

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**PROJETO DE EXPORTAÇÃO DE *SOFTWARE* DA EMPRESA ALTOQI PARA A
ARGENTINA**

MARCELO MARCOS MARASCHIN

**FLORIANÓPOLIS
2006**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**PROJETO DE EXPORTAÇÃO DE *SOFTWARE* DA EMPRESA ALTOQI PARA A
ARGENTINA**

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas para obtenção de carga horária na disciplina CNM 5420 – Monografia (TCC).

Por: Marcelo Marcos Maraschin

Orientador(a): Profº Dr. Fernando Seabra

Área de Pesquisa: Economia Internacional

**Florianópolis
2006**

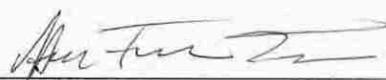
**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 8,5 ao aluno Marcelo Marcos Maraschin na Disciplina CNM 5240 – Monografia (TCC), pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:



Profº (a) Fernando Seabra
Presidente



Profº (a) José Antônio Nicolau
Membro

Rodrigo Boering Koerich
Membro

DEDICATÓRIA

Dedico esta monografia a minha família, pois sempre me deram estímulo para seguir em frente e para Suéllen, pois só ela sabe quanto tempo ficamos separados no período de elaboração.

AGRADECIMENTOS

Uma grande vitória não basta para alcançar o objetivo, mas é um grande passo para chegar lá, agradeço oportunamente a Deus pelo dom da vida e de nos tornar pessoas que lutam pelo que acreditam.

Agradeço a meu pai Norberto Américo Maraschin (em memória) pela educação, pelo incentivo a escolaridade, pela luz que ajudou-me a enxergar as coisas mais claras neste caminho tortuoso mas vitorioso.

A minha mãe Lisete, pela confiança (mãe como eu te amo), pela garra, por realmente compreender do que é feita a felicidade e me mostrar isso todos os dias.

A minha irmã e meu irmão pelo exemplo de luta, de pessoas, de caráter, agradeço e desejo muitas felicidades a suas famílias.

Há tantos amigos, que fizeram tamanha diferença Sidão, Éde, Tano, Peloso, Mosca, Dinho, Makkoy, Sansa, Will, Frigotto, Kroetz, Piu, Diego, Pedrão, Chalie, Tito, Joselito, Cachopa, paulista, mini jones entre tantos.

A Suéllen, minha namorada, por me ensinar o sentido do amor.

A todos os professores que passaram pela minha vida e fizeram crer que é possível... tudo.

A família AltoQi por mais essa oportunidade.

“Existe uma beleza divina na aprendizagem. Aprender significa aceitar o postulado que a vida não começou no momento do meu nascimento. Antes de mim já vieram outros, e eu caminho por cima de suas pegadas. Os livros que li, foram escritos por gerações de pais e filhos,..., professores e discípulos. Eu sou o resultado de suas experiências...”

Elie Wiseli

RESUMO

Este trabalho parte de uma breve revisão literária, voltada essencialmente para a justificativa da entrada de uma empresa brasileira, ligada ao setor de TI no comércio internacional.

Com a aproximação de alguns países latino americanos através do MERCOSUL, a empresa AltoQi Tecnologia em Informática S.A. produtora de *software* voltados para a área de projetos de construção civil no Brasil, procura justificar a decisão de comercialização de seus produtos na Argentina.

A justificativa será pautada através das possibilidades proporcionadas pelos países integrantes desta área preferencial de comércio (MERCOSUL), uma breve análise do segmento, a caracterização do serviço para fins de tributação e a identificação das principais barreiras à entrada dos serviços e soluções encontradas para transposição estas barreiras.

PALAVRAS – CHAVE: Exportação, *Software*, AltoQi.

ABSTRACT

This work starts from a brief referencial search, done mainly to justify why a specifically brazilian company must get in the international business, on the IT sector.

In a straight line, with the aproach of some latin-american cowtries trough MERCOSUL, the AltoQi Tecnologia em Informática S.A. company, manufacturer of programs that helps doing projects of Brazil's civil buildings, look for a justify to sell it's products in Argentina.

This justify is based on the possibilities incoming by MERCOSUL's countries, on a brief section of market analysis and on a service pricing characterization by identifying of the main barriers to arriving services and identification of the respective solutions.

SUMÁRIO

CAPÍTULO I	11
1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVOS	15
1.1.1 OBJETIVO GERAL.....	15
1.1.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	15
1.1.3 METODOLOGIA.....	16
CAPÍTULO II	17
2 FATORES DETERMINANTES DAS EXPORTAÇÕES	18
2.1 PRODUTIVIDADE DO TRABALHO E VANTAGENS COMPARATIVAS: O MODELO RICARDIANO	18
2.2 TEORIA NEOCLÁSSICA	21
2.2.1 TEORIA DE HECKSHER-OHLIN.....	22
2.3 ECONOMIAS DE ESCALA, COMERCIO INTERNACIONAL E CONCORRÊNCIA IMPERFEITA 22	
2.3.1 ECONOMIAS DE ESCALA.....	23
2.3.2 CONCORRÊNCIA IMPERFEITA.....	25
2.3.3 VANTAGENS COMPARATIVAS E ECONOMIAS DE ESCALA.....	26
2.4 OS DETERMINANTES DAS EXPORTAÇÕES	27
2.4.1 TAXA DE JUROS.....	29
2.5 CÂMBIO	31
2.5.1 O MODELO MUNDELL-FLEMING.....	31
2.5.2 TAXA DE CÂMBIO NOMINAL.....	33
2.5.3 TAXA REAL DE CÂMBIO.....	34
CAPÍTULO III	37
3 ÁREAS PREFERENCIAIS DE COMERCIO E A EVIDÊNCIA DO MERCOSUL 37	

3.1 HISTÓRICO ENTRE A RELAÇÃO BRASIL E ARGENTINA.....	41
3.2 CRIAÇÃO DE COMÉRCIO E RESULTADOS DO PROCESSO DE INTEGRAÇÃO.....	42
3.3 GRAU DE INSERÇÃO ARGENTINO NO MERCOSUL	43
4 A COMPOSIÇÃO DO MERCADO DE SOFTWARE	49
4.1 MERCADO BRASILEIRO DE SOFTWARE E SERVIÇOS LIGADOS A SOFTWARE	50
4.2 CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO ARGENTINO	54
4.2.1 POPULAÇÃO	55
4.2.2 IDIOMA.....	55
4.2.3 HORÁRIO LOCAL E COMERCIAL	55
4.2.4 MOEDA CORRENTE.....	56
4.3 ESTRATÉGIAS DA EMPRESA PARA ENTRADA NO MERCADO.....	56
4.3.1 EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS X EXPORTAÇÕES DE SERVIÇOS	56
4.3.2 BARREIRA TÉCNICA A ENTRADA.....	57
4.3.3 CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DE ENGENHARIA E ARQUITETURA NA ARGENTINA 59	
4.3.4 EMPRESAS CONCORRENTES E DECISÃO DE ENTRADA NO MERCADO	63
4.4 QUESTÕES OPERACIONAIS REFERENTES A EXPORTAÇÃO.....	63
4.4.1 DOCUMENTAÇÃO PARA COMERCIALIZAÇÃO DE SOFTWARE	65
4.5 TRIBUTAÇÃO	66
CAPÍTULO V.....	67
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	67

CAPÍTULO I

APRESENTAÇÃO

1 INTRODUÇÃO

No período pós segunda guerra mundial observamos que o comércio internacional foi fortemente contagiado por medidas governamentais protecionistas. Após este primeiro período o que se constatou foi um rápido crescimento nas transações externas dos países, em muito influenciadas pelo acelerado crescimento das economias mundiais mais desenvolvidas durante os anos de 1950 e 1960, este forte desenvolvimento foi unido pela estabilidade financeira proporcionada pelo Sistema de Bretton Woods. Durante o terceiro ano da década de 1970, observaram-se choques adversos de oferta, especialmente causadas pelo aumento do valor do petróleo e pela instabilidade no mercado cambial.

A partir de 1970 observa-se uma forte tendência a formação de megablocos econômicos, certamente influenciada pelo aumento das transações e trocas internacionais, que propiciam a formação de blocos regionais com o objetivo de ganho de poder de mercado e fortalecimento competitivo, para assumir uma posição de maior "respeito" junto aos investidores internacionais, além de usufruir todos os benefícios que decorrem da integração econômica.

Exatamente diante de uma tendência mundial ao protecionismo, decorrente e praticada em grande parte nas economias desenvolvidas com abertura comercial internacional e competição por novos mercados, na década de 1980 iniciou-se o processo de integração econômica dos países sul americanos, denominado neste primeiro momento de "Cone Sul". O objetivo desta aproximação

inicialmente entre Argentina e Brasil era atingir uma maior eficiência e ganho de competitividade ante o mercado internacional. As negociações decorrentes dos contatos entre a Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai a partir de 1980 culminaram no Tratado de Assunção em março de 1991 que consolidou a formação do MERCOSUL.

A população dos países membros é próxima de 217,6 milhões com um PIB aproximado, na ordem de PIB, de US\$ 1,250 trilhão; as Importações estimadas de US\$ 106,0 bilhões e Exportações US\$ 102,8 bilhões.¹

O PIB da Argentina atingiu no ano de 2005 a cifra aproximada de US\$ 152,5 bilhões, já a projeção para o PIB “per capita” no ano de 2004 atingiu a cifra de US\$ 10.933 mil dólares.²

As reservas Argentinas, incluindo ouro, no dia 1/12/2005 giravam em torno de US\$ 26,5 bilhões, e a dívida externa no dia 02/03/2006 totaliza US\$150 bilhões de dólares.³

A Argentina constitui o segundo maior mercado consumidor de produtos brasileiros do mundo, logo após o Estados Unidos, absorvendo aproximadamente 70% das exportações, o que o torna principal parceiro comercial do Brasil dentro do MERCOSUL.

Desde a formação dos primeiros blocos econômicos, surgiram vários debates relacionados à criação e desvio de comércio, e após a implementação do MERCOSUL em 1991 foram publicadas algumas críticas afirmando que o processo de integração econômica em questão foi bem sucedido graças às isenções aduaneiras proporcionadas pelo acordo, que acabavam por gerar um desvio de importações de países que não compunham o bloco, isto é, uma substituição de importações favorecendo os mercados menos competitivos e com

¹CAMARA DO COMERCIO, 2006. Distrito Federal. **MERCOSUL**. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/MERCOSUL/blocos/MERCOSUL.htm>>. Acesso em 15 jan. 2006.

²INVESTNEWS, 2005. São Paulo. Últimas Notícias. Disponível em <http://www.investnews.com.br/ultimasnoticias/default.asp?id_editoria=2238&id_noticia=576580>. Acesso em 15 jan.2006.

³RURAL NET, 2005. Rio de Janeiro. Meio Ambiente. Disponível em <<http://clipping.planejamento.gov.br/Noticias.asp?NOTCod=236819>>. Acesso em 15 jan. 2006

menor eficiência de produção, mas que contavam com tarifas menores. Contudo verifica-se que o grande sucesso do MERCOSUL está justamente em explorar as complementaridades como facilidades geográficas e especialização de produção em bens em que realmente haja vantagens comparativas ante os outros integrantes do grupo.

Esta monografia procura também conceituar os principais fatores determinantes das exportações, apresentando os primeiros trabalhos científicos voltados para a área do comércio exterior formulado por David Ricardo como o Princípio de Produtividade do Trabalho e Vantagens Comparativas em seu livro *The Principles of Political Economy and Taxation*, no qual é determinado o conjunto de grandes benefícios proporcionados pela inserção de um país no comércio exterior. Também se apresenta a teoria de Heckscher-Ohlin.

Ao longo do tempo, os estudos e pesquisas voltados para o comércio exterior determinaram algumas variáveis tradicionais, que se configuram como as principais determinantes das exportações, especialmente para países em *status* de desenvolvimento.

A dinamicidade do sistema econômico brasileiro, no qual a inovação e as mudanças tecnológicas ocorrem muito depressa, forma uma nova tendência, um novo paradigma, que tem como objetivo desenvolver novas e modernas tecnologias de informação com base na microeletrônica. Este novo paradigma pode apresentar acentuadas mudanças técnicas, notáveis através do seu impacto sobre a economia de todo o mundo, que são consideradas primordiais a todos os países com alto grau de relacionamento externo, objetivando superávit na balança comercial através deste impulso característico das exportações.

O propósito desta monografia é contemplar um estudo de nicho específico de mercado para a empresa AltoQi Tecnologia em Informática S.A, que desenvolve *software* na área de projetos de construção civil, considerando os fatores de externalidade, como o pólo tecnológico catarinense. Além disso, procura encontrar soluções para a problemática da exportação para a Argentina, que ao lado do Brasil configura-se como grande economia do MERCOSUL, possui

um grande mercado consumidor e um PIB *per capita* elevado, em comparação ao restante dos países hispano-americanos.

A empresa AltoQi Tecnologia em Informática S.A., no Brasil desenvolve *software* na área de construção civil, seus principais produtos são os sistemas AltoQi Eberick (utilizado para projetos estruturais de concreto armado), AltoQi Hydros (utilizado para projetos de instalações prediais hidráulicas, sanitárias e de gás), AltoQi Lumine (utilizado para instalações elétricas prediais de baixa tensão e de cabeamento estruturado) e QiCad (cad 2D para engenharia e arquitetura).

Para que a decisão de entrada no mercado argentino fosse concretizada, foi elaborado um profundo estudo de mercado voltado essencialmente para determinação do público alvo, com o objetivo de medir a potencialidade desse mercado em comparação ao mercado brasileiro. As etapas inseridas no processo de pesquisa de mercado foram: a regulamentação profissional na área de engenharia e arquitetura, quantidade de profissionais por área de formação, total de instituições de ensino por área de formação; em comparação ao mercado doméstico foi estimado qual seria a quantidade de engenheiros civis, engenheiros eletricitas e arquitetos atuantes na área de projetos prediais de pequeno, médio e grande porte, além dos principais concorrentes do mercado local.

