incentivo à exportação, diretamente relacionado com a importação de mercadoria que será utilizada na fabricação, complementação ou acondicionamento de outra exportada. Constitui-se em um instrumento de estímulo às exportações que permite às empresas, o aperfeiçoamento e a modernização de seus produtos.

Conforme Garcia (2001), a base legal desse incentivo está contida no Regulamento Aduaneiro. Segundo o autor, a Portaria nº 4, de 11/06/97, da Secretaria de Comércio Exterior–SECEX, apresenta a sistemática administrativo-operacional e intitula o benefício de Regime Aduaneiro Especial de *Drawback*.

O mecanismo de *drawback* teve sua origem em 1966, através da publicação do Decreto-Lei nº 37. Desde sua origem, houve diversas alterações referentes a aspectos administrativos, até a publicação da Consolidação das Normas de *Drawback*–CND, amparada pelo Comunicado Decex nº 21/97.

Caracterizado como incentivo, o *drawback* consiste na suspensão, restituição ou isenção de recolhimento de taxas e impostos, incidentes sobre a importação de mercadorias utilizadas na fabricação, beneficiamento, complementação ou acondicionamento de produtos exportados ou a exportar. O incentivo, no entanto, não deve ser confundido com favor fiscal (Vazquez, 1997).

Os benefícios do *drawback* são considerados incentivos à exportação, pois consistem basicamente na dispensa de cobrança de tributos de mercadoria importada, que constitui matéria-prima ou parte do produto final que será exportado.

O Regime de *Drawback* encontra-se dividido em três modalidades:

a) Suspensão: os impostos referentes à importação ficam suspensos até que se comprove a exportação, o que deverá ocorrer num prazo previamente estipulado. Caso contrário, os tributos serão cobrados. Trata-se de modalidade que se caracteriza por vincular-se a compromisso futuro de exportação; portanto, sua solicitação deverá ocorrer anteriormente à importação do insumo. A denominação insumo deve ser entendida por matéria-primas, materiais secundários, embalagens e partes e peças utilizados na fabricação dos produtos (Garcia, 2001).

b) Isenção: pleiteada quando se utilizam mercadorias importadas na fabricação de um produto que já tenha sido exportado. Nesse caso, o beneficiário do regime terá isenção de impostos numa futura importação. O insumo assim importado poderá ser utilizado livremente pela empresa e, no caso de ser usado em nova exportação, o benefício poderá ser solicitado novamente. Para Garcia (2001), caracteriza-se pela reposição do estoque de insumos utilizados em produtos, em quantidades e qualidade equivalentes aos anteriormente exportados.

c) Restituição: a importação é realizada com o pagamento normal de tributos. Porém, esses tributos poderão ser restituídos (crédito fiscal) com a comprovação da exportação.

A industrialização é entendida como qualquer operação que modifique a natureza, o funcionamento, o acabamento, a apresentação ou a finalidade do produto, ou seja, que o aperfeiçoe para o consumo, nas seguintes formas de classificação:

- Transformação - exercida sobre matéria-prima ou produto intermediário e que resulte na obtenção de espécie nova.

- Beneficiamento - importa em modificar, aperfeiçoar ou alterar o funcionamento, a utilização, o acabamento ou a aparência do produto.
- Montagem - consiste na reunião de produtos, peças ou partes que resultem em um novo produto ou unidade autônoma, ainda que sob a mesma classificação fiscal.
- Acondicionamento ou reacondicionamento - importa em alterar a apresentação do produto, através da colocação de embalagem, quando propicia agregação de valor ao produto final.
- Renovação ou recondicionamento - é exercida sobre produto usado ou sobre parte remanescente de produto deteriorado ou inutilizado.
- Acondicionamento de mercadorias a serem posteriormente exportadas.

A importação livre de tributos e taxas influirá na redução do custo final do produto. O mesmo não ocorre na importação normal, pois o imposto de importação e as taxas portuárias já pagas não serão recuperadas.

4.1 Vantagens do *drawback* sob o aspecto financeiro

De acordo com Vazquez (1997), nem sempre do ponto de vista financeiro o *drawback* é vantajoso. Existem casos, por exemplo, de aquisição de insumos de valor insignificante, que tornam as despesas administrativas com o regime maiores do que o próprio imposto que foi economizado. Baixas alíquotas, produtos finais que demandam pequenas quantidades do insumo importado são outros exemplos que devem demandar cautela antes de optar pelo incentivo.