Através da análise de dados, conclui-se que este mercado compreendia os interesses da empresa. O segundo passo foi elaborar um estudo técnico e científico, conduzido pela equipe de engenheiros da AltoQi, determinando quais seriam as etapas necessárias de adaptação do produto para que os requisitos técnicos fossem cumpridos.

Após este, a empresa participou em Buenos Aires da EXPOBATIMAT, o segundo maior evento da construção civil do Cone Sul, para identificar neste ambiente um potencial distribuidor de seus produtos na Argentina. Durante dois meses foram acordados os procedimentos relacionados a todo o processo de distribuição dos produtos da AltoQi para Argentina.

Para demonstrar o alcance do objetivo proposto, este estudo está dividido da seguinte forma: Capítulo 2 – são apresentadas as principais justificativas

teóricas para utilização das variáveis que determinam as exportações nos países em desenvolvimento. No capítulo 3 – é conduzido um breve apanhado sobre o surgimento e a evidência do MERCOSUL, com ênfase no comércio bi-lateral entre Brasil e Argentina, onde são abordados assuntos relacionados à especialização e ganhos de produtividade, além de medir o atual grau de inserção da economia Argentina no MERCOSUL. No capítulo quatro há uma breve caracterização da inserção do Brasil no mercado mundial de TI e o tamanho do mercado nacional de *software* e serviços ligados a este. O capítulo também procura justificar a decisão da entrada no mercado argentino da empresa brasileira AltoQi, baseando-se essencialmente em pesquisa de mercado, oportunamente feita através da Internet nos principais *websites* de estatísticas governamentais e ou em órgãos responsáveis pela regulamentação das profissões no país em questão.

As conclusões sobre a viabilidade de entrada no mercado Argentino, estão resumidas no capítulo final em forma de conclusão.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo é avaliar o mercado internacional e o mercado Argentino para produtos de *software* na área de construção civil com ênfase ao estudo de caso da empresa AltoQi Tecnologia em Informática S.A.

1.1.2 Objetivo Específico

- Determinar qual a forma incidente de menor custo para a exportações dos softwares da empresa AltoQi, bem como determinar quais os principais

incentivos a exportação de produtos e serviços, oferecidos pelo governo brasileiro;

- Identificar as principais barreiras à importação de *software* para mercado argentino, buscando soluções para redução de custos e de eficientes canais de comunicação e controle dos produtos a serem exportados;
- Determinar quais são as grandes barreiras a exportação dos softwares da empresa AltoQi para a Argentina.

1.1.3 Metodologia

Este estudo se deu pela possibilidade da empresa AltoQi Tecnologia em Informática S.A., começar o processo de exportação dos seus *softwares* para a Argentina.

Através do conhecimento adquirido dentro da empresa, durante três anos de trabalho, houve o embasamento teórico necessário para o início do estudo de caso, que aconteceu através de pesquisas em *websites* estatísticos, governamentais, instituições ligadas ao comércio exterior, também ao segmento específico de construção civil, além dos mais diversos *websites* oficiais, periódicos, livros e etc.

O arcabouço teórico, fundamental para o alcance dos objetivos propostos, é baseado em material bibliográfico produzido por pesquisadores na área de economia, como Baumann e Blanchard. Através destes e de outros pesquisadores foi feita uma análise de como surgiram os conceitos relacionados ao comércio exterior, pontuando os principais fatores determinantes das exportações em países subdesenvolvidos, o grau de inserção dos países no principal acordo comercial e levantamento básico de dados.

A pesquisa abordará um estudo de mercado voltado ao segmento de construção civil da Argentina, especialmente os de interesse estratégico da empresa, os mecanismos de financiamento e incentivos do governo brasileiro voltados para o comércio exterior. A pesquisa também contará com a análise de todas as etapas do processo de exportação; as documentações necessárias e cadastramento junto aos órgãos competentes para que qualquer empresa se encaixe dentro da normalização internacional e as regras aduaneiras e contábeis sejam perfeitamente cumpridas.

CAPÍTULO II

DETERMINANTES DAS EXPORTAÇÕES

2 FATORES DETERMINANTES DAS EXPORTAÇÕES

O estudo do comércio internacional sempre foi uma área de vigorosa investigação, contudo, uma área muito controversa para a economia. As primeiras investigações científicas sobre comércio internacional surgiram em meados dos séculos XVIII e XIX. Porém o grau atribuído ao estudo dos fatores determinantes do comércio entre os países nunca foi considerado tão importante quanto na atualidade.

Através das transações internacionais e também de fluxos monetários entre países, há uma maior interação econômica. Contudo com o aumento desta inter-relação há também um notável aumento nas turbulências que atingem a economia de todo o mundo, então o acompanhamento do movimento do ambiente internacional torna-se uma estratégia econômica e de política nacional.

2.1 Produtividade do Trabalho e Vantagens Comparativas: O Modelo Ricardiano

A referência clássica a qual parte-se o princípio de Produtividade do Trabalho e Vantagens Comparativas é de David Ricardo, em seu livro *The Principles of Political Economy and Taxation*, que foi publicado pela primeira vez em 1817 e muito contribuiu para a compreensão da questão da Economia Internacional. Entretanto, atualmente afirmamos que há várias concepções equivocadas sobre a teoria de Vantagens Comparativas.

A principal influência para o avanço da questão das transações internacionais ocorre mediante basicamente a dois motivos, que fazem com que os países em geral tenham interesse em participar do comércio internacional:

1º Os países comercializam pois são diferentes – Os países, bem como as pessoas, são diferentes, então se beneficiam pelas diferenças pois possuem a capacidade de produzir determinados produtos de maneira mais competitiva que outros.

2º A Economia é baseada na economia de escala na produção – Cada país se especializa em uma variedade limitada de bens, e através da especialização, produz cada um dos produtos em uma escala maior e por este motivo se torna mais eficiente do que se tentasse produzir todos os produtos.

O exemplo abaixo serve perfeitamente para conceituação do conceito Ricardiano atribuído às Vantagens comparativas, utilizado pelos autores Paul R. Krugman e Maurice Obstfeld:

Uma semana antes do dia dos namorados nos Estados Unidos, o candidato norte-americano à presidência Patrick Buchanan parou em uma floricultura para comprar uma dúzia de rosas para sua mulher. Aproveitou a ocasião para fazer um discurso denunciando a crescente importação de flores nos Estados Unidos, que ele reclamava estar deixando os produtores de flores norte-americanos fora do negócio. De fato, é verdade que uma crescente fatia do mercado norte-americano de rosas no inverno é suprida por importações provenientes da América do Sul. (KRUGMAN, 1999, p 14)⁴

Certamente este se torna um grande exemplo que aponta as razões em que o comércio internacional é benéfico. Como nos Estados Unidos o período de fevereiro é inverno, as rosas deveriam ser cultivadas em estufas devidamente

⁴ KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice. **Economia Internacional Teoria e Política**. 4ª Edição. São Paulo: MAKRON Books, 1999.

aquecidas, com custos muito altos, principalmente pelo gasto de energia elétrica ou combustível, investimentos diretos de capital entre outros. Neste ponto está a relação de conflito, pois todos os recursos aplicados na produção destas rosas certamente poderiam ser aplicados para a produção de outros bens. Estes recursos aplicados na produção das rosas no inverno farão com que a economia americana produza em menor quantidade outros tipos de bens, como por exemplo, computadores. Neste estudo é atribuída a idéia do termo chamado “custo de oportunidade” que descreve perfeitamente as relações de conflito da relação de rosas com relação a computadores, isto é, o número de computadores que poderiam ser produzidos em relação aos recursos aplicados na produção de um número X de rosas.

Se o cultivo de rosas para o dia dos namorados no Estados Unidos fosse produzido na América do Sul, certamente seria mais eficiente que no mercado doméstico, pelo simples fato de que o mês de fevereiro não é favorável climaticamente para produção deste bem. Já na América do Sul o cultivo de rosas é facilitado devido às altas temperaturas desta região, contudo os trabalhadores sul-americanos são menos eficientes que os norte-americanos na produção de computadores, o que caracteriza que o mesmo montante aplicado na tecnologia nos países sul-americanos têm um rendimento inferior que no Estados Unidos, e um mesmo volume financeiro aplicado na produção de rosas no Estados Unidos tem um rendimento inferior ao dos mercados Latino Americanos. Justamente neste ponto (diferenças de custo de oportunidades) há uma convergência para o mútuo benefício na questão da reorganização do comércio mundial, onde cada país tende a investir na produção de bens que possua maior vantagem comparativa.⁵

⁵ KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice. Produtividade do Trabalho e Vantagens Comparativas. In: **Economia Internacional Teoria e Política**. 4ª Edição. São Paulo: MAKRON Books, 1999.

2.2 Teoria Neoclássica

Os primeiros princípios básicos do comércio internacional partiram da formulação teórica de Eli Heckscher e Bertil Ohlin, dois economistas suecos. Os teóricos Heckscher-Ohlin-Samuelson são considerados os autores dos quatro teoremas fundamentais que formam o núcleo das chamadas teorias puras do comércio internacional.

O modelo ricardiano considerava diferenças na área de tecnologia entre países como uma razão que fundamentava o comércio exterior. Na teoria Heckscher-Ohlin-Samuelson considera-se as questões dos fatores de produção produzidos internamente, e também nas diferentes intensidades em uso de fatores de produção em cada país, logo o chamado custo de produção será determinado internamente e será diferente para cada país, mesmo que o acesso à tecnologia for semelhante.

Os Quatro Teoremas Fundamentais são:

- Teoria de Heckscher-Ohlin – O produto a ser exportado por determinado país será o que é utilizado de forma intensiva, o fator que é mais abundante internamente.
- Teorema de Equalização do preço dos fatores – Domesticamente o teorema afirma que, com o preço constante de mercadorias, uma pequena alteração em um fator de produção não fará com que os preços se alterem. Externamente, em alguns momentos o livre comércio relacionado a bens finais é suficiente para equalização dos preços dos fatores.
- Teorema de Stolper-Samuelson – Um aumento no preço de determinada mercadoria tem por consequência o aumento também do fator usado intensamente na produção e redução no retorno da outra mercadoria.
- Teorema de Rybczynski – Considerando o preço de um determinado produto fixo no mercado internacional. O aumento de um fator ocasiona

uma queda na produção de determinado bem e crescimento maior que o normal na produção da mercadoria que usa o fator de forma intensiva.⁶

2.2.1 Teoria de Heckscher-Ohlin

O modelo ricardiano parte do pressuposto de que a mão-de-obra é o único fator de produção, logo se conclui que as vantagens comparativas surgem somente pela diferença da produtividade da mão-de-obra. Contudo, na realidade as trocas são parcialmente explicadas pela diferença da produtividade do fator trabalho, pois há também a diferença entre os recursos dos países. Então, além da mão-de-obra outros fatores importantes são capital, terra, recursos naturais, dentre outros.

Para exemplificação das diferenças de comércio, o modelo trata as diferenças de recursos como a única fonte do comércio, teoria chamada Heckscher-Ohlin em homenagem a seus autores. A teoria enfatiza como as diferenças de proporções em fatores diferentes de produção se dispõem nos diversos países, e a proporção da aplicação de fatores para produção de bens diferentes que os fatores são efetivamente aplicados.⁷

2.3 Economias de Escala, Comércio Internacional e Concorrência Imperfeita

Parte-se do pressuposto inicial de haver dois grandes motivos pelos quais os países comercializam entre si e se especializam.

⁶ GONÇALVES, Reinaldo et al (orgs). Comercio Internacional. In: **A Nova Economia Internacional uma Perspectiva Brasileira**. 8ª Edição. Rio de Janeiro: CAMPUS, 1998.

⁷ KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice. Recursos e Comércio: O Modelo de Heckscher-Ohlin. In: **Economia Internacional Teoria e Política**. 4ª Edição. São Paulo: MAKRON Books, 1999.

1º Os países têm recursos diferentes e tecnologicamente se especializam naquilo que possuem vantagens comparativas em relação aos outros países.

2º Economias de escala proporcionam aos países uma especialização em determinados tipos de produtos em que haja vantagens comparativas, então o país se especializa em uma quantidade limitada de bens.

O princípio do comércio internacional não se dá somente pela teoria das vantagens comparativas, como visto no modelo ricardiano e no modelo de Heckscher-Ohlin, mas fundamenta-se também na economia de escala. A análise do mercado agora se confronta com as teorias abordadas acima, pois se considera que os mercados não são perfeitamente competitivos e mais, existe concorrência monopolística. Logo, quando há rendimentos crescentes, grandes empresas levam vantagem sobre as pequenas, desta forma é uma tendência natural que haja formação de monopólio, que se configura pelo controle por somente uma firma ou por algumas firmas, o chamado oligopólio.

2.3.1 Economias de Escala

Os modelos adotados assumem a questão de rendimentos constantes de escala, então, dobrando os insumos, haveria uma simples duplicação da produção. Todavia, a realidade das indústrias vai muito além deste pressuposto, pois há nas empresas as economias de escala, de modo que o grau de evolução na produção é mais eficiente de acordo com a escala que a produção essencialmente ocorre.

Exatamente neste ponto as economias de escala proporcionam um grande incentivo ao comércio internacional, pois, quando determinado o mercado, a produção ocorre em grande escala, uma vez que se diminui a quantidade dos

fatores de produção e começa a se verificar a oportunidade de entrada em outros mercados, atingindo assim uma maior quantidade de produção. Logo, para suprir a absorção por mão-de-obra, setores menos eficientes acabam voltando-se exatamente para o setor em que há vantagens. Os produtos que por sua vez deixarem de ser produzidos, serão feitos por outros países.