Por outro lado, no quadro 1, a seguir, apresenta-se um exemplo que ilustra a vantagem financeira desfrutada pelo beneficiário de um Ato Concessório de *Drawback*:

QUADRO 1 - Exemplo da economia viabilizada com *Drawback* suspensão

EXEMPLO DA ECONOMIA VIABILIZADA COM O *DRAWBACK* SUSPENSÃO

A empresa importou Polipropileno – NCM 3902.10.20 – 2,5 Toneladas

DADOS DA IMPORTAÇÃO (valores em Reais)

Importação (FOB)	48.000,00
Frete	720,00
Seguro	960,00
Valor Aduaneiro	49.680,00

CÁLCULO DOS IMPOSTOS E TAXAS (valores em Reais)

	Base de Cálculo	Valor do Tributo
Imposto de Importação (17%)	49.680,00	8.445,60
Imposto s/Produtos Ind. (12%)	58.125,60	6.975,07
ICMS (17%)	65.100,67	11.067,11
AFRMM (25% s/frete)	720,00	180,00
TOTAL TRIBUTOS SUSPENSOS		26.667,78

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

Os dados acima demonstram que, realmente, na maior parte dos casos, existem vantagens na utilização do *drawback*. Se a importação fosse normal, no presente exemplo, haveria um custo final de R\$ 76.347,78. Com o *drawback*, economizou-se R\$ 26.667,78, ou seja, 34,93% da operação. Se bem utilizado, o *drawback* pode tornar-se um poderoso instrumento para conquista do mercado externo, tornando o produto bem mais competitivo.

Além dessas, Vazquez (1997) destaca outras vantagens do *drawback*:

- Estímulo à produção de bens exportáveis;
- Capitalização do país com moedas fortes;
- Resultado positivo na balança comercial;
- Geração de empregos;
- Defesa da indústria nacional;

- Melhoria do *know-how* tecnológico;
- Melhoria da qualidade dos produtos nacionais;
- Incremento da capacidade competitiva.

Com o término dos subsídios fiscais às exportações brasileiras, o regime aduaneiro especial de *drawback* surge como uma alternativa para manter a competitividade, além de garantir e conquistar mercados (Vazquez, 1997).

4.2 O *drawback* eletrônico

A implantação do *drawback* eletrônico, a partir de 1º de novembro de 2001, marca significativas mudanças na operacionalização deste instrumento de apoio à exportação (Decreto nº 3.904, de 31.08.2001, Portaria SECEX nº 14, de 17.10.2001 e Comu DECEX nº 5, de 01.11.2001, publicados, respectivamente, no DOU em 03.09.2001, n em 18.10.2001 e no DOU em 06.11.2001).

Espera-se, com essa nova sistemática de concessão e controle das operações, reduzir os custos da administração, com reflexos sobre os ganhos operacionais e financeiros dos exportadores, através da extinção de diversos documentos exigidos pela sistemática anterior e da automatização dos processos de análise.

5. Método

Seguindo a taxionomia proposta por Vergara (2000), esta pesquisa foi classificada como descritiva, pois buscou identificar e descrever as percepções dos executivos das empresas do Rio Grande do Sul, usuárias do *drawback*, quanto à eficácia deste programa no estímulo às exportações.

A população foi definida como o conjunto de diversas empresas pertencentes a diferentes setores, localizadas no estado do Rio Grande do Sul, que utilizaram o programa de incentivo à exportação *drawback*, durante o ano de 2001. As informações relativas às empresas do estado do Rio Grande do Sul que utilizaram o *drawback* no ano de 2001 e que representam a população da pesquisa foram buscadas junto à SECEX/MDIC e ao Banco do Brasil S.A.

Para a obtenção de dados dos usuários do *drawback* consultou-se o Banco do Brasil S.A., que é o órgão responsável, por delegação do Departamento de Operações de Comércio Exterior - DECEX, pela emissão e controle de Atos Concessórios de *Drawback*, modalidades suspensão e isenção. Obteve-se, então, relações de *drawback*, do ano de 2001, emitidos pelas Agências de Negócios Internacionais de Porto Alegre-RS, Novo Hamburgo-RS e Caxias do Sul-RS, referentes às empresas do estado do Rio Grande do Sul.