Partindo deste princípio, o comércio internacional surge, pois os consumidores domésticos sentem a necessidade de consumir produtos cuja produção se dá em outros países, logo ocorre a comercialização entre os países. Sendo assim o comércio internacional faz com que os países possam produzir uma quantidade limitada de bens com ganhos maiores do que teriam se a variedade de bens produzidos internamente fosse superior, sem comprometer a variedade do consumo, mas deve-se considerar que a concorrência não se dá de maneira perfeita.

O ponto de partida da afirmação de ganhos de escala é que quanto mais se produz, menor fica o custo médio, mas analisando a estrutura de mercado deve-se verificar qual forma de aumento de produção é necessária para redução do custo médio. No caso de economias de escala internas, a redução do custo médio depende individualmente do porte da firma, já no caso de economias de escala externas, a diminuição do custo médio se dá dependendo do tamanho da indústria e não da firma individualizadamente.

Logo as economias de escala, interna e externa, têm implicações muito diferentes, pois no caso de uma economia de escala externa, não existindo vantagens para empresas grandes, haverá várias firmas pequenas perfeitamente competitivas. Economias de escala interna por sua vez proporcionam vantagens de custos para as grandes empresas ante as pequenas, e formam assim uma estrutura de mercado com imperfeição de competição.

Contudo, tanto as economias de escala externa e interna são fundamentais para o comércio internacional, mas tem diferentes implicações relacionadas às estruturas do mercado.

2.3.2 Concorrência Imperfeita

Partindo do princípio que as firmas são tomadoras de preço, isto é, se há uma grande gama de compradores e vendedores, não há influência sobre os preços. Entretanto, quando se supõem que poucas firmas atuam no mercado, elas tomam consciência que a sua produção pode afetar diretamente o mercado, e a consequência de uma maior produção seria a redução de preço do produto final. A empresa somente venderá mais se houver disposição de comercialização por um preço mais baixo. A concorrência imperfeita então é uma característica de empresas onde existem poucos produtores e de indústrias onde os produtos são vistos pelos consumidores como diferenciados dos produtos concorrentes. Assim a empresa torna-se uma formadora de preços e não uma tomadora de preços.

A análise da empresa inserida na concorrência imperfeita, afirma que as regras de fixação de preços não são mais feitas de acordo com o custo marginal; as empresas agora poderão fixar um *mark-up* acima deste custo. O poder dos vendedores ocorre basicamente por dois fatores:

1º Grau de diferenciação do produto

2º Grau de separação e integração do mercado

Ambos os fatores determinam por fim o poder de fixação dos preços das empresas e as respostas dadas às mudanças nas taxas de câmbio, então quanto maior for o grau de substituição e maior o grau de integração do mercado, menor é o poder de mercado dos vendedores.

O grau de diferenciação do produto representa grande vantagem competitiva para o caso de empresas de tecnologia, pois o produto forma valores diferentes para consumidores diferentes e, analisando pela ótica de preço, torna-se um inatingível.

Supomos que uma empresa que comercialize *software* voltados para a construção civil desenvolva uma tecnologia capaz de proporcionar aos profissionais o cálculo de uma laje treliçada de maneira simples e fácil, o produto não será igualmente valorizado por profissionais que não trabalham com projetos de construção civil de pequeno porte, pois é muito difícil a ocorrência dessa em projetos de pequeno porte.

2.3.3 Vantagens comparativas e economias de escala

Partindo do pressuposto de que existam dois mercados, um especializado em manufaturas e outro em alimentos, possibilita uma simples troca entre a economia doméstica e o outro país. Todavia no comércio internacional, os países produzem “n” produtos, considerando as manufaturas. Os consumidores do país doméstico terão preferências por manufaturas produzidas em outros países, e o restante do mundo terá preferência também por produtos produzidos domesticamente, logo, constituímos o comércio mundial baseando-se no modelo de concorrência monopolística em duas subdivisões, o chamado comércio intra-indústrias e inter-indústrias.

O comércio inter-indústrias basicamente mostra as vantagens comparativas de produzir essencialmente manufatura, intensiva em capital e importar alimentos, propriamente intensivos em trabalho.

O comércio intra-indústrias, por sua vez, não reflete simplesmente vantagens comparativas, pois as firmas produzem produtos diferenciados e pela diferença de preferência entre consumidores, ocorre normalmente o comércio intra-indústrias. É importante salientar que as economias de escala acabam limitando a produção de determinados países por uma variedade limitada de produtos.

O comércio intra-indústrias é indefinido, a única informação que se tem é que países diferentes produzirão produtos diferentes. Se os países tiverem similaridade com relação aos fatores de produção, certamente o comércio inter-

indústrias será muito minimizado e o comércio intra-indústrias, que é baseado em economias de escala, será dominante.

A maior parte do comércio mundial ocorre através do comércio intra-indústrias, pois os países industrializados são grandes produtores de manufatura. Estes países possuem grande volume de capital e têm aumentado a disponibilidade de trabalho qualificado e de tecnologia. Atualmente com a formação de blocos econômicos, há uma similaridade de recursos e tecnologia, fazendo com que o comércio internacional se torne a simples troca entre as indústrias, dirigidas por economias de escala, e não pela especialização através de vantagens comparativas.

O comércio intra-indústrias produz ganhos superiores no comércio internacional do que ganhos proporcionados por vantagens comparativas (caso inter-indústrias), pois permite que haja comércio com países maiores. O país, ao entrar neste comércio, reduz o número de diferentes produtos e aumenta a variedade de bens para os consumidores domésticos. Com menor variedade, há uma produção em escala maior que proporciona maiores ganhos, pois existem menores custos de produção.⁸

2.4 Os Determinantes das Exportações

Os fatores determinantes das exportações, especialmente em países “subdesenvolvidos”, têm sido pauta de inúmeras investigações causadas, em grande parte, pela teoria de crescimento econômico ser guiado pelas exportações.

Através da teoria microeconômica e das teorias da firma e do consumidor, sustenta-se o mecanismo de mercado (lei da oferta e da demanda) com o princípio de reger um equilíbrio entre o total de produtos demandados e ofertados no mercado internacional.

⁸ KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice. Economias de Escala, Concorrência Imperfeita e Comércio Internacional. In: **Economia Internacional Teoria e Política**. 4ª Edição. São Paulo: MAKRON Books, 1999.

Existem várias teorias e hipóteses para determinação de modelos estimativos. Uma destas pressupõem que a oferta das exportações é infinitamente preço - elástica, então estima-se somente a função demanda por exportações. Neste caso a justificativa que podemos defender é a de que o país em estudo tenha grande capacidade instalada ou tenha uma tecnologia de produção com ganhos constantes ou crescentes de escala.

Outra hipótese afirma que o país é relativamente pequeno de maneira que o crescimento da renda mundial consome todos os produtos exportáveis do país e que este não chega a influenciar os preços do mercado internacional. Neste caso afirma-se que a demanda por exportações é infinitamente preço - elástica. No caso específico, estima-se somente a função oferta de exportação do país.

No Brasil, até 1970, era adotada a teoria do país pequeno, que não tinha capacidade suficiente de influencia nos preços internacionais. Em parte, esta teoria era muito bem justificada devido as pautas de exportações de produtos brasileiros estarem na grande totalidade voltadas para *commodities*, por causa dos regimes adotados até o período e sua pequena participação no mercado internacional. Partindo das duas hipóteses, expostas certamente os preços eram determinados pelo mercado internacional. Mas nos primeiros anos após 1970, a hipótese utilizada para o caso brasileiro foi rapidamente substituída por pensadores que estimaram simultaneamente equações de ofertas e demanda; esta hipótese surgiu da observação que restrições de demanda atuam como barreiras às vendas externas.

Há vários esforços objetivando a compreensão dos fatores determinantes das exportações de determinado país, entretanto a maioria destas formulações baseia-se nas teorias do consumidor e da firma, que apontam a existência de fatores condicionantes que podem atuar ao lado da oferta e ao lado da demanda de exportações.

Os principais condicionantes dos determinantes das exportações são a taxa de câmbio, taxa de juros, PIB e os indicadores de inflação. A seguir serão analisados cada um dos fatores separadamente.

2.4.1 Taxa de Juros

Resumidamente a compreensão de taxa de juros é a remuneração do capital devido o adiantamento do consumo e o risco envolvido. Determina-se como taxa de juros, encargo percentual ou taxa de remuneração; já o dinheiro pode ser caracterizado como capital.

Pode-se afirmar que a variação das taxas de juros se dá de maneira pró-cíclica, isto é, sobem no período de recuperação econômica e caem em períodos de recessão econômica. Caracteriza-se por contração o período onde há recessão na atividade econômica e recuperação são períodos onde o crescimento econômico se dá acima da média.

Para Taylor e Hall (1989), o pico das taxas de juros é atingido antes do período de recessão e depois caem gradativamente até que o período seja superado. A diferença entre as taxas de juros dos diferentes países explica-se pelo risco de, por exemplo, um investidor optar por investir em determinado país onde a remuneração pelo capital investido é mais alto. Claramente esta remuneração se torna mais alta, pelo risco inerente na transação. Outro fator determinante é certamente a expectativa acerca da taxa de câmbio, política monetária, dentre outros.

A regulação das atividades econômicas, atualmente é medida pela taxa de juros, esta passou a ser um “termômetro” capaz de medir e quantificar o aquecimento da atividade econômica em qualquer economia do mundo, pois a determinação da taxa de juros tem interferência direta sobre o emprego, as contas públicas, investimento, produção, balança comercial, entre outros.

No Brasil, como na maioria dos países que adotam o capitalismo, a determinação da taxa básica de juros é dada pelos respectivos Bancos Centrais. Contudo em alguns países, diferente do que ocorre no Brasil, o Banco Central caracteriza-se pela desvinculação do governo, como no Estados Unidos, o *FED Federal Reserve*. Os fatores que fazem com que os Bancos Centrais resolvam

baixar, manter ou subir as taxas de juros estão ligadas a diversas variáveis como níveis de produção dos diversos setores da economia, nível de emprego, consumo, renda *per capita*, mercados internacionais, taxas de juros internacionais, preços, tarifas, crédito, política fiscal, entre outros. Contudo, os maiores instrumentos que determinam a condução da política monetária são os depósitos compulsórios, operações em mercado aberto e as taxas de redesconto. As chamadas operações de mercado aberto se constituem como o principal mecanismo de política monetária.

Quando em uma economia a taxa de juros está alta, a população em geral procura não financiar a aquisição de bens, pois o financiamento se torna alto. Ao invés de financiar, as pessoas acabam poupando, e esta decisão atinge também os empresários.

Para Mishkin (2000), a alta ou baixa das taxas de juros afetam de maneira direta as decisões da população, das famílias e empresas quanto a poupar ou consumir. Há outra grande interferência causada pela determinação da taxa de juros, que diz respeito a reserva doméstica de determinado país, pois, quando a taxa de juros encontra-se elevada, existe grande atração de capital estrangeiro com expectativa de elevação da conta capital.

As taxas de juros também são responsáveis diretamente pelo saldo das exportações líquidas pois, caso um determinado país como o Brasil, que mantém elevadas taxas de juros, faz com que seus títulos fiquem mais atraentes ante o mercado internacional, provocando assim a apreciação da moeda nacional. Desta maneira as exportações são afetadas de maneira negativa, causando um possível déficit na balança comercial, ou um superávit menos expressivo, exceto se um determinado país tiver um grande incremento na questão da competitividade. Já um aumento na oferta monetária causaria a diminuição das taxas de juros, fazendo com que os títulos da dívida brasileira se tornem menos atraentes e, conseqüentemente, houvesse uma depreciação da moeda, causando assim um incremento nas exportações.

2.5 Câmbio

No período que antecede o sistema Bretton Woods e após seu rompimento, há uma grande volatilidade nas taxas nominais e reais de câmbio. Os países que mais sofrem com a grande volatilidade no câmbio, em maioria são os países em “desenvolvimento” pois, após a segunda guerra mundial adotaram um modelo de crescimento baseado nas exportações. A justificativa principal de inclusão da volatilidade cambial da determinação das ofertas e demandas de exportação diz respeito aos agentes econômicos serem avessos ao risco. Desta forma, os exportadores também alteram suas expectativas principalmente sobre o volume total de investimentos, em atividades ligadas a exportação.

A alta volatilidade do câmbio em muito afeta o volume potencial de comércio internacional, pois as operações que protegem as empresas da volatilidade cambial, como por exemplo o *hedge*, que serve para resguardar variações na taxa de câmbio, tem um custo de contratação que por fim acaba elevando os custos e, por conseqüência, faz com que os produtos se tornem menos interessantes no mercado externo.⁹

Para o modelo de Mundell-Fleming a política cambial é um dos grandes instrumentos utilizados pelo governo para determinação dos objetivos ligados à política econômica de um determinado país e segue o modelo exemplificado a seguir:

2.5.1 O Modelo Mundell-Fleming

O Modelo Mundell-Fleming foi desenvolvido em meados de 1960, partindo do modelo Keynesiano IS-LM, considerando uma economia com perfeita

⁹ FEIJÓ, Flavio Tosi. **Os Determinantes das Exportações de Produtos Industriais Brasileiros para a Argentina – Uma análise Econométrica**. Florianópolis: Dissertação (mestrado) – CSE/UFSC, 1999, pg. 32-34.

mobilidade de capital e aberta. Tratando-se de perfeita mobilidade de capital, qualquer variação nas taxas de juros podem provocar grande variação no fluxo de capitais. O modelo partiu das curvas IS-LM pois o resultado das políticas monetária e fiscal incidem sobre taxa de juros, conta capital e por fim a balança de pagamentos.

Os investidores internacionais sempre procuram o maior rendimento possível para seus investimentos, analisando variáveis como o risco de investimento em determinado país e também o custo de oportunidade do capital. A principal variável de análise destes agentes econômicos é a taxa de juros.