Verificou-se, através das listagens, que o montante de *drawback* no ano de 2001 girava em torno de 500 operações. Percebeu-se que uma única empresa poderia possuir vários Atos Concessórios de *Drawback*. Esse fato ficou evidenciado no trabalho de cruzamento das relações e coleta de nomes de usuárias, listando-se 236 empresas que usufruíram do *drawback*, no estado, neste período.

Assim, a partir desta lista de usuárias, consultou-se o *site* Catálogo de Exportadores Brasileiros – Exportadores do Rio Grande do Sul (CNI, 2002) conseguindo-se o número de telefone e endereço de 108 empresas.

Encaminharam-se, conforme autorização, os questionários aos usuários. Desses, retornaram 39, sendo que 2 não foram considerados válidos, em virtude de terem sido respondidos parcialmente. Esses 37 questionários considerados válidos se constituíram, então, na amostra desta pesquisa.

A amostra foi classificada, de acordo com Mattar (1996), como não probabilística, selecionada por conveniência ou acessibilidade. Não probabilística, porque a seleção dos sujeitos para a composição da amostra dependeu de julgamento do pesquisador, tratando-se apenas de empresas localizadas no estado do Rio Grande do Sul que utilizaram o *drawback*

durante o ano de 2001, e porque a análise baseou-se somente em empresas que responderam ao questionário. A amostra pesquisada foi auto-selecionada, representada por empresas que utilizaram o *drawback* no ano de 2001 e que responderam de forma válida o instrumento de investigação.

Os sujeitos da pesquisa foram representados pelas pessoas intimamente ligadas à decisão de utilizar o programa de *drawback* para amparar as exportações de sua empresa. Todavia, em algumas organizações com administração familiar, o próprio proprietário, como responsável pela tomada de decisão quanto à utilização deste mecanismo de apoio, pôde enquadrar-se como sujeito.

5.1 Questionário

Neste trabalho, o questionário foi elaborado com questões fechadas, apresentando-se um conjunto de alternativas entre as quais o respondente escolhia a que melhor representasse o seu conceito. Apresentou-se, também, uma questão aberta, que permitia ao respondente opinar sobre o mecanismo e as vantagens do *drawback* e sugerir melhorias para sua operacionalização (Gil, 1999).

Para a validação do instrumento de investigação científica, foram efetuados procedimentos prévios, objetivando, além da validade do conteúdo, diagnosticar o grau de compreensão, a boa vontade e a capacidade em responder ao questionário.

A validade do instrumento obtém-se, segundo Gil (1999, p.141), “quando ele mede exatamente o que se propõe a medir”. A validação do conteúdo ou coerência interna do instrumento de pesquisa, neste caso, foi obtida pela utilização da “opinião de um júri” (Gil, 1999), o que também pode ser chamado de “painel de *experts*.”

Para validar o instrumento, apresentou-se o questionário a dois notórios pesquisadores da área de marketing internacional. Buscou-se identificar, assim, se as perguntas eram reveladoras dos fatores medidos e se o conjunto de questões proporcionava informações necessárias para medir o que se propunha. Como resultado, obteve-se o enriquecimento do instrumento de coleta.

O instrumento de investigação também foi submetido a um juiz prático na área internacional e *drawback*, notório executivo de uma assessoria em comércio exterior. Assim, através de um processo interativo entre pesquisador e juiz, chegou-se a um modelo que fosse coerentemente embasado e de fácil compreensão.

Como etapa final de validação, para avaliar o grau de compreensão em relação ao comércio internacional e observar a boa vontade e capacidade do respondedor, o instrumento foi pré-testado com dois executivos, com experiência em *drawback* e comércio exterior, selecionados entre as empresas da população pesquisada. A amostra foi avaliada como representativa no que diz respeito a características funcionais, ou seja, as empresas eram típicas da população pesquisada.

O pré-teste teve como função verificar “falhas como: complexidade das questões, imprecisão na redação, constrangimentos ao informante, exaustão, etc.” (Gil, 1999, p.137).

O questionário, no que se refere a sua apresentação, foi dividido em três blocos de questionamentos. O primeiro, composto de questões fechadas, apresentou variáveis que convidavam o respondente a prestar informações objetivas e a responder às questões propostas (Gil, 1999). O objetivo deste primeiro bloco, de 11 questões, foi obter dados sobre a empresa.

No segundo bloco, composto de 10 afirmações, o executivo respondia de acordo com uma escala intervalar de 5 graus, sendo 1 equivalente à discordância total e 5 à concordância total em relação à afirmação. Foi incluído mais um grau, sem numeração, em que o executivo sem opinião formada sobre a questão pôde assinalar sua posição. Os dados para a formulação das afirmações foram obtidos através de pesquisa bibliográfica e do conhecimento

profissional do pesquisador. O bloco de perguntas teve o objetivo de detectar a percepção dos respondentes em relação ao comércio internacional e *drawback*.

As variáveis selecionadas apareceram em forma de afirmações, que foram apresentadas através de escala proposta por Rensis Lickert em 1932 (Mattar, 1996). Utilizando a escala intervalar de 5 pontos, podemos transformar a média obtida em medida percentual, subtraindo-se uma unidade da média e multiplicando o resultado por 25.

Pretendeu-se, por meio desta coleta, verificar se o *drawback* era eficaz e se agregava competitividade à exportação, sob o ponto de vista de seus usuários. Ainda, acrescentou-se uma questão aberta, em que o respondente pôde opinar livremente sobre a utilização do regime aduaneiro de *drawback*, com o objetivo de levantar sugestões para a melhoria deste programa de incentivo à exportação.

O terceiro bloco foi composto por variáveis que convidavam o respondente a prestar informações sobre as questões propostas. Este bloco de 4 questões fechadas (Gil, 1999) teve o objetivo de caracterizar o respondente.

Como resultado do trabalho de pesquisa de campo foi obtido um retorno de 39 (trinta e nove) questionários, ou seja, um índice de resposta de 40,21%. Entretanto, 2 (dois) não foram considerados válidos por estarem parcialmente respondidos. A amostra da pesquisa, portanto, está representada por 37 (trinta e sete) questionários que foram considerados válidos para a análise. A pesquisa foi realizada nos meses de junho a julho de 2002.

Seguindo a metodologia proposta por Roesch (1999) para o tratamento de questões qualitativas, foi feita a análise do conteúdo de uma questão aberta, que permitiu aos pesquisados acrescentar fatores relevantes sobre a utilização do *drawback*.

Como a amostra foi não-probabilística e selecionada por conveniência e acessibilidade, restrita aos usuários do *drawback* no estado do Rio Grande do Sul, fica comprometida a generalização dos resultados. Segundo Gil (1999), os resultados e conclusões da pesquisa ficaram restritos à amostra, não permitindo extrapolação de resultados para toda a população.

6. Análise e interpretação dos resultados

6.1 Caracterização das empresas da amostra

A amostra desta pesquisa, formada por 37 empresas gaúchas que utilizaram o programa de *drawback* no ano de 2001, constitui-se de nove indústrias de calçados, seis do setor metalúrgico, quatro do setor de móveis, três de couros e peles, duas do setor de alimentos, duas do setor automotivo, duas de equipamentos elétricos e eletrônicos, duas de refrigeração, uma agrícola, uma do ramo de tabaco, uma de pedras semipreciosas, uma do ramo de frutas, uma do setor de plástico, uma indústria química e uma do setor metal mecânico.

Na amostra pesquisada todas as empresas eram indústrias. Contudo, como todas elas não informaram o faturamento anual, por tratar-se de campo de preenchimento opcional, efetuou-se a classificação somente quanto ao número de colaboradores e considerou-se o critério do SEBRAE para verificar o porte das empresas.

Conforme o critério adotado pelo SEBRAE, a amostra é formada por duas microempresas, duas pequenas-empresas, 17 empresas de porte médio ou 47% do total, e por 16 empresas, ou 43% da amostra pesquisada, enquadradas como de grande porte. As empresas de porte médio e grandes empresas representam 90% da amostra, sugerindo que o perfil da usuária do *drawback* enquadra-se como empresas desse tamanho. Os resultados, segundo a amostra, indicam que as empresas de maior porte tendem a buscar os programas de incentivo à exportação.

Um aspecto importante que garante o sucesso da exportação é a experiência e conhecimento sobre negociação e o ambiente externo. Assim, assume importância o tempo que a empresa negocia com o exterior.

Verificou-se que a maior parte da amostra foi constituída de empresas experientes na atividade exportadora, com cerca de 65% das empresas atuando há mais de 10 anos na exportação.