O setor exportador da economia é muito beneficiado em momentos de depreciação da moeda doméstica. Considerando que o BACEN adote uma política monetária expansionista, conseqüentemente há um aumento na oferta de moeda. Este ocorre pois o governo intervem no mercado aberto através da compra de títulos. Com um volume agora maior de moeda no poder das pessoas, a taxa de juros interna tende a diminuir em relação as taxas de juros internacionais. Desta maneira, os investidores internacionais, por não contar mais com uma taxa de juros tão atrativa, tendem a retirar o dinheiro da economia doméstica, procurando mercados com rendimento mais atraentes sobre o capital. Como conseqüência há uma depreciação na moeda doméstica, fazendo com que os produtos importados tornem-se mais caros dentro do Brasil e os produtos nacionais se tornem mais baratos no mercado internacional. Como conseqüência da desvalorização dos produtos domésticos e valorização dos produtos importados tendencialmente haverá um melhoramento no saldo total das exportações. Este aumento na demanda agregada faz com que a curva IS tenha um deslocamento para a direita.

O ajuste nas taxas de juros se dá gradualmente até que haja uma igualdade entre a taxa de juros externa e a interna (o equilíbrio na balança de pagamentos somente ocorre no momento em que a taxa de juros interna for igual a taxa de juros externa). Durante o período em que a taxa de juros interna for inferior a taxa de juros externa e o BACEN adotar o regime de câmbio flutuante, isto é, o Banco Central não tende a intervir na mercado de câmbio, a moeda doméstica tende a se

desvalorizar fazendo com que haja um “incentivo” para a população do resto do mundo adquirir produtos brasileiros devido a desvalorização destes ante os produtos internacionais. Como citado acima a curva IS desloca-se para a direita até interceptar a curva LM na nova taxa de juros. O resultado desta política monetária expansionista é uma elevação no nível de renda.

2.5.2 Taxa de Câmbio Nominal

As trocas de moedas internacionais ocorrem no mercado denominado mercado de câmbio. As variações entre taxas de câmbio determinam as modificações de escala de preços entre as economias. No Brasil o mercado de câmbio é segmentado entre mercado livre e mercado flutuante. No mercado denominado flutuante, ocorrem as transações relacionadas as operações de turismo internacional (venda e compra de moeda estrangeira), já no mercado livre ocorrem as importações e as exportações, isto é, as operações de comércio exterior.

O câmbio configura-se como uma das variáveis que muito influencia a balança de pagamentos de um determinado país, além de ser o fator determinante na decisão dos agentes econômicos, principalmente relacionado a comercialização de produtos junto a agentes externos. As medidas utilizadas para o ajuste da balança de pagamentos são a questão cambial, variação das tarifas de importação, variação das tarifas de exportação, concessão de subsídios e elevação na taxa de juros interna.

A determinação da taxa de câmbio nominal, segundo Blanchard, ocorre de duas maneiras, “(1) o número de unidades de moeda estrangeira que se pode obter com uma unidade de moeda nacional ou (2) o número de unidades de moeda nacional que se pode obter com uma unidade de moeda estrangeira.”¹⁰.

¹⁰ BLANCHARD, Oliver. **Macroeconomia**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2001, pg. 379

No Brasil é adotado atualmente o sistema de câmbio flutuante, onde o governo procura não intervir na taxa de câmbio. A variação das taxas de câmbio ocorre de maneira livre, e o valor é determinado pelo equilíbrio do mercado, ou seja, é determinada através das operações de compra e venda, realizadas pelos agentes econômicos (como pessoas, empresas, instituições financeiras entre outros).

Os principais agentes a atuar diretamente no mercado cambial são Bancos Centrais, empresas multinacionais, empresas atuantes no mercado internacional, bancos comerciais e instituições financeiras. A maioria das transações internacionais envolve o débito e crédito de recursos em bancos comerciais. As empresas multinacionais, ou empresas que atuam diretamente no mercado internacional, fazem diariamente pagamentos e recebimentos em moedas estrangeiras.

2.5.3 Taxa Real de Câmbio

A utilização da taxa de câmbio é uma ferramenta antiga de política monetária. Certamente uma das experiências mais conhecidas foi o sistema monetário baseado no Padrão Ouro, onde a moeda nacional era determinada por uma quantidade lastreada de ouro (uma quantidade fixa), contudo há o rompimento deste acordo, em muito devido à demanda por liquidez do sistema financeiro internacional. Neste período, a maioria dos países membros do acordo que fixavam as taxas de câmbio em relação ao dólar norte-americano inclusive este passaram a adotar regimes de câmbio flexível. O sistema de Bretton Woods começa a vigorar a partir de 1944, época em que os países vencedores da 2ª guerra mundial reuniram-se com o objetivo de buscar maior estabilidade no sistema financeiro mundial.

A taxa de câmbio configura-se como uma variável de grande importância na decisão de comércio internacional, pois através desta pode-se propor comparações de preços dos produtos domésticos, até dos produtos internacionais.

Segundo Feijó, “A partir do momento que a taxa de câmbio real representa o preço relativo dos produtos exportados, a sua volatilidade determina a variância da remuneração relativa das exportações”.¹¹

Leva-se em conta para construção da taxa de câmbio real, os fatores principais que afetam a remuneração dos exportadores, partindo-se da hipótese que estes possuem capacidade de maximizar os lucros, portanto podem comercializar seus produtos simultaneamente ou alternativamente no mercado doméstico e externo.

Partindo do princípio que há competição entre os mercados externo e interno, é plausível que o preço relativo doméstico efetivo justifique a decisão dos produtores internos de exportarem.

São determinantes para o cálculo da taxa real de câmbio os índices de inflação internos e externos do(s) país(es) bem como a taxa nominal de câmbio. O cálculo da taxa real de câmbio é representado por:

$$R=e.P^*/P$$

Onde

e = Taxa nominal de Câmbio;

R = Taxa de Câmbio Real;

P = Índice de Preço Doméstico;

P* = Índice de Preço do País Estrangeiro

¹¹ FEIJÓ, Flavio Tosi. **Os Determinantes das Exportações de Produtos Industriais Brasileiros para a Argentina – Uma análise Econométrica**. Florianópolis: Dissertação (mestrado) – CSE/UFSC, 1999, pg. 32

Como afirma PAULANI & BRAGA (2001) é preciso levar em conta a inflação interna e externa, pois, no caso da primeira, há uma tendência de aumento nos preços de produtos exportados. No caso da segunda, há um encarecimento dos produtos importados e, por consequência, um estímulo à venda de produtos no exterior.

CAPÍTULO III

DESCRIÇÃO DOS MERCADOS DO MERCOSUL E ARGENTINA

3 ÁREAS PREFERENCIAIS DE COMÉRCIO E A EVIDÊNCIA DO MERCOSUL

Um dos fatores determinantes para a formação dos Blocos Econômicos Regionais é a necessidade de economias de escala decorrentes do mercado ampliado. O aproveitamento da experiência adquirida no mercado doméstico para inserção competitiva no mercado internacional gera ganhos de especialização produtiva, o que seria o objeto principal do processo de especialização.

Há diversos níveis de integração econômica entre países, o processo é muitas vezes gradativo e composto pelas etapas seguintes:

- Zona de Livre Comércio: as nações envolvidas no processo eliminam todas as barreiras de comércio entre os países integrantes (é o que propõe a ALCA – Área de Livre Comércio das Américas).
- União Aduaneira: Além de ser uma Zona de Livre Comércio, é adotada uma política comercial igual para os países não integrantes.
- Mercado Comum: Neste nível de integração é permitida a livre circulação de pessoas, mercadorias e serviços (livre mobilidade de circulação de fatores de produção, trabalho e capital) entre os países participantes.
- União Econômica: Procura-se chegar a políticas comuns sob autoridade comum, busca-se uma harmonização entre política econômica monetária, financeira e até sobre a política interna.

- União Monetária: Além dos itens relacionados à União Econômica envolve também a adoção de câmbio fixo e de conversão ilimitada e obrigatória entre as diferentes moedas.
- União Política: Além dos itens relacionados em União Monetária, é previsto também cooperação no âmbito político de segurança e defesa externa, o estado mais avançado da União Política é a consolidação de uma nova nação.

A integração econômica ocorre de forma mais acentuada e intensa sobre as principais economias mundiais, é um fenômeno recente, que se consolida no final do século XX e começo do século XXI, período em que todas as grandes economias mundiais de alguma forma estão inseridas em algum processo de integração comercial. Dentre os principais acordos comerciais e regionais vigentes hoje no mundo, destacam-se o da Comunidade Econômica Européia – EU, onde já foi atingido o status de integração de União Monetária. Na América do Norte foi atingido o Status de Zona de Livre Comércio através do NAFTA, sendo os países integrantes deste o Canadá, Estados Unidos da América e o México.

As tentativas de integrações comerciais na América Latina tiveram início em 1950, quando foi criada a ALALC – Associação Latino Americana de Livre Comércio, que tinha como propósito a criação em doze anos de uma área de livre comércio. Seus principais objetivos visavam a substituição de importações, que no período estavam vigente nestes países, além de propiciar ganho de escala. Porém este acordo não teve êxito por causa da política protecionista aplicada por todos os governos latino-americanos. Somente a partir de 1979, quando os países integrantes do Cone Sul começaram um processo de intensificação do relacionamento diplomático, a Argentina, Paraguai e Brasil assinam no mesmo ano o Acordo Tripartite com objetivo inicial de resolver problemas hídricos em *regiões fronteiriças*. Em anos seguintes (*meados de 1985*) Argentina e Brasil assinam o PICE – Programa de Integração e Cooperação Econômica, mas os efeitos deste acordo são considerados desprezíveis.

Em 1988 houve a assinatura do Tratado de Integração, Cooperação e Desenvolvimento, que visionava a instituição de um mercado comum em no máximo 10 anos. Porém, três anos após a assinatura deste, um outro tratado muito mais abrangente o substituiu, o Mercado Comum do Sul – MERCOSUL que começou a ser criado a partir do Tratado de Assunção, em 26 de março de 1991, pelos presidentes dos países da Argentina, Brasil, Uruguai e Paraguai no âmbito da Associação Latino Americana de Integração – ALADI. A legalização do MERCOSUL somente ocorreu em 1994 através do Tratado de Ouro Preto, as negociações de 1991 até 1994 tinham por objetivo o estabelecimento de uma tarifa externa comum.

No período de negociação (entre 1991 e 1994), os dois principais países do bloco (Argentina e Brasil) estavam aplicando políticas de estabilização econômica baseadas em políticas de câmbio fixo e elevado, causando grandes déficits externos a estes países. Inicialmente o MERCOSUL estava atingindo seu objetivo principal, mas neste momento o Brasil desvaloriza a sua moeda corrente, o Real, o que causou uma série de desequilíbrios comerciais, principalmente na Argentina, que como consequência fez com que o governo argentino iniciasse a imposição de barreiras a alguns produtos brasileiros. Atualmente podemos definir o MERCOSUL, que hoje é composto pela Venezuela como membro efetivo (a inclusão deste ocorreu em meados de julho de 2006) além dos quatro países que compunham as negociações desde a sua criação, como sendo um Acordo Comercial Parcial ou uma União Aduaneira.

O Chile e a Bolívia são os países associados ao MERCOSUL, o Chile também é associado a ALADI (que conta com Venezuela, Peru, Equador, Colômbia, Bolívia, México e Cuba como parceiros).

No tratado firmado em Assunção no ano de 1991, foram estabelecidos os principais objetivos do Mercado Comum do Sul, sendo os mais importantes:

- Inserção mais competitiva das economias dos quatro países num mundo em que se consolidam grandes espaços econômicos e onde o progresso técnico se torna cada vez mais essencial para o êxito dos planos de desenvolvimento;
- Favorecer economias de escala, reforçando as possibilidades de cada

- um dos países membros com o incremento de produtividade;
- Estimular os fluxos de comércio com o resto do mundo, tornando mais atraentes os investimentos na região. Nesse sentido, não se trata de reproduzir, num plano regional uma política de substituição de importações;
 - Promover esforços de abertura nas economias dos quatro países, que deverão conduzir à integração gradual da América Latina.¹²

Com objetivo de alcançar as duas primeiras etapas no estágio de formação de um Mercado Comum, todos os países acordaram inicialmente na total eliminação de direitos aduaneiros e quaisquer outros encargos de efeitos similares, tanto fiscais como monetários e cambiais, que teriam incidência sobre o comércio exterior e demais medidas que poderiam impedir ou dificultar o comércio de algum país integrante do grupo durante a negociação com outro(s) país(es) que o compunha. A meta inicial é que o status de Mercado Comum fosse alcançado até 31 de dezembro de 1994. Para que fosse atingido uma tarifa zero no prazo estabelecido sobre todos os produtos ou serviços transacionados entre os países componentes do MERCOSUL, adotou-se o Programa de Liberação Comercial, que firmava reduções de tarifa de forma progressiva. O intuito era que em 01 de janeiro de 2005 o processo de União Aduaneira fosse firmado.

A descrição mais utilizada para a presente situação do MERCOSUL é a de União Aduaneira Imperfeita (Pereira, 1996) pois há vários produtos no chamado Regime de Adequação¹³ e outra variedade de produtos excluídos da Tarifa Externa Comum – TEC.¹⁴

O MERCOSUL, apesar dos constantes problemas e instabilidade causados em grande parte pelos próprios países membros, é considerado um dos mais importantes Blocos Econômicos da atualidade pois soma uma área aproximada de 15 milhões de quilômetros quadrados, um mercado de quase 300 milhões de habitantes e um Produto Interno Bruto de aproximadamente 1,8 trilhões de

¹² FEIJÓ, Flavio Tosi. **Os Determinantes das Exportações de Produtos Industriais Brasileiros para a Argentina – Uma análise Econométrica**. Florianópolis: Dissertação (mestrado) – CSE/UFSC, 1999, pg. 9.