As empresas usuárias do *drawback* e o seu tempo de atuação em exportação, sendo que, em média, estas empresas atuam há 17 anos na atividade exportadora, o que justifica por que o *drawback* é mais utilizado por empresas grandes. Por ser considerado um processo burocrático por muitos usuários, o sistema acaba sendo mais utilizado por aqueles que reúnem condições mais favoráveis, ou seja, por empresas maiores e com mais experiência em importação e exportação.

Com referência à regularidade dos embarques da empresa ao exterior, isto é, de exportação, e aos embarques do exterior, ou seja, de importação, observam-se comportamentos distintos, conforme a TABELA 2.

TABELA 2 – Regularidade dos embarques das empresas

Regularidade de Embarques	Semanal	Mensal	Bimestral	Trimestral	Semestral	TOTAL
De Exportação	65%	26%	3%	3%	3%	100%
De Importação	30%	32%	5%	22%	11%	100%

Conforme a TABELA 2, na regularidade de embarques efetuados do exterior, percebe-se que 62% da amostra tem, em média, pelo menos uma importação por mês. Quanto à regularidade dos embarques ao exterior, ou seja, de exportação, percebe-se que 26% da amostra realiza embarques mensais.

Destaca-se a grande concentração de embarques semanais realizados por 24 empresas, ou 65% da amostra. A regularidade de embarques semanais demonstra o comprometimento destas empresas com a atividade de exportação, bem como deixa transparecer um maior conhecimento das práticas e dos trâmites de importação e exportação, tanto pela regularidade dos embarques como pela relação constante com o exterior. Este é mais um indicativo do porquê as empresas com mais tempo de atuação com o exterior utilizarem mais o *drawback*.

Na TABELA 3 demonstra-se a vantagem mais significativa na utilização do instrumento de *drawback*, segundo as empresas da amostra.

TABELA 3 – Vantagem mais significativa na utilização do *drawback*

Vantagem	Frequência	Percentual
Menor custo da matéria-prima importada em relação ao custo da nacional	8	22%
Menor custo e melhor qualidade no insumo importado em relação ao nacional	22	59%
Necessidade de insumo não produzido no país, utilizando-o por conveniência	5	14%
Importação por questão comercial	2	5%
TOTAL	37	100%

Conforme demonstrado na TABELA 3, a vantagem mais significativa proporcionada pelo *drawback* para 22 empresas, ou 59% da amostra, está na variável que combina o menor custo e a melhor qualidade do insumo importado em relação ao nacional. A variável que media somente a qualidade não obteve resposta como a mais significativa. No entanto, o menor custo do insumo importado através do *drawback*, apontado por 22% da amostra, representa outra vantagem significativa alcançada na utilização deste incentivo.

A vantagem mais significativa apontada pelas empresas, caracterizada como custo e qualidade, vai ao encontro do objetivo deste trabalho, pois são variáveis que se referem à eficácia e à competitividade.

Considerando a análise das empresas, pode-se caracterizar a amostra como sendo formada por indústrias, com classificação entre média e grande empresa, com atuação de 17 anos, em média, em exportação, e com uma efetiva e importante participação da exportação no faturamento.

6.2 Análise da percepção dos executivos em relação ao *Drawback*

Conforme foi mencionado anteriormente, essa pesquisa buscou identificar e entender as percepções dos empresários gaúchos sobre a eficácia do *drawback* no sentido de estar agregando competitividade na exportação.

Para verificar o nível de satisfação e a percepção quanto à eficácia do *drawback* no incentivo à exportação, foi apresentado ao respondedor um bloco de 10 variáveis, medidas por uma escala intervalar com uma graduação de 1 até 5, sendo 1 o equivalente à discordância total e 5 à concordância total em relação à afirmação. Um outro grau foi disponibilizado para o respondente que não tinha opinião formada sobre determinada variável.

Convém frisar que os dados foram analisados de forma estatística descritiva não probabilística em percentual e observadas suas médias e desvios padrão, apresentados nas 10 afirmações direcionadas a identificar a percepção dos executivos, fonte da pesquisa, quanto à eficácia do *drawback*, numa amostra de 37 empresas.

Para verificar a consistência interna das respostas do bloco de questões que utilizou escala intervalar, foi calculado o *Alpha de Cronbach* sendo que em todos os blocos este índice foi superior a 0,80. Este índice foi considerado aceitável para a pesquisa (Malhotra, 1996)

No QUADRO 4, apresentam-se as freqüências da pesquisa, em percentual, sobre a percepção dos usuários em relação à eficácia do *drawback*.

QUADRO 4 – Freqüência dos resultados sobre o *drawback* em percentual

Indicadores	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem	Concordo	Concordo Totalmente
12. A análise e aprovação do ato concessório de <i>drawback</i> é rápida e desburocratizada	0,0	24,0	32,0	33,0	11,0
13. A legislação e normas que regem o <i>drawback</i> são de fácil compreensão	0,0	11,0	56,0	22,0	11,0
14. A interpretação da legislação e normas do <i>drawback</i> se dá de maneira uniforme/padronizada	0,0	5,0	46,0	32,0	17,0
15. O instrumento de <i>drawback</i> agrega competitividade à exportação da empresa	0,0	0,0	3,0	30,0	67,0
16. O instrumento de <i>drawback</i> está atendendo à expectativa da empresa	0,0	0,0	3,0	51,0	46,0
17. O instrumento de <i>drawback</i> possibilita a entrada da empresa em novos mercados	0,0	0,0	22,0	54,0	24,0
18. O instrumento de <i>drawback</i> possibilita exportar produtos para novos clientes	0,0	0,0	22,0	48,0	30,0
19. O <i>drawback</i> , se for bem conduzido, pode trazer excelentes vantagens para a empresa	0,0	0,0	6,0	24,0	70,0
20. O instrumento de <i>drawback</i> é fator decisivo no sucesso das exportações	0,0	11,0	46,0	24,0	19,0
21. O sistema de <i>drawback</i> eletrônico torna este mecanismo mais ágil e eficaz	0,0	0,0	0,0	45,0	55,0

Percentuais baseados em 37 observações.

Os resultados da pesquisa, de uma maneira geral, permitem inferir que os executivos têm concordância com as questões propostas. Na análise de frequências que se referem à satisfação e eficácia do instrumento de *drawback* no incentivo à exportação, comentam-se, a seguir, índices de algumas questões que merecem destaques.

Com relação à análise e aprovação do Ato Concessório de *Drawback*, na amostra, 24% não concorda que seja rápida e desburocratizada. Por outro lado, observando o QUADRO 4, percebe-se que 33% da amostra concorda que a aprovação do *drawback* é rápida.

No que se refere à legislação, 33% da amostra concorda que se trata de norma de fácil compreensão; 11% discorda e há um alto percentual de 56% de neutros ou indecisos em relação à compreensão da legislação do *Drawback*. Em relação à uniformidade na interpretação da legislação por órgãos e empresas envolvidas, merece destaque a neutralidade em relação ao assunto, com um índice de 46%.

Há um percentual de 78% de concordância nas afirmações de que o *drawback* possibilita a entrada da empresa em novos mercados e possibilita exportar produtos para novos clientes. Mas, com relação a ser fator decisivo à exportação, a resposta concentrou-se na neutralidade.

Por outro lado, 97% da amostra concorda que o *drawback* agrega competitividade e 97%, portanto, quase a totalidade da amostra, confirma que o *drawback* está atendendo à expectativa da empresa. Aspecto relevante, também, percebe-se na afirmação sobre a nova sistemática do *drawback*. A totalidade da amostra concorda que o sistema de *drawback* eletrônico torna o mecanismo mais ágil e eficaz.

Os entrevistados também concordaram com a afirmativa de que o *drawback*, se bem conduzido, pode trazer excelentes vantagens para empresa.

Percentuais baseados em 37 observações.

Percebe-se alto grau de concordância em relação às afirmações referentes ao *drawback* no sentido de que está agregando competitividade à exportação, que o *drawback* está atendendo à expectativa e pode trazer excelentes vantagens para a empresa como, também, concordância quanto à agilidade propiciada pelo *drawback* eletrônico.

A seguir, utilizando a estatística descritiva, analisar-se-ão os resultados através das médias obtidas. Para esta análise, estabeleceu-se que as médias acima de 3 (três) revelam a concordância com as afirmações apresentadas. No QUADRO 5, apresenta-se a média e o desvio-padrão referente à concordância em relação à utilização e à eficácia do *drawback* no incentivo à exportação.