¹³ *Por Regime de Adequação compreende-se os produtos excluídos da Área de Livre Comércio. O regime foi estabelecido em 1995 e tem vigência de quatro anos.*

¹⁴ Os países que não compunham os membros do MERCOSUL estão sujeitos a uma tarifação de importação comum para entrada de seus produtos.

dólares, que configura o bloco entre as três maiores economias mundiais, atrás somente da União Européia e NAFTA, tornando-se o bloco de maior relevância entre os países em desenvolvimento e que, além disso, conta com a maior reserva de recursos naturais do planeta. Segundo Feijó, o Brasil, Argentina e Venezuela exercem o papel das principais economias do Bloco.¹⁵

3.1 Histórico entre a relação Brasil e Argentina

O início da relação comercial entre o Brasil e a Argentina no começo do século XX era composta, basicamente, por trocas de produtos agrícolas, sendo os principais produtos comercializados no período o Café e o Trigo.

A partir de 1960, foram realizadas ineficazes tentativas de integração comercial entre os dois países, associando-se ao surgimento de uma revolucionária reestruturação no processo de produção, advento de um novíssimo padrão tecnológico e industrial. Esse padrão tendencialmente sinalizou em ambas as economias o surgimento da “globalização” e a conseqüente formação de megablocos econômicos que tinham por finalidade influenciar o direcionamento dos fluxos de bens, serviços e capitais.

Com um crescente número de acordos comerciais e a formação de alguns blocos econômicos bem organizados, acabou por proporcionar um novo advento na economia do planeta, caracterizada pela crescente troca entre os mercados internacionais. No período, a Argentina e o Brasil, inseridos num período de crescente marginalização econômica e política, em muito proveniente de mudanças estruturais e funcionais do sistema econômico mundial, sentiram a real necessidade de uma inserção no mercado. Excluídos deste novo cenário, os países passaram a ver a integração econômica como instrumento básico para obtenção de maior eficiência, criação de comércio, e por fim proporcionar uma

¹⁵ FEIJÓ, Flavio Tosi. **Os Determinantes das Exportações de Produtos Industriais Brasileiros para a Argentina – Uma análise Econométrica**. Florianópolis: Dissertação (mestrado) – CSE/UFSC, 1999, pg. 9 – 10.

total transformação nos sistemas produtivos, para assim conseguirem uma maior e crescente inserção no mercado internacional.

Na relação entre Brasil e Argentina, o primeiro marco positivo e de grande expressão na relação se deu em meados de 1979 quando ocorreu a assinatura do Acordo Tripartite, este voltado a solução de divergências relacionadas a recursos hídricos. Em 1986 foi instituído o Programa de Integração e Cooperação Econômica (PICE), que tinha como objetivo principal criar um espaço econômico comum com abertura a seus mercados, e vários estímulos a complementação dos processos de alguns setores específicos. O objetivo era que o processo fosse incorporado de maneira seletiva e equilibrada, e que assim pudesse proporcionar aos setores a inserção a nova realidade de competição.

Em dezembro de 1990 foi instituído um instrumento chamado Acordo de Complementação Econômica número 14, no qual foi estabelecido que até 31 de dezembro de 1994 deveria iniciar o mercado comum entre os dois países (Brasil e Argentina).

Através da iniciativa entre Brasil e Argentina com o estabelecimento do ACE-14, que firmava um programa de liberação comercial, foram estruturadas as bases para em 1991 culminar com o Tratado de Assunção.¹⁶

3.2 Criação de Comércio e Resultados do Processo de Integração

A crescente evolução do comércio entre as duas principais economias do MERCOSUL certifica o sucesso inquestionável da integração comercial propiciada pelo processo de aproximação entre estas economias.

Contudo há várias discussões regidas sobre a funcionalidade da integração entre os países e questiona-se o real benefício causado por esta integração econômica na melhoria da qualidade de vida da população. O ponto de maior discussão refere-se ao desvio de comércio.

¹⁶ FEIJÓ, Flavio Tosi. **Os Determinantes das Exportações de Produtos Industriais Brasileiros para a Argentina – Uma análise Econométrica**. Florianópolis: Dissertação (mestrado) – CSE/UFSC, 1999, pg. 11 – 12.

Viner, em 1950, enuncia pela primeira vez a conceituação de criação e desvio do comércio, aponta a criação do comércio como algo extremamente positivo, ante o desvio do comércio como sendo algo essencialmente negativo. A partir do momento do lançamento desta teoria desenvolvem-se uma série de estudos empíricos, com o objetivo final de medir se os acordos comerciais têm sido bem sucedidos no âmbito de criação de comércio e de que realmente países que contam com vantagens competitivas tenham ganhos e conseqüente aumento de produtividade ante países que aqueles produtos específicos não contam com vantagens comparativas.

Acordos regionais de integração ARI muito beneficiam os países integrantes do "bloco". De acordo com Viner, quando há um acordo comercial entre dois países, existe a vantagem dos países poderem adquirir de seus parceiros comerciais, produtos com um valor mais baixo, proporcionando assim um aumento de bem-estar, pois seus excedentes estão mais altos.

Contudo, um fator que incide de maneira muito negativa aos acordos comerciais é que alguns países possuem vantagens comparativas na produção de algum(ns) bem(ns) em relação a outro país componente do bloco, mas pela alta tarifação imposta pelo bloco econômico, ou pela ausência de impostos na importação dentro do bloco, há uma substituição de importações e conseqüentemente um desvio de comércio, pois não necessariamente o produtor mais eficiente venderá seu produto. Na concepção vineriana este fenômeno é responsável pela perda de bem-estar, além de geração de ineficiência.

Não cabe na presente monografia o aprofundamento da questão de criação ou desvio de comércio.

3.3 Grau de Inserção Argentino no MERCOSUL

Na tabela 3.1 podemos observar o total de exportações, importações, saldo total da balança comercial e o total do intercâmbio comercial argentino no período de 2000 até 2004.

Comércio Exterior (Us\$ milhões)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportações	26341	26543	25709	29566	36280
Importações	25290	20321	8990	13833	20268
Balança Comercial	1061	6222	16719	15733	16012
Intercâmbio Comercial	51621	46864	34699	43399	56548

Tabela 3.1 Valor total do Intercâmbio Comercial Argentino

Fonte: MRE/DPR/DIC – Divisão de Informação Comercial
 FMI. *Direction of Trade Statistics. Yearbook 2004, March 2005.*

Observa-se um incremento no intercâmbio comercial na ordem de quase 5 bilhões de dólares entre os anos de 2000 a 2004, entretanto nota-se que no ano de 2002, período mais agudo da crise financeira que atingiu a Argentina e a incerteza política no Brasil, houve uma redução de cerca de 32,8% no intercâmbio comercial. É notável o declínio neste fator comparando os resultados do ano 2000 com 2002, que é conseqüente dos desajustes e crises ocorridos, principalmente à crise Argentina.

Ainda no fator intercâmbio comercial da tabela 3.1, visualiza-se também a queda consecutiva nos anos de 2001 e 2002, porém a balança comercial nos anos de 2000 a 2004, apresenta seguidos superávits conforme pode ser observado.

O Brasil é o maior parceiro comercial do mercado Argentino, esta proximidade certamente em muito é conseqüência do MERCOSUL. No ano de 2004, 16,9% das exportações da Argentina tinham como destino o Brasil e 30,5% de tudo que era importado pela Argentina provinha do mercado brasileiro. A balança comercial entre os dois países vem a décadas favorecendo os Argentinos, mas durante o ano de 2003 o cenário se inverteu e o Brasil teve um pequeno superávit. Contudo as exportações brasileiras são, na grande maioria, de produtos industrializados, principalmente produtos automotivos e maquinaria. Já as exportações argentinas para o Brasil são principalmente de grãos, óleos vegetais e petróleo.

Os principais parceiros comerciais da Argentina são Brasil, Estados Unidos da América, Chile, China e Alemanha.

Os outros dois países que compõem o MERCOSUL, apesar do tamanho reduzido de seus mercados (Paraguai e Uruguai), configuram-se entre os quinze maiores parceiros comerciais dos argentinos, vide tabela 3.2.

Direção do Comércio Exterior Us\$ milhões	2002	%	2003	%	2004	%
Exportações						
Brasil	4.828	18,8	4.663	15,8	6.124	16,9
Chile	2.961	11,5	3.537	12	3.890	10,7
EUA	2.957	11,5	3.134	10,6	3.697	10,2
China	1.092	4,2	2.478	8,4	3.048	8,4
Espanha	1.146	4,5	1.389	4,7	1.589	4,4
Itália	847	3,3	931	3,1	1.097	3
México	670	2,6	796	2,7	1.046	2,9
Alemanha	632	2,5	721	2,4	1.049	2,9
Países Baixos	1.046	4,1	1.094	3,7	1.038	2,9
Índia	443	1,7	558	1,9	733	2
Uruguai	542	2,1	543	1,8	714	2
Egito	405	1,6	447	1,5	587	1,6
Paraguai	341	1,3	445	1,5	585	1,6
República da Coreia do Sul	355	1,4	434	1,5	570	1,6
África do Sul	292	1,1	333	1,1	542	1,5
Reino Unido	382	1,5	386	1,3	438	1,2
Perú	444	1,7	414	1,4	415	1,1
Japão	408	1,6	344	1,2	404	1,1
França	325	1,3	346	1,2	388	1,1
Filipinas	155	0,6	236	0,8	346	1
Malásia	218	0,8	216	0,7	342	0,9
Subtotal	20.489	79,7	23.445	79,3	28.642	79
Demais Países	5.220	20,3	6.123	20,7	7.638	21,1
Total Geral	25.709	100	29.568	100	36.280	100

Tabela 3.1 Direção do comércio Exterior Argentino - Exportações

Fonte: MRE/DPR/DIC - Divisão de Informação Comercial
FMI. Direction of Trade Statistics. Yearbook March 2005.

O intercâmbio comercial entre o Brasil e a Argentina nos anos de 2002 até 2004 apresentou um crescimento de aproximadamente 67,5%, dado que neste período ambos os países sofreram as conseqüências da crise Argentina e, no caso do Brasil, da incerteza quanto ao futuro político da nação, com um candidato de esquerda liderando as pesquisas de opinião de voto, e conseqüentemente, vencendo a eleição.

Direção do Comércio Exterior Us\$ milhões	2002	%	2003	%	2004	%
Importações						
Brasil	2.518	28	4.708	34	6.183	30,5
Eua	1.804	20,1	2	16,4	3.725	18,4
Alemanha	554	6,2	769	5,6	1.226	6
China	330	3,7	721	5,2	916	4,5
Itália	312	3,5	444	3,2	778	3,8
França	262	2,9	320	2,3	769	3,8
Espanha	311	3,5	392	2,8	595	2,9
Chile	177	2	290	2,1	492	2,4
Japão	314	3,5	396	2,9	479	2,4
Paraguai	255	2,8	295	2,1	387	1,9
Reino Unido	195	2,2	215	1,6	347	1,7
México	158	1,8	238	1,7	313	1,5
Países Baixos	75	0,8	106	0,8	297	1,5
República da Coréia	71	0,8	212	1,5	279	1,4
Suíça	120	1,3	182	1,3	220	1,1
Uruguai	122	1,4	164	1,2	216	1,1
Bélgica	82	0,9	107	0,8	206	1
Subtotal	7.660	85	9.561	86	6.305	86
Demais Países	1.331	14,8	2.010	14,5	2.840	14
Total Geral	8.991	100	11.571	100	9.145	100

Tabela 3.2 Direção do comércio Exterior Argentino - Importações

Fonte: MRE/DPR/DIC - Divisão de Informação Comercial
FMI. Direction of Trade Statistics. Yearbook March 2005.

As exportações brasileiras para a Argentina, como mostra a tabela 3.3, pularam da cifra de aproximadamente US\$ 2.518 milhões de dólares no ano de 2002 para aproximadamente US\$ 6.183 milhões de dólares em 2004, caracterizando um incremento de exportações para o mercado brasileiro de aproximadamente 245% no período. O incremento nas importações providas da Argentina passaram de US\$ 4.828 milhões de dólares em 2002 para US\$ 6.124 milhões de dólares em 2004, caracterizando um aumento de produtos importados providos da Argentina na ordem de aproximadamente 27%.

Intercâmbio Comercial Brasil / Argentina - Us\$ mil	2000	2001	2002	2003	2004
Exportações	6.232.746	5.002.489	2.341.867	4.561.146	7.373.218
Variação em relação ao ano anterior	16,20%	-19,70%	-53,20%	94,80%	61,70%
Part. (%) do total de exportações Brasil para o MERCOSUL	80,60%	78,60%	70,70%	80,40%	82,70%
Part. (%) no total das exportações brasileiras	11,30%	8,60%	3,90%	6,20%	7,60%
Importações	6.842.421	6.206.180	4.743.277	4.672.533	5.569.621
Variação em relação ao ano anterior	17,70%	-9,30%	-23,60%	-1,50%	19,20%
Part. (%) do total de exportações Brasil para o MERCOSUL	87,8%	88,50%	84,50%	82,20%	87,20%
Part. (%) no total das exportações brasileiras	12,30%	11,20%	10,00%	9,70%	8,90%
Intercâmbio Comercial	13.075.167	11.208.669	7.085.144	9.233.679	12.942.839
Variação em relação ao ano anterior	17,00%	-14,30%	-36,80%	30,30%	40,20%
Part. (%) do total de exportações Brasil para o MERCOSUL	84,20%	83,80%	79,40%	81,30%	84,60%
Part. (%) no total das exportações brasileiras	11,80%	9,80%	6,60%	7,60%	8,10%
Balança Comercial	-609.675	-1.203.691	2.401.410	-111.387	1.803.597

Tabela 3.3 Intercâmbio Comercial – Brasil - Argentina

Fonte: MRE/DPR/DIC - Divisão de Informação Comercial
FMI. Direction of Trade Statistics. Yearbook March 2005.