QUADRO 5 - Média e desvio-padrão da percepção em relação ao *Drawback*

Qual a sua percepção em relação as afirmações a seguir:	Média	Desvio Padrão
12. A análise e aprovação do Ato Concessório de <i>Drawback</i> é rápida e desburocratizada	3,3	1,0
13. A legislação e normas que regem o <i>drawback</i> são de fácil compreensão	3,3	0,8
14. A interpretação da legislação e normas do <i>drawback</i> se dá de maneira uniforme/padronizada	3,6	0,8
15. O instrumento de <i>drawback</i> agrega competitividade à exportação da empresa	4,6	0,5
16. O instrumento de <i>drawback</i> está atendendo à expectativa da empresa	4,4	0,6
17. O instrumento de <i>drawback</i> possibilita a entrada da empresa em novos mercados	4,0	0,7

18. O instrumento de <i>drawback</i> possibilita exportar produtos para novos clientes	4,1	0,7
19. O <i>drawback</i> , se for bem conduzido, pode trazer excelentes vantagens para a empresa	4,6	0,6
20. O instrumento de <i>drawback</i> é fator decisivo no sucesso das exportações	3,5	0,9
21. O sistema de <i>drawback</i> eletrônico torna este mecanismo mais ágil e eficaz	4,5	0,5

Na análise descritiva, a avaliação mais positiva ficou para o item em que se afirma que o *drawback* agrega competitividade à exportação e também para o item que afirma que o *drawback* pode trazer excelentes vantagens para a empresa, com médias de 4,6 ou, percentualmente, uma concordância de 90% em relação às afirmações. Destaca-se, também, a média positiva de 4,5, referente à agilidade proporcionada ao mecanismo com a implantação do *drawback* eletrônico e a média de 4,4 de concordância com a afirmação que o *drawback* está atendendo à expectativa da empresa.

6.3 Outros fatores relevantes sobre a utilização do *drawback*

Esta foi uma questão aberta, que possibilitava ao entrevistado acrescentar fatores relevantes, além dos já mencionados, sobre a utilização do *drawback*. Entretanto, do total dos 37 entrevistados, somente 15 executivos destacaram outros aspectos que, na sua opinião, são relevantes na utilização do instrumento de *drawback*.

Conforme a metodologia proposta por Roesch (1999) para o tratamento de questões qualitativas, foi efetuada uma análise de conteúdo que permite concluir que os fatores acrescentados referem-se a vantagens na utilização do *drawback*, à necessidade de divulgação e treinamento para melhor utilização deste regime bem como a ganhos observados com a implantação do *drawback* eletrônico. Como fatores relevantes citados sobre o *drawback* encontram-se:

- é um instrumento que possibilita a redução de custos com conseqüente aumento de competitividade.
- a desoneração de encargos permite a aquisição de novos produtos em condições competitivas e a preços internacionais.
- o regime de *drawback*, especialmente o *drawback* eletrônico, deve ser mais divulgado e treinado, tanto no âmbito das empresas como nos órgãos governamentais, com o objetivo de maximizar a utilização desse instrumento.
- o *drawback* eletrônico promoveu uma desburocratização, eliminando processos e documentos que retardavam as análises e aprovações de *drawback*.
- o *drawback* eletrônico conferiu agilidade, permitindo o licenciamento de importação no próprio sistema, bem como a redução de custos com emissão, controle e comprovação do *drawback*.

Conclui-se, assim, a análise e interpretação dos resultados da pesquisa. O próximo capítulo trata da conclusão deste estudo.

7. Implicações do estudo

Com base nos resultados da pesquisa de campo e segundo a opinião dos próprios usuários do incentivo, pode-se dizer que o regime de *drawback* é um programa eficaz e agrega competitividade aos produtos exportados pela empresa, respondendo, desta forma, ao objetivo principal deste estudo.

Para as empresas iniciantes e pequenas empresas, considerando-se as dificuldades apontadas nesse estudo, em relação à interpretação das normas do *drawback*, constata-se a necessidade de investimento em treinamento nesta área, proporcionando aos colaboradores, conhecimento em incentivos à exportação, ou seja, as empresas devem desenvolver

estratégias para usufruírem melhor os benefícios oferecidos pelos programas de apoio às exportações.

A partir dos resultados desse estudo, sugere-se que essas organizações procurem mais informações e, então, conhecendo como funcionam esses mecanismos de apoio à exportação consigam, assim como já o fazem as empresas médias e grandes, aproveitar, em maior escala, os benefícios oferecidos por esses programas, apostando num diferencial em relação ao seus concorrentes.

Para o governo, a contribuição significativa desta pesquisa encontra-se no fato de se ter detectado a necessidade de maior divulgação e treinamento dos programas de apoio à exportação e um estudo sobre as principais dificuldades de interpretação encontradas na legislação destes programas.

Portanto, o Governo Federal poderia promover um trabalho de sensibilização através de treinamentos, divulgação das vantagens do *drawback* e, especificamente, da operacionalização do sistema de *drawback* eletrônico e conhecimento das normas que o regem, para que este instrumento possa ser utilizado por um número maior de empresas e contribua com mais força para o incremento das exportações brasileiras.

Referências bibliográficas

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC. Comunicado DECEX nº 5, de 01.11.2001. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 06 nov. 2001.

BRASIL. Decreto nº 3.904, de 31 de agosto de 2001, **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Poder Executivo, Brasília, DF, 03 set. 2001.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC. **Drawback**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comext/secex/drawback>>. Acesso em: 05 maio 2002.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC. Portaria SECEX nº 14, de 17.10.2001, **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 18 out. 2001.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Manual de Exportação passo-a-passo**. Disponível em: <<http://www.braziltradenet.gov>> Acesso em: 25 set. 2001.

CHIAVENATTO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1993.

COMÉRCIO EXTERIOR - Informe BB. **Os principais mecanismos de apoio às exportações**. UEN Internacional Banco do Brasil. Edição especial do XIX ENAEX. Brasília, 1999.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA-CNI. **Catálogo de Exportadores Brasileiros**. Disponível em: <<http://www.brazil4export.com/Br/listaempresa>> Acesso em: 10 abril 2002.

CZINKOTA, Michael R.; SINGER, Thomas Owen. **Factors Associated with Effective Use of Export Assistance**. Journal of International Marketing, v. 2, n. 01, p.53-71, 1994.

_____. The Policy Gap in International Marketing. **Journal of International Marketing**, v. 8, n. 01, p.99-111, 2000.

GARCIA, Luiz Martins. **Rotinas e procedimentos, incentivos e formação de preços**. 7 Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

GENÇTÜRK, Esra F.; KOTABE, Masaaki. The Effect of Export Assistance Program Usage On Export Performance: A Contingency Explanation. **Journal of International Marketing**, [sl], v.9, n.02, 2001. (no prelo).

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

- HAAR, Jerry; ORTIZ - BUONAFINA, Marta. **The Internationalization Process and Marketing Activities: The case of Brazilian Export Firms**. Journal of Business Research, n.32, p. 175-181, 1995.
- KEEGAN, Warren J. **Global Marketing Management**. Englewood Cliffs, 5.ed., Prentice Hall, 1995.
- KOTABE, Masaaki, HELSEN, Kristiaan. **Administração de marketing global**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LABATUT, Ênio Neves. **Política de comércio exterior**. São Paulo: Aduaneiras, 1994.
- LEONIDOU, Leonidas C. Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessement and Synthesis. **Journal of International Marketing**. Vol.3, N.01, 29-43, 1995.
- MALHOTRA, N. **Marketing Research: an Applied Orientation**. Prentice Hall, 1996.
- MANTEGA, Guido. **A Economia Política Brasileira**. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
- MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.
- MOINI, A .H. Barriers Inhibiting Export Performance of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms. **Journal of Global Marketing**. Vol.10 (4), p.67-93, 1997.
- ROCHA, Ângela da (org). et al. **Gerência de Exportação no Brasil**. São Paulo: Atlas; Rio de Janeiro: UFRJ, 1987.
- ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1999.
- SERINGHAUS, F. H. Rolf. The Impact of Government Export Marketing Assistance. **International Marketing Review**, v.3, n.2, p.55-66, 1986.
- SHOHAM, Aviv. Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessement. **Journal of International Marketing**. Vol.6, n.3, p.59-81, 1998.
- VAZQUEZ, José Lopes. **Comércio Exterior Brasileiro**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projeto e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- WILKINSON, Timothy J.; BROUTHERS, Lance E. An Evaluation of State Sponsored Promotion Programs. **Journal of Business Research**. Vol.47, p.229-236, 2000.

Lista de quadro e tabelas

- Quadro 1 – Exemplo de economia viabilizada com *drawback* suspensão.
- Tabela 2 – Regularidade dos embarques das empresas.
- Tabela 3 – Vantagem mais significativa na utilização do *drawback*.
- Quadro 4 – Frequência dos resultados sobre o *drawback* em percentual.
- Quadro 5 – Média e desvio-padrão da percepção em relação ao *Drawback*.