Houve uma retomada no volume de exportações brasileiras para a Argentina após os três anos de crise (2001, 2002 e 2003). A participação das exportações brasileiras para o MERCOSUL no ano de 2000 para o ano de 2004 permaneceram praticamente inalteradas, pois a participação percentual em 2000 era de 80,6 e em 2004 atingiu 82,7%. As importações no mesmo período representaram 87,8% em 2000 e 87,2% em 2004. Sendo assim, a participação percentual total do intercâmbio brasileiro no MERCOSUL no ano de 2004 representou 84,6%. É importante ressaltar que os dados do ano de 2004 representam uma expectativa, conforme tabela 3.4.

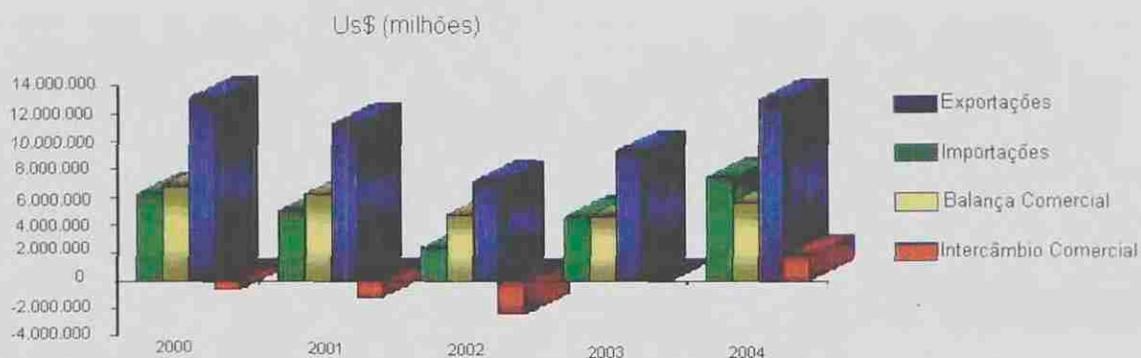


Figura 3.1 Intercâmbio Comercial Brasil – Argentina

MRE/DPR/DIC - Divisão de Informação Comercial
FMI. Direction of Trade Statistics. Yearbook March 2005.

Na figura 3.1 observa-se a evolução do comportamento do intercâmbio comercial no período descrito (2000 até 2004) entre Brasil e Argentina. Uma visão mais detalhada nos permite observar que houve uma reversão no saldo final da balança comercial que, para o Brasil até 2003, apresentava seguidos saldos deficitários.

CAPÍTULO IV

A COMPOSIÇÃO DO MERCADO DE *SOFTWARE* E A CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO ARGENTINO

4 A COMPOSIÇÃO DO MERCADO DE *SOFTWARE*

O Brasil ocupou área de destaque na composição mundial de TI em 2005, com um volume de aproximadamente 11,9 bilhões de dólares, igualando-se a Rússia em volume de mercado no ano de 2005. O mercado de TI na América Latina movimentou no ano de 2005 o volume de Us\$ 36 bilhões, sendo que o Brasil representou cerca de 39% do mercado com aproximadamente 5,5 milhões de PC's vendidos somente naquele ano, 17 milhões de PC's instalados e aproximadamente 46 milhões de usuários da Internet. A figura 4.1 apresenta a composição dos principais países por continente com maior representatividade no setor de TI.

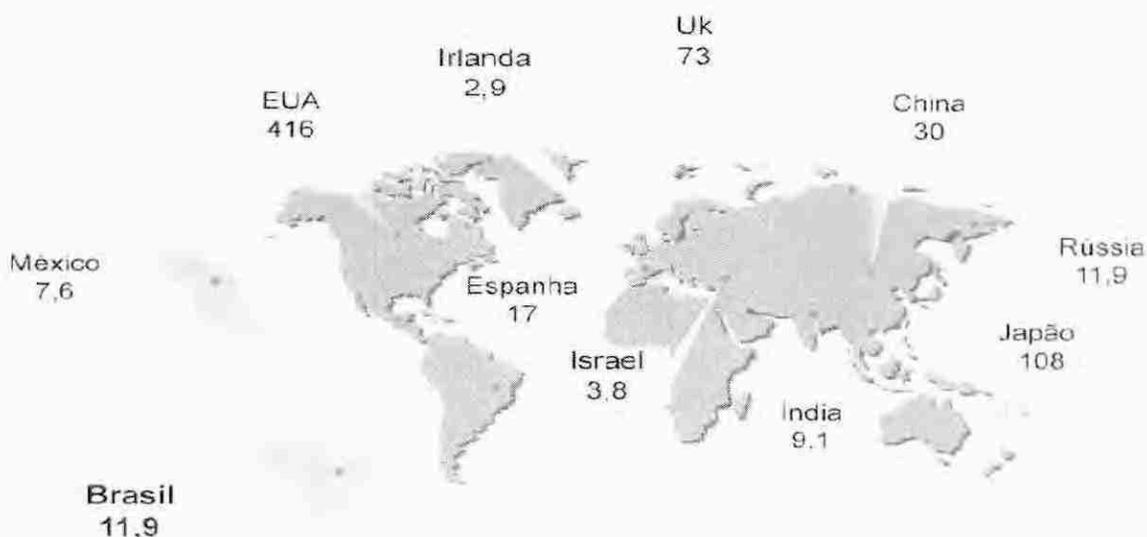


Figura 4.1 Mercado Mundial de TI 2005.

Fonte: MERCADO BRASILEIRO DE *SOFTWARE* (São Paulo, SP). *Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências 2006*: catálogo. São Paulo, 2006, pg 09.

No ano de 2005 o mercado mundial de *software* e serviços atingiu o valor de Us\$ 662 bilhões de dólares, com o Estados Unidos liderando o mercado com aproximadamente 43,4% do total negociado, o Japão, em segundo lugar no ranking, com aproximadamente 9,5% e o Brasil ocupando o décimo segundo lugar com 1,09%, conforme visualizado na tabela 4.1.

País	Volume (Us\$ bilhões)	Participação (%)
USA	287,5	43,4%
Japão	63,2	9,5%
Uk	59,5	9%
Alemanha	41,3	6,2%
França	36,8	5,5%
Canadá	17,9	2,7%
Itália	16,9	2,5%
Austrália	16,2	2,4%
Espanha	11,6	1,7%
Suécia	10,1	1,5%
Holanda	9,5	1,43%
Brasil	7,23	1,09%
Suíça	6,9	1,05%
China	6,9	1,05%
Bélgica	6,3	0,95%
Outros	64,17	9,8%
Total	662	100%

Tabela 4.1 O mercado mundial de *software* 2005

Fonte: MERCADO BRASILEIRO DE *SOFTWARE* (São Paulo, SP). *Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências 2006*: catálogo. São Paulo, 2006, pg 06.

4.1 Mercado Brasileiro de *software* e Serviços Ligados a *software*

Segundo a ABES, em estudo realizado em 2005, algumas tendências são nítidas, relacionadas a curto e médio prazo nas tendências do mercado brasileiro. Dentre estas tendências há uma forte corrente de empresas nacionais iniciando o serviço de exportação, principalmente para os países Latino-Americanos.

Atualmente apenas 1,2% dos *software* comercializados no Brasil são para exportação e mais de 70% dos *software* comercializados internamente são

provenientes do exterior. Conforme constatado pela ABES, devido ao grande desenvolvimento das empresas no Brasil, estima-se que já no final desta década a participação será da ordem de 66%.

Aproximadamente 7,3% de participação constituem-se de sistemas prontos, conforme tabela 4.2.

Origem	Volume (Us\$ milhões)	Participação (%)	Variação 2004/2005	
Desenvolvido no Exterior	1.924,10	71%	+	11,6%
Produção Local Sob Encomenda	558,5	20,5%	+	28,5%
Produção Local Standart	202,1	7,3%	+	14,2%
Produção Local Exportação	35,3	1,2%	+	38,9%
Sub Total Software	2,72	100%	+	15,2%
Serviços Mercado Local	4.548	97%	+	29,2%
Serviços Exportação	142	3%	+	40,5%
Sub Total Serviços	4,69	100%	+	29,5%
Total Software e Serviços	7,41	-	+	23,9%

Tabela 4.2 Divisão por origem de *software*

MERCADO BRASILEIRO DE *SOFTWARE* (São Paulo, SP). Mercado Brasileiro de *Software* – Panorama e Tendências 2006: catálogo. São Paulo, 2006, pg 12.

O crescimento verificado no mercado brasileiro, no setor específico de *software* de 2004 para 2005 foi de 15%, já o crescimento relacionado a serviços voltados a treinamento de *software*, apresentou crescimento de 30%.¹⁷

Segundo a Associação Brasileira das Empresas de *Software* – ABES, o Brasil movimentou em 2005 aproximadamente 7,4 bilhões de dólares, que equivale a aproximadamente 0,95% do PIB, aproximadamente 1,2% do mercado mundial e mais de 41% do mercado latino-americano. A expectativa de crescimento no setor é superior a 11% ao ano até o ano de 2011.

A participação de *software* produzidos no exterior compõem uma ordem de 71% do mercado brasileiro, conforme constatado pela ABES, mas devido ao grande desenvolvimento das empresas no Brasil, estima-se que já no final desta década a participação será da ordem de 66%.

¹⁷ MERCADO BRASILEIRO DE *SOFTWARE* (São Paulo, SP). Mercado Brasileiro de *Software* – Panorama e Tendências 2006: catálogo. São Paulo, 2006, pg 05.

A segmentação de *softwares* adquiridos internamente se constitui de aproximadamente 27,6% para a indústria, 7,6% para o comércio, 1% para a agroindústria, 6,4% para o governo, 22,7% na área de finanças, 14% na área de serviços, 2,6% na área de óleo e gás e 18% para outros consumidores. Os produtos da AltoQi são comercializados para qualquer setor de infra-estrutura de qualquer uma das áreas listadas na tabela 4.3.

Segmento Vertical	Volume (Us\$ milhões)	Participação (%)	Variação 2004/2005	
Indústria	742,4	27,6%	+	15,8%
Comércio	204,4	7,6%	+	13,6%
Agroindústria	28,7	1,0%	+	15,7%
Governo	172,4	6,4%	+	16,7%
Finanças	607,9	22,7%	+	15,2%
Serviços	377,2	14,0%	+	13,4%
Óleo e Gás	70,6	2,6%	+	14,0%
Outros	481,4	18,0%	+	14,8%
Total	2.685	100,0%	+	15,0%

Tabela 4.3 Segmentação do mercado comprador de *Software*

MERCADO BRASILEIRO DE *SOFTWARE* (São Paulo, SP). Mercado Brasileiro de *Software* – Panorama e Tendências 2006: catálogo. São Paulo, 2006, pg 14.

O mercado brasileiro de *software* totaliza Us\$ 2,72 bilhões com uma representatividade de 1,2% do mercado mundial, 29% de programas desenvolvidos domesticamente, com exportações de Us\$ 35 milhões em licenças e 6.040 empresas dedicadas exclusivamente ao ramo. Já no setor de serviços, o mercado no ano de 2005 foi de Us\$ 4,69 bilhões, caracterizando uma fatia no mercado mundial de 0,9%, exportações da ordem de Us\$ 142 milhões, e aproximadamente 7760 empresas, conforme figura 4.2.

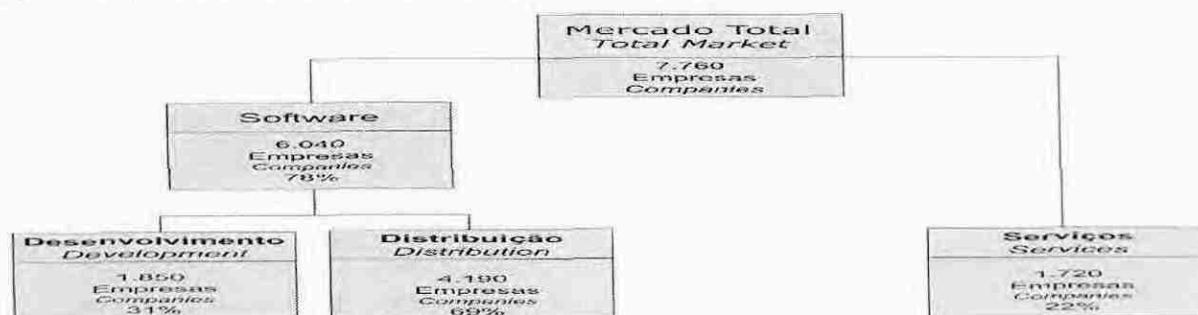


Figura 4.2 As empresas do setor de *software* e serviços – 2005

Fonte: MERCADO BRASILEIRO DE SOFTWARE (São Paulo, SP). **Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências 2006**: catálogo. São Paulo, 2006, pg 08.

O mercado brasileiro em 2005 era composto por 7.760 empresas atuantes nos ramos de produção, distribuição, desenvolvimento e prestação de serviços ligadas aos *softwares*, segregando as de desenvolvimento, 94% são micro ou pequenas empresas.

Os setores que mais consomem estes serviços são o sistema financeiro e o setor industrial, responsáveis por mais de 50% da demanda por este tipo de serviço, os outros setores de destaque são o comércio, agroindústria e governo. A expectativa é que o crescimento no setor de TI atinja mais de 16% em 2006, contudo, as empresas de Tecnologia da Informação priorizarão investimentos voltados a VOIP (projetos de voz sobre IP), soluções de segurança na informação, gerenciamento de redes e soluções voltadas a gestão empresarial (ERP) entre outros.

Das empresas que trabalham exclusivamente na área de *software*, 54% atuam na área de distribuição, 24 % na área de produção e 22% em serviços.

A composição do mercado brasileiro é dada por 59% de pequenas empresas, 35 % de micro empresas, 5% de médias empresas e 1% de grandes empresas, conforme observado nas figuras 4.3 e 4.4.



Figura 4.3 e Figura 4.4 Divisão por tipo de atividade e Divisão por porte da empresa

Fonte: MERCADO BRASILEIRO DE SOFTWARE (São Paulo, SP). **Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências 2006**: catálogo. São Paulo, 2006, pg 08.

Através dos dados levantados em pesquisa pela Associação Brasileira de *software* – ABES, verificou-se uma tendência ao investimento na área de TI no Brasil, muito superior ao crescimento atual da economia, que em 2005 foi de aproximadamente 2%. Este dado mostra que o setor está em forte crescimento e a empresa AltoQi Tecnologia em Informática S.A, inserida no mercado brasileiro como empresa de médio porte, com capital fundamentalmente nacional e com produção designada *standart*, segue a tendência levantada através do estudo realizado pela ABES junto a 740 empresas do setor. Apresenta-se como característica do mercado doméstico atual a substituição de importações de *software* e o crescimento de exportações de *software*, especialmente para países hispano-americanos.

4.2 Caracterização do mercado argentino

A Argentina fica localizada no continente da América do Sul, é o país mais ao sul deste continente, banhado ao leste pelo Oceano Atlântico e ao sul pelo Oceano Pacífico. A superfície total do país é de 2.791.810 Km², faz fronteira ao norte com os países da Bolívia e Paraguai, ao leste com o Brasil e o Uruguai, e no sul e oeste com o Chile. A capital é Buenos Aires, localizada na margem direita do rio da Prata, leste do território argentino.

O território é segmentado em 24 províncias sendo as mais populosas do Distrito Federal (Cidade de Buenos Aires), Córdoba e Santa Fé, com aproximadamente 23 milhões de pessoas.

4.2.1 População

A população total da Argentina estimada no ano 2001 é de 36,3 milhões de habitantes, o crescimento médio da população no período de 1991 até 2001 foi de 11%. Obedecendo esta ordem de crescimento, estima-se que no ano presente (2006) a população esteja em 38,3 milhões de pessoas.

Como o período do último CENSO NACIONAL foi durante o ano de 2001, qualquer dado da população após este período é uma projeção.

4.2.2 Idioma

O idioma oficial é o Espanhol, contudo ainda há várias línguas locais que são praticadas em vilarejos distantes dos grandes centros, como o guarani, araucano, dentre outros.

4.2.3 Horário Local e Comercial

O horário local é atrasado três horas do horário oficial de Greenwich, no período de verão é atrasado 1 hora referente ao horário de Brasília.

O horário comercial é de segunda-feira a sexta-feira das 9 às 20 horas e sábado das 09 às 13 horas.¹⁸

¹⁸ CATÁLOGOS, 2006. Buenos Aires. Horário. Disponível em <http://www.catalogosdorados.com/argentina/ar_horario.htm>. Acesso em 30/4/2006.

4.2.4 Moeda Corrente

A unidade monetária oficial da república Argentina é o Peso Argentino.

4.3 Estratégias da Empresa para Entrada no Mercado

4.3.1 Exportação de Produtos X Exportações de Serviços

Uma área controversa e de muita discussão entre tributaristas diz respeito à definição de *software*, entre serviço ou produto. Fundamentalmente a propriedade do *software* configura-se a partir de propriedade intelectual, pois constitui-se de um conjunto de informações e conhecimentos organizados de maneira lógica com um valor intangível. A constituição brasileira, como a da maioria dos países, para fins de tributação caracteriza *software* como serviço.

No mercado específico, que é o objeto da pesquisa, antes da entrada no MERCOSUL, o valor atribuído à exportação de produtos de TI era pautado sobre um imposto de aproximadamente 92%, o que acabava restringindo as exportações brasileiras voltadas a produtos de TI para este mercado, além da necessidade de a empresa estar registradas junto ao RADAR (Receita Federal) em operações com montantes acima de Us\$ 20.000.00, segundo a legislação federal.

Com o Mercado Comum do Sul, o imposto relacionado ao setor de TI para produtos passou para 42% na Argentina, uma diminuição representativa, porém muito distante do objetivo principal do MERCOSUL, que se constitui inicialmente na livre circulação de mercadorias e de pessoas. Entretanto, para exportações acima de Us\$ 1.000.00 existe a necessidade de contratação de um agente aduaneiro para proceder a entrada da documentação para liberação da carga. Certamente, se *software* fosse considerado um produto, como discute-se na atualidade, o processo de comercialização tornaria-se até certo grau inviável, pois o valor agregado ao bem final é alto, assim como a taxa do agente aduaneiro.

Mas na análise realista, e considerando *software* como serviço, o processo de exportação fundamentalmente no mundo é estruturado através de licenças de uso.

Pela preocupação com a pirataria, a composição do processo de exportação foi inicialmente separada em duas partes:

1º O envio da parte física

2º A cobrança formada através de licença de uso

Como a taxa de impostos é elevada, declara-se somente para a exportação de produto o valor dos componentes físicos integrantes do produto final, que com relação aos sistemas da AltoQi, compunha-se de 1 CD com as configurações do sistema e um *hardware*, que serve como inibidor a pirataria. Esse *hardware* pode ser utilizado na porta paralela (saída de impressora) ou em saída USB (ambos os produtos são importados de Israel). No momento de utilização do sistema, este emite sinais para o *hardlock*¹⁹, que faz com que o sistema não pare de funcionar.

A cobrança do valor da licença de uso do sistema configura-se através de *royalties*, que são praticamente isentos de impostos. O objeto mais controverso de pesquisa foi desvendado, e uma grande barreira a entrada do produto foi transposta por uma solução tributariamente, até certo ponto, desconhecida pela falta de informações oferecidas pelo governo federal brasileiro.

4.3.2 Barreira Técnica a Entrada

Cada país fundamentalmente conta com normas específicas voltadas ao segmento de construção civil, tanto na área de projetos como na área de execução. No segmento de construção civil há uma constante inovação que se

¹⁹ *Hardlock* é um hardware incorporado a saída USB do PC ou a porta paralela, que evita a pirataria.

reproduz de maneira diferente ao longo dos países, onde estudos localizados e específicos comprovam uma maneira mais eficiente e inovadora de formular projetos buscando evitar ao máximo as patologias e também a diminuição dos custos finais da edificação. Este conhecimento algumas vezes não se dissipa entre países, estados e municípios, proporcionando barreiras técnicas à entrada de produtos ligados especialmente a engenharia.

Busca-se atualmente uma espécie de padronização de normas no mundo, tanto que, em determinados acordos de empréstimos realizados com o Fundo Monetário Internacional, exige-se que os países busquem se adequar às normas de segurança ligadas principalmente a construção civil. Atualmente existem duas grandes correntes de normas técnicas voltadas ao segmento de edificações de concreto armado no mundo, a norma Norte-Americana e a norma Européia. A maioria dos países Latino Americanos utiliza a norma americana, principalmente devido a imposição do FMI para retirada de empréstimos. Porém, em cada país existem peculiaridades causadas por eventos naturais, como terremotos, tempestades entre outros, que acarretam em certas adequações de normas.

Este fato possibilitando duas visões acerca do assunto, uma visão otimista e uma visão pessimista deste problema encontrado:

A visão otimista é que a empresa comercializa licenças de uso e, como o mercado está em constante inovação tecnológica, novos recursos podem ser incorporados ao *software* básico, fazendo com que os projetistas devam fazer atualizações.

A visão pessimista é que os projetos ligados principalmente à área de estruturas, constituem um campo de pesquisa muito maior para a equipe técnica da empresa, pois, além do sistema de estruturas representar o principal produto ante o mercado brasileiro, é muito superior também com relação ao tamanho. Desta forma a empresa optou no primeiro momento em não entrar com o principal produto brasileiro na Argentina.

As normas relacionadas à parte de instalações prediais tanto hidráulicas, sanitárias, de gás e elétrica, basicamente partem da mesma constituição básica,

que conforme constatada pela equipe técnica da empresa, dentro de alguns meses os *software* seriam completamente adaptados às normas deste país específico e totalmente traduzidos. Assim ocorreu a definição por quais produtos a empresa optaria para entrada no mercado argentino. É necessário reforçar que uma barreira técnica impossibilitou que o melhor produto potencial da empresa AltoQi fosse colocado no mercado externo em um primeiro momento.

4.3.3 Caracterização do Mercado de Engenharia e Arquitetura na Argentina

Após a identificação da tarifa de exportação, que permitiria a entrada do produto e a transposição da barreira técnica, houve a preocupação com a identificação do mercado e também dos órgãos que regem o setor específico de construção civil na Argentina. Fez-se necessária uma pesquisa para verificação se é legalmente permitido na Argentina que um profissional possa fazer os cálculos ligados às instalações prediais através de *software*, além da constatação do tamanho do mercado de construção civil e estruturação do mercado naquele país especificamente.

A regulamentação da profissão caracteriza de maneira direta a organização e a responsabilidade incorporada nas funções exercidas diariamente pelos profissionais. No Brasil vem se desenvolvendo progressivamente o controle sobre a formação profissional, evitando que pessoas desqualificadas e que não tiveram o mesmo embasamento técnico científico, exerçam profissões de grande responsabilidade, como a construção civil. O segmento profissional de engenharia e arquitetura no Brasil é exercido em conformidade com uma Legislação Federal regulamentadora e fiscalizada por um órgão federal denominado CONFEA e vinte e sete órgãos estaduais denominados CREA's, um por unidade federativa, incluindo Distrito Federal. Para que o profissional atue em qualquer cidade do Brasil, deve estar associado e adimplente com o CREA de sua federação.

Na Argentina, o exercício da profissão é determinado por leis federais e provinciais, e a fiscalização é feita por colégios e conselhos. Para um profissional atuar em determinada província, deve estar matriculado em um município desta província. Contudo, não pode exercer a engenharia ou a arquitetura fora da província em que estiver matriculado, mas a elaboração dos projetos deve ser feita em conformidade com as normas federais onde não há nenhuma restrição com relação aos cálculos serem exercidos através de sistemas operacionais.

4.3.3.1 Quantidade de Profissionais e Faculdades

A fatia do mercado argentino de profissionais com formação para atuar com projetos prediais de pequeno, médio e grande porte, totaliza em números absolutos 81.216²⁰ profissionais no ano de 2001, período do último censo. Calcula-se que na Argentina há em média há um profissional da área de construção civil para aproximadamente 443 pessoas, já no Brasil há um profissional ligado a construção civil para aproximadamente 583 pessoas, conforme exposto na tabela 4.4.

Ao contrário do Brasil, há uma discrepância na formação de Arquitetos no mercado Argentino, contudo, após pesquisa técnica sobre a exercibilidade de cada profissão, conclui-se que é natural a taxa de arquitetos na Argentina ser muito superior a taxa de engenheiros civis, pois os arquitetos neste mercado podem trabalhar na área de execução de obras e com projetos arquitetônicos e, ao contrário dos profissionais formados no Brasil, também podem elaborar projetos de pequeno e médio porte na área de hidráulica e sanitária predial, na área de cálculo estrutural e de instalações elétricas de baixa tensão. Já os engenheiros civis argentinos trabalham fundamentalmente com projetos de

²⁰ INDEC, 2001. Buenos Aires. **Censo**. Disponível em <http://www.indec.mecon.ar/censo2001s2/ampliada_index.asp?mode=01>. Acesso em 07 mar.2006.

edificações de grande porte, com pavimentação, projetos aeroportuários, entre outros tipos de maior porte. A etapa de identificação do mercado potencial foi vista pela AltoQi como um mercado muito atraente.

Área	Eng. Civil	Arquit.	Eng. Const. Civil	Eng. Elet.	Eng. Sanit.	Total	Profissionais percapita
Brasil	184.000	58.000	-	101.000	sem estatística	343.000	583
Argentina	17.031	53.882	4.160	5.687	456	81.216	443

Tabela 4.4 – Quantidade de Profissionais por Área de Atuação

A figura 4.5 demonstra uma comparação entre a quantidade total de Instituições de Ensino por área profissional no Brasil e na Argentina. Os resultados caracterizam uma nova tendência no Brasil devido a quantidade de universidades voltadas a arquitetura superar, atualmente, as de engenharia civil. O estudo realizado na Argentina ocorreu em 2002, período que no Brasil houve um forte crescimento das universidades privadas, mas os dados relacionados as instituições brasileiras foram retiradas do MEC – Ministério da Educação no ano de 2006, portanto somente uma análise baseada no ano de 2006 na Argentina traduziria exatamente a real proporção.

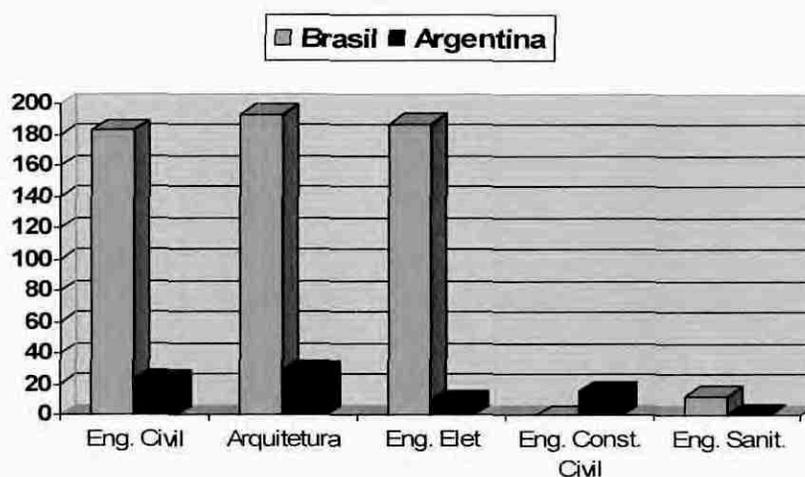


Figura 4.5 – Total de Instituições de Ensino

A verificação da composição do segmento, para as estratégias adotadas pela empresa para entrada no mercado, é muito importante. Através da figura 4.6 facilmente percebe-se a diferença entre profissionais atuantes nas áreas de construção civil dos dois países.

Na Argentina, certamente o grande nicho a ser atacado é o de arquitetos, que em sua competência, desenvolvem projetos ligados justamente aos produtos que a empresa tem a oferecer.

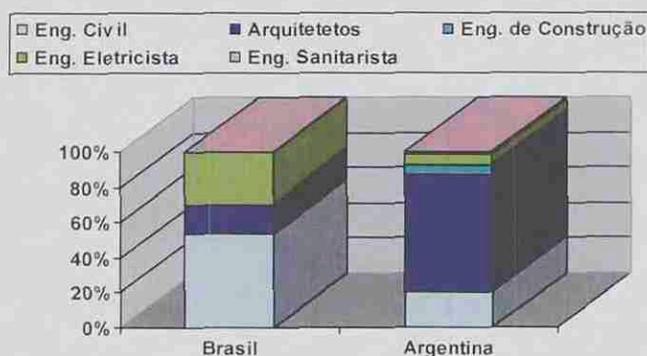


Figura 4.6 – Profissionais (%) por área de atuação

Segundo estudo da empresa AltoQi em 2004, buscando dados no CONFEA, CREA's e entidades, estima-se que no Brasil, cerca de 25% dos profissionais das áreas de arquitetura, engenharia civil, engenharia elétrica e engenharia sanitária, atuam com projetos prediais de pequeno, médio e grande porte.

Partindo da mesma caracterização utilizada pela empresa no período, pode-se definir a fatia de representatividade do mercado argentino ante o mercado brasileiro.

Em termos absolutos, o mercado Brasileiro ligado à construção civil é aproximadamente quatro vezes maior que o mercado Argentino.

4.3.4 Empresas Concorrentes e Decisão de Entrada no Mercado

Outra verificação fundamental ocorreu relacionada à ameaça de empresas concorrentes aos produtos da AltoQi no mercado pretendido. Através de vastas pesquisas na Internet e contatos com vários profissionais argentinos, que ao contrário do Brasil, afirmam não haver nenhum *software* de cálculo voltado para a área de instalações hidráulicas, sanitárias, de gás e de instalações prediais elétricas de baixa tensão. Por fim, esta análise da concorrência leva a compreensão da diretoria da AltoQi a excelente oportunidade de entrada no mercado da Argentina.

A partir deste momento iniciou-se contatos para participação do segundo maior evento ligado a construção civil da América Latina, a Expo – Batimat 2006, que anualmente ocorre em Buenos Aires e que comprovadamente, na experiência brasileira, configura-se como a grande porta de entrada para novos produtos ligados a área de construção civil. Durante os três dias da exposição vários profissionais visitaram a exposição, alguns conheceram os produtos da AltoQi e mostraram-se muito interessados por estes, pois afirmam que na Argentina todos os cálculos são feitos manualmente, o que dificulta e onera o trabalho dos profissionais da área. É importante destacar que durante a exposição foi feita a primeira venda de sistemas da AltoQi para um cliente argentino.

4.4 Questões Operacionais Referentes a Exportação

Através das pesquisas realizadas nos nichos específicos, constatou-se que existem duas grandes barreiras a serem superadas:

- Barreira técnica;
- Barreira comercial;

O processo de adaptação dos *software* é uma questão muito delicada, pois é necessário que os profissionais, além de ter conhecimento técnico sobre as normas específicas do país, tenham também conhecimento da língua, e o processo técnico não se encerra no momento da comercialização da licença, pois, devido a alta complexidade dos sistemas, é necessário que haja suporte especializado.

Uma solução certamente seria encontrar um mecanismo de financiamento que proporcionasse juros baixos, e por isso foi verificada a possibilidade de um financiamento via PROGEX. O financiamento através deste programa do governo federal constitui-se de um aporte financeiro por parte da empresa detentora do produto e um aporte financeiro não reembolsável fornecido pelo governo federal, especificamente para elaboração de *website* em diferentes idiomas, elaboração de embalagens, *folders* e adaptações técnicas do produto para início de comercialização dentro de seis meses. Mesmo não suprimindo o total de gastos empregados no processo total de transformação e adaptação do bem final, o financiamento a fundo não reembolsável conseguido veio a baratear o processo de transformação dos *software*.

A segunda barreira à entrada se dá pelo alto custo de comercialização de produtos através do canal brasileiro, além de que é sempre muito importante, em qualquer relação comercial, o cliente contar com a credibilidade da empresa estar juridicamente instalada em seu território e sujeita as mesmas leis de seus clientes.

Graças a inserção da empresa AltoQi no pólo ligado a área de tecnologia de Florianópolis, a troca de sinergias e informações entre as empresas, proporcionou a indicação de uma empresa na Argentina, que já trabalhava na área de TI e prestava serviços de distribuição de alguns produtos brasileiros no mercado argentino. Após algumas negociações foi fechado um contrato de distribuição que estabelece a distribuidora sustentar um *call center* em Buenos Aires, além da contratação de técnicos visando proporcionar aos clientes deste mercado, suporte especializado dos produtos. O envio dos componentes físicos são todos concentrados na sede da distribuidora, que no momento de fechamento

de cada pedido, remete a AltoQi cópia para imediata reposição do estoque. O material físico integrante do *software* é enviado através de DDU (*Delivered duty unpaid – entregue direitos não pagos*) para o distribuidor, que é postado da cidade de Florianópolis e chega na média prevista de até 3 dias úteis em Buenos Aires.

Como a comercialização dos produtos funciona fundamentalmente através de *telemarketing*, há necessidade da empresa contar com um grande Banco de dados. No Brasil, grande parte deste banco de dados de profissionais foi obtido através de participações em feiras de grande porte na área de construção civil, como a **FEICON** - Feira Internacional da Indústria de Construção e o **IBRACON** - Congresso Brasileiro do Concreto, que acontecem anualmente em capitais diferentes do Brasil, e configuram-se como uma excelente porta de entrada para novos produtos voltados ao setor e para coleta de cadastros de potenciais clientes.

Na Argentina, a empresa participou da EXPOBATIMAT - Feira Internacional da Construção Civil – Argentina²¹ com o objetivo de conhecer um pouco mais do mercado, e na sua primeira experiência coletou mais de 700 potenciais clientes.

4.4.1 Documentação para Comercialização de *Software*

A documentação necessária para envio dos componentes físicos são:

- Nota Fiscal (válida somente até o limite do Brasil);
- AWB (Documentação de identificação da carga no avião, com número(s) de CNM's);
- *Commercial Invoice* (Documentação comprobatória da venda do produto e transferência da posse da mesma);

²¹ BATEV, 2006. Buenos Aires. **Batimat**. Disponível em <<http://www.batev.com.ar/>>. Acesso em 12 abr. 2006.

- DSE (Comprovação de Exportação com valor inferior a U\$ 20.000,00 – emitido pelo transportador)

4.5 Tributação

A pauta de exportações do governo priorizada para o ano, dá especial atenção para a exportação de produtos, principalmente ligados a alta tecnologia. Desta maneira, o governo apresenta vários benefícios à exportação de produtos, sendo que no caso dos *software*, quando não considera-se o envio dos componentes físicos, os benefícios são:

- Pagamento de 2% de ISS;
- Isenção de pagamento de IPI;
- Não incidência de pagamento de ICMS;
- Isenção do pagamento de PIS e COFINS;
- Ressarcimento do valor pago do PIS e COFINS na compra no mercado interno de insumos utilizados no produto exportado (no caso os *hardlock's* exportados de Israel);
- Importações de insumos, livre de impostos;
- Manutenção dos créditos fiscais de IPI e ICMS gerados nas compras de matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem;²²

²²ABRE, 2006. Distrito Federal. Exportação. Disponível em <http://www.abre.org.br/exportacao/como_exportar.htm>. Acesso em 25 mar. 2006.

CAPÍTULO V

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo procurou contextualizar uma revisão breve de literaturas voltadas ao comércio exterior, para que servissem como base de sustentação da decisão da empresa atuar, ou não, no mercado internacional.

Observou-se que o MERCOSUL proporcionou uma grande integração econômica entre os países do grupo, principalmente devido à diminuição das tarifas de produtos, após a criação desta área preferencial de comércio criou-se a possibilidade de fluxos facilitados de informações e a abertura comercial com parceiros, através de feiras, banca de negócios entre outros.

A empresa AltoQi na atualidade está inserida no panorama mundial com produtos diferenciados e participante das relações inter-indústrias, pois a empresa investe maciçamente em capital intelectual.

A maior preocupação no princípio deste estudo estava na identificação das barreiras de mercado, principalmente a identificação dos impostos cobrados pela Argentina no momento de exportação de *software* para este país. Contudo, deve-se notar que *software* é tributado como um serviço, tanto no Brasil como na Argentina, e a comercialização se dá através de licenças de uso e direitos autorais. Desta forma, conclui-se que qualquer comercialização para o país, relacionado a *software* não está sujeita a tributação de produtos de TI que hoje é de aproximadamente 42%, e nem às burocracias aduaneiras no momento da liberação do produto na alfândega Argentina, que inspeciona qualquer compra acima da Us\$ 1.000.00.

Deste modo, em termos operacionais de comércio exterior, as exportações das partes físicas dos componentes do produto final são enviadas através de DDU

(*Delivered duty unpaid – entregue direitos não pagos*) somente com o valor simbólico, pois realmente o grande valor agregado está no *software* propriamente dito.

A alternativa de recebimento via *royalties* das licenças exportadas para a Argentina, elimina uma grande barreira à entrada das empresas estrangeiras e atuantes no segmento de *software*, pois há quase completa isenção de impostos.

Outra grande contribuição voltada para a área de tributação é fornecida pelo governo brasileiro na compra de insumos, componentes do produto final.

Os *software* da AltoQi são compostos por um CD e um *hardware*, componente que evita fraudes, como a pirataria. Esta tecnologia é importada de Israel em forma de produto e no momento da retirada no Brasil é incidente de vários impostos. O governo federal oferece completa isenção de impostos quando o produto importado torna-se insumo para bens finais destinados a exportação. O único imposto incidente sobre os bens exportados do Brasil é o pagamento do ISS com incidência de 2% sobre o valor total do bem.

O levantamento realizado sobre as barreiras técnicas, fez com que o principal produto comercializado pela AltoQi no Brasil, voltado para a área de projetos de cálculo estrutural de concreto armado, num primeiro momento, fosse barrado de entrar no mercado argentino. Percebeu-se internamente, através do PROGEX, um financiamento a fundo não reembolsável capaz de auxiliar a empresa neste processo de adaptação. A questão técnica impôs algumas barreiras à entrada, e certamente torna-se o maior empecilho à entrada também de novos concorrentes no mercado, conforme levantamento de mercado realizado intensivamente através de *website*, de contatos com profissionais e em Exposição que a empresa participou em Buenos Aires. Não há nenhum *software* concorrente na área de instalações prediais hidráulica, sanitária e de gás e também na área de instalações prediais elétricas de baixa tensão.

Sob uma visão mais macroeconômica, a Argentina se destaca por ter um mercado relativamente grande e o maior PIB *percapita* dentre os países hispano-americanos. O tamanho do mercado relacionado ao segmento de construção civil

na Argentina representa cerca de 25% do atual mercado brasileiro. O conjunto de informações levantadas sobre o mercado argentino, além da prospecção de um distribuidor neste país, certamente fornece embasamento suficiente para concluir que a entrada da empresa neste país do ponto de vista econômico tem sido uma estratégia bem sucedida.

REFERÊNCIAS

- ABRE, 2006. Distrito Federal. Exportação. Disponível em http://www.abre.org.br/exportacao/como_exportar.htm. Acesso em 25 marco. 2006.
- BATEV, 2006. Buenos Aires. **Batimat**. Disponível em <<http://www.batev.com.ar/>>. Acesso em 12 abr. 2006.
- BAUMANN, R. (orgs) **O Brasil e a Economia Global**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- BLANCHARD, Oliver. **Macroeconomia**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- BNDES, Programa de Crédito Popular. Disponível em <<http://www.bndes.org.br>> Acesso em fev. 2004.
- CAMARA DO COMERCIO, 2006. Distrito Federal. **Mercosul**. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/mercosul/blocos/mercosul.htm>> Acesso em 15, jan, 2006.
- CATÁLOGOS, 2006. Buenos Aires. Horário. Disponível em <http://www.catalogosdorados.com/argentina/ar_horario.htm> Acesso em 30, abr, 2006.>
- FEIJÓ, Flavio Tosi. **Os Determinantes das Exportações de Produtos Industriais Brasileiros para a Argentina – Uma análise Econométrica**. Florianópolis: Dissertação (mestrado) – CSE/UFSC, 1999.
- GONÇALVES, Reinaldo et al (orgs). **A Nova Economia Internacional uma Perspectiva Brasileira**. 8ª Edição. Rio de Janeiro: CAMPUS, 1998.
- INDEC, 2001. Buenos Aires. **Censo**. Disponível em <http://www.indec.mecon.ar/censo2001s2/ampliada_index.asp?mode=01>. Acesso em 07 mar. 2006.

INVESTNEWS, 2005. São Paulo. Últimas Notícias. Disponível em <http://www.investnews.com.br/ultimasnoticias/default.asp?id_editoria=2238&id_noticia=576580>. Acesso em 15 jan. 2006.

KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice. **Economia Internacional Teoria e Política**. 4ª Edição. São Paulo: MAKRON Books, 1999.

MERCADO BRASILEIRO DE SOFTWARE (São Paulo, SP). **Mercado Brasileiro de software – Panorama e Tendências 2006**: catalogo. São Paulo, 2006.

PORTER, Michael E. **A Vantagem Competitiva das Nações**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

RURAL NET, 2005. Rio de Janeiro. Meio Ambiente. Disponível em <<http://clipping.planejamento.gov.br/noticias.asp?NOTCod=236819>>. Acesso em 15 jan. 2006